

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA INGENIERÍA EMPRESARIAL

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL EN LA
URBANIZACIÓN CIUDAD DE QUITO, DE LA PARROQUIA
DE CONOCOTO**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EMPRESARIAL**

AUTOR: ESTEFANÍA ALEJANDRA VILLALBA TAMAYO
estefy1315@hotmail.com

DIRECTORA: ING. NARCISA ROMERO VEGA
narcisa.romero@epn.edu.ec

2008

DECLARACIÓN

Yo, Estefanía Alejandra Villalba Tamayo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado 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 los 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.

Estefanía Alejandra Villalba Tamayo

CERTIFICACIÓN

Certificó que el presente trabajo fue desarrollado por Estefanía Alejandra Villalba Tamayo, bajo mi supervisión.

Ing. Narcisa Romero

DIRECTORA DE PROYECTO

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Politécnica Nacional, por la formación y preparación brindada a través de los años de estudio.

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

A mi directora de tesis Ing. Narcisa Romero, por su apoyo y asesoramiento para la realización del presente proyecto.

Al Ing. Vinicio Reinoso por su apoyo para la realización del presente proyecto.

A mis padres y hermanos que con su cariño y apoyo incondicional han sabido darme ánimos para seguir adelante.

A mi hijo Sebastián por ser mi motivo principal para culminar con mi formación profesional.

A mis familiares y amigos quienes con su guía apoyaron a la culminación de ésta etapa profesional.

Estefanía Villalba

DEDICATORIA

A Dios por la salud, vida y la mayor bendición que me dio al darme un hijo que me llena de fuerzas para seguir adelante.

A mi madre Germania, por ser una mujer valiente, por su amor vitalidad y ejemplo, digna mujer de admiración quien me ha brindado su apoyo y amor incondicional en todos los momentos de mi vida.

A mi hermoso hijo Sebastián y mi hermanito Mateo que son las personas que colman de alegría y llenan de esperanzas mi vida.

A mi padre Franklin y mi hermano Ismael por su amor incondicional, su apoyo y consejos oportunos.

A mis queridos amigos con quienes he compartido momentos inolvidables y han llenado mi vida de grandes recuerdos y alegrías.

Estefanía Villalba

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. ANTECEDENTES.....	11
1.1.1. RESEÑA HISTORICA DE LAS GUARDERIAS.....	12
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	15
1.7. HIPÓTESIS DEL TRABAJO.....	16
CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.....	17
2.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	17
2.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	18
2.1.1.1 Proceso de la Investigación de Mercados.....	18
2.1.1.1.1 Identificación y Planteamiento del Problema de Investigación.....	19
2.1.1.1.2 Fuentes de Información.....	20
2.1.1.1.3 Investigación Exploratoria.....	20
2.1.1.1.4 Diseño de la Investigación.....	20
2.1.1.1.5 Recolección y Análisis de Datos.....	21
2.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	22
2.1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	23
2.1.4 ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL	23
2.1.4.1 Producto.....	23
2.1.4.2 Precio.....	25
2.1.4.3 Canal de Distribución.....	26
2.1.4.4 Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas.....	26
2.2 ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	27
2.2.1. LOCALIZACIÓN	27
2.2.1.1. Macro Localización.....	27
2.2.1.2. Micro Localización	28
2.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	28
2.2.3. INGENIERÍA DE PROYECTO.....	29
2.2.4. REQUISITOS LEGALES	29
2.2.5. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	30
2.3. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERO	30
2.3.1. INVERSIÓN INICIAL.....	31
2.3.2. INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO	31
2.3.3. PRESUPUESTO OPERATIVO.....	32
2.3.4. ESTADOS FINANCIEROS.....	32
2.3.5. INDICADORES Y EVALUACIÓN FINANCIERA	33
2.3.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	35
CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO	36
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	36
3.1.1. IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN....	37
3.1.1.1. Planteamiento del Problema Investigativo	37
3.1.1.2. Objetivos de la Investigación de Mercado	37
3.1.1.2.1. Objetivo General.....	37
3.1.1.2.2. Objetivos Específicos.....	37

3.1.1.3.	Información Requerida.....	38
3.1.2.	<i>FUENTES DE INFORMACIÓN</i>	38
3.1.2.1.	Fuentes de Información Secundaria	38
3.1.2.2.	Fuentes de Información Primaria	39
3.1.2.3.	Investigación Exploratoria	42
3.1.2.3.1.	<i>Encuesta Exploratoria Previa</i>	42
3.1.2.3.2.	<i>Resultados de la Encuestas Exploratoria Previa</i>	42
3.1.3.	<i>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	43
3.1.3.1.	Unidad Muestral.....	43
3.1.3.2.	Selección de la Muestra.....	45
3.1.3.3.	Diseño del Instrumento	46
3.1.4.	<i>RECOLECCIÓN DE DATOS</i>	46
3.1.5.	<i>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS</i>	47
3.1.6.	<i>CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO</i>	65
3.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	70
3.2.1.	<i>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</i>	70
3.2.2.	<i>PROYECCION DE LA OFERTA</i>	73
3.3.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	74
3.3.1.	<i>DEMANDA ACTUAL</i>	74
3.3.2.	<i>DEMANDA PROYECTADA</i>	75
3.4.	DEMANDA INSATISFECHA	76
3.5.	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA CAUTIVA	76
3.6.	ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL 4 P's.....	78
3.6.1	<i>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</i>	78
3.6.1.1	Diseño del Servicio	78
3.6.2	<i>OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL</i>	79
3.6.3	<i>ESTRATEGIAS DE MARKETING</i>	79
3.6.4	<i>PRODUCTO</i>	81
3.6.4.1	Nombre Comercial	81
3.6.5	<i>PRECIO</i>	83
3.6.6	<i>CANAL DE DISTRIBUCIÓN</i>	85
3.6.7	<i>MEZCLA PROMOCIONAL</i>	85
3.6.7.1	Publicidad	85
3.6.7.2	Promoción	86
3.6.7.3	Presupuesto de Publicidad.....	87
3.7	PLAN DE ACCIÓN DE MARKETING.....	87
CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO		89
4.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	89
4.1.1.	<i>MACROLOCALIZACIÓN</i>	89
4.1.2.	<i>MICROLOCALIZACIÓN</i>	90
4.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO	93
4.3.	INGENIERÍA DE PROYECTO	95
4.3.1.	<i>DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL</i>	96
4.3.2.	<i>DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL</i>	98
4.3.3.	<i>RECURSOS FÍSICOS</i>	101
4.3.2.	<i>RECURSOS HUMANOS</i>	102
4.3.2.1.	Estructura Organizacional	102
4.3.2.2.	Organigrama de la Empresa	102
4.3.2.3.	Perfil de Cargos.....	103
4.4.	REQUISITOS LEGALES	104
4.4.1.	<i>TIPO DE EMPRESA</i>	104
4.4.2.	<i>REGISTRO DE NOMBRE</i>	104
4.4.3.	<i>ACUERDO MINISTERIAL</i>	105
4.4.4.	<i>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</i>	105
4.4.5.	<i>PERMISO MUNICIPAL</i>	106
4.4.6.	<i>PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS</i>	106
4.5.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	107
4.6.1.	<i>VISIÓN</i>	107

4.6.2.	<i>MISIÓN</i>	107
4.6.3.	<i>VALORES Y PRINCIPIOS EMPRESARIALES</i>	108
4.6.3.1.	Valores	108
4.6.3.2.	Principios	108
CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO		109
5.1.	INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	109
5.1.1.	<i>INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS</i>	110
5.1.2.	<i>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</i>	111
5.1.3.	<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	112
5.2.	INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO	113
5.3.	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	113
5.3.1.	<i>INGRESOS PROYECTADOS</i>	113
5.3.2.	<i>EGRESOS PROYECTADOS</i>	116
5.3.3.	<i>PRESUPUESTO OPERATIVO</i>	117
5.3.3.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias	118
5.3.3.2.	Flujo De Fondos Neto	119
5.4.	INDICADORES Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	120
5.4.1.	<i>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</i>	120
5.4.2.	<i>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</i>	120
5.4.3.	<i>PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL</i>	121
5.4.4.	<i>RELACIÓN BENEFICIO – COSTO</i>	121
5.5.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	122
5.5.1.	<i>ÁNÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PRECIO</i>	122
5.5.2.	<i>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL NÚMERO DE NIÑOS ATENDIDOS</i>	123
5.5.3.	<i>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: PRECIO - NIÑOS ATENDIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL</i>	123
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		125
6.1.	CONCLUSIONES.....	125
6.2.	RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA.....		128

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad realizar el Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil, en la Urbanización Ciudad de Quito, de la Parroquia de Conocoto del Distrito Metropolitano de Quito.

Para determinar la viabilidad del proyecto se realizaron los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado donde se identificó la demanda actual insatisfecha en la zona de influencia, correspondiente a 533 mujeres que cumplen con ciertas características, como: edad comprendida entre 20 y 35 años, que tengan niños entre uno y cinco años, ingresos mensuales mayores a 500 dólares, con actividad laboral, ama de casa o estudiante universitaria; y que además requieran de un servicio de cuidado infantil innovador y de calidad. Dentro de la Estrategia Comercial se tiene como objetivo, la captación en promedio de 26 niños de la demanda insatisfecha para el primer año, y para los siguientes años se prevé un incremento anual de 10 niños, además pretende convertirse en el Centro de Desarrollo Infantil de primera opción para las madres de familia en la zona de influencia y para ello se aplicarán estrategias de calidad del servicio, precios competitivos acordes al servicio que se presta como: cuidado infantil a medio tiempo y tiempo completo, educación inicial, estimulación temprana, actividades lúdicas, desarrollo del pensamiento, educación de valores, arte y creatividad, deportes y excursiones, actividades para madres de familia, servicio de alimentación, entre otros; y el diseño de un sistema de descuentos y publicidad con enfoque en el servicio de cuidado infantil.
- En el Estudio Técnico - Administrativo se concluye en:
 - La localización: El Centro de Desarrollo Infantil se encontrará ubicado en la Urbanización Ciudad de Quito de la Parroquia de Conocoto, por ser el centro geográfico de la zona de influencia.

- Infraestructura: Como consecuencia de existir demanda insatisfecha no cubierta y por las limitaciones financieras se contará con una casa de 450 m², las instalaciones se encuentran distribuidas en áreas para clases, de recreación, docente – administrativa, de salud y de servicios (alimentación y limpieza) y cuenta con una capacidad para atender a 50 niños.
 - Recursos humanos: indica el personal requerido para el funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil, estas son: un director - psicólogo infantil, una secretaria contadora, dos maestras parvularias, una estudiante en parvularia, un médico pediatra, un nutricionista, una persona de encargada de la limpieza y cocina y un guardia que prestarán sus servicios de acuerdo a los requerimientos del centro.
 - Requisitos legales como: tipo de empresa a constituirse (persona natural), registro del nombre, obtener el Acuerdo Ministerial en el Ministerio de Bienestar Social, solicitar el RUC y por último conseguir el Permiso Municipal para la puesta en marcha del Centro de Desarrollo Infantil.
- Finalmente en el Estudio Financiero se determinó que el proyecto necesita una inversión de \$20.163 que se encuentra distribuido en activos diferidos, activos fijos y capital de trabajo. La inversión será financiada, el 75% con capital propio y el 25% restante con recursos financiados (préstamo familiar, a tres años al 9% de interés).
- La viabilidad financiera se observa por el **VAN** del proyecto que será de \$18.664 proyectada a 5 años, se espera una **TIR** del 39.3% y una **Relación Beneficio Costo** de 1,29; además el proyecto recupera la inversión al tercer año con lo que se concluye que el proyecto es viable y rentable, considerando una prima de riesgo de 7%.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La ciudad de Quito, en los últimos años, ha estado sujeta a un gran cambio urbanístico que la extendió hacia el norte, sur, los Valles de Tumbaco (hacia el nor - oriente) y Los Chillos (en el sur - oriente); esto ha permitido un notable crecimiento económico y poblacional que ha generado avances en la industria, economía, comercio y hotelería, pero además ha configurado nuevos actores y demandas sociales.

Para el presente proyecto se ha elegido la Parroquia de Conocoto de la zona suburbana de Los Chillos. Conocoto ha crecido rápidamente por su cercanía a Quito unida en primera instancia por la carretera conocida como *Camino Antiguo*, y más tarde con la apertura de la *Autopista General Rumiñahui* (Agosto 1976), convirtiéndose en una zona adecuada para satisfacer las demandas de vivienda de la ciudad de Quito.

En el siguiente cuadro se muestra la extensión territorial y el número de habitantes para el año 2.001 y su respectiva proyección al año 2.010 de la parroquia de Conocoto:

Cuadro No. 1

EXTENSIÓN TERRITORIAL Y NÚMERO DE HABITANTES DE LA PARROQUIA DE CONOCOTO

PARROQUIA	EXTENSIÓN (Km. ²)	NÚMERO DE HABITANTES	
		2.001	2.010
Conocoto	3.812,93	53.137	77.028

Fuente: http://www4.quito.gov.ec/mapas/indicadores/proyeccion_zonal.htm

Elaborado por: Estefanía Villalba

1.1.1. RESEÑA HISTORICA DE LAS GUARDERIAS

Se realizó una entrevista a la Lcda. Lourdes Moscoso, Directora del Centro de Desarrollo Infantil “Carolina Terán”, con el fin de conocer la historia de las guarderías en el Ecuador y menciona que:

La aparición de las guarderías tuvo lugar en Ecuador a inicios del año de 1.935, como respuesta a las necesidades de protección a la niñez desamparada y al incremento de las mujeres en el trabajo.

A nivel nacional existieron cuatro centros dependientes de la Dirección Provincial de Pichincha, y se los conocía con el nombre de Asilo, posteriormente pasaron a depender del Ministerio de Bienestar Social, donde ampliaron el contenido de su nombre a Casa Maternal, sin embargo tratando de llegar al nombre adecuado y teniendo en cuenta que el propósito de estos centros no solo es el cuidado sino también la estimulación y educación de los niños en todas sus áreas deciden nombrarlos Cuidados Diarios, luego Guarderías y en la actualidad los conocemos como Centros de Desarrollo Infantil; definiendo a este lugar como un espacio educativo destinado a favorecer el desarrollo integral y armónico del niño mediante la práctica de acciones educativas, de preservación y fomento a la salud.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, unido a los menores apoyos asistenciales que la pareja encuentra en el ámbito familiar para compatibilizar el horario laboral con la atención y cuidado de sus hijos, constituyen los factores básicos que han propiciado el desarrollo de nuevos Centros de Desarrollo Infantil. En la actualidad, existe una mayor difusión de los beneficios físicos y psíquicos que reporta a los menores, su estancia en Centros de Desarrollo Infantil, ya que estimula el desarrollo intelectual y físico de los mismos, además de ofrecerles un entorno adecuado para el aprendizaje de la convivencia

en sociedad. A ello se une el adelanto de la escolarización obligatoria a la edad de cuatro años, que ha incentivado progresivamente a las madres a inscribir voluntariamente a sus hijos con anterioridad a dicha edad, al objeto de lograr la adaptación del niño en un entorno seguro y familiar.

La existencia de nuevas necesidades familiares está produciendo en los últimos años una importante transformación social que ha favorecido la existencia de una demanda creciente de plazas en los Centros de Desarrollo Infantil. Concretamente, son tendencias como:

- La progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, (en un periodo de diez años la población económicamente activa femenina ha pasado del 32%, al 45% en la Parroquia de Conocoto¹);
- El incremento de las familias monoparentales (familias en las que una única persona adulta es responsable de la educación, cuidado y custodia de los menores) y;
- La reducción de la solidaridad intergeneracional (menor cercanía y/o disponibilidad de familiares para participar en el cuidado de los menores).

Estas tendencias, más tardíamente, pero con igual fuerza, se están implantando en el medio rural, lo que conlleva la reorientación del equilibrio entre trabajo profesional y doméstico. A todo ello se une el desfase existente entre los horarios laborales y escolares, que genera la necesidad de contratar un servicio de guarda y ocupación del tiempo libre de los menores.

Por esta razón el presente estudio aportará a resolver dicha necesidad del sector, creando un Centro de Desarrollo Infantil que preste servicios de cuidado, estimulación temprana y formación en el desarrollo de niños entre cuatro meses y cinco años, así como servicios de cuidado (comida, descanso e higiene) y extra escolares (actividades lúdicas, de complemento educativo y culturales). Brindando un servicio personalizado y caracterizado por una metodología propia y diferenciada, que incluya técnicas actuales que se implantarán con la ayuda de

¹ Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

psico pedagogos y formadores.

Cabe indicar que se ha escogido a la Urbanización Ciudad de Quito para la ubicación del Centro de Desarrollo Infantil por su cercanía a la zona comercial de Conocoto y porque proveerá garantías como seguridad y un ambiente adecuado para el desarrollo de los niños.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La creación de un centro de cuidado y desarrollo infantil situado en la Urbanización ciudad de Quito Parroquia Conocoto, que contenga actividades formativas y recreativas para el desarrollo integral de los niños, será viable técnica, comercial y financieramente?

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿De qué manera se puede obtener información para analizar la oferta y la demanda del servicio en la zona de influencia?
- ¿Cómo valorar los factores del entorno para éste servicio propuesto?
- ¿De qué forma se asegurará que los servicios ofertados puedan retornar como ingresos monetarios?
- ¿Cómo se asegurará la sostenibilidad financiera del proyecto?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de crear un Centro de Desarrollo Infantil que preste servicios de cuidado y desarrollo integral en todas las áreas para niños entre cuatro meses y cinco años en la Urbanización Ciudad de Quito, de la Parroquia de Conocoto.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cuantificar la necesidad real de la población y de su correspondiente oferta a través de un estudio de mercado en la zona de influencia.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño y alcance del proyecto así como la ubicación, con el fin de aprovechar eficientemente los recursos humanos, financieros y de infraestructura.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La razón fundamental para iniciar este estudio previo a la creación del Centro de Desarrollo Infantil, es porque se ha observado la ausencia de un Centro de Desarrollo Infantil en la Urbanización Ciudad de Quito, de la Parroquia de Conocoto. Sin embargo en los sectores aledaños a la Urbanización existe un Centro que no presta los servicios de cuidado y desarrollo de manera integral a los niños en su primera infancia. Los cambios efectuados en los últimos diez años a las circunstancias sociales y demográficas del sector de influencia del presente proyecto como:

- Cambios en la estructura de la familia,
- Migración del campo a la ciudad,
- Mujeres en la fuerza laboral y otros cambios exigen que se presente mayor atención al cuidado y desarrollo de los niños en su primera infancia.

Se puede decir que la creciente participación de la mujer en el campo laboral, ha dado lugar a cargas adicionales que afectan el cuidado de los niños y por lo tanto, la necesidad de nuevas alternativas de atención. De igual manera la modificación del modelo de familia tradicional, es decir, las familias extensas no son comunes como antes, produciendo un déficit de familiares para el cuidado de los niños, en cuyo caso existe un argumento convincente a favor de iniciativas de Centros de

Desarrollo Infantil que permita a las mujeres proseguir con sus actividades diarias; éstas son las principales razones para que las madres y representantes tomen conciencia de lo importante que es la educación inicial en los niños y su desarrollo integral.

Por esta razón se ha visto necesario la creación de un centro que además de prestar el servicio de cuidado, proporcione un servicio integral para el desarrollo de los niños, esto abarcaría:

- Estimulación temprana para propiciar las habilidades y destrezas de los menores, con actividades y materiales acordes a su edad.
- Asistencia Psicológica en el proceso evolutivo del niño; potenciando sus capacidades en forma gradual y armónica, respetando las características propias de la edad y el contexto en el que se desenvuelven.
- Asistencia y control médico.
- Seguimiento y evaluación de la atención directa al niño, mediante el cumplimiento de actividades pedagógicas.
- Una alimentación sana y nutritiva, basada en menús elaborado por un técnico nutricional.
- Brindar espacios recreacionales, ya que los juegos al aire libre brindan un espacio necesario para que los pequeños ejerciten sus músculos y estimulen el área psicomotriz.
- Asistencia de Servicio Social, para conocer las necesidades de las familias y/o representantes de los niños que acuden al Centro, de ésta manera contribuir en el bienestar de las mismas y mejorar sus relaciones.

1.7. HIPÓTESIS DEL TRABAJO

Mediante los diferentes estudios se logrará demostrar la necesidad de crear un Centro de Desarrollo Infantil que preste servicios de cuidado y desarrollo integral en todas las áreas para niños entre cuatro meses y cinco años en la Urbanización Ciudad de Quito, de la parroquia Conocoto.

CAPÍTULO II. MARCO TEORICO

El Estudio de Factibilidad consiste en determinar la viabilidad técnica, operacional y financiera de un proyecto y profundizar en aquellos aspectos que se consideren relevantes para tomar la decisión de asignar recursos hacia un objetivo determinado. Cabe anotar que todo proyecto de inversión debe al menos tener los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico – Administrativo y,
- Estudio Financiero

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado consta básicamente en la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.²

El estudio de mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información acerca del medio que rodea a la empresa, que le permita pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento. Para el presente proyecto utilizaremos:

- Investigación de Mercados.
- Análisis de la Oferta.
- Análisis de la Demanda
- Elaboración de la Estrategia Comercial

² BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 7.

2.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

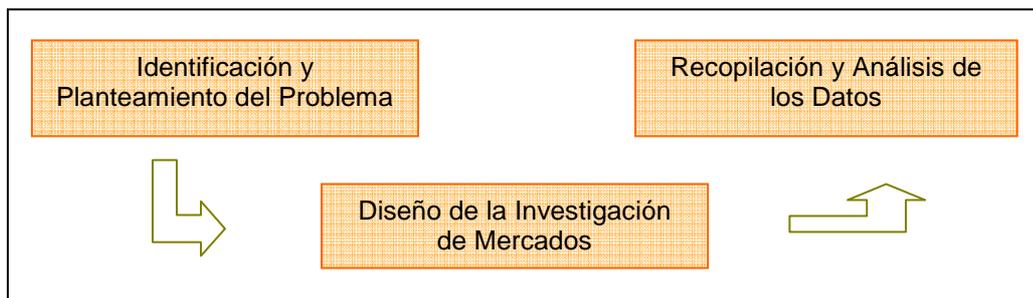
La finalidad de la investigación de mercados, es suministrar información para la toma de decisiones sobre el curso de acción que deberá seguir la empresa. “La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del marketing como un proceso. Además especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseña el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones”³.

2.1.1.1 Proceso de la Investigación de Mercados

“El proceso de la investigación de mercados esta formado por el seguimiento de mínimo tres pasos necesarios para su elaboración eficaz de una investigación de mercados”⁴; dichos pasos se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 2

PROCESO DE INVESTIGACIÓN



Elaborado por: Estefanía Villalba

³ PETER, D. Dictionary of Marketing Terms. Bennett (Ed.). Chicago - E.E.U.U. 1988.

⁴ MALHOTRA, Naver. INNEAR, Thomas. TAYLOR, James. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. Colombia. McGraww-Hill, 1998.

2.1.1.1.1 *Identificación y Planteamiento del Problema de Investigación*

La identificación y planteamiento del problema de investigación, contiene una serie de pasos previos al diseño del problema necesarios para identificar el problema específico de la investigación. A continuación se detallan los pasos a seguir en esta etapa:

- Planteamiento del Problema de Investigación

En esta etapa es importante tener una idea clara sobre la visión del negocio, y las razones por la que se desea realizar la investigación de mercados, de otro modo al concluir todo el proceso investigativo será mas sencilla la tarea de definir el problema de investigación.

- Objetivos de Investigación

Una vez definida la razón por la que se desea realizar la investigación de mercados, se especificarán los objetivos de la investigación. “Los cuales responden a la siguiente pregunta: ¿Porqué se realizará este proyecto?. Y las necesidades de información responde a: ¿Qué información específica se requerirá para lograr los objetivos?”⁵.

- Información Requerida

El objetivo es obtener información que permita la identificación de los requerimientos de mercadeo de la empresa como: Tamaño del mercado, Demanda actual, Características de la demanda actual, Niveles de precios, Servicios ofrecidos por la competencia y Medios publicitarios y promociones de preferencia.

⁵ KINNEAR, Thomas; TAYLOR, James. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. McGraww-Hill. Colombia. 1998.

2.1.1.1.2 Fuentes de Información

Las fuentes de información consisten en todas aquellos datos que son útiles y necesarios para el proceso de investigación, para el presente proyecto se utilizarán la investigación previa, que proporcionará información que se encuentra en diferentes entidades y que serán útiles para el desarrollo del proyecto.

2.1.1.1.3 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es un “tipo de diseño de investigación que tiene como objetivo primordial proporcionar conocimientos y comprensión del problema que enfrenta el investigador”⁶.

2.1.1.1.4 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es una estructura o plano para llevar a cabo el proyecto de la investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos necesarios a fin de obtener la información que se necesita para resolver los problemas de la investigación de mercados.

En ésta etapa de la investigación se utilizarán las fuentes secundarias (entrevista y observación), y fuentes primarias (entrevistas) de carácter estadístico; para éstas últimas se deberá diseñar el tamaño de la población, unidad muestral, tamaño de la muestra, entre otros.

- Población y Unidad Muestral

Una vez terminado los pasos anteriores, se prosigue a estudiar la población y unidad muestral para esto se debe seleccionar el universo del cual se determinará

⁶ MALHOTRA, Naver. INNEAR, Thomas. TAYLOR, James. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. Colombia. McGraw-Hill, 1998.

la muestra, seguido el método más conveniente para obtener la muestra, y por último se calculará el tamaño de la muestra.

Para el presente proyecto se utilizará la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{pqZ^2 + E^2(N - 1)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño del mercado

p = Grado de aceptación

q = Grado de rechazo = (1-p)

Z = Nivel de confianza

E = Porcentaje de error

2.1.1.1.5 *Recolección y Análisis de Datos*

El proceso de recopilación y análisis de datos es una oportunidad de seleccionar la información disponible para presentar un resumen de los principales hallazgos encontrados en la presentación de los resultados. A continuación se presenta los pasos a seguir en esta fase:

- Procedimiento de Recolección de Datos

Se utilizarán métodos estadísticos descriptivos, sean estratificados o conglomerados de acuerdo a la naturaleza del mercado; el medio será el formulario de encuesta, la redacción de sus preguntas deberán ser claras y de fácil comprensión para el entrevistado y cada pregunta deberá guardar una secuencia con la siguiente pregunta; en consecuencia el formulario de encuesta debe ser redactado con el fin obtener solo la información necesaria, sin que resulte muy extensa y cansada para el entrevistado.

- Recolección de Datos o Trabajo de Campo

“La fase de recopilación es una oportunidad de intentar o probar y seleccionar los procedimientos necesarios cuando los datos se tengan disponibles”.⁷ 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.

- Análisis de Datos

Los datos ordenados se los analizarán utilizando métodos estadísticos, como diagramas de frecuencia, estadísticos de dispersión y tablas de contingencia en algunos casos; que facilitarán la exposición de los resultados que se han obtenido, con lo que se podrá elaborar un resumen de los principales hallazgos que servirán a su vez para la elaboración de los siguientes capítulos que comprenden el estudio de factibilidad.

2.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.⁸ El atractivo de un mercado dependerá del número de oferentes que compitan en el, entre mayor sea el número de oferentes mayor será su rivalidad, lo que podría afectar al atractivo del mercado.

Desde este punto de vista es importante determinar las cantidades y las condiciones que una empresa puede y quiere poner a disposición del mercado un servicio y esta función de factores son los precios en el mercado, la actividad de la competencia, entre otros. Para el cálculo de la oferta se realizará un análisis de la competencia, del número de clientes que tienden y de los servicios que ofrecen y sus precios.

⁷ LEHMANN, Ddonal, Investigación y Análisis de Mercado. Ed. Continental S.A., Primera Edición, 1993. Pág. 74.

⁸ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 43.

2.1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.⁹ Existen factores que determinan la demanda, tales como: “el nivel de ingreso de los consumidores, el patrón de gasto de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de los bienes sustitutos, preferencias de los consumidores y naturalmente de la acción de los entes gubernamentales”.¹⁰

Para determinar la demanda se cuantificará en base a la información primaria que se obtendrá de las encuestas que se realizarán a la población del sector de Conocoto, e información secundaria, obtenida por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el Instituto Nacional de Estadística y Censo – INEC y el Ministerio de Bienestar Social.

2.1.4 ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

Mediante la estrategia comercial se desarrollará una mezcla de las variables mercadológicas a fin de satisfacer las necesidades de los clientes dentro del mercado objetivo, maximizando el desempeño de la organización en su segmento. A continuación se analizan los siguientes aspectos:

2.1.4.1 Producto

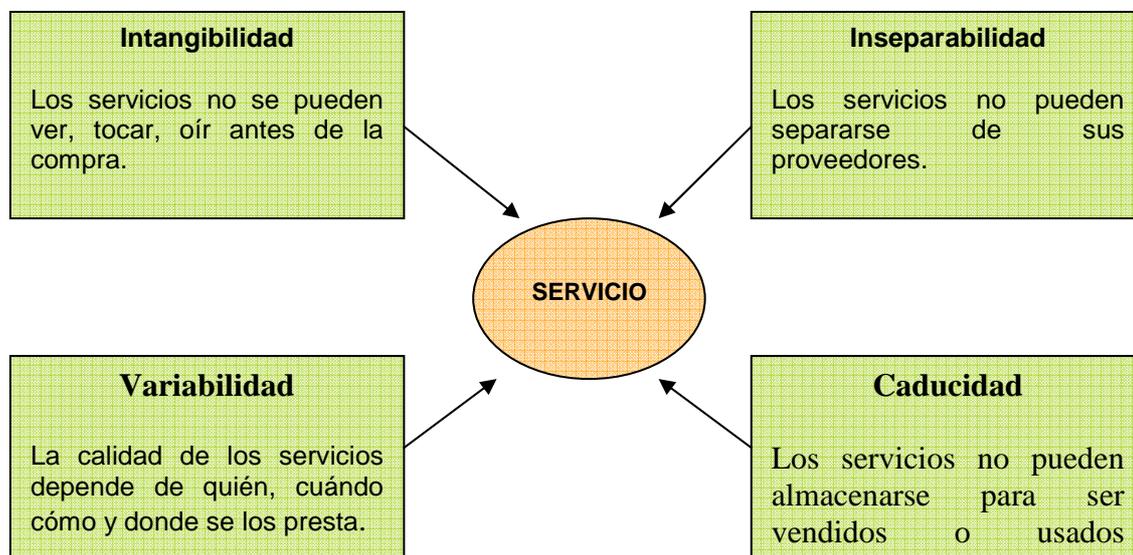
Un producto es “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.”

⁹ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág.17.

¹⁰ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002. Pág. 97.

Bid: KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, México. Pearson Educación, Octava Edición, 2001. Pág. 5, 51.

En este caso se ofrecerá un servicio de cuidado infantil, y por su naturaleza se debe considerar cuatro características para diseñar el programa de marketing:



Fuente: KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, México. Pearson Educación, Octava Edición, 2001.

Cada característica crea requisitos en el programa de marketing, razón por la cual se debe buscar formas de hacer al servicio más tangible, de estandarizar la calidad ante la variabilidad y de mejorar los movimientos de la demanda y las capacidades del abasto ante la caducidad del servicio. El programa de marketing es un proceso que se agrupa principalmente en tres pasos que son: la definición del mercado, Producto (Servicio) y el resto de marketing mix. Este programa consiste en crear movimientos en los tres pasos creando oportunidades para el negocio. Además para el presente proyecto se considerará tres niveles en el diseño de servicio, estos son:

- El nivel más básico es el *Servicio Fundamental*, que consiste en los beneficios cruciales que resuelven un problema, y son lo que los consumidores buscan cuando adquieren un servicio.

- *Servicio Real*, aquellos que se ofrecen antes de analizar las encuestas y que cumplen con características para diferenciar el servicio que se ofrecerá;
- Finalmente se construye el *Servicio Aumentado*, que es aquel recomendado por el consumidor.

2.1.4.2 Precio

Es la cantidad de dinero que el cliente esta dispuesto a pagar para obtener un producto. El precio es una de las herramientas de la estrategia comercial que una empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de marketing. Las decisiones del precio se deben coordinar con las decisiones de diseño, distribución y promoción del servicio para formar un programa de marketing eficaz; además utilizar ciertas estrategias para fijar los precios de servicios imitadores, estos son:

ESTRATEGIAS DE PRECIO

Estrategia	Descripción
Fijación de precios de descuento	Reducir los precios para recompensar respuestas de los clientes, como pagar anticipadamente.
Fijación de precios segmentada	Ajustar los precios contemplando las diferencias entre clientes.
Fijación de precios psicológica	Ajustar los precios para surtir el efecto psicológico.
Fijación de precios promocional	Reducir temporalmente los precios para aumentar las ventas a corto plazo.

Fuente: KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, México. Pearson Educación, Octava Edición, 2001

En este caso el precio es un factor crucial para el posicionamiento del servicio; por esta razón para el presente proyecto el precio se fijará por medio de factores internos (costos que se incurrirán y consideraciones que se crea convenientes para la prestación del servicio); y externos (competencia, demanda, y otros elementos del entorno), que afecten directamente a la empresa.

2.1.4.3 Canal de Distribución

“Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.” Al diseñar el canal de marketing, se debe decidir entre lo ideal y lo práctico, sin embargo para este caso la distribución será directa.

2.1.4.4 Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas

“Esta etapa abarca las actividades que comunican las ventajas del servicio y buscar la forma de convencer a los consumidores de adquirir el producto”. Para el presente proyecto se aplicarán las herramientas que se mencionarán a continuación para la difusión del servicio:

- **Publicidad**, cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas.
- **Ventas personales**, presentación personal que hace fuerza de ventas de la compañía con el fin de vender y forjar relaciones con el cliente.
- **Promoción en ventas**, Incentivos a corto plazo que fomentan la compra del servicio.
- **Relaciones públicas**, Forjar buenas relaciones públicas con los diversos públicos de una compañía, mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa.
- **Marketing directo**, comunicación directa con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata.

Adicional el comunicador debe decidir que respuesta busca, y crear en el consumidor *conciencia, conocimiento, agrado, preferencia y convicción* para que realice la compra. “Por ello, una buena comunicación de marketing requiere de acciones buenas respaldadas por palabras buenas”¹².

¹² KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, México. Pearson Educación, Octava Edición, 2001. Pág. 465.

2.2 ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO

El estudio técnico es la herramienta que permite definir los requerimientos del proyecto, en este se definirán métodos y técnicas que se emplearan en el proceso de comercialización del servicio. Los aspectos que se consideran importantes en el estudio técnico son:

- a. Localización
- b. Tamaño del proyecto
- c. Ingeniería del proyecto
- d. Requisitos Legales
- e. Direccionamiento Estratégico

2.2.1. LOCALIZACIÓN

“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”.¹³

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación en éste se definirá tanto a la macro como micro localización.

2.2.1.1. Macro Localización

Se refiere a describir la ubicación geográfica del proyecto. Cabe indicar que el proyecto ya propone un lugar específico, pero se mencionarán las diferentes ventajas de cada uno de los factores considerados relevantes, como: cercanía del mercado, escasa competencia y medios de comunicación.

Adicional se determinará más adelante (Estudio de Mercado) que la competencia no cubre con la demanda insatisfecha de las mujeres que residen o trabajan en la

¹³ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002. Pág. 132.

zona de influencia y que por varios factores como espacio físico o personal limitado con el que cuenta la competencia, no se puede incrementar la oferta, cabe indicar también que las mujeres buscan un lugar que no solo cubra con sus expectativas de servicio (calidad, variedad de servicios, entre otros), sino también que el servicio se encuentre cerca a su residencia o lugar de trabajo, se demostrará que la Urbanización Ciudad de Quito cubre esta necesidad, considerando este factor como una ventaja para la creación de un nuevo Centro de Desarrollo Infantil en el sector propuesto.

2.2.1.2. Micro Localización

Se refiere a describir en forma detallada donde se desarrollará el proyecto, como se mencionó anteriormente ya se propone un lugar para la ubicación, pero en este punto se mencionarán los factores de elección donde se situará el Centro de Desarrollo Infantil estos son:

- Tamaño de infraestructura
- Costo del local
- Diseño Interior
- Espacios Verdes
- Provee de garantías en seguridad

2.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.”¹⁴ Para el análisis del tamaño del proyecto se considerarán factores como:

- Demanda,
- La capacidad diseñada, instalada y utilizada en el proyecto,
- Costos,

¹⁴ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002. Pág. 128.

- Disponibilidad de recursos y servicios públicos necesarios, y
- El tipo de financiamiento.

2.2.3. INGENIERÍA DE PROYECTO

Este factor se considerará todos los recursos físicos (materiales infantiles, muebles y enseres, equipo de computo, equipo de oficina, suministros de aseo y limpieza y suministros de y materiales de oficina), recursos humanos (maestras parvularias, practicantes en parvularia, médico pediatra, enfermera, secretaria-contadora y personal de cocina y limpieza), que serán utilizados para ofrecer el servicio de cuidado infantil, las actividades a realizarse en el centro (captación del cliente, evaluación de los clientes, servicio de educación inicial y evaluación del servicio), y el diseño de la distribución física, áreas externas e internas, se considerará para éste estudio las condiciones necesarias para la distribución de las zonas y áreas del Centro de Desarrollo Infantil que serán determinadas por el número y edad de los niños atendidos y sus necesidades.

2.2.4. REQUISITOS LEGALES

Se determinarán las condiciones previas al funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil; las normas permisivas o prohibitivas que pueden afectar directa o indirectamente el funcionamiento de la empresa. Se detallarán todos requisitos legales y los pasos a seguir que son necesarios para la creación de la empresa, estos son:

- Tipo de empresa,
- Registro del nombre,
- Acuerdos ministeriales,
- Registro único de contribuyentes y;
- Permisos municipales.

2.2.5. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

“La Dirección Estratégica se ocupa de la complejidad derivada de las situaciones ambiguas y no rutinarias con implicaciones sobre la totalidad de la organización más que sobre operaciones específicas”.¹⁵

Se desarrolla la filosofía empresarial, tomando en cuenta ciertas características de tipo conceptual para su estructuración como:

MISIÓN	Define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.
VISIÓN	Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.
VALORES EMPRESARIALES	Los Valores son principios considerados válidos ya sea que los tengamos o requerimos de ellos. Los valores son los puntales que le brindan a las organizaciones, su fortaleza, su poder y fortalecen la Visión

Fuente: (<http://www.misionvisionvalores.com/>).

Elaborado por: Estefanía Villalba

2.3. ESTUDIO Y EVALUACIÓN 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 las actividades de la inversión. Para el siguiente estudio se determinará:

- Monto de los recursos financieros
- Costo total de operación anual y mensual esto incluye la determinación de los costos de servicio, costos de administración y costos financieros,

¹⁵ JOHNSON Gerry, SCHOLLES Kevan. Dirección Estratégica. España, Ed. Prentice Hall, Quinta Edición, 1999. Pág. 14.

- Inversión inicial fija y diferida requerida para la implementación del proyecto,
- El capital de trabajo,
- Estados Financieros,
- Indicadores Financieros.

2.3.1. INVERSIÓN INICIAL

En este punto se considerarán todos los rubros de la inversión necesaria, para llevar a cabo el montaje de la empresa y el funcionamiento de la misma, los cuales son:

- **Inversión Pre – Operacional**

Constituye los activos fijos y diferidos necesarios para llevar a cabo el inicio de la empresa.

- **Capital de Trabajo**

“El Capital de Trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece su actividad. 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, entre otros. Por su lado, el pasivo circulante se conforma de los rubros sueldos y salarios, impuestos e intereses.”¹⁶

2.3.2. INVERSIÓN INICIAL Y 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

¹⁶ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 78.

el funcionamiento de la empresa.”¹⁷ Se presentarán los porcentajes en recursos propios y financiados; y el financiamiento que se utilizará para el proyecto.

2.3.3. PRESUPUESTO OPERATIVO

a. Ingresos

Todos los ingresos percibidos por la empresa se detallarán y proyectarán en las ventas realizadas durante los respectivos períodos, dichos valores se obtendrán del precio de matrícula, pensión, uniformes y alimentación, por el número de clientes que reciban el servicio de cuidado infantil.

b. Egresos

En los egresos se detallaran y proyectarán los siguientes rubros: costos y gastos de servicio, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros que incurrirá el negocio para cumplir con las actividades definidas en el Estudio de Mercado y Estudio Técnico - Administrativo.

2.3.4 ESTADOS FINANCIEROS

a. Estado de Pérdidas y Ganancias

“Denominado también Estado de Resultados, se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa.”¹⁸ La importancia de calcular el estado de pérdidas y ganancias es llegar a determinar los flujos netos de efectivos que son los valores utilizados en la evaluación financiera.

¹⁷ EROSA, Victoria. Proyectos de Inversión en Ingeniería. México, Limusa Noriega, 1998. Pág. 192.

¹⁸ BRAVO VALDIVIESO Mercedes; Contabilidad General; Ed. Nuevo día; Quinta Edición; 2004; Pág. 192.

b. Flujo de Fondos Neto

“Es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período,”¹⁹

Se realizará el flujo de fondos neto proyectado, esto permite determinar que en ningún momento de la vida útil del proyecto se tendrá problemas para poder operar.

2.3.5 INDICADORES Y EVALUACIÓN FINANCIERA

A continuación se presentan los criterios de evaluación con el fin de formar una base estable y firme para la toma de decisiones. Para el presente proyecto se presentarán el VAN, la TIR, Período de Recuperación y la Relación Beneficio Costos, además el horizonte temporal del proyecto será para cinco años.

- Valor Actual Neto

El VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad. Es decir, “El valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”²⁰. El VAN se calculará por medio de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{(Y_n - E_n)}{(1 - r)^t}$$

$I_0 =$ Inversión

$Y_n =$ Ingresos de l Proyecto

$E_n =$ Egresos del Proyecto

$r =$ Tasa Interna de Retorno

$t =$ Periodo de Evaluación del Proyecto

Fuente: BESLEY Scout, BRIGHAM Eugene; “Fundamentos de Administración Financiera”; Editorial Mc GRAW-Hill; México; 2000; Pág. 389

¹⁹ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002. Pág. 257.

²⁰ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 181.

Se establecerán criterios de decisión tomando como instrumento el VAN si:

VAN = 0 , indiferente	El valor actual neto igual a cero, significa que las utilidades alcanzadas en el proyecto sirven solo para compensar el costo de oportunidad.
VAN < 0 , no recomendable	Un valor actual neto negativo quiere decir que las utilidades generadas no cubren el costo de oportunidad.
VAN > 0 , recomendable	Un valor actual neto positivo significa que la utilidad percibida es mayor al costo de oportunidad y alcanza para cubrir el mismo.

- **TMAR**

Para el Valor Presente, es necesario definir la tasa de descuento que corresponde a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), dicha tasa de rendimiento es la mejor alternativa de inversión disponible. Para el cálculo de esta tasa se aplicará la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + f$$

FUENTE: BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 176.

Donde:

f: Premio al riesgo; 7%

i: Inflación; 9.29%

Los porcentajes mencionados anteriormente están vigentes al 27 de junio del 2008.

- **Tasa Interna de Retorno**

“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.”²¹ Un proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés que se habría obtenido de algunas alternativas de inversión. Es decir, la TIR no debe ser menor que el costo de oportunidad del capital. Además la TIR nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en la alternativa de inversión seleccionada.

- **Período de Recuperación de Capital**

Este método permitirá conocer en que tiempo se va a recuperar la inversión. Cuando más rápido sea el periodo de recuperación, menor será el riesgo y mayor liquidez se tendrá.

2.3.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad se identificarán las variables más relevantes que pueden incidir en la decisión del proyecto, con el propósito de conocer el riesgo que puede tener la inversión al variar sus valores.

²¹ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001. Pág. 216.

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

“El Objetivo del Estudio de Mercado es determinar la cantidad de servicios provenientes de la nueva unidad productora, que bajo determinadas condiciones de precio y cantidad, la comunidad estará dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades”²².

Mediante el estudio del mercado se determinó la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un servicio determinado. Para el presente proyecto se utilizó la Investigación de Mercado como una herramienta que permite obtener la información necesaria para conocer las expectativas que las mujeres tienen de los servicios que ofrecen los Centros de Desarrollo Infantil. En el estudio de mercado se analizarán los siguientes elementos:

- Investigación de Mercados.
- Análisis de la Oferta.
- Análisis de la Demanda.
- Elaboración de la Estrategia Comercial 4 P's

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La finalidad de la Investigación de mercados es la de proveer información para la toma de decisiones sobre el curso de acción que deberá seguir el presente proyecto. Además permitirá conocer y analizar las necesidades insatisfechas y la conducta de las mujeres residentes en la Urbanización Ciudad de Quito y sectores aledaños a la misma, con respecto a los servicios que ofrecen los Centros de Desarrollo Infantil.

²² MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002. Pág. 89.

3.1.1. IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El problema investigativo se traduce en la determinación de la conveniencia de crear un Centro de Desarrollo Infantil, en la Urbanización Ciudad de Quito, Parroquia de Conocoto; para esto es necesario comprobar si los residentes del sector, están en posibilidad o no de acceder a dicho servicio. Para llevar a cabo el estudio se utilizaron métodos que permitirán obtener la suficiente información de las características que las madres de familia buscan al momento de requerir el servicio de cuidado infantil para sus hijos.

3.1.1.1. Planteamiento del Problema Investigativo

El objetivo del problema investigativo fue determinar las necesidades, características y comportamientos de las mujeres residentes en la Urbanización Ciudad de Quito y sectores aledaños a la misma, que tienen niños entre uno y cinco años o piensan tener hijos a corto o mediano plazo, y que por falta de tiempo para cuidar de sus hijos se ven en la necesidad de adquirir un servicio de cuidado infantil.

3.1.1.2. Objetivos de la Investigación de Mercado

3.1.1.2.1. Objetivo General

Obtener información que permita conocer si existe la necesidad de adquirir los servicios de cuidado infantil y servicios contemporáneos dirigidos a las madres de familia de la Urbanización Ciudad de Quito y sectores aledaños a la misma.

3.1.1.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer la aceptación de las madres de familia del servicio.
- Definir los servicios que ofrecerá el Centro de Desarrollo Infantil tanto a los niños como a las madres.

- Conocer las necesidades de los clientes antes de adquirir éste servicio.
- Determinar el nivel de pago aceptable.

3.1.1.3. Información Requerida

El objetivo es obtener información técnicamente calificada que permita la identificación de varios factores críticos detallados en el segmento de mercado; que servirán más adelante para determinar datos como:

- Tamaño del mercado,
- Demanda actual,
- Características de la demanda actual,
- Niveles de precios,
- Servicios ofrecidos por la competencia y;
- Medios publicitarios y promociones de preferencia.

3.1.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información consisten en todas aquellos datos que son útiles y necesarios para el proceso de investigación; para el presente proyecto se utilizó:

- Fuentes de Información Secundarias
- Fuentes de Información Primarias

A continuación se presenta la información obtenida:

3.1.2.1. Fuentes de Información Secundaria

Son aquellas que nos proveen de datos a través de otro tipo de organizaciones para este caso se obtuvo información de:

- *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y Unidad de Estudios e Investigación (DMTV-MDMQ).*

Se obtuvo información estadística del último censo realizado por INEC “VI Censo de Población y V de la Vivienda, 2001; Población y Provincia Pichincha” y en la página web del Municipio de Quito²³; que sirvió para la segmentación del mercado objetivo en la Parroquia de Conocoto.

- *Ministerio de Bienestar Social*

En el Ministerio de Bienestar Social se pudo obtener información sobre los lineamientos y requisitos legales que se deben cumplir previos al funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil, dicha información se encuentra en el “Registro Oficial No. 309 del 19 de Abril del 2.001, Art. 12”; la información se presentará en el Estudio Técnico – Administrativo.

3.1.2.2. Fuentes de Información Primaria

Son aquellas que nos permiten obtener información con la finalidad de aprovechar la experiencia de personas o empresas del mercado objetivo. Al inicio del proyecto se realizaron entrevistas a expertos en el área infantil, con el fin de obtener información acerca de los detalles previos al funcionamiento, métodos de enseñanza, estándares de calidad que se manejan en la actualidad, número de niños con los que inician las actividades de acuerdo a la experiencia de la personas encargadas de los de Centro de Desarrollo Infantil, además el número de parvularias para la atención de los niños:

- a) *Entrevista con Expertos*

Con el objetivo de obtener la mayor información sobre el mercado actual de los Centros de Desarrollo Infantil se realizaron entrevistas a: la Licenciada Nancy Carrillo Jefa Técnica de Desarrollo Infantil del Ministerio de Bienestar Social y a

²³ w4.quito.gov.ec/mapas/indicadores/proyeccion_zona.htm

tres directoras encargadas de diferentes Centros de Cuidado Infantil del sector centro - norte de la Parroquia de Conocoto.

Se realizó una entrevista no estructurada a la Licenciada Nancy Carrillo, Jefa Técnica de Desarrollo Infantil del Ministerio de Bienestar Social, con el fin de conocer los criterios y estándares de calidad que maneja el Ministerio de Bienestar Social para el funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil y mencionó que:

- Los Centros de Desarrollo Infantil inician generalmente sus operaciones con alrededor de 30 niños, acudiendo aproximadamente el 60% de niños a medio tiempo y el 40% restante a tiempo completo. Dicha informante señaló además que hasta el mes de marzo ingresan niños a los centros educativos, en un promedio de 6 niños durante los dos primeros meses y un promedio de 3 niños en los siguientes meses; durante el mes de agosto, mes de vacaciones, cerca del 40% de los niños permanecen en los Centros de Desarrollo Infantil.
- El Ministerio de Bienestar Social contempla estándares que regulan el número de parvularias para la atención de los niños dentro de un Centro de Desarrollo Infantil de la siguiente manera:

Niños de 1 a 2 años, habrá una educadora para cada 10 niños.

Niños de 2 a 3 años, una educadora para cada 15 niños

Niños de 3 a 4 años, una educadora para 20 niños.

Niños de 4 a 5 años, una educadora para cada 25 niños.

Sin embargo existen Centros de Desarrollo Infantil que consideran tener un número mayor de parvularias como estrategia de mercado. Además indica que existen estándares de calidad para la infraestructura, condiciones físicas y ambientales del Centro de Desarrollo Infantil, donde se especifican características del local, área física, el estado de la construcción, peligros potenciales, saneamiento y servicios básicos con los que cuentan.

Los estándares mencionados anteriormente se encuentran en el folleto emitido por el Ministerio de Bienestar Social “Estándares de Calidad para los Centros de Desarrollo Infantil”, el control de la aplicación de los estándares es realizado por el Ministerio previo al permiso de funcionamiento.

Se realizaron adicionalmente entrevistas no estructuradas a tres Directoras encargadas del funcionamiento de los Centros de Desarrollo Infantil: Gotitas de Ternura, Creciendo Felices y Perinola. Como resultado de las entrevistas se puede señalar que las entrevistadas coinciden que previo al funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil se debe investigar las características mercadológicas que buscan las madres de familia para el cuidado de sus niños y consideran que los Centros de Desarrollo Infantil facilitan las actividades formativas y de intercambio con las madres, aludiendo que el desarrollo intelectual del niño depende de la pedagogía que se maneje en la institución, por lo que recomiendan utilizar una formación que entregue las estrategias necesarias para su progreso, como estimulación temprana, desarrollo del pensamiento, libre aprendizaje del infante utilizando juegos que les permita desarrollar diferentes habilidades; desde esta perspectiva indican que éstos elementos son determinantes para formar seres humanos amorosos, éticos, talentosos, creadores y competentes; de igual manera señalan que el personal y los materiales utilizados en los Centros de Desarrollo Infantil deben estar acordes con los diferentes programas establecidos para la enseñanza de los niños según el grupo de edad al que pertenezcan. Adicionalmente mencionaron que un Centro de Desarrollo Infantil al iniciar sus actividades tiene aproximadamente entre 10 y 20 infantes, pero para el primer año de funcionamiento se logra tener aproximadamente entre 20 y 30 niños; los tres centros han venido funcionando más de tres años y han logrado tener y ocupar su capacidad máxima instalada.

Afirmaron que el crecimiento de la demanda en los centros infantiles es aproximadamente 10 niños por año y coinciden con el Ministerio de Bienestar Social que aproximadamente el 60% de niños acuden a medio tiempo y el 40% restante a tiempo completo, pero en el mes de agosto, mes de vacaciones, a pesar de la salida de algunos niños, se mantiene un 40%, con el ingreso de

nuevos niños por vacaciones y otros niños que en general han asistido durante todo el año escolar. En consecuencia para el diseño del proyecto se considerarán todos los aspectos mencionados anteriormente para el nuevo Centro de Desarrollo Infantil.

3.1.2.3. Investigación Exploratoria

Para competir dentro del segmento de mercado de los servicios que ofrece un Centro de Desarrollo Infantil, se deberá ofrecer un servicio de iguales o mejores características que los brindados por la competencia. A continuación se presenta como se realizó la investigación exploratoria:

3.1.2.3.1. Encuesta Exploratoria Previa

Para el presente proyecto se utilizó la encuesta exploratoria previa que proporcionó la información básica sobre las características que buscan las mujeres al momento de requerir el servicio del Centro de Desarrollo Infantil.

Se realizaron 25 encuestas previas en septiembre del 2007 en donde se preguntó de forma verbal a las mujeres residentes en la Urbanización Ciudad de Quito y sus alrededores, por encontrarse una variedad de negocios atendidos en su mayoría por mujeres, si requerían del servicio que ofrece un Centro de Desarrollo Infantil y cuales son las expectativas que se consideran (variedad de servicios, calidad, horarios y precios) al momento de buscar un servicio de cuidado para sus hijos; dichas encuestas fueron suficientes para determinar las características mercadológicas que deben ser incorporados a la encuesta definitiva.

3.1.2.3.2. Resultados de la Encuestas Exploratoria Previa

La investigación exploratoria previa comprobó que existe un porcentaje representativo de mujeres (79%) que requerirán a corto o mediano plazo el

servicio del Centro de Desarrollo Infantil; además se llegó a concluir que generalmente las mujeres prefieren un lugar cercano a su residencia o lugar de trabajo, y un servicio que se acomode a sus horarios mientras realizan sus actividades laborales; señalan también que buscan una variedad de servicios que permitan a sus hijos desarrollarse en un ambiente adecuado donde realicen actividades como: juegos, arte, baile, teatro, entre otros; que los apoyen a desarrollar cada una de sus habilidades.

3.1.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el diseño de investigación se determinó: la unidad muestral, el tamaño del universo, el tamaño de la muestra y el método de recolección. A continuación se detalla cada uno:

3.1.3.1. Unidad Muestral

La Unidad de Muestreo para el presente estudio se determinó por medio de las siguientes preguntas:

- ¿A quién se encuesta?, y
- ¿Cuántas personas se encuestarán?

Para estimar la población objetivo, se tomó como datos el número de habitantes residentes en la Urbanización Ciudad de Quito y Sectores aledaños a la misma como: el Sector del INFA y Sectores de Santa Mónica Etapa I y II, la información se obtuvo de estudios realizados por la Unidad de Estudios e Investigación del Distrito Metropolitano de Quito según Parroquias y Administración Zonal. Para continuar con el estudio, se reconocerá a la Urbanización y sectores aledaños como Zona de Influencia. La unidad muestral son las madres de familia que desean adquirir el servicio que ofrece el Centro de Desarrollo Infantil.

En el siguiente cuadro se muestra el total de la población de mujeres en edad fértil de la Zona de Influencia:

Cuadro No. 3

POBLACIÓN DE MUJERES POR GRUPOS DE EDAD EN LA URBANIZACIÓN CIUDAD DE QUITO Y SECTORES ALEDAÑOS A LA MISMA AL AÑO 2001

ZONA	SECTOR	EDAD					Total
		15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	
		Mujer	Mujer	Mujer	Mujer	Mujer	
004	(009)URB. CIUDAD DE QUITO	16	14	11	15	12	68
004	(009) Santa Mónica Etapa I	49	43	38	44	41	215
004	INFA	31	36	31	28	67	193
005	(007) Santa Mónica Etapa II	65	51	62	68	43	289
005	(008) Santa Mónica Etapa III	39	45	32	51	57	224
Total Edad Mujeres entre 15 - 39						989	

Fuente: Lista por Áreas Parroquia de Conocoto, Departamento de Planificación DMTV - MDMQ

Elaborado por: Estefanía Villalba

Para estimar la población objetivo, se consideró a las mujeres en edad fértil, entre 15 y 39 años edad; y para realizar la proyección de dicho segmento al año 2.008 se utilizó como referencia la Tasa de Crecimiento (4,5%) de la Parroquia de Conocoto (**Ver Anexo 1**). En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de mujeres que constituyen la población de estudio en la Zona de influencia:

Cuadro No. 4

PROYECCIÓN AL AÑO 2.008 DE LA POBLACIÓN DE MUJERES EN EDAD FÉRTIL DE LA URBANIZACIÓN CIUDAD DE QUITO Y SECTORES ALEDAÑOS

Año	Población de mujeres en edad fértil
2.001	989
2.002	1034
2.003	1080
2.004	1129
2.005	1179
2.006	1232
2.007	1288
2.008	1346

Fuente: Lista por Áreas Parroquia de Conocoto, Departamento de Planificación DMTV - MDMQ

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el Cuadro No. 4, la población femenina incrementa cada año, se tiene que para el año 2.008 las mujeres en edad fértil serán 1.346 esta cantidad representa la demanda potencial.

3.1.3.2. Selección de la Muestra

Según datos obtenidos de la población objetivo, se procedió a calcular la muestra, para el efecto se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple, por tener una muestra finita de 1.346 mujeres en edad fértil; para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró un error planificado del 5% con el fin de obtener datos confiables y representativos para el presente estudio (**Ver Anexo 2**). Las encuestas realizadas fueron de 92. En el siguiente cuadro se muestra el número de encuestas realizadas en la zona de influencia; para el resultado se utilizó el método simple estratificado, por ser la población de similares características, pero en barrios de diferentes tamaños como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 5

NÚMERO DE ENCUESTAS A TOMAR POR SECTOR

ZONA	SECTOR	%	No. DE ENCUESTAS A TOMAR
004	(009)URB. CIUDAD DE QUITO	6.88	6
004	(009) Santa Mónica I	21.74	20
004	INFA	19.51	18
005	(007) Santa Mónica II	29.22	27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

El tamaño calculado y desagregado por sector permitió conocer el número de encuestas a realizarse por sector, y conocer si las expectativas de las mujeres encuestadas difieren en el servicio de cuidado infantil.

3.1.3.3. Diseño del Instrumento

Se empleó un cuestionario a las mujeres residentes en la Zona de Influencia, este cuestionario consiste en una serie de preguntas que han sido elaboradas con el fin de conocer las necesidades de los clientes, la aceptación que tendrá el servicio, el medio de comunicación más adecuado que permitirá llegar a este mercado, los precios que están dispuestos a pagar, y todo aporte adicional que las encuestadas proporcionen (**Ver anexo No. 3**). Las encuestas se realizaron de manera aleatoria en las residencias y lugares de trabajo de la Urbanización Ciudad de Quito y sectores aledaños a la misma.

3.1.4. RECOLECCIÓN DE DATOS

El estudio investigativo se realizó en los meses de septiembre y octubre del año 2.007, a las mujeres residentes en la Urbanización Ciudad de Quito y sectores aledaños a la misma. Las principales dificultades para la recolección de datos fueron:

- a. Cooperación:** Desconfiaban del encuestador, incredulidad de que la encuesta era para efectos de estudio.
- b. Horarios:** Hubo limitación en horarios por parte de las madres de familia, que trabajan debido a poca disponibilidad de tiempo, sin embargo en este caso se realizaban las encuestas los fines de semana por la mañana.
- c. Conocimiento:** No todos las encuestadas conocían de los servicios que puede ofrecer un Centro de Desarrollo Infantil.

Una vez finalizado el proceso de recolección de datos por encuestas, se procedió a editar y codificar los resultados, asignándole a cada pregunta y respuesta un código para facilitar el procesamiento de los datos (**Ver Anexo No.4**).

3.1.5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos primarios obtenidos en las encuestas, se utilizaron cuadros y gráficos para la explicación de cada pregunta; además se realizó la tabulación del total de las encuestas debido a que las mujeres encuestadas en los diferentes sectores tienen características similares.

Pregunta No. 1: ¿Tiene niños menores de cinco años o piensa tenerlos en los siguientes dos años?

Cuadro No. 6

TIENE NIÑOS MENORES A CINCO AÑOS O PIENSA TENERLOS EN LOS SIGUIENTES DOS AÑOS	Porcentaje	Inferencia del Universo
SI	79%	843
NO	21%	220
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 1



Análisis:

En el gráfico número 1 se puede observar que la mayoría de mujeres tienen niños menores de cinco años o piensan tenerlos en los siguientes dos años (79%), las

mismas se pueden considerar como clientes potenciales para el Centro de Desarrollo Infantil.

Pregunta No. 2: Señale su ocupación actual.

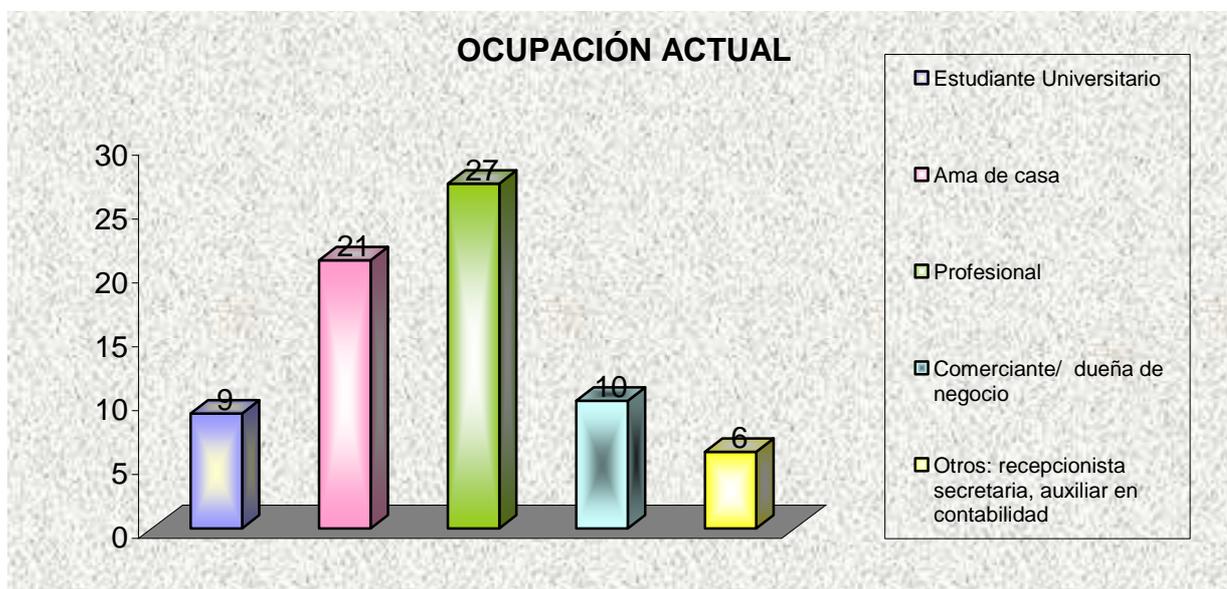
Cuadro No. 7

SEÑALE SU OCUPACIÓN ACTUAL	Porcentaje	Inferencia del Universo
Estudiante Universitario	12%	131
Ama de casa	29%	306
Profesional	37%	393
Comerciante/ dueña de negocio	14%	146
Otros: recepcionista secretaria, auxiliar en contabilidad	8%	87
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 2



Análisis:

Es importante conocer la ocupación actual de las personas encuestadas, ya que de esta manera se puede identificar el mercado que requiera del servicio y que económicamente pueden acceder al mismo. En el gráfico No.2 se puede observar

que la mayoría de encuestados (51%) realizan una actividad económica, dentro de éste grupo están: profesionales con el 37%, y los comerciantes o dueños de negocios con el 14%, el 29% de las madres son amas de casa, y 12% son estudiantes; es muy probable que estas personas requieran el servicio del centro de cuidado infantil mientras realizan sus actividades diarias.

Pregunta No. 3: Escoja el grupo de edad al que pertenece.

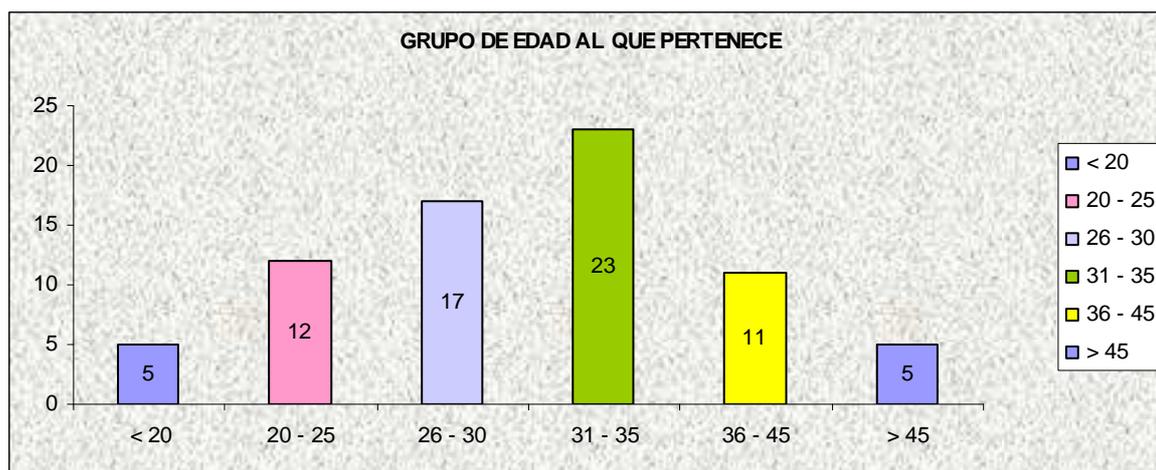
Cuadro No. 8

ESCOJA EL GRUPO DE EDAD AL QUE PERTENECE	Porcentaje	Inferencia del Universo
< 20	7%	73
20 - 25	16%	175
26 - 30	23%	248
31 - 35	32%	335
36 - 45	15%	160
> 45	7%	73
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 3



Análisis:

Como se puede observar en el gráfico 3 la mayoría de las encuestadas (ver pregunta No. 1) tienen entre 20 y 35 años de edad (71%), este porcentaje

constituye el mercado efectivo para el servicio del Centro de Desarrollo Infantil, ya que constituyen mujeres en edad fértil y con especial predisposición a tener niños.

Pregunta No. 4: Indique su estado civil.

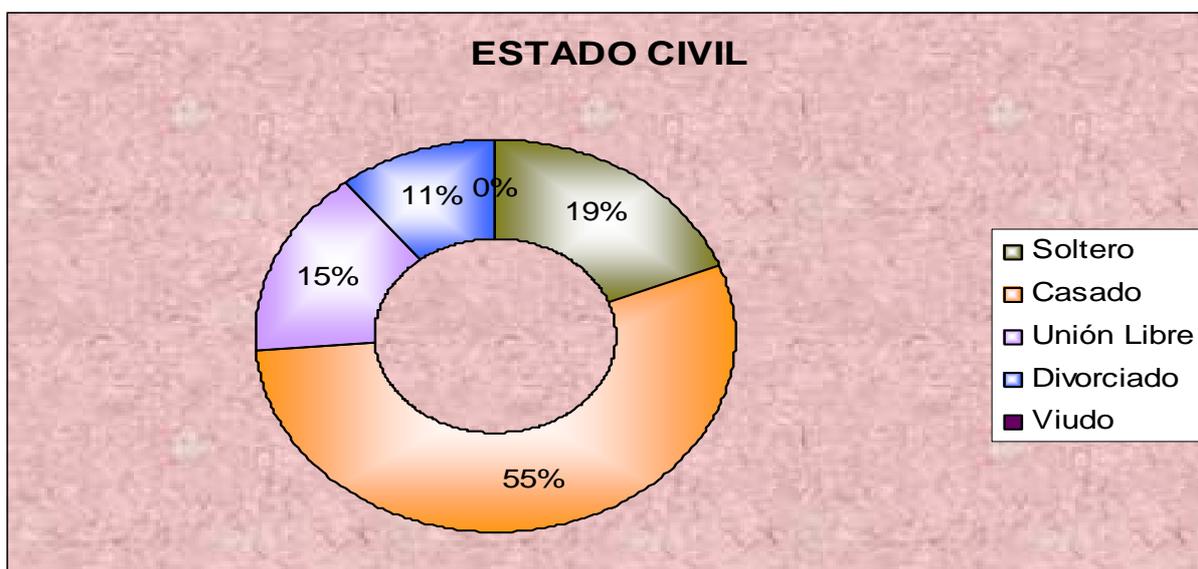
Cuadro No. 9

INDIQUE SU ESTADO CIVIL	Porcentaje	Inferencia del Universo
Soltero	19%	204
Casado	55%	582
Unión Libre	15%	160
Divorciado	11%	116
Viudo	0%	0
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 4



Análisis:

Como se puede observar en el gráfico 4 la mayoría de las mujeres encuestadas son casadas (55%), seguido de las mujeres solteras con el 19% y un 15% en

unión libre; en muchos de los casos se pudo observar que las mujeres que tienen hijos y son parte de la fuente de ingreso tienen la necesidad de un servicio de cuidado infantil para sus hijos, mientras ellas realizan sus actividades.

Pregunta No. 5. Seleccione dependiendo de su nivel de ingreso familiar mensual.

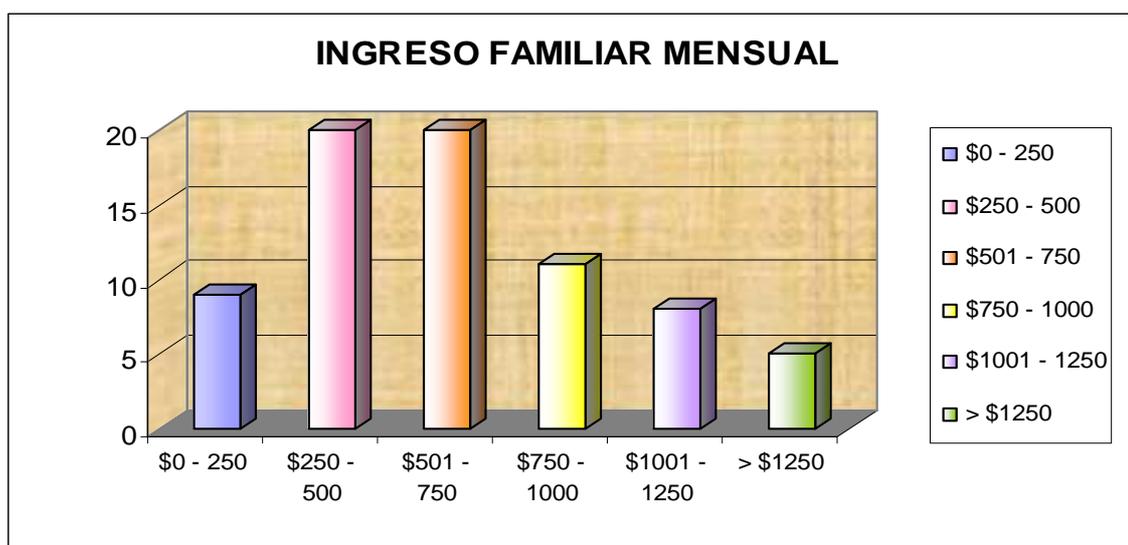
Cuadro No. 10

SELECCIONE DEPENDIENDO SU NIVEL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL	Porcentaje	Inferencia del Universo
\$0 - 250	12%	131
\$250 - 500	27%	291
\$501 - 750	27%	291
\$750 - 1000	15%	160
\$1001 - 1250	11%	116
> \$1250	7%	73
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 5



Análisis:

Los ingresos familiares (gráfico No.5) permiten conocer quienes están en posibilidades de adquirir los servicios de cuidado infantil. De acuerdo al gráfico

anterior el segmento de mercado al que estará dirigido el Centro Infantil son las mujeres que tienen ingresos mensuales familiares mayores a \$500, considerando que el precio del servicio de cuidado infantil esta entre \$100 y \$150, de acuerdo a la información proporcionada por las encuestadas.

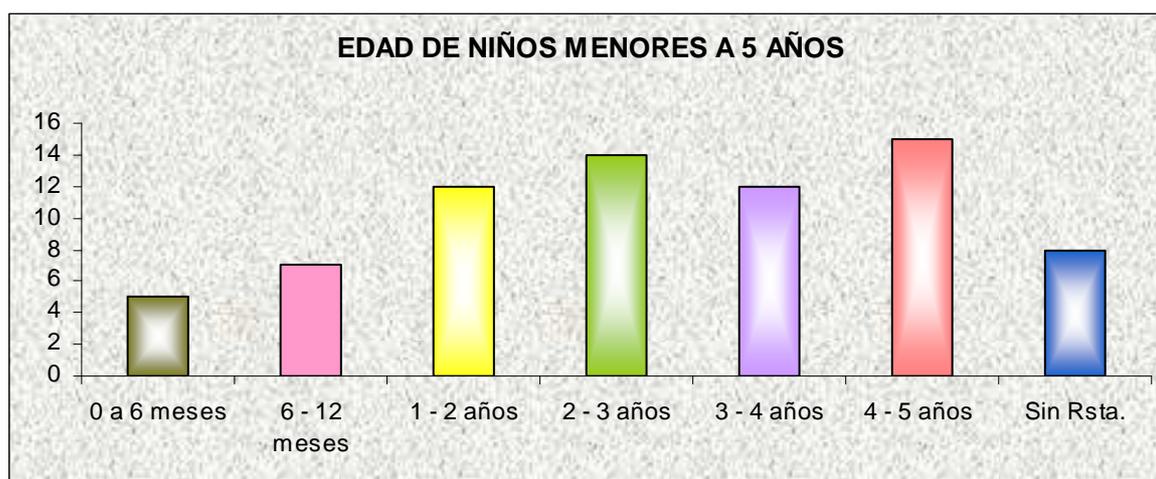
Pregunta No. 6. Señale las edades de sus niños menores a 5 años.

Cuadro No. 11

SEÑALE LAS EDADES DE SUS NIÑOS MENORES A CINCO AÑOS	Porcentaje	Inferencia del Universo
0 a 6 meses	7%	73
6 - 12 meses	10%	102
1 - 2 años	16%	175
2 - 3 años	19%	204
3 - 4 años	16%	175
4 - 5 años	21%	218
TOTAL	89%	947
Sin Rsta.	11%	116
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 6



Análisis:

El objetivo de esta pregunta es conocer entre que edad se encuentran los hijos de las mujeres encuestadas, se determinó que la mayoría de mujeres tienen niños

entre 4 y 5 años, seguido los niños de 2 y 3 años con el 19%, mientras que de 1 a 2 años y de 3 a 4 años abarcan el 16%, y por último los niños entre 0 a 6 meses y de 6 a 12 meses con el 7 y 10% respectivamente.

Pregunta No. 7. ¿A partir de que edad usted considera adecuado que su hijo asista a un centro infantil?

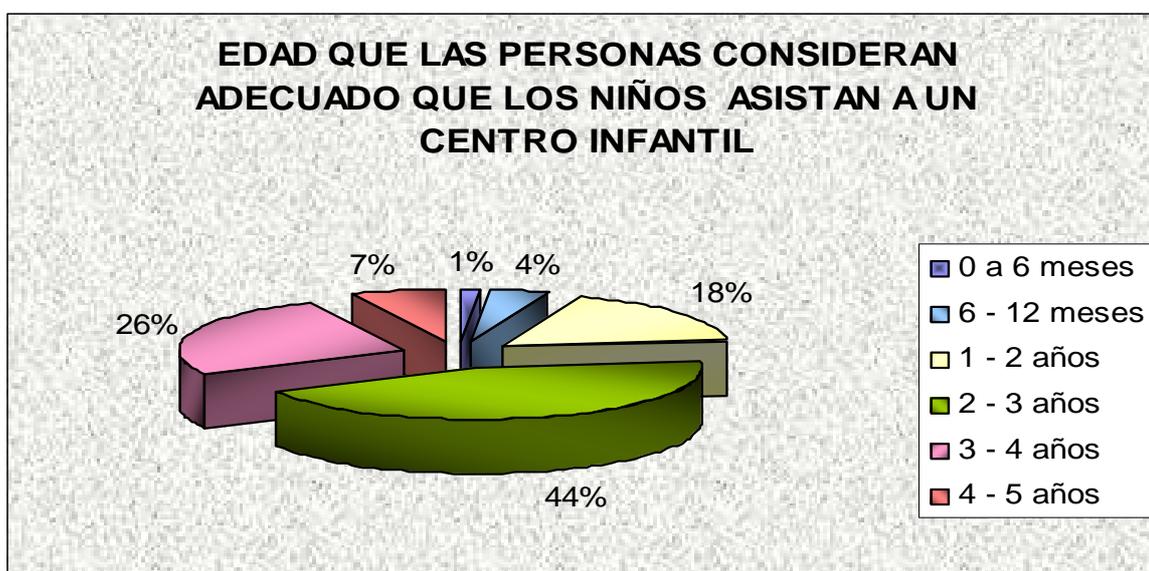
Cuadro No. 12

A PARTIR DE QUE EDAD USTED CONSIDERAN ADECUADO QUE SU HIJO ASISTA A UN CENTRO INFANTIL	Porcentaje	Inferencia del Universo
0 a 6 meses	1%	15
6 - 12 meses	4%	44
1 - 2 años	18%	189
2 - 3 años	44%	466
3 - 4 años	26%	277
4 - 5 años	7%	73
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 7



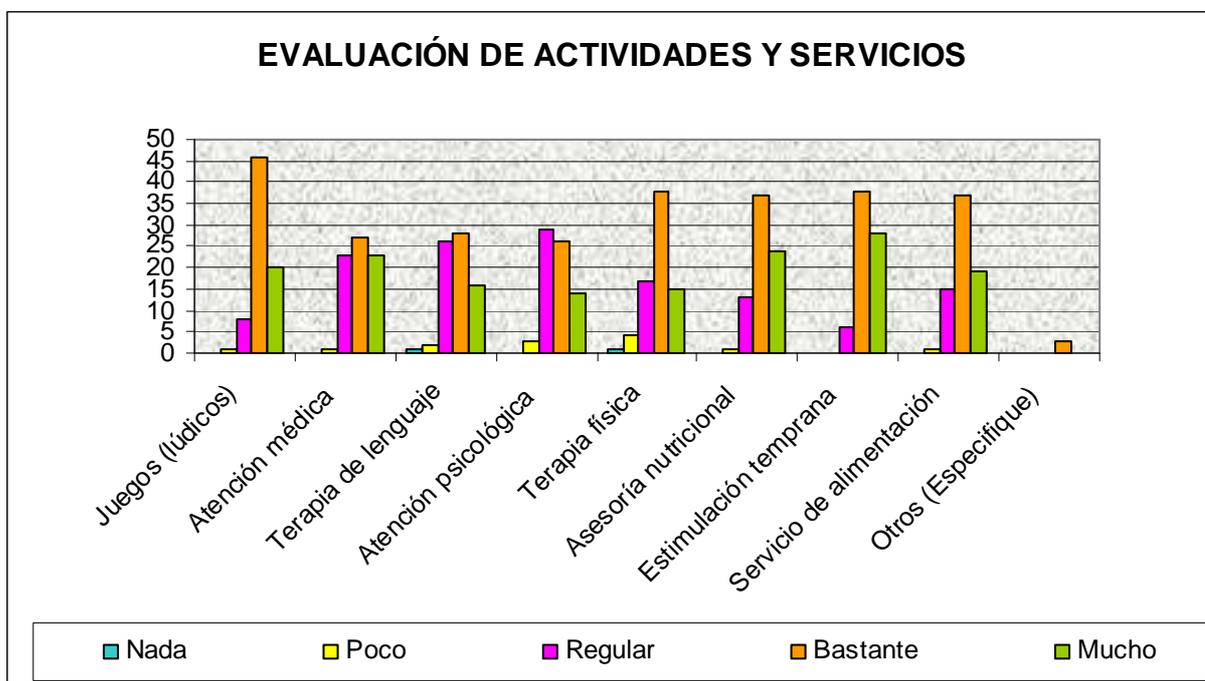
Análisis:

En el gráfico No. 7 se puede observar que las madres de familia consideran que la mejor edad para enviar a sus hijos al Centro de Desarrollo Infantil es desde los 2 a 3 años, este porcentaje constituye el 44%, mientras que el 26% cree

conveniente enviarlos desde los 3 a 4 años. Seguido del 18%, 1% y 4% enviarían a sus hijos desde 1 a 2 años de edad, de 0 a 6 meses y de 6 a 12 meses(1% y 4%) respectivamente, lo que significa que infantes menores a 1 año, corresponden a un mercado marginal que no deberá tomarse en cuenta al menos al inicio del proyecto. Se debe tomar en cuenta que el primer año de vida es fundamental para el desarrollo emocional del niño, en su primer año de vida, el bebé necesita del amor de sus madres, esto permite formar niños seguros y amorosos, pero es importante considerar que los servicios que entrega el Centro de Desarrollo Infantil complementan el desarrollo físico e intelectual de los niños por medio de las actividades que se realizan dentro del mismo permitiéndoles interactuar mejor con el medio que los rodea.

Pregunta No. 8. Evalúe el grado de importancia que usted considera a cada una de los servicios que puede ofrecer un centro infantil.

Gráfico No. 8



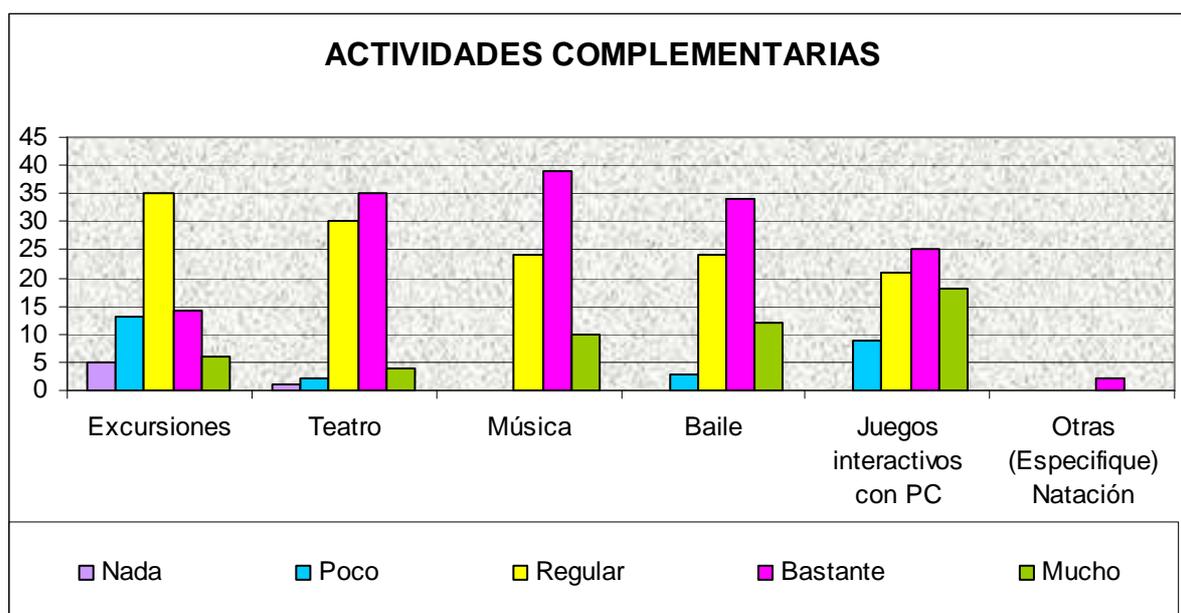
Análisis:

Se realizó ésta pregunta (No. 8) con el fin de conocer el grado de importancia de ciertas características de las actividades y servicios que un Centro de Desarrollo Infantil puede ofrecer; los datos implican que las madres de familia desean un

menú de servicios muy variado y complejo especialmente de la actividad lúdica como juegos didácticos con material poco estructurado para facilitar las respuestas creativas del infante, estimulación temprana; servicios como atención médica y psicológica, terapia de lenguaje, asesoría nutricional y servicio de alimentación, servicios que serán implementados según las necesidades de los clientes.

Pregunta No. 9. Evalúe el grado de importancia que usted considera a cada una de las actividades complementarias.

Gráfico No. 9



Análisis:

Las actividades complementarias de mayor aceptación fueron el baile, la música, el teatro, seguidas de las excursiones y juegos con PC; es importante realizar estas actividades coordinando diferentes horarios con el fin de que los niños realicen y desarrollen nuevas habilidades, de manera divertida. Es necesario

considerar estas actividades básicas y complementarias con el fin de entregar un servicio integral a las madres de familia.

Pregunta No. 10: Le gustaría monitorear las actividades de su hijo en el centro infantil a través de Internet.

Cuadro No. 13

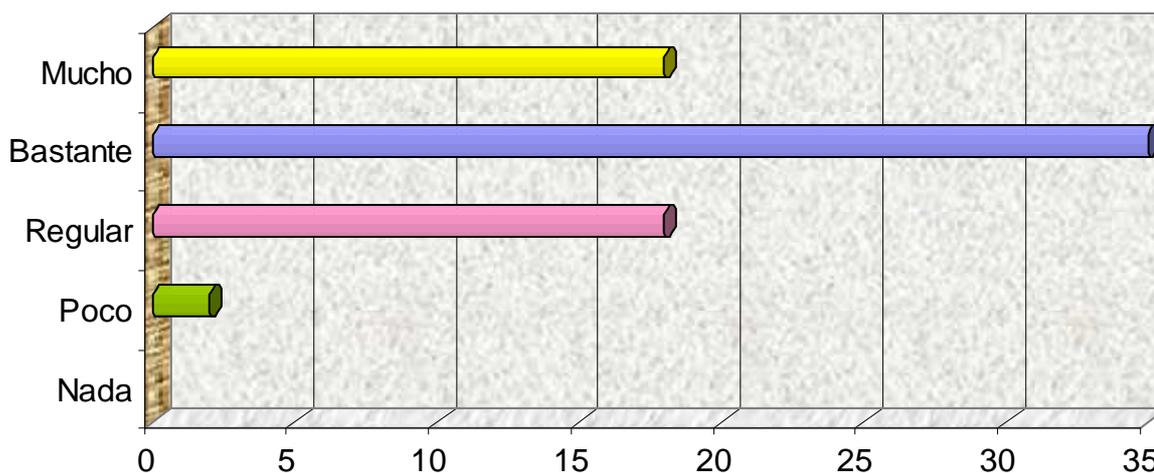
LE GUSTARÍA MONITOREAR LAS ACTIVIDADES DE SU HIJO EN EL CENTRO INFANTIL A TRAVÉS DE INTERNET	Porcentaje	Inferencia del Universo
Nada	0%	0
Poco	3%	29
Regular	25%	262
Bastante	48%	510
Mucho	25%	262
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 10

MONITOREAR LAS ACTIVIDADES DEL NIÑOS EN EL CENTRO INFANTIL



Análisis:

Cuando las madres de familia se ven obligados a dejar a sus niños en un centro de cuidado, pierden momentos importantes en el desarrollo de sus hijos, es por

esta razón que actualmente algunos Centros de Desarrollo Infantil han implementado la tecnología de vigilancia electrónica al desarrollo de sus actividades; el resultado de las encuestas señalan que al 48% de la madres de familia les gustaría observar las actividades de sus hijos a través del Internet, al 25% les gustaría observar a sus hijos mucho y de manera regular y un 3% utilizarían poco este servicio. Sin embargo a pesar de que el servicio de monitoreo tiene una buena acogida entre las madres de familia y garantiza la calidad de cuidado que ofrece el Centro de Desarrollo Infantil, existe una contraposición con la disponibilidad económica familiar, debido a que no hay la disposición a pagar por parte de las madres de familia por éste servicio adicional.

Pregunta No.11: No. de Niños vs. No. de Profesoras

Cuadro No. 14

NÚMERO DE PROFESORAS NECESARIAS PARA EL CUIDADO DE LOS NIÑOS					
No. Profesoras:	1	2	3	4	>5
No. Niños : 4 a 6	42%	52%	5%	0%	0%
Inferencia del Universo	451	553	58	0	0
No. Niños : 7 a 13	12%	48%	23%	16%	0%
Inferencia del Universo	131	0	0	0	0
No. Niños : 14 a 20	3%	25%	30%	22%	21%
Inferencia del Universo	29	0	0	0	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Análisis:

Es importante conocer la opinión de la gente acerca de la cantidad de profesionales que deben estar al cuidado de sus hijos, sin embargo se realizará una tabla comparativa para observar lo que las madres de familia consideran y

cuáles son los lineamientos que la ley establece para atender a un determinado número de niños:

Tabla No. 1

EDAD NIÑOS	MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL		MADRES DE FAMILIA	
	No. De Profesoras	No. De Niños	No. De Profesoras	No. De Niños
1 a 2 años	1	10	1 o 2	4 a 6
2 a 3 años	1	15	2 o 3	7 a 13
3 a 4 años	1	20	2 o 3	14 a 20
4 a 5 años	1	25		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en la tabla anterior el número de profesoras y niños difieren entre las madres de familia y el Ministerio de Bienestar Social; en consecuencia los profesionales que se receptaran para el cuidado de los niños se los contratará según las necesidades y limitaciones financieras del centro y necesidades de los niños.

Pregunta No.12. Horario de atención de preferencia

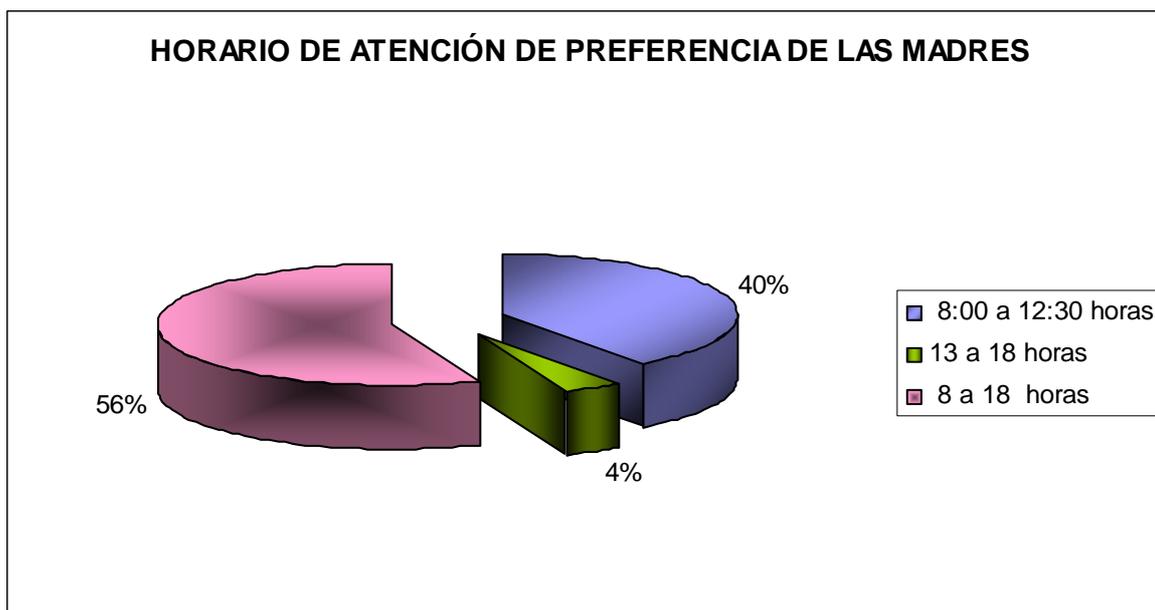
Cuadro No. 15

HORARIO DE ATENCIÓN DE PREFERENCIA DE LAS MADRES	Porcentaje	Inferencia del Universo
8:00 a 12:30 horas	40%	422
13 a 18 horas	4%	44
8 a 18 horas	56%	597
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 11

**Análisis:**

Se observa en el cuadro anterior que la mayoría de las personas requieren el servicio de tiempo completo, desde las 8 a las 18 horas que constituye el 56%, seguido del 40% a medio tiempo de 8 a 12:30 y el 4% de 13 a 18 horas; en consecuencia es necesario establecer diferentes horarios tanto en la mañana como en la tarde con el fin de satisfacer las necesidades de las madres.

13. Disposición del pago

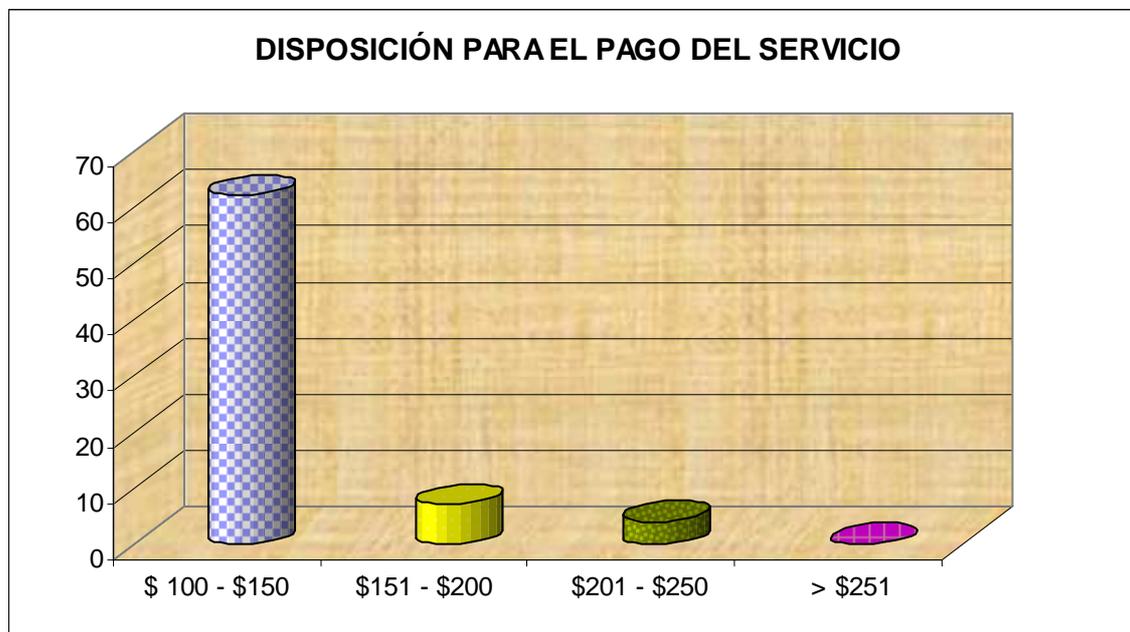
Cuadro No. 16

DISPOSICIÓN PARA EL PAGO DEL SERVICIO	Porcentaje	Inferencia del Universo
\$ 100 - \$150	85%	903
\$151 - \$200	10%	102
\$201 - \$250	5%	58
> \$251	0%	0
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

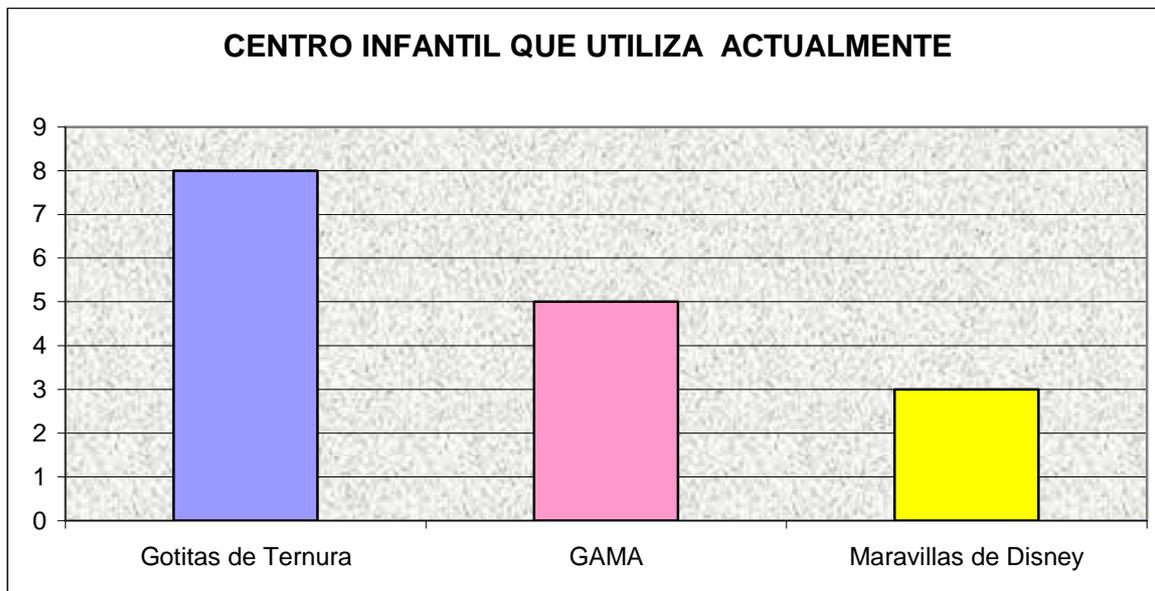
Gráfico No. 12

**Análisis:**

Con esta pregunta se puede conocer cuánto estarían dispuestos a pagar las madres de familia por los servicios de cuidado infantil; los resultados señalan de una manera muy clara que la mayoría de las encuestadas están dispuestas a pagar entre \$100 a \$150 mensuales; es de señalar además que este valor esta acorde a los precios del mercado en la zona de influencia; sin embargo existe un 10% que estaría dispuesta a pagar entre \$151 a \$200 mensuales e incluso un porcentaje menor (5%) pagaría de \$201 a \$250 dólares, cabe indicar que a pesar de que hay personas que estarían dispuestos a pagar precios altos por el servicio para el proyecto, se desea prestar un servicio que esté al alcance de todos, por lo que se imposibilitaría la vigilancia por medios electrónicos.

14. Señale el nombre y lugar de otros centros de desarrollo infantil que utiliza actualmente.

Gráfico No. 13

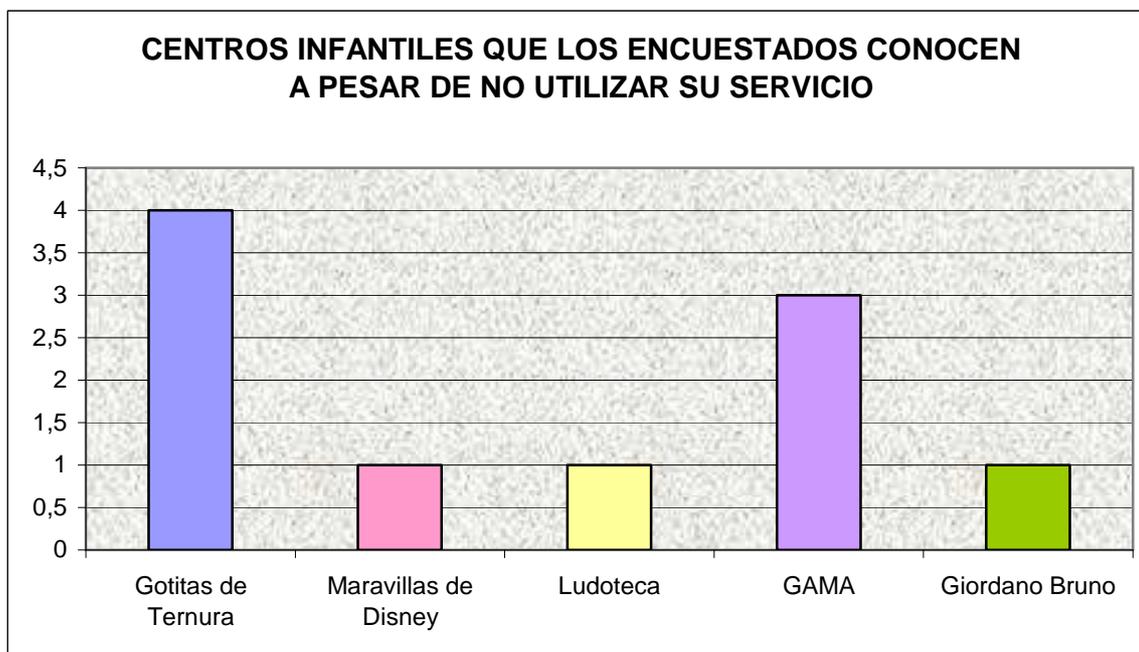


Análisis:

El objetivo de esta pregunta es obtener información de los diferentes Centros de Desarrollo Infantil que actualmente están utilizando el servicio, determinando los potenciales competidores. Se puede mencionar que no todos los Centros de Desarrollo Infantil citados (**Ver Anexo 5**), prestan servicio de Guardería como Lev Vygostky, Maravillas de Disney, Giordano Bruno; las que son unidades educativas que prestan servicios de prekinder, escuela y en algunos casos colegio, a niños desde cuatro y cinco años en adelante; esto se construiría en una ventaja para crear un centro infantil que si preste servicio de cuidado a niños menores de cinco años de acuerdo a las necesidades de las madres de familia.

15. Centro de desarrollo infantil que conoce.

Gráfico No. 14



Análisis:

Esta pregunta permitió conocer el posicionamiento Centros de Desarrollo Infantil que las encuestadas conocen es decir aquellos centros que a pesar de no utilizar su servicio podrían llegar a ser competidores potenciales. Cabe indicar que los Centros de Desarrollo Infantil no solo se encuentran en el sector del Valle sino también en Quito; además como se mencionó anteriormente los centros Maravillas de Disney y Giordano Bruno no todos prestan servicio de guardería, se podría considerar una ventaja que algunos centros no se encuentran en el valle ya que los futuros clientes pueden encontrar un servicio integral cerca del lugar donde viven. **(Ver Anexo 6).**

16. Cómo se enteró del centro de desarrollo infantil que usted utiliza.

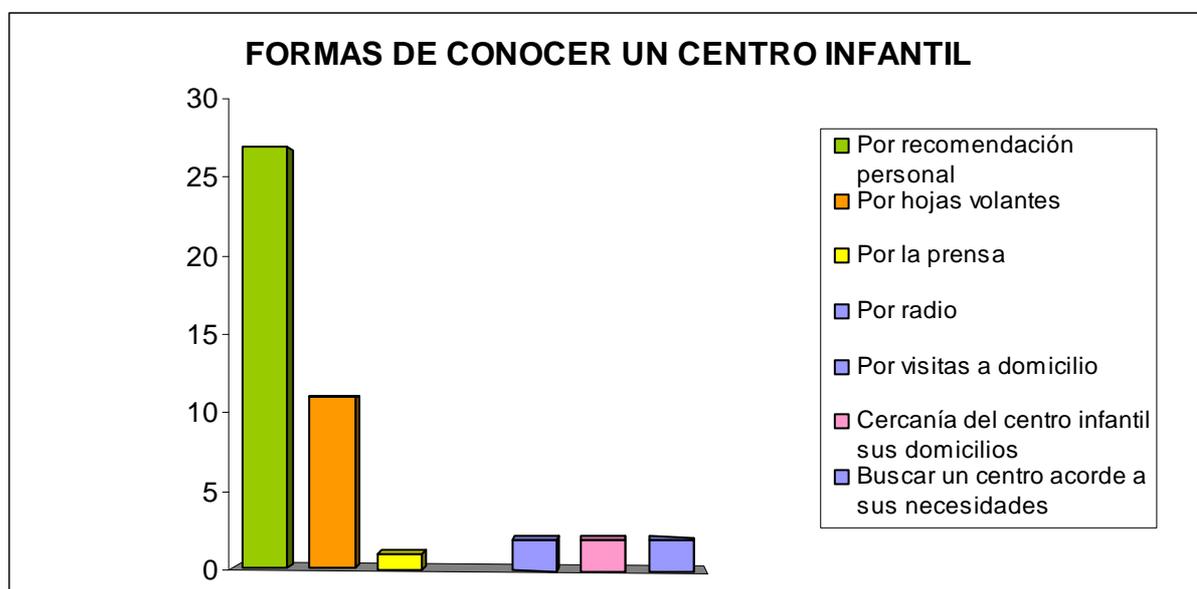
Cuadro No. 17

FORMAS DE CONOCER UN CENTRO INFANTIL	Porcentaje	Inferencia del Universo
Por recomendación personal	60%	638
Por hojas volantes	24%	260
Por la prensa	2%	24
Por radio	0%	0
Por visitas a domicilio	4%	47
Cercanía del centro infantil sus domicilios	4%	47
Buscar un centro acorde a sus necesidades	4%	47
TOTAL	100%	1063

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Gráfico No. 15



Análisis:

Esta pregunta permite identificar que la mejor forma de conocer un servicio es la recomendación personal, este tipo de publicidad es el mas efectivo y además no

tiene costo adicional para la empresa. Posteriormente el 25% por hojas volantes, el 4% por visitas a domicilio, y otras alternativas como cercanía de la institución a sus domicilios y la búsqueda de un lugar acorde a las necesidades de la gente; todos los medios de comunicación tienen su ventaja y su acogida, pero ninguno iguala a la recomendación personal.

Pregunta No. 17:Cuál sería su recomendación para un buen Centro de Desarrollo Infantil.

Las principales recomendaciones que la mayoría de las encuestadas (80%) consideran importantes para un buen centro infantil son:

- Personal Capacitado, con experiencia en la educación de niños, comprometidas al desarrollo integral de los infantes.
- Infraestructura adecuada, limpia y segura que cumpla con las exigencias de salud e higiene, además que existan áreas verdes y juegos infantiles seguros, fuera áreas peligrosas.
- Precios convenientes.
- Servicio de transporte.

Además en un menor porcentaje (60%) pero que son servicios importantes también para algunas mujeres son:

- Realizar actividades donde puedan participar las madres con los niños.
- Servicio de alimentación nutritiva.
- Horarios accesibles.
- Plan de educación integral y moderna.

Mediante ésta pregunta se pudo conocer lo que las personas buscan del servicio de cuidado infantil, es muy importante considerar todas las recomendaciones con el fin de entregar un servicio de calidad que cubra las necesidades de los clientes cumpliendo con las exigencias de las madres y niños.

3.1.6. CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Con el propósito de precisar el perfil del mercado actual, se presentan las siguientes tablas:

TABLA No. 2
OCUPACIÓN*GRUPO DE EDAD MUJERES * ESTADO CIVIL

OCUPACIÓN	GRUPO DE EDAD	ESTADO CIVIL				Total
		Casado	Divorciado	Soltero	Unión Libre	
Ama de casa	< 20	1	0	0	0	1
	20 - 25	2	0	1	0	3
	26 - 30	2	2	0	0	4
	31 - 35	7	1	1	0	9
	36 - 45	1	0	1	0	2
	> 45	0	0	1	1	2
	Total		13	3	4	1
Comerciante/D.N	< 20	1	0	0	0	1
	20 - 25	1	0	0	0	1
	26 - 30	1	0	0	2	3
	31 - 35	0	1	1	0	2
	36 - 45	1	0	1	0	2
	> 45	0	0	1	0	1
	Total		4	1	3	2
Estudiante Universitario	< 20	1		0	0	1
	20 - 25	2		2	0	4
	26 - 30	0		1	2	3
	31 - 35	0		0	1	1
	Total		3		3	3
Otros: Recepcionista Secretaría Aux. en Contabilidad	< 20	0	0	0	1	1
	20 - 25	1	0	1	0	2
	26 - 30	0	0	1	0	1
	31 - 35	0	1	0	0	1
	36 - 45	0	1	0	0	1
	Total		1	2	2	1
Profesional	< 20	0	0	0	1	1
	20 - 25	0	0	1	1	2
	26 - 30	4	0	0	2	6
	31 - 35	12	1	0	1	14
	36 - 45	2	0	0	0	2
	> 45	1	0	1	0	2
	Total		19	1	2	5

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en la tabla anterior, el segmento de mercado se comienza a definir con las tres variables (ocupación, edad de mujeres y estado civil). La edad de las mujeres consideradas como mercado actual esta entre 20 y 35 años de edad, particularmente entre 31 y 35 años este segmento corresponde al 60% de las mujeres encuestadas, en su mayoría son casadas, con ocupación laboral (profesional) y ama de casa.

TABLA No. 3
OCUPACIÓN * GRUPO DE EDAD MUJERES * EDAD NIÑOS

OCUPACIÓN	GRUPO DE EDAD	EDAD NIÑOS							Total	
		N/A	0-6 meses	6-12 meses	1-2 años	2-3 años	3-4 años	4-5 años		
Ama de casa	GRUPO DE EDAD	< 20	0	0	0	0	0	0	1	1
		20 - 25	0	0	1	0	1	0	1	3
		26 - 30	0	0	0	1	1	0	2	4
		31 - 35	2	1	1	0	1	3	1	9
		36 - 45	1	0	0	0	0	0	1	2
		> 45	0	0	1	1	0	0	0	2
	Total	3	1	3	2	3	3	6	21	
Comerciante/D.N	GRUPO DE EDAD	< 20	0	0	0	0	1	0	0	1
		20 - 25	0	0	0	0	0	1	0	1
		26 - 30	1	0	1	0	0	1	0	3
		31 - 35	0	0	0	0	1	1	0	2
		36 - 45	0	1	0	0	0	1	0	2
		> 45	0	0	0	1	0	0	0	1
	Total	1	1	1	1	2	4	0	10	
Estudiante Universitario	GRUPO DE EDAD	< 20	0	1	0	0	0	0	0	1
		20 - 25	1	0	1	1	1	0	0	4
		26 - 30	1	0	0	1	1	0	0	3
		31 - 35	0	0	0	0	1	0	0	1
		Total	2	1	1	2	3	0	0	9
Otros: Auxiliar en contabilidad, recepcionista, secretaria	GRUPO DE EDAD	< 20	0	1	0	0	0	0	0	1
		20 - 25	0	0	0	0	1	0	1	2
		26 - 30	0	0	0	0	1	0	0	1
		31 - 35	0	0	0	0	1	0	0	1
		36 - 45	0	0	0	0	0	1	0	1
	Total	0	1	0	0	3	1	1	6	
Profesional	GRUPO DE EDAD	< 20	0	0	0	1	0	0	0	1
		20 - 25	1	0	0	0	1	0	0	2
		26 - 30	0	0	2	2	1	0	1	6
		31 - 35	0	2	1	2	2	4	3	14
		36 - 45	0	0	0	1	0	0	1	2
		> 45	1	0	0	0	0	0	1	2
	Total	2	2	3	6	4	4	6	27	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar se confirma el grupo de edad de las mujeres y la ocupación de tabla No.1, la relación que existe entre los grupos anteriores (grupo de edad mujeres, ocupación) y la edad de los hijos de las mujeres encuestadas que requerirán del servicio de cuidado, son:

- Mujeres entre 20 y 35 años;
- Ocupación actual laboral profesional, comerciante, ama de casa, y estudiantes universitarias;
- Y la edad de sus hijos preferente al grupo está entre 1 y 5 años; por lo que no se considerará infantes menores a un año.

TABLA No. 4

OCUPACIÓN * GRUPO DE EDAD MUJERES * NIVEL DE INGRESO

OCUPACIÓN	GRUPO DE EDAD	NIVEL DE INGRESO						Total	
		\$0-250	\$251-500	\$501-750	\$751-1000	\$1001-1250	\$1250		
Ama de casa	GRUPO DE EDAD	< 20	0	1	0	0	0	0	1
		20 - 25	1	1	1	0	0	0	3
		26 - 30	0	0	2	1	1	0	4
		31 - 35	3	2	0	3	1	0	9
		36 - 45	0	1	0	0	1	0	2
		> 45	0	1	0	0	0	1	2
	Total		4	6	3	4	3	1	21
Comerciante/D.N	GRUPO DE EDAD	< 20	0	1	0	0	0	0	1
		20 - 25	0	1	0	0	0	0	1
		26 - 30	0	1	1	0	1	0	3
		31 - 35	0	0	0	2	0	0	2
		36 - 45	0	1	1	0	0	0	2
	> 45	0	0	0	0	1	0	1	
Total			4	2	2	2	0	10	
Estudiante Universitario	GRUPO DE EDAD	< 20	1	0	0	0	0	0	1
		20 - 25	0	3	0	1	0	0	4
		26 - 30	0	0	2	0	1	0	3
		31 - 35	0	0	1	0	0	0	1
	Total		1	3	3	1	1	0	9
Otros: Auxiliar en contabilidad, recepcionista, secretaria	GRUPO DE EDAD	< 20	0	1	0	0	0	0	1
		20 - 25	0	2	0	0	0	0	2
		26 - 30	0	1	0	0	0	0	1
		31 - 35	1	0	0	0	0	0	1
	36 - 45	0	1	0	0	0	0	1	
Total		1	5	0	0	0	0	6	
Profesional	GRUPO DE EDAD	< 20	1	0	0	0	0	0	1
		20 - 25	0	0	2	0	0	0	2
		26 - 30	0	1	3	2	0	0	6
		31 - 35	1	1	5	3	1	3	14
		36 - 45	0	0	1	0	0	1	2
	> 45	1	0	1	0	0	0	2	
Total		3	2	12	5	1	4	27	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Estefanía Villalba

Una vez realizado los análisis anteriores es importante conocer el nivel de ingresos de las mujeres que desean adquirir el servicio del Centro de Desarrollo Infantil, en este caso el mercado al cual se proyecta el servicio son mujeres con ingresos familiares mayores a \$500, que cumplen con las características mencionadas en las tablas anteriores; de manera que el actual proyecto se dirigirá a éste segmento en particular.

TABLA No. 5

NIVEL DE INGRESO* HORARIO DE ATENCIÓN * DISPOSICIÓN DE PAGO

NIVEL DE INGRESO			DISPOSICIÓN DE PAGO			Total
			\$ 100 - \$150	\$151 - \$200	\$201 - \$250	
\$0-250	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	1	0	0	1
		13 a 18 horas	6	0	0	6
		8 a 18 horas	2	0	0	2
	Total		9	0	0	9
\$1001-1250	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	2	0	2	4
		13 a 18 horas	2	1	0	3
	Total		4	1	2	7
\$1250	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	3	0	0	3
		13 a 18 horas	0	1	1	2
	Total		3	1	1	5
\$251-500	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	8	1	0	9
		13 a 18 horas	10	0	0	10
		8 a 18 horas	1	0	0	1
	Total		19	1	0	20
\$501-750	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	6	0	0	6
		13 a 18 horas	13	0	1	14
	Total		19	0	1	20
\$751-1000	HORARIO DE ATENCIÓN	8:00 a 12:30 horas	5	0	0	5
		13 a 18 horas	3	3	0	6
	Total		8	3	0	11

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Estefanía Villalba

Confirmado el perfil de los clientes actuales es necesario conocer la disposición de pago para requerir del servicio de cuidado infantil y como es evidente en la tabla anterior las mujeres que cumplen con las características ya establecidas como edad, ocupación y nivel de ingresos expresan que estarían dispuestas a pagar entre \$100 y \$150 mensuales por los servicios ofertados por el Centro de Desarrollo Infantil.

Estos datos constituyen una oportunidad a ser aprovechada e indica la posibilidad de crear un Centro de Desarrollo Infantil; actualmente las madres de familia del sector ya no pueden dedicar todo su tiempo al hogar, muchas de ellas buscan su superación intelectual y profesional, además de aspirar mayores ingresos con los que puedan cubrir todas sus necesidades, en este caso el de requerir de terceras

personas que las apoyen en el cuidado de sus hijos durante el tiempo que cumplen con su jornada laboral u otras actividades.

Como resultado, se determinó que el **Segmento de Mercado** al se ofrecerá el servicio del Centro de Desarrollo Infantil son mujeres que cumplan con las siguientes características:

Geográficos:

Parroquia: Conocoto.
Barrios: Urbanización Ciudad de Quito y Sectores aledaños a la misma.

Demográficos:

Edad: Comprendida entre 20 y 35 años.
Género: Mujeres.
Ciclo de vida familiar: Con hijos entre 1 y 5 años o piensen tener niños a corto o mediano plazo.
Clase Social: media, media alta.
Ocupación: Actividad laboral, ama de casa o estudiante universitaria.
Ingresos mensuales: Mayores a \$500.

Psicológicos

Personalidad: Trabajador, Estudiante
Estilo de vida: Actividad laboral a medio y tiempo completo.
Valores: Necesidad de seguridad para sus hijos.

Conductuales

Beneficios deseados: Servicio proporcionado sea excelente a un precio aceptable.

Finalmente se puede concluir además que:

- Existe alrededor del 60% de mujeres encuestadas en la zona de influencia cumplen con las características mencionadas anteriormente (segmento de mercado) que tienen niños entre 1 y 5 años o piensan tenerlos en los dos siguientes años que aceptarían contratar un servicio de cuidado infantil para sus hijos.
- El servicio de cuidado infantil preferente de las madres de familia es un lugar que ofrezca a sus hijos seguridad y tranquilidad, que cuenten con instalaciones adecuadas, espacios verdes, personal capacitado y con experiencia en el cuidado y formación del niño.
- La mayoría de mujeres encuestadas (85%) estarían dispuestos a pagar por el servicio de cuidado infantil entre \$100 y \$150 mensuales.
- Los horarios de preferencia de las madres es de 8 a 13 horas y de 13 a 18 horas.

3.2. ANALISIS DE LA OFERTA

El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las condiciones de ciertos factores como servicios, precio, descuentos, entre otros que el mercado de la competencia pone a disposición del mercado.

La cuantificación de la oferta del servicio de cuidado infantil existente en la Zona de Influencia ha sido obtenida por las encuestas y por la observación directa a los Centros de Desarrollo Infantil cercanos a la zona de influencia.

3.2.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La oferta competitiva hace referencia a los competidores directos del nuevo Centro de Desarrollo Infantil; para este caso son dos centros que se encuentran específicamente en el sector del Valle de los Chillos, tomando en cuenta que

solamente uno está cerca de la zona de influencia y el otro centro esta ubicado en la zona central de Conocoto, los datos son presentados en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 18

CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL SECTOR DE CONOCOTO

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	NIÑOS ATENDIDOS
Centro de Desarrollo Infantil Bilingüe "Gotitas de Ternura"	Polit Lasso y Sucre, "Conocoto"	2073-744	50
Guardería "Centro de Integración y Desarrollo Infantil" GAMA	Av. Ciudad del niño, frente al hospital del INNFA, "Conocoto"	2347-025	55
TOTAL			105

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

A continuación se presentan las características de los dos centros infantiles:

Centro de Desarrollo Infantil "Gotitas de Ternura"

Dirección	Polit Lasso 459 y Sucre
Años de Experiencia	5 años en el mercado
Atención a	Niños de 2 años a 4 años de edad
Servicios	Educación integral y recreativas
Servicios adicionales	Guardería , estimulación temprana, educación y control de tareas para niños de 5 a 7 años de edad. Servicio de alimentación completa, psicológico, servicio de transporte.
Servicio de Transporte	
Horarios de Atención:	De 7:30 a 13:45 De 7:30- 17:30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Centro de Desarrollo Infantil "Gotitas de Ternura" no se encuentra cerca a la Urbanización Ciudad Quito, por lo tanto esto es una fortaleza para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil en la urbanización. La Organización de este centro esta al mando de una maestra Directora profesional parvularia quien se encarga de la administración pedagógica del centro, cuenta con 4 maestras

parvularias, un médico y psicólogo quienes realizan observaciones en forma quincenal a los niños del centro. La infraestructura que posee tiene una apariencia estética agradable, pero para la cantidad de niños que poseen las instalaciones son limitadas para sus actividades, también tiene una gran demanda en el sector; maneja el tema de “cupos limitados”, ya que su infraestructura tiene una capacidad para 50 niños que no le alcanza para cubrir toda la demanda. Éste centro tiene como segmento de mercado a familias de clase social media – media y media – alta.

Guardería "Centro de Integración y Desarrollo Infantil" GAMA

Dirección	Av. Ciudad del niño, frente al hospital del INNFA
Años de Experiencia	3 años en el mercado
Atención a	Niños de 1 año a 5 años de edad
Servicios	Estimulación temprana, educación integral y recreativas
Servicios adicionales	Guardería , estimulación temprana, educación, y control de tareas para niños de 5 a 7 años de edad. Servicio de alimentación completa, servicio de transporte.
Servicio de Transporte	
Horarios:	De 8h00 a 12:30pm De 8h00 a 15:00 pm

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Este centro es el más cercano a la Urbanización Ciudad de Quito; sin embargo para llegar a este centro se necesita de un medio de transporte por la distancia a recorrer. El Centro de Integración y Desarrollo Infantil pertenece a una fundación particular; que renta parte de las instalaciones del INNFA. El inmueble no es el adecuado para un Centro de Desarrollo Infantil, ya que las aulas se encuentran en mal estado y no cumplen con los requisitos de salubridad. Cuenta con una capacidad para atender a 70 niños, este Centro de Desarrollo Infantil tiene el personal necesario para el cuidado de los niños y su ventaja competitiva es la de cuidar de niños con cierta deficiencia mental. Éste centro tiene como segmento de mercado a familias de clase social media – baja y baja.

3.2.2. PROYECCION DE LA OFERTA

Con el fin 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 utilizó el incremento promedio porcentual del sector, la oferta actual que es de 105 niños y el número de años al cual se va a proyectar.

Para obtener el *promedio porcentual del sector* de la oferta se consideró la diferencia entre la capacidad máxima de atención y la cantidad de niños atendidos en los Centros de Desarrollo Infantil que representan la competencia, como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 19
INCREMENTO PROMEDIO PORCENTUAL DE LA OFERTA

Nombre de la Organización	Niños Atendidos	Capacidad Máxima de la Organización	Incremento	Porcentaje
Gotitas de Ternura	50	50	-	0%
GAMA	55	70	15	21%
Total	105	120	Promedio	11%
Fuente: Observación Directa				
Elaborado por: Estefanía Villalba				

Se concluye que el 11% representa el porcentaje de crecimiento de la oferta. A continuación se proyectó a cinco años, tomando en cuenta a la oferta actual como base y la tasa de crecimiento promedio del sector. Los datos de la proyección de la oferta se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 20
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Años	Cantidad Mensual de Niños
0	105
1	117
2	120
3	120
4	120
5	120

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

En el cuadro No. 20 se puede observar que la oferta máxima del sector actualmente es de 120 niños, ya que por varias razones como espacio físico y personal del centro (observación directa), no se puede incrementar, por lo mismo la oferta incrementa hasta el tercer año y no varía para los siguientes años como se puede apreciar en el cuadro anterior; esto se puede considerar como una ventaja para la apertura del Centro de Desarrollo Infantil.

3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.3.1. DEMANDA ACTUAL

La demanda actual se cuantificó en base a información primaria, la misma que se obtuvo de las encuestas realizadas en la zona de influencia, por lo que la demanda actual en el Centro de Desarrollo Infantil está dada por el número de mujeres en edad fértil que cumplen con las características mencionadas en el segmento de mercado. A continuación se presenta la demanda actual de mujeres en edad fértil que tienen niños entre uno y cinco años o que piensan tener niños a corto o mediano plazo y que además desean adquirir del servicio de cuidado infantil para sus hijos:

Cuadro No. 21

DEMANDA ACTUAL DE MUJERES EN EDAD FÉRTIL DE LA URBANIZACIÓN CIUDAD DE QUITO Y SECTORES ALEDAÑOS A LA MISMA

Año	Demanda Actual de mujeres en edad fértil
2.008	638

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Para el cálculo de la demanda actual se multiplicó la demanda potencial (1.346 mujeres en edad fértil) por el 79% que se obtuvo en la investigación exploratoria, dicho porcentaje corresponde a las mujeres que requerirán a corto o mediano

plazo del servicio de cuidado infantil para sus hijos; y su resultado (1.063 mujeres) por el 60% obtenido en las conclusiones de la investigación de mercados dicho porcentaje que corresponde a las mujeres que cumplen con las características mencionadas en la segmentación de mercado (características como: edad, ingresos mensuales, ocupación actual, entre otros), consideradas como mercado actual.

3.3.2. DEMANDA PROYECTADA

Una vez obtenida la demanda actual, fue necesario proyectar la misma con el fin de conocer la cantidad de madres que requerirán del servicio que presta el Centro de Desarrollo Infantil para sus hijos. Para el cálculo de la demanda proyectada a falta de mejores datos se utilizó: la tasa de crecimiento poblacional en la Parroquia de Conocoto que es del 4.5% (INEC), la demanda actual que es de 638 mujeres en edad fértil y el número de años que van a proyectarse, en este caso, 5 años. El año cero corresponde al año 2.007.

A continuación se presentan los datos proyectados de la demanda:

Cuadro No. 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA ACTUAL
0	638
1	667
2	728
3	831
4	990
5	1.234

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro No. 22, la proyección de la demanda es creciente; para el primer año la demanda será de 638 mujeres incrementándose al quinto año a 1.234 mujeres.

3.4. DEMANDA INSATISFECHA

La cuantificación de la demanda insatisfecha se obtuvo mediante la diferencia entre la demanda y oferta y sus respectivas proyecciones en el tiempo, esto representa al segmento de mercado no atendido.

A continuación se presentan los valores correspondientes a la oferta y demanda proyectados:

Cuadro No. 23

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	OFERTA	DEMANDA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	105	638	533
1	110	667	557
2	120	728	608
3	120	831	711
4	120	990	870
5	120	1.234	1.114

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro No.23, la demanda insatisfecha tiene una tendencia lineal creciente, sin embargo se debe tomar en cuenta que sólo se consideró la oferta de dos Centros de Desarrollo Infantiles que se encuentran cerca de la zona de influencia y la capacidad máxima instalada de los mismos, por lo que se calculará a continuación la demanda cautiva es decir el porcentaje que representará al número de mujeres que captará el nuevo centro, considerando que existen otros centros o familiares que se encuentran al cuidado de los menores.

3.5 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA CAUTIVA

Con el objetivo de calcular la demanda actual insatisfecha, se estima que al menos en promedio 26 mujeres para el primer año requieran del servicio de cuidado infantil, se tomó esta cantidad considerando el criterio de las entrevistas

realizadas a los expertos, donde se mencionó los siguientes aspectos: para el primer mes de funcionamiento los centros operan con un promedio entre 10 y 20 niños, aproximadamente, el incremento por año es de 10 niños en los centros, y en el mes de agosto, mes de vacaciones se mantiene un 40% con el ingreso de nuevos niños y otros niños que en general han asistido durante todo el año escolar.

Para el presente proyecto se estima en base a la información mencionada anteriormente que el nuevo Centro de Desarrollo Infantil, para el primer mes iniciará sus actividades con 18 niños y que tendrá un incremento en promedio de 10 niños por año, permitiendo al inicio del tercer año cubrir la capacidad máxima instalada. **(Ver Anexo No. 7)**. A continuación se presenta el siguiente cuadro:

Cuadro No. 24

DEMANDA CAUTIVA

AÑOS	OFERTA No. Niños	DEMANDA ACTUAL No. Niños	DEMANDA INSATISFECHA No. Niños	DEMANDA CAUTIVA No. Niños promedio
1	105	638	533	26
2	110	667	557	37
3	120	728	608	46
4	120	831	711	48
5	120	990	870	48

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro anterior la demanda cautiva incrementa presentando en el horizonte temporal que el nuevo Centro de Desarrollo Infantil funcionará a plena capacidad (capacidad máxima, 50 niños) al tercer año. Cabe indicar que las cantidades expuestas en el cuadro anterior en la demanda cautiva son el promedio anual de niños que el centro atenderá.

3.6 ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL 4 P's

3.6.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

En cifras presentadas por la Unidad del Distrito Metropolitano se revela que en la Parroquia de Conocoto, el 45% de mujeres conforman la Población Económicamente Activa. Además se conoce que el 60% de las mujeres encuestadas requerirán a corto o mediano plazo del servicio que prestará el Centro de Desarrollo Infantil, construyendo al sector como un mercado atractivo para el ingreso de una nueva empresa, en este caso específicamente para un Centro de Desarrollo Infantil, puesto que las mujeres que realizan sus actividades cotidianas no disponen del tiempo necesario para cuidar de sus hijos.

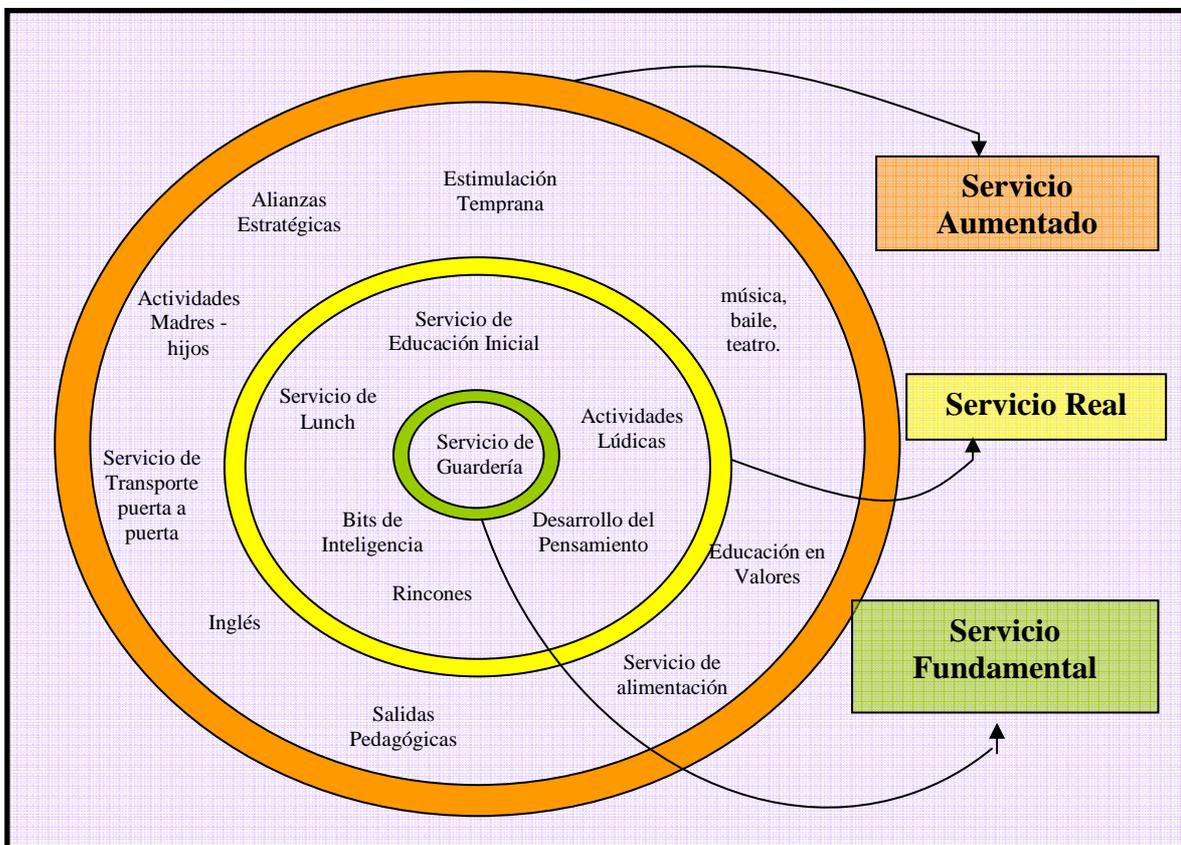
Por medio de la Investigación de Mercados se evidenció que el servicio de cuidado infantil deberá estar dirigido a mujeres que trabajan, estudian o realizan actividades diarias, es decir, el 60% de las entrevistadas que residen en la Urbanización Ciudad de Quito y Sectores aledaños a la misma; adicionalmente se determinó que el mercado objetivo está comprendido por aquellas mujeres con edades entre 20 y 35 años, que tengan niños entre uno y cinco años, o que decidan tener niños a corto o mediano plazo, con ingresos mayores a \$500, y que a su vez requieran del servicio de cuidado infantil durante el tiempo que realizan sus actividades.

3.6.1.1 Diseño del Servicio

Para el diseño del servicio se consideró tres niveles que son: **Servicio Fundamental**, servicio de cuidado a los infantes. **Servicio Real**, es aquel servicio que se ofreció antes de analizar las encuestas y **Servicio Aumentado**: aquellos servicios que se obtuvieron de las recomendaciones de las encuestadas.

En la siguiente ilustración se presentan los servicios mencionados:

DISEÑO DEL SERVICIO



Fuente: KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. Fundamentos de Mercadotecnia; Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México. 1998.

3.6.2 OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

El Objetivo principal de la Estrategia Comercial es asegurar las ventas mediante el posicionamiento de la empresa dentro del segmento de mercado, de esta manera lograr utilizar, al tercer año, la capacidad máxima instalada y llegar a ser la primera opción de servicio de los clientes.

3.6.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing del Centro de Desarrollo Infantil estarán dirigidas a captar una parte de la demanda insatisfecha de mujeres que requieren del

servicio de cuidado infantil que no disponen de tiempo para el cuidado de sus hijos. A continuación se presentan las principales estrategias del Centro de Desarrollo Infantil:

- **Estrategia de Producto (Servicio)**

Conservar la calidad en los servicios, mediante la programación del cumplimiento de las actividades al detalle.

Alianzas con Centros Vacacionales para entregar a la madre de familia alternativas para el mes de vacaciones.

Ajuste de horarios de cuidado infantil, de acuerdo a las necesidades del cliente.

- **Estrategia de Precio**

El precio inicial del Centro de Desarrollo Infantil, se determinará de acuerdo a la demanda y oferta del mercado. (El incremento de los precios para años posteriores se considerará el incremento en la inflación).

El precio del Centro de Desarrollo Infantil, seguirá al mercado con precios inferiores al de la competencia.

Sistema de descuentos por pronto pago o al tener más de un hijo en la institución.

- **Estrategia de Comunicación**

Estrategia de publicidad focalizada al servicio de cuidado infantil, visitas personales por medio de dípticos, banderas, tarjetas de presentación y rótulos que den a conocer la institución.

Realización de eventos Infantiles, actividades deportivas, artísticas y creativas.

Las estrategias presentadas anteriormente se apoyan al diseño de las 4P's, las mismas que son detalladas a continuación:

3.6.4 PRODUCTO

En este caso el producto será el servicio de cuidado infantil para aquellas mujeres que tienen niños entre uno y cinco años o piensan tener hijos a corto o mediano plazo y que requieran del servicio que ofrece el Centro de Desarrollo Infantil. Los servicios que se ofrecerán a las madres y sus hijos cumplirán con las principales características que las personas encuestadas demandan conseguir. A continuación se menciona el diseño del servicio del Centro de Desarrollo Infantil:

3.6.4.1 Nombre Comercial

Es importante establecer el nombre del centro para que el cliente identifique a la institución como un sitio formal y serio; para el presente proyecto se realizó un focus group entre diez mujeres, madres de familia, en el procedimiento se plantearon tres alternativas para el nombre comercial del Centro de Desarrollo Infantil, estos fueron:

Cuadro No. 25

ALTERNATIVAS DE NOMBRES PARA CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL

ALTERNATIVAS DE NOMBRES	Respuestas Positivas
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL OSITO DORMILÓN	4
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL ARDILLITAS DEL SABER	8
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL MIS PRIMEROS PASITOS	5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Estefanía Villalba

Dando como resultado y a elección de las mujeres el nombre comercial ***“CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL ARDILLITAS DEL SABER”***.

Las madres de familia mencionaron que les agradaba este nombre no solo por la ternura del mismo, sino también por que las ardillas son conocidas como animalitos trabajadores, que guardan alimento para sobrevivir en el invierno y éste termino fue lo que se quiso expresar en nuestro caso, niños inteligentes que trabajarán con alegría y dedicación.

Una vez elegido el nombre del centro se prosiguió a realizar el logo de la empresa, considerando los siguientes aspectos:

Forma: Para elaborar el logotipo se utilizó el círculo, letras grandes y didácticas para el nombre del centro, estrellas brillantes, una ardilla y un lápiz; los cuales funcionan como figura para hacer referencia al nombre de la empresa.

Color: Se utilizó la combinación de algunos colores calidos (verde y celeste) que expresan una imagen agradable y acogedora; y colores fríos (tomate y derribados) que muestran estabilidad y seriedad para el centro.

Connotación: Lo que el logotipo busca mostrar con los elementos o símbolos presentes es evocar alegría, ternura y seguridad; como se mencionó anteriormente la ardilla es conocida como un animal muy trabajador que guarda alimento para el invierno, en nuestro caso al poner la ardilla sonriendo y sosteniendo un lápiz, es manifestar dedicación, alegría y esfuerzo en el trabajo, además al encontrarse dentro de un círculo se desea expresar que los niños estarán protegidos y cuidados por los responsables a cargo del centro, las estrellas implican que cada uno de los niños son importantes y las letras grandes para llamar la atención del cliente anunciando que hay un nuevo servicio, se consideró también que la imagen sea realizada en una caricatura con el fin de que los niños se sientan identificados con el dibujo.

A continuación se puede apreciar el logotipo de la empresa:

LOGOTIPO DE LA EMPRESA



3.6.5 PRECIO

La fijación de precios se estableció en base al precio de los principales competidores y a la disponibilidad de pago de las mujeres encuestadas (entre \$100 y \$150). A continuación se detallan los precios que ofrece la competencia por sus servicios:

Cuadro No. 26

PRECIOS MENSUALES DE LA COMPETENCIA

	Centro de Desarrollo Infantil Bilingüe "Gotitas de Ternura"		Centro de Integración y Desarrollo Infantil "GAMA"		Precio Medio Tiempo \$	Precio Tiempo Completo \$
	Medio Tiempo \$	Tiempo Completo \$	Medio Tiempo \$	Tiempo Completo \$		
<i>Inscripción</i>	8	8	0	0	4	4
<i>Matricula</i>	50	50	25	25	38	38
<i>Cuotas padres de familia</i>	5	5	15	15	10	10
<i>Pensión mensual</i>	100	120	55	70	78	95
<i>Alimentación (Lunch)</i>	0	15	10	10	5	13
<i>Uniformes</i>	40	40	3	3	22	22
<i>Transporte (opcional)</i>	25	25	15	15	20	20
Total Primer Mes	228	263	123	138		
				Precio Promedio \$	176	201

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro No.26 el precio promedio para medio tiempo y tiempo completo, de los dos Centros de Desarrollo Infantil, oscila entre 150 y 200 dólares que cubre la inscripción, matrícula, uniformes, transporte que es opcional y en uno de los casos alimentación, en promedio el precio de los dos centros está en \$174 y \$197 respectivamente.

Fue necesario comparar precios y servicios prestados con Centros de Desarrollo Infantiles semejantes, para conocer cuál es el principal competidor de acuerdo al segmento de mercado al que se dirige, a los servicios y precios que ofrece a los clientes, en este caso el Centro de Desarrollo Infantil Gotitas de Ternura, es el centro que ofrece y se dirige a un segmento de mercado con similares características establecidas en las colusiones de la investigación de mercado; por lo que se ha establecido, seguir al mercado con precios inferiores al de la competencia; se evaluó numéricamente por costos y por calidad del servicio los precios para el nuevo centro:

Cuadro No. 27

PRECIO DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL ARDILLITAS DEL SABER

Descripción	Medio Tiempo		Tiempo Completo	
	Primer Mes \$	Meses Siguietes \$	Primer Mes \$	Meses Siguietes \$
Matrícula	50		50	
Pensión mensual	85	95	100	125
Alimentación (Lunch)	10		25	
Uniforme	30		30	
Total	175	95	205	125

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se muestra en el cuadro No. 22 el pago para el primer mes a medio tiempo es de \$175 y para tiempo completo es de \$205, considerando que en este mes se realiza el pago por concepto de matrícula, el mismo que cubre todo el período (pago una sola vez al año), y también la cancelación del uniforme y alimentación; los meses siguientes hasta terminar el ciclo, el valor de la pensión es de \$95 y \$125 incluido la alimentación a medio tiempo y tiempo completo respectivamente.

Cabe indicar que para los años posteriores, el incremento en precios se basará en el incremento de la inflación.

3.6.6 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Para este caso que es un servicio a brindar en el Centro de Desarrollo Infantil la distribución será directa.

3.6.7 MEZCLA PROMOCIONAL

Debido a que el canal de distribución es directo es necesario realizar una mezcla de publicidad y promoción del servicio con el fin de obtener un impacto positivo en los clientes y generar con ello las ventas esperadas. En este punto del proceso se debe informar a la gente que el Centro de Desarrollo Infantil existe y cual es la razón por la que le conviene adquirir el servicio. A continuación se presentan la forma de publicidad y promoción que se realizará:

3.6.7.1 Publicidad

Para la difusión del servicio se consideró la información obtenida en la investigación de campo, donde las mujeres encuestadas mencionaron varias formas de cómo se han enterado de la existencia de los servicios que presta un Centro de Desarrollo Infantil.

Para el presente proyecto la publicidad se realizará por medio de visitas personales auxiliadas con dípticos y tarjetas de presentación, rótulos de publicidad y banderas, a continuación se detallan cada uno:

a) Sistema de Visitas – Tarjetas de presentación:

Se realizarán visitas en las residencias y en algunos casos, en los lugares de trabajo de las mujeres con el fin de llegar directamente al cliente y dar a conocer

los servicios a brindar y sus beneficios; estas visitas se realizarán tres veces por semana al inaugurar el Centro de Desarrollo Infantil y en el período de vacaciones, adicional se entregaran tarjetas de presentación en el caso de que los clientes deseen mayor información del centro.

b) Dípticos

A través de este medio publicitario se destacarán los principales aspectos como: Nombre del Centro de Desarrollo Infantil, la misión, dirección del centro, croquis del lugar, número telefónico y fax, servicios que se ofrecerán y sus beneficios, edad de los niños con las que se trabajarán, áreas con las que cuenta y horarios de atención. Estos serán propagados en lugares como supermercados, farmacias y tiendas para niños y mujeres.

c) Rótulo de Publicidad:

Con el fin de informar que existe un nuevo Centro de Desarrollo Infantil se colocarán dos rótulos, uno en la entrada al sector del INFA que tendrá toda la información necesaria para ubicar al centro, y otro en las instalaciones del Centro.

d) Banderas

En este medio se incluirán datos como: nombre de la empresa y logotipo, número telefónico y dirección del centro; éstas serán colocadas en lugares estratégicos como postes cercanos a sitios con mayor afluencia de gente (farmacias y supermercados).

3.6.7.2 Promoción

- **Pronto Pago:** Acceder a un descuento del valor de la pensión (2%) si el pago se lo realiza durante los cinco primeros días del mes.

- **Hermanos:** En caso de tener más de un hijo en la institución acceder a un descuento (2%).
- **Cupos de Descuento:** Cupos de descuentos en la matrícula que estarán colocados en los dípticos.

3.6.7.3 Presupuesto de Publicidad

El Centro de Desarrollo Infantil para iniciar sus operaciones y captar clientes incurrirá en los siguientes valores para realizar la publicidad:

Cuadro No. 28

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD		
Tipo	Cantidad Unidades	Valor total \$
Dípticos	1000	350
Visitas Personales		200
Tarjetas de Presentación	100	20
Rótulo	1	180
Banderas	15	150
Total \$		900

Fuente: Imprenta Sur Editores
Elaborado por: Estefanía Villalba

Los valores mencionados en el cuadro No. 28 serán utilizados para determinar los costos de publicidad del proyecto en el capítulo financiero.

3.7 PLAN DE ACCIÓN DE MARKETING

Después de analizar cada una de las variables del Marketing Mix, se presenta el plan de acción del proyecto:

Cuadro No. 29

PLAN DE ACCIÓN

No.	Actividades	Responsables	Fecha		Recursos		
			Inicio	Fin	Físicos	Humano	Financiero
1	Diseño de un Sistema de Descuentos	Director	Agosto del año 0	Septiembre del año 0	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Secretaria-Contadora	\$50
2	Diseño del programa de Capacitación del Personal	Director	Agosto del año 0	Septiembre del año 0	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Personal Docente	\$50
3	Diseño e Implementación de un Programa de Alianzas Estratégicas	Director	Agosto del año 0	Septiembre del año 0	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Secretaria-Contadora	\$50
4	Diseño e Impresión y entrega de Dúpticos (1000 unidades)	Director	Enero del año 0	Febrero del año 0	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Director	\$450
5	Diseño de Tarjetas de Presentación	Director	Enero del año 0	Febrero del año 0	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Director	\$100
6	Diseño y Adquisición del Rótulo	Director	Enero del año 1	Febrero del año 1	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Director	\$80
7	Diseño y Compra de Uniformes Personal Docente	Director	Junio del año 1	Agosto del año 1	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Secretaria-Contadora	\$100
8	Diseño Y Compra de Uniformes Alumnado	Director	Junio del año 1	Agosto del año 1	Equipo de Cómputo, Suministros de oficina	Director	\$100

Elaborado por: Estefanía Villalba

Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica

CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO

El Estudio Técnico – Administrativo estará dirigido a determinar el tamaño más conveniente que tendrán las instalaciones, la localización y la selección del modelo administrativo del Centro de Desarrollo Infantil consecuentes con todas las características propuestas del servicio en el capítulo anterior.

EL objetivo del Estudio Técnico es “proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes del proyecto.”²⁴

El Estudio Técnico hace referencia a los siguientes aspectos:

- Localización del Proyecto
- Tamaño del Proyecto
- Ingeniería de Proyecto
- Requisitos Legales
- Direccionamiento Estratégico

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Debido a que el planteamiento del proyecto propone ya un sector barrial específico para la ubicación del Centro de Desarrollo Infantil; se demostrará que el lugar escogido tiene los beneficios necesarios para las mujeres que requerirán del servicio de cuidado infantil para sus hijos. A continuación se presenta la macro y micro localización del presente proyecto:

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN

La localización del proyecto a nivel macro es la Parroquia de Conocoto, específicamente en la Urbanización Ciudad de Quito; se eligió este lugar tomando

²⁴ SAPAG CHAIN, Nassir. SAPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago – Chile. Mc Graw – Hill Interamericana, Cuarta Edición, 2000. Pág. 21.

en cuenta que debe facilitarse las actividades y brindar las comodidades necesarias a las madres de familia, se presentan los siguientes criterios de selección que evidencian que éste lugar es apto para la ubicación del Centro de Desarrollo Infantil. **(Ver Anexo 8)**. Para el cual se tomarán en consideración fundamentalmente los siguientes factores:

- **Transporte:** Existen varias vías para llegar a la Urbanización Ciudad de Quito (Parroquia de Conocoto), ya sea por la Autopista General Rumiñahui, como por la Antigua vía a Quito. Las calles son totalmente accesibles, pavimentadas y con la debida señalización, que permiten el fácil acceso al lugar de destino ya sea en transporte público o privado.
- **Disponibilidad de Servicios Básicos:** La Urbanización Ciudad de Quito dispone de todos los servicios básicos como son agua potable, alcantarillado, luz y teléfono que garantizan la salubridad del lugar y por ende la salud de los residentes.
- **Posibilidad de Eliminación de Desechos:** Los desechos producidos en la Urbanización Ciudad de Quito son colocados en los recolectores de basura que están ubicados en lugares estratégicos con el fin de que puedan ser recogidos ordenadamente y evitar la contaminación del lugar, los días de recolección son los martes, jueves y sábados a las 8H00.

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

La localización a nivel micro, se lo efectuó previamente considerando las características particulares para el desarrollo del proyecto. En este caso la casa designada en la Urbanización Ciudad de Quito fue elegida no solo por su ubicación sino también porque sus instalaciones tienen las características requeridas para un Centro de Desarrollo Infantil para la atención de los niños, en resumen los factores tomados en cuenta fueron:

- **Recursos Propios:** Contar con una casa que tenga las características requeridas para las actividades del Centro de Desarrollo Infantil, y que se encuentre ubicada centralmente en la zona de influencia.
- **Tamaño de la infraestructura** La determinación de la capacidad del Centro de Desarrollo Infantil es un asunto de extrema importancia para el estado de salud general de los niños y las niñas, y para su bienestar emocional, de acuerdo con el espacio existente y la posibilidad de satisfacción de las necesidades básicas de los niños se ha considerado un tamaño mínimo de infraestructura para atender a 50 niños/as; definiendo que cada niño ocupará en áreas internas 2.5 m^2 y 3 m^2 en áreas externas.
- **Diseño Interior,** debe reunir requisitos especiales de higiene y buena iluminación, ventilación, calefacción, debe existir una proporción de espacio en metros cuadrados por niño, establecido por el Ministerio de Bienestar Social.
- **Espacios verdes,** Dadas las particularidades del desarrollo de los niños y niñas, la permanencia de los niños en las áreas exteriores han de facilitarse en mayor medida, pues es en relación directa con el medio circundante, con el sol, las plantas, el aire natural, que encuentran las mejores condiciones para su actividad y su bienestar emocional.
- **Provee garantías** en aspectos como seguridad privada y un ambiente adecuado para la tranquilidad de sus residentes, garantizar que la construcción y su consecuente organización responda a las particularidades, necesidades y cuidados de los niños y niñas.

De esta manera, el Centro de Desarrollo Infantil debe responder a la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los niños y niñas.

Para el presente proyecto se analizaron dos sitios ubicados en la Urbanización Ciudad de Quito y sus respectivos precios para la localización del centro:

Cuadro No. 30

SITIOS POSIBLES DE UBICACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL

POSIBLES LOCALES		
URBANIZACIÓN CIUDAD DE QUITO		
Sitios	Características	Costo
1. Casa No. OE2 -169 situada al norte de la Urbanización	450 m, 8 habitaciones, 5 baños, 1 cocina, 1 patio, 1 terraza, con teléfono. Casa propia	\$ 450
2. Casa No. OE2 - 182 Situada en el centro de la Urbanización	320 m, 4 habitaciones, 3 baños, 1 cocina, 1 patio, 1 terraza, sin teléfono	\$400

El siguiente paso fue elaborar la matriz de ponderación, se utilizará el método cualitativo por puntos, en la misma se sitúan las variables descritas anteriormente y los posibles locales, de esta manera escoger el local de mayor puntuación:

Cuadro No. 31

MATRIZ DE PONDERACIÓN – MICROLOCALIZACIÓN

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	SITIO 1		SITIO 2	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Recursos Propios	0,19	8	1,52	6	1,14
Tamaño del Local	0,22	8	1,76	6	1,32
Costo del Local	0,10	6	0,6	7	0,7
Diseño Interior	0,16	8	1,28	5	0,8
Espacios Verdes	0,20	6	1,2	6	1,2
Seguridad	0,13	8	1,04	8	1,04
Total	1		7,4		6,2

Fuente: Vaca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos

Elaborado por: Estefanía Villalba

La matriz de micro localización (**Ver Anexo 9**), muestra el sitio a escoger, el mismo que fue obtenido mediante una ponderación de los factores establecidos con anterioridad. El sitio de mayor puntaje en relación con los factores relevantes,

escogido para el funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil, es el sitio 1; entre las principales razones para esta decisión fue que: se cuenta con una casa propia, el tamaño, su diseño interior, los espacios verdes, dichos factores son necesarios debido a los requerimientos y necesidades de los niños (**Ver Anexo 10**).

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El objetivo de este punto consiste en determinar la capacidad instalada que tendrán las instalaciones del Centro de Desarrollo Infantil, así como los requerimientos necesarios para la prestación del servicio. El tamaño del proyecto está condicionado por la demanda insatisfecha y la disponibilidad de recursos humanos y financieros.

- Mercado (Demanda)

Se determinó en el capítulo anterior (Estudio de Mercado) que el segmento de mercado al cual se proyecta el Centro de Desarrollo Infantil son las mujeres que cumplen con las siguientes características:

- Edad comprendida entre 20 y 35 años.
- Que tengan niños entre 1 y 5 años o piensen tener niños a corto o mediano plazo.
- Residentes o que realicen sus actividades laborales en Conocoto,
- De clase social media, media alta;
- Con ocupación profesional, comerciante/dueña de un negocio, ama de casa o estudiante universitaria.
- Con ingresos mensuales mayores a \$500 y;
- Que exista la necesidad de requerir el servicio de cuidado infantil.

Además la demanda actual insatisfecha es de 533 personas (Cuadro No.23 – Demanda Insatisfecha), considerando el criterio de los expertos, para el primer período se estima que en promedio con 26 mujeres que utilicen el servicio el

Centro Infantil, acudiendo el 60% a medio tiempo y el 40% restante a tiempo completo el centro puede iniciar sus actividades. En tal medida se puede mejorar la eficiencia del servicio cubriendo no solo con las expectativas del negocio sino también con las necesidades de los clientes, se irá incrementando la capacidad utilizada con el fin de llegar a la capacidad máxima instalada (50 niños), manteniendo el precio de \$95 y \$125 mensuales por el servicio a medio tiempo y tiempo completo respectivamente, el precio se determinó en base a los precios que ofrece la competencia y a la disponibilidad de pago de las mujeres encuestadas.

- **Disponibilidad de Mano de Obra.**

Las personas con las que contará el desarrollo del Centro de Desarrollo Infantil son:

- Maestras parvularias y como ayudantes se tomarán pasantes en parvularia, quienes ya conocen la filosofía a emplearse para el desarrollo de los niños.
- Un médico pediatra que brindará sus servicios ocasionalmente, es decir visitará el centro una vez al mes para llevar las fichas médicas y chequeo de los niños, sin embargo asistirá una enfermera a medio tiempo para el cuidado de los niños.
- Un psicólogo, el mismo que realizará asistencia de Servicio Social para conocer las necesidades de las familias y/o representantes de los niños que acuden al Centro, y Asistencia Psicológica para lo niños en caso de requerirlo, de ésta manera contribuirá con el bienestar de los niños y madres. Cabe indicar que el Psicólogo será el Director del Centro y cumplirá diariamente con las responsabilidades otorgadas al mismo.
- Un nutricionista, el mismo colaborará con la elaboración de menús mensuales de los niños.
- Y adicionales una persona para la limpieza y para cocinar los alimentos de los niños y una persona encargada de la guardianía del centro.

El personal profesional requerido en este aspecto no es crítico debido a que existen varias Universidades como: Universidad Católica, Salesiana, ESPE, entre otras, que ofrecen estas carreras, el personal de limpieza y cocina tampoco es crítico debido a que existe mucha gente que se dedica a este oficio; cabe indicar que el personal será receptado según las necesidades y el crecimiento del Centro de Desarrollo Infantil, en el caso de parvularias y pasantes en parvularia se contratarán de acuerdo al número de niños matriculados en el servicio.

- **Disponibilidad de los Recursos Financieros.**

Los recursos financieros con los que se cuenta para realizar el proyecto son de origen propio y financiado, se realizará un préstamo familiar por la diferencia que la persona fundadora no podrá cubrir a un interés del 9% a 3 años plazo.

- **Capacidad de la Infraestructura Física**

La capacidad máxima del Centro de Desarrollo Infantil se establecerá de acuerdo a estándares de calidad que maneja el Ministerio de Bienestar Social, donde menciona que en áreas internas cada niño debe ocupar $2,5 \text{ m}^2$ y 3 m^2 en áreas externas, es decir, para este caso se tomará el total de la superficie que ocupará el centro, con sus respectivas divisiones para cada zona y área asignada a las diferentes edades de los niños, de esta manera se podrá conocer cual será la capacidad de cada área., más adelante se detallarán las divisiones y la capacidad de las mismas.

En resumen para el presente proyecto el tamaño será en función del mercado y de la capacidad de infraestructura.

4.3. INGENIERÍA DE PROYECTO

Particularmente en este aspecto se mencionará todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil. A continuación se

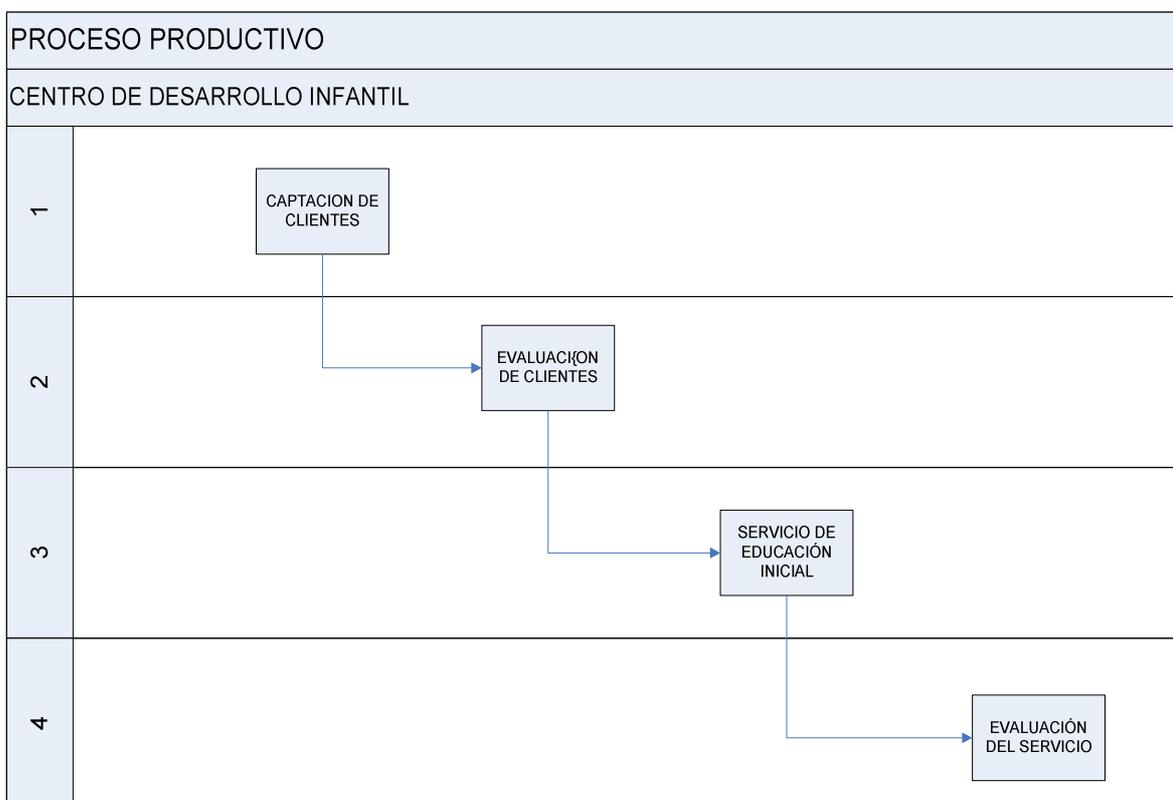
presentan: el diseño de las actividades del centro, la distribución física, los recursos físicos y humanos disponibles en la prestación del servicio:

4.3.1. DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL

El procedimiento utilizado para la entrega del servicio a los clientes, se disgrega en cuatro procesos principales, los cuales se detallan a continuación:

- Captación de Clientes
- Evaluación de Clientes
- Servicio de Educación Inicial
- Evaluación del Servicio

Figura 1
Proceso Productivo del Servicio



Elaborado por: Estefanía Villalba

a. Captación de Clientes

Al primer proceso se lo denomina captación de clientes, el mismo consiste en la publicidad realizada para dar a conocer el Centro de Desarrollo Infantil, este proceso contempla las siguientes actividades:

- Elaboración del diseño del díptico y tarjetas de presentación.
- Aceptación del modelo planteado del díptico y tarjetas de presentación.
- Realización del modelo de publicidad para la campaña publicitaria.
- Evaluación del modelo de publicidad.
- Entrega de dípticos y realización del rótulo publicitario.
- Evaluación de la aceptación que tendría el servicio en el mercado.

b. Evaluación de Clientes

Al segundo proceso se lo denomina evaluación de clientes, el mismo hace referencia al proceso de: inscripciones, estudio del caso y matrículas. Las actividades a desarrollarse en este proceso son:

- Entrega de prospectos.
- Identificar los clientes.
- Entrevista personal.
- Recolección de datos y llenar hoja de vida.
- Seguimiento para verificar los datos del aspirante.
- Evaluación de los mejores candidatos para ingresar a la institución.
- Proceso de matriculación.

Nota: Los aspectos críticos a considerar serán en la entrevista.

c. Servicio de Educación Inicial

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

- Distribución de grupos de acuerdo a las edades.
- Ubicación del personal docente en cada uno de los grupos.
- Repartición del material.
- Reconocimiento de las instalaciones.
- Familiarización de los niños/as con el personal.
- Realización de las actividades propuestas.
- Evaluación de la adaptación de nuestros clientes.
- Evaluación de las destrezas alcanzadas.

d. Evaluación del Servicio

El cuarto y último proceso hace referencia a la determinación de destrezas obtenidas por parte de los niños y niñas, y la evaluación del desempeño del personal. A continuación se detallan las actividades a desarrollarse en dicho proceso:

- Elaboración de pruebas evolutivas.
- Verificación de que las pruebas son adecuadas para la edad.
- Almacenamiento de la información arrojada por las pruebas.
- Realizar las boletas de evaluación.
- Reunión para conocer el desempeño del personal durante el proceso.
- Evaluación de aciertos y errores cometidos durante el proceso.
- Cierre del período lectivo.

Las actividades mencionadas anteriormente estarán bajo la responsabilidad del Director, los docentes, y el personal profesional según sea el caso.

4.3.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL

Particularmente para éste aspecto se detallará la distribución interior de las dependencias generales del centro.

La distribución interior es un factor importante para el desarrollo de las actividades del Centro de Desarrollo Infantil, por lo que se consideró la edad, las características y necesidades de los niños. El espacio físico del Centro de Desarrollo Infantil tiene una superficie de 450 m², este lugar cuenta con 8 habitaciones, 5 baños, 1 cocina, 1 patio, 1 terraza, 1 comedor. (**Ver Anexo 10**).

Como se mencionó anteriormente la Capacidad Máxima del Centro de Desarrollo Infantil el número de niños a atender se establecerá según los estándares de calidad del Ministerio de Bienestar Social. A continuación se detallan las zonas y áreas con las que contará el Centro de Desarrollo Infantil y su capacidad:

Zona Docente - Administrativa y de Salud: se encontrará la dirección - secretaría, aula profesores y consultorio médico - psicológico.

Zona de Servicios: conformada por las siguientes áreas:

- **Área de Alimentación:** conformada por cocina y comedor.
- **Área de Limpieza:** formada por la bodega de limpieza, planchado, lavado y bodega de suministros.

Jugar es sinónimo de vida y crecimiento, por lo que es indispensable contar con una zona que comprenda varias áreas de juego donde los niños puedan desarrollar sus habilidades motrices y sociales. Además el diseño de las áreas se determinaron con la finalidad de entregar un servicio que puedan obedecer a situaciones propias de la labor de dicho centro, de su función y de las particularidades de los niños. A continuación se detalla la distribución de la Zona de Actividades Varias:

- **Área Rincones:** Formada por los rincones de gimnasio y rincón del cuento.
- **Sala de Audiovisuales:** área destinada para distracción de los niños, un lugar donde pueden mirar películas y realizar dramatizaciones. Posee una capacidad para 20 niños.

- **Áreas de recreación:** áreas exteriores destinadas para diversión y entretenimiento de los niños, juegos recreativos, área de picnic, arenero y rincón de la construcción, rincón de música y expresión corporal, mini huerto y mini granja.

Zona Escolar: conforman aulas destinadas para cada grupo de edad, de como esté organizada ésta zona va a depender el clima emocional del centro y el bienestar psicológico de los niños y niñas. Los componentes de esta zona son:

- **Área Caminantes:**

El aula tiene una capacidad para 10 niños. Esta área está preparada para brindar seguridad en los primeros pasos de los niños, aquí se atenderán a infantes desde el primer año de edad hasta los dos años.

- **Área Trotadores:**

Posee una capacidad para 15 niños. Aquí se atenderán a niños desde los dos años hasta los tres años.

- **Parvulitos I:**

Cuenta con una capacidad para 16 niños. Esta área está preparada para atender a niños entre tres y cuatro años.

- **Parvulitos II:**

El salón tiene una capacidad para 18 niños. Este lugar tiene el equipo necesario para el aprendizaje de niños desde 4 a 5 años.

Se determinó que el Centro de Desarrollo Infantil tendrá una capacidad máxima instalada para 50 niños, considerando que se aplicó el mejor promedio por niño

para las diferentes actividades en cada área, de acuerdo a los Estándares de Calidad que maneja el Ministerio de Bienestar Social.

4.3.3. RECURSOS FÍSICOS

Los recursos necesarios para el funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil son:

Cuadro No. 32

RECURSOS FÍSICOS - CUADRO RESUMEN

RECURSOS FÍSICOS - CUADRO RESUMEN		
Detalle	Valor \$	Total en USD
Muebles y Enseres		7.645
Mobiliario de Oficina	577	
Mobiliario de Cocina	446	
Menaje de Cocina	325	
Electrodomésticos	2.270	
Mobiliario Infantil	3.003	
Gimnacios Infantiles	1.023	
Materiales Infantiles		4.864
Material Didáctico	1.418	
Programas Educativos	2.628	
Biblioteca Infantil	592	
Materiales de Enfermería	227	
Equipo de Cómputo		860
Computador	800	
Impresora	60	
Equipo de Oficina		235
Teléfono	50	
Fax	185	
Suministros de Aseo y Limpieza		335
Escobas	60	
Trapeadores	43	
Palas de basura	24	
Papel higiénico 12 rollos	83	
Servilletas	29	
Desinfectantes	96	
Suministros y Materiales de Oficina		1.322
Materiales de Oficina	1.322	
Total		15.260

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Estefanía Villalba

En el **Anexo 11** se detallan los recursos necesarios para el Centro de Desarrollo Infantil.

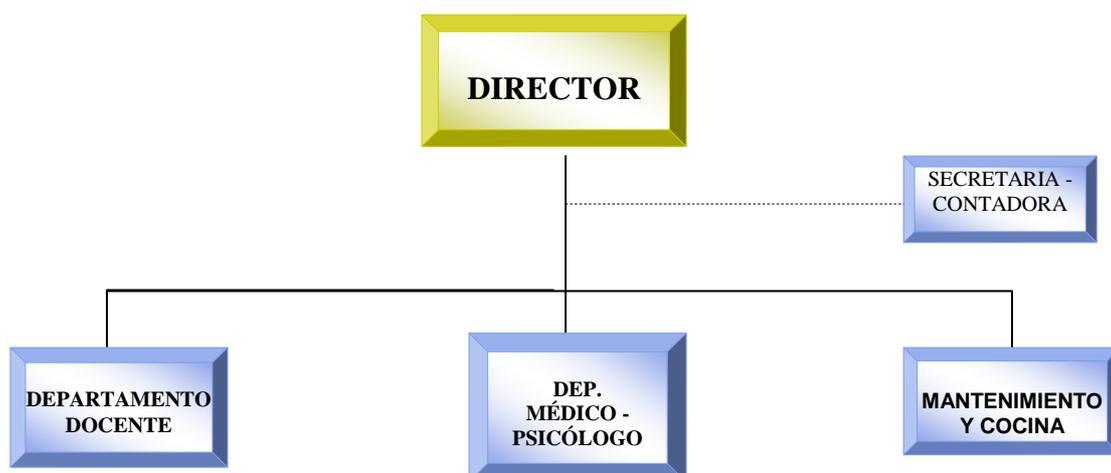
4.3.2. RECURSOS HUMANOS

4.3.2.1. Estructura Organizacional

El tipo de estructura organizacional que aplicará el proyecto es la Organización funcional ya que es el mejor tipo de estructura que se adapta al proyecto, debido al tamaño de la empresa y las actividades que realiza la misma.

4.3.2.2. Organigrama de la Empresa

El organigrama está definido por departamentos, cabe indicar que el personal necesario para el presente proyecto no es elevado, por lo que se considera como una pequeña empresa.



Las personas que se emplearán para el funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil son:

Director - Psicólogo Infantil	Nutricionista
Maestras parvularias,	Secretaria - Contadora
Estudiantes en parvularia	Persona para limpieza y cocina
Médico pediatra - Enfermera	Guardia

Los sueldos que percibirá el personal se lo establecerá mediante la Remuneración Sectorial del Ministerio de Trabajo y Empleo. **(Ver Anexo 12)**. Salvo el personal profesional como el médico, la nutricionista que reciben un monto por las visitas que realiza al centro, por los menús elaborados mensualmente, y lo que la ley rige para las pasantes y el Guardia que recibe solamente una cuota de todos los moradores de la Urbanización Ciudad de Quito.

4.3.2.3. Perfil de Cargos

Para establecer el perfil de cargos del personal se tomó como fuente el REGISTRO OFICIAL No. 309 – Jueves, 19 de Abril del 2001, Capítulo II, Artículo 15.

DEPARTAMENTO	CARGO	PERFIL	FUNCIONES
DEPARTAMENTO	Director	Título de Licenciado en Ciencias de la Educación o Psicólogo Infantil Experiencia mínima de tres años en trabajo con niñas/os de cero a cinco años. Buena presencia y edad hasta los 45 años.	Establecer contactos de cogestión y autogestión con entidades que se preocupan por la educación. Además realizar las visitas respectivas para realizar la publicidad. Administración de Recursos Didácticos y pedagógicos de la institución.
	Apoyo	Secretaría - Contadora	Bachiller en contabilidad con Buena presencia y edad entre 20 y 40 años. Conocimiento de paquetes informáticos
Docencia	Docentes	Título de Licenciado en Ciencias de la Educación. Experiencia mínima un año de trabajo con niñas/os. Buena presencia. Edad entre 23 y 45.	Asumir la responsabilidad de un grupo. Presentar planificación mensual de las actividades a realizarse al director. Ayudar en el cuidado de los materiales y recursos con los que cuenta la institución. Preparar el material para clases.
	Pasantes	Cursando los últimos años de carrera en parvularia. Buena presencia y edad entre 20 y 25 años.	Apoyar a la responsabilidad del grupo.
Mantenimiento y Cocina	Limpieza Cocina	Aprobado el nivel básico (mínimo). Aprobado el nivel básico (mínimo).	Encargado de que la institución cumpla con las normas de seguridad y aseo. Encargado de la preparación de los alimentos de los niños.
Médico - Psicólogo	Médico - Pediatra	Título de doctor con especialización en pediatría. Experiencia mínima de tres años en pediatría. Edad entre 28 y 45 años.	Elaborar fichas médicas. Evaluación periódica de la salud integral del niño. Coordinación con las madres de familia, y demás implicados en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
	Psicóloga - Infantil	Título de Doctor con especialización en psicología infantil. Experiencia mínima de tres años de trabajo. Edad entre 28 y 45 años.	Elaborar el perfil psicológico de cada niño y niña. Realizar pruebas de admisión a cada niño y niña. Mantener un constante de los niños y niñas para detectar cualquier anomalía que pueda presentarse.
	Nutricionista	Especialista en nutrición. Experiencia mínima tres años en el área. Edad entre 28 y 45 años.	Proveer un menú mensual a la institución.

Elaborado por: Estefanía Villalba

4.4. REQUISITOS LEGALES

A continuación se detallan los requisitos legales necesarios para la creación y autorización del funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil:

4.4.1. TIPO DE EMPRESA

Inicialmente la empresa se titularizará como persona natural a nombre del propietario y utilizando el nombre comercial ***Centro de Desarrollo Infantil Ardillitas del Saber.***

4.4.2. REGISTRO DE NOMBRE

Se lo debe realizar en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), con el fin de que el nombre no se repita en otra institución. Para lo cual se siguen los siguientes pasos:

- Llenar un formulario donde se solicita la aprobación del nombre para el negocio proponiendo varios nombres, el mismo tiene un valor de \$0.05,
- Se debe cancelar por concepto de búsqueda del nombre del servicio, \$8.00,
- Adjuntar el comprobante del pago original de la tasa por registro de marcas que tiene un costo de \$54.00,
- Anexar el nombramiento del representante legal,
- Verificar la publicidad del extracto de las solicitudes en la Gaceta del IEPI,
- Se presenta un plazo para que terceros puedan oponerse al registro de las marcas, finalizando este período se otorga un examen de registrabilidad, para verificar si se procede o no con el registro de la marca,
- El Director Nacional de Propiedad Intelectual expide una resolución aprobando o negando el registro de la marca,
- Por último en caso de la aprobación se emite el título, previamente se debe cancelar \$28.00, este pago se realiza cada 10 años.

4.4.3. ACUERDO MINISTERIAL

Es la autorización emitida por el Ministerio de Bienestar Social, dicho trámite se debe obtener previo al funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil. Tomando como referencia el Registro Oficial No. 309 del 19 de Abril del 2.001, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud escrita del propietario, dirigida al Director Nacional de Protección de Menores, Subsecretario Regional o Director Provincial de Bienestar Social según corresponda;
- Escritura pública de propiedad o contrato de arrendamiento del local en donde va a funcionar el Centro de Desarrollo Infantil;
- Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico;
- Plan de trabajo en base a los lineamientos y estándares mínimos establecidos por el Ministerio de Bienestar Social;
- 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;
- Nómina de personal que laborará en el Centro de Desarrollo Infantil;
- Presupuesto;
- Inventario de mobiliario y material didáctico.

4.4.4. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Como toda persona jurídica en el país, la empresa debe inscribirse en el RUC, la inscripción se realizará dentro de los 30 días posteriores del inicio de las actividades. Los requisitos que se necesita presentar son:

- El original y copia de la cédula de identidad,
- El original del certificado de votación del último proceso electoral,
- La copia del acuerdo ministerial de jardines de infantes, escuelas y colegios.

Además es necesario presentar para la verificación del domicilio y del establecimiento en el cual se realizará la actividad económica:

- El original y copia de un pago los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción de cualquier servicio básico ya sea de agua, luz o teléfono.
- Contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha,
- El pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción; o,
- El pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta, de uno de los tres últimos meses, anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.

4.4.5. PERMISO MUNICIPAL

Éste permiso se lo obtiene en el Municipio de Quito, 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 son:

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

4.4.6. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Previo al pago de la patente (mínimo 10%), se debe adquirir y entregar un formulario (costos 0.20 centavos) al cuerpo de bomberos, con el fin de que los

inspectores se dirijan al centro a revisar y certificar que el local se encuentra en buen estado y condiciones para la estadía de los niños.

4.5. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Por intereses propios del proyecto se realizó el planteamiento del Direccionamiento Estratégico, el objetivo es alcanzar a ocupar la capacidad máxima instalada al cuarto año de funcionamiento para lo cual se estableció:

4.6.1. VISIÓN

Ser un agente de cambio en la vida de nuestros niños, que se distinga por proporcionar con excelencia y amor servicios de salud, recreación, educación y trabajo en colaboración de las maestras y la familia a fin de formar ciudadanos independientes y responsables, contribuyendo en el futuro de los niños el desenvolvimiento acertado dentro de la sociedad.

4.6.2. MISIÓN

Brindar un servicio de calidad que promueva el desarrollo integral y armónico de los niños y niñas, fomentando en ellos actitudes sociales aceptables para lograr su adaptación en el entorno social, desarrollando sus habilidades personales y enriqueciendo sus conocimientos. A su vez, apoyar a las madres de familia en la tarea de formar a sus hijos en un ambiente rico en valores, procurando lograr el máximo desarrollo del potencial cognoscitivo contando con las mejores herramientas metodológicas y adquirir habilidades para utilizar el juego como instrumento educativo, proporcionando a los niños y niñas una enseñanza que logre aprendizajes significativos tanto ahora como en el futuro.

4.6.3. VALORES Y PRINCIPIOS EMPRESARIALES

4.6.3.1. Valores

a. Respeto

Ser amables tanto con las personas que laboran en Centro de Desarrollo Infantil como con los clientes.

b. Compromiso

Cumplir los convenios contraídos, con empeño y confianza para las distintas determinaciones que tome Centro de Desarrollo Infantil.

c. Integridad y transparencia

Cristalizar cada una de las acciones que realiza la empresa con los clientes, y el personal.

4.6.3.2. Principios

Los principios son aquellos que le dan un curso a la acción a las actividades del Centro de Desarrollo Infantil.

a. Mejoramiento continuo

Mediante la creatividad del trabajo en equipo logrando un servicio de calidad.

b. Pro – Actividad

Entregar toda la capacidad que posee el personal con el fin satisfacer las necesidades del cliente mediante un trabajo con responsabilidad, laboriosidad y consistencia, contribuyendo con los propósitos de calidad de la empresa.

c. Estabilidad del personal

Se pretende que todo el personal se sienta a gusto con su trabajo que realiza motivándolos con diferentes formas como pago en la remuneración justa y

puntual, logrando que exista tranquilidad y estabilidad emocional en cada uno de sus empleados.

CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO

A pesar de ser la última etapa del estudio de factibilidad, el estudio financiero es fundamental para tomar la decisión de invertir o no en el proyecto, es decir, es una confirmación de que el negocio no solo tiene mercado y es operativamente factible, sino que es sostenible y rentable.

5.1. INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

La inversión inicial incluye la adquisición de Activos Diferidos, Fijos y el Capital de Trabajo necesario para el funcionamiento inicial del negocio y el 5% para imprevistos. A continuación se presenta el cuadro resumen de la Inversión Inicial:

Cuadro No. 33
RESUMEN INVERSIÓN INICIAL

TIPO DE INVERSIÓN	Valor (USD)	Monto Total (USD)
Activo Diferidos		3.600
Gasto de Constitución	300	
Registro de Nombre	90	
Acuerdo Ministerial	10	
Registro Único de Contribuyentes	10	
Garantía	900	
Permiso Municipal	200	
Gasto Remodelación	2.090	
Activos Fijos		13.333
Herramientas Infantiles		
Material Didáctico	1.418	
Programas Educativos	2.626	
Biblioteca Infantil	592	
Muebles y Enseres		
Mobiliario de Oficina	577	
Mobiliario de Cocina	446	
Electrodomésticos	2.263	
Menaje deCocina	315	
Mobiliario Infantil	3.003	
Gimnasios Infantiles	998	
Equipo de Cómputo	860	
Equipo de Oficina	235	
Total Activos		16.933
Capital de Trabajo (1er mes)	3.076	
Imprevistos 5%	154	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		20.163

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

Para desarrollar el presente proyecto se requiere una cantidad total de \$20.163 el mismo que incluye Activos Diferidos por \$3.600, Activos Fijos por la cantidad de \$13.333; cabe indicar que el valor de Capital de Trabajo que es de \$3.076 corresponde al primer mes, lo cual por consulta a expertos resulta suficiente, y \$154 de imprevistos. A continuación se detallan los rubros que incluyen cada una de las cuentas mencionadas anteriormente.

5.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Los rubros de activo nominal son aquellos derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto básicamente se desglosa los valores de los gastos de constitución y permisos de funcionamiento, cuyo valor total es de \$ 3.600. **(Ver Anexo No. 13).**

Cuadro No. 34
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS	Valor (USD)
Gasto de Constitución	300
Registro de Nombre	90
Acuerdo Ministerial	10
Registro Único de Contribuyentes	10
Garantía	900
Permiso Municipal	200
Gasto Remodelación	2.090
Total Activo Diferido	3.600

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Estefanía Villalba

En el **Anexo 14** se detallan los gastos de remodelación

5.1.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Lo constituirán las inversiones en bienes tangibles que serán necesarios para la creación del Centro de Desarrollo Infantil en la Urbanización Ciudad de Quito de la Parroquia de Conocoto, y aquellos que sirvan de apoyo para el normal funcionamiento del proyecto. Así se obtiene el mobiliario, equipos, muebles y enseres, equipos de cómputo para la oficina y menaje; se obtuvo un total de \$13.333. **(Ver Anexo No. 15).**

A continuación se presenta un cuadro resumen de la inversión en Activos Fijos:

Cuadro No. 35
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	Valor (USD)
Herramientas Infantiles	
Material Didáctico	1417,91
Programas Educativos	2625,64
Biblioteca Infantil	591,5
Muebles y Enseres	
Mobiliario de Oficina	577
Mobiliario de Cocina	446
Electrodomésticos	2263
Menaje deCocina	315
Mobiliario Infantil	3003,47
Gimnasios Infantiles	998,4
Equipo de Cómputo	860
Equipo de Oficina	235
Total Activos Fijos	13.333

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

5.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo es el efectivo que se requiere para solventar el negocio durante el primer período (1er mes). El valor en dólares corresponde a los gastos administrativos, gasto de ventas, gastos operativos y el capital de trabajo requerido para el presente proyecto es de \$3.076.

A continuación se desglosan los rubros correspondientes al Capital de Trabajo:

Cuadro No. 36
RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO (1er mes)

Detalle	Valor Mensual
Gastos de Servicio	
Arriendo	450
Alimentación	100
Uniformes	150
Maestras Parvularias	283
Pasantes	100
Médico Pediatra	50
Enfermera	204
Nutricionista	30
Personal de Limpieza y Cocina	266
Material de Enfermería	18
Menaje de Cocina	315
Gastos de Administración	
Director - Psicólogo Infantil	391
Secretaria - Contadora	291
Suministros y Materiales de Oficina	106
Gastos de Ventas	
Publicidad	78
Otros Gastos	
Gastos Servicios Básicos	220
Suministros de Aseo y Limpieza	26
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	3.076

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

En el **Anexo 16** se detallan el cálculo de los costos de sueldos y salarios.

5.2. INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO

La cantidad total requerida para el inicio de las actividades como empresa es de 20.163 dólares, en el siguiente cuadro, se aprecia la inversión al instante cero, y los recursos propios y financiados:

Cuadro No. 37
INVERSIÓN INICIAL

	Valor en \$	% Recursos Propios
RECURSOS PROPIOS	15.122	75%
RECURSOS FINANCIADOS	5.041	25%
Total en \$	20.163	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

Debido a que la inversión es un desembolso se presentará una alternativa de financiamiento por la cantidad que el fundador no puede aportar como un recurso propio. El crédito será realizado con un préstamo familiar que se lo asumirá a título personal a un plazo de 3 años y un interés del 9% anual. Se cuenta con \$15.122, siendo necesario el crédito familiar por la diferencia. **(Ver Anexo 17)**.

5.3. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Conforman los ingresos y egresos proyectados en el tiempo, se utilizó la tasa de inflación de 9,29% (CFN), para dicha proyección, los datos se basan en información obtenida en el Estudio de Mercado y Estudio Técnico – Administrativo.

5.3.1. INGRESOS PROYECTADOS

Los Ingresos se calcularon en base a la Investigación de Mercado, en el cual se determinó que el 60% de las mujeres encuestadas cumplen con las características establecidas para adquirir el servicio de cuidado infantil para sus hijos, adicional se obtuvo una demanda insatisfecha al año cero de 533 mujeres y para la demanda cautiva se consideró el criterio de las entrevistas a expertos que mencionan que el número con el que inician por lo general las actividades del Centro de Desarrollo Infantil es de 10 a 20 niños y niñas, razón por la cual se establecerá una cantidad de 18 niños para el cálculo de los ingresos mensuales al primer año. A continuación se presenta el presupuesto de ingresos, el mismo que esta basado en ingresos mensuales de niños para el cuidado a medio tiempo y tiempo completo, los ingresos se calculan al multiplicar el precio de venta por el número de niños, no obstante 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 la madre de familia durante el período lectivo. Además en el primer desembolso que realice la madre deberá cancelar también el valor del uniforme, rubro que también se consideró para el cálculo de los ingresos.

Se ha proyectado los cinco primeros años de vida en forma mensual apreciando de mejor manera los ingresos del Centro, además se consideró que el último mes del período escolar los ingresos descienden considerablemente ya que agosto es el mes en que los estudiantes se encuentran de vacaciones y no existe mayor cantidad de clientes, estimándose que el 40% de los mismos y nuevas personas permanecen e ingresan en el Centro de Desarrollo Infantil. Para el primer año se proyecta de la siguiente manera:

- Se programa iniciar el primer mes con 18 niños hasta llegar a atender a 30 niños al final del año, estimando que para el último mes el 40% de los clientes permanezcan en el centro, y se incrementarán los siguientes meses considerando el criterio de las entrevistas a expertos realizado al Ministerios de Bienestar Social (**Ver Anexo 7**).
- Matrícula, Inscripción y uniforme medio tiempo y tiempo completo \$80 (correspondiente al primer mes).

- Pensión medio tiempo \$95, Pensión tiempo completo \$125

Cuadro No. 38
INGRESO MENSUAL AÑO 1

AÑO 1				
No. Meses	Cantidad de Niños	Matrícula	Pensión	Ingreso Mensual
1	18	1350	2034	3384
2	21	225	2373	2598
3	24	225	2712	2937
4	26	75	2938	3013
5	28	75	3164	3239
6	29	75	3277	3352
7	30	75	3390	3465
8	30		3390	3390
9	30		3390	3390
10	30		3390	3390
11	30		3390	3390
12	12		1356	1356
Total Año 1	308	2.100	34.804	36.904
No. De Niños promedio al	26			

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

Para los siguientes años debido a que aun se tiene demanda insatisfecha se proyecta de la siguiente manera incrementando desde el segundo año el 9.29% de la inflación en los valores del precio y la matrícula, es decir:

- El primer mes se mantiene el número de niños del año anterior, debido a que no es posible perder ningún cliente,
- Durante los siguientes meses se prevé un ingreso de niños con la misma tendencia del primer año, hasta llegar a captar 50 infantes (**Ver Anexo 7**); que ocupa la capacidad máxima del Centro de Desarrollo Infantil al quinto año.

A continuación se presenta un cuadro resumen con los ingresos anuales desde el segundo al quinto año:

Cuadro No. 39
INGRESOS MENSUALES AÑO 2 - 5

Años	Ingresos Anuales
2	62.408
3	79.477
4	89.955
5	97.241

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

En el cuadro anterior se puede apreciar los ingresos anuales del Centro de Desarrollo Infantil, mostrando que para cada año van incrementando.

En el **Anexo 18** se presenta con detalle el cálculo de los ingresos mensuales totales de la atención a niños a medio tiempo y tiempo completo.

5.3.2. EGRESOS PROYECTADOS

En el siguiente cuadro se presenta un resumen de los egresos proyectados en el tiempo, durante los cinco primeros años de funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil, en donde se detalla los costos y gastos pre – operacionales, de trabajo y de financiamiento.

Es importante mencionar que para el tercer año se considerará el incremento de una parvularia y dos pasantes como consecuencia del aumento de nuevos clientes, se establece que a partir del segundo año se aplicará el 50% más del costo del programa de publicidad del primer año; el valor del arriendo corresponde a 10 meses debido a que conceden dos meses de gracia; el valor de alimentación

y uniformes ascienden para el segundo año a \$200 por el incremento de niños para los siguientes años. A continuación se presentan los costos y gastos del proyecto y su respectiva proyección:

Cuadro No. 40
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<u>Costos por Servicios</u>	22.486	33.989	41.306	45.008	49.053
Arriendo	4.050	5.902	6.450	7.049	7.704
Alimentación	1.200	2.623	2.867	3.133	3.424
Uniformes	1.800	2.623	2.867	3.133	3.424
Maestras Parvularias	3.392	7.414	12.153	13.282	14.516
Pasantes	0	2.400	2.867	3.133	3.424
Médico Pediatra	600	656	717	783	856
Enfermera	2.444	2.671	2.919	3.190	3.486
Nutricionista	360	393	430	470	514
Personal de Limpieza y Cocina	3.192	3.488	3.812	4.166	4.553
Material de Enfermería	211	231	252	276	301
Menaje de Cocina	3.780	4.131	4.515	4.934	5.393
Depreciación	1.458	1.458	1.458	1.458	1.458
<u>Gastos de Administración</u>	9.831	10.708	11.668	12.716	13.862
Director - Psicólogo Infantil	4.687	5.123	5.599	6.119	6.687
Secretaria - Contadora	3.491	3.815	4.170	4.557	4.980
Suministros y Materiales de Oficina	1.270	1.388	1.517	1.658	1.812
Depreciación	382	382	382	382	382
<u>Gastos de Ventas</u>	830	1.361	1.625	2.122	3.027
Publicidad	830	1.361	1.625	2.122	3.027
<u>Otros Gastos</u>	3.880	4.700	4.453	4.780	5.137
Gastos Servicios Básicos	2.640	3.432	3.153	3.446	3.766
Suministros de Aseo y Limpieza	306	334	365	399	437
Amortización Activos Diferidos	934	934	934	934	934
<u>Gasto Financiero</u>	376	237	87		
Interés	376	237	87		
Total Costos y Gastos	37.402	50.995	59.138	64.625	71.079

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

5.3.3. PRESUPUESTO OPERATIVO

La importancia de elaborar los estados financieros está en conocer si es o no aconsejable invertir en este proyecto asignando los recursos disponibles.

5.3.3.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias llamado también estado de resultados, indica la utilidad o pérdida de la empresa en un periodo determinado. En el siguiente cuadro se puede observar que desde el segundo año se obtiene utilidad y para los años subsiguientes la utilidad aumenta en forma proporcional a las ventas:

Cuadro No. 41

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
DETALLE	1	2	3	4	5
<u>Ingresos de Servicio</u>					
Ingresos	36.904	62.408	79.477	89.955	97.241
<u>Costos por Servicios</u>	22.486	33.989	41.306	45.008	49.053
Arriendo	4.050	5.902	6.450	7.049	7.704
Alimentación	1.200	2.623	2.867	3.133	3.424
Uniformes	1.800	2.623	2.867	3.133	3.424
Maestras Parvularias	3.392	7.414	12.153	13.282	14.516
Pasantes	0	2.400	2.867	3.133	3.424
Médico Pediatra	600	656	717	783	856
Enfermera	2.444	2.671	2.919	3.190	3.486
Nutricionista	360	393	430	470	514
Personal de Limpieza y Cocina	3.192	3.488	3.812	4.166	4.553
Material de Enfermería	211	231	252	276	301
Menaje de Cocina	3.780	4.131	4.515	4.934	5.393
Depreciación	1.458	1.458	1.458	1.458	1.458
Utilidad Bruta	14.418	28.420	38.172	44.947	48.188
<u>Gastos de Administración</u>	9.831	10.708	11.668	12.716	13.862
Director - Psicólogo Infantil	4.687	5.123	5.599	6.119	6.687
Secretaria - Contadora	3.491	3.815	4.170	4.557	4.980
Suministros y Materiales de Oficina	1.270	1.388	1.517	1.658	1.812
Depreciación	382	382	382	382	382
<u>Gastos de Ventas</u>	830	1.361	1.625	2.122	3.027
Publicidad	830	1.361	1.625	2.122	3.027
<u>Otros Gastos</u>	3.880	4.700	4.453	4.780	5.137
Gastos Servicios Básicos	2.640	3.432	3.153	3.446	3.766
Suministros de Aseo y Limpieza	306	334	365	399	437
Amortización Activos Diferidos	934	934	934	934	934
<u>Gasto Financiero</u>	376	237	87		
Interés	376	237	87		
Utilidad Antes de Imp. Y Participación de Trabajadores	-498	11.413	20.339	25.330	26.162
Participación Trabajadores 15%	0	1.712	3.051	3.799	3.924
Utilidad Antes de Impuestos	-498	9.701	17.288	21.530	22.238
Impuesto a la Renta 25%	0	2.425	4.322	5.383	5.560
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	-498	7.276	12.966	16.148	16.679

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

5.3.3.2. Flujo De Fondos Neto

En el flujo de fondos neto se registran la diferencia entre las proyecciones de los ingresos y egresos de efectivo en cada año, considerando además la inversión en el instante cero.

Cuadro No. 42
FLUJO DE FONDOS NETO ANUAL PROYECTADO

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
(+) <i>Ingresos de Servicio</i>		36.904	62.408	79.477	89.955	97.241
(-) <i>Costos por Servicios</i>		22.486	33.989	41.306	45.008	49.053
(-) <i>Gastos de Administración</i>		9.831	10.708	11.668	12.716	13.862
(-) <i>Gastos de Ventas</i>		830	1.361	1.625	2.122	3.027
(-) <i>Otros Gastos</i>		3.880	4.700	4.453	4.780	5.137
(-) <i>Gasto Financiero</i>		376	237	87	0	0
Interés		376	237	87	0	0
(=) Utilidad Antes de Imp. Y Participación de Trabajadores		-498	11.413	20.339	25.330	26.162
(-) Participación Trabajadores 15%		0	1.712	3.051	3.799	3.924
(=) Utilidad Antes de Impuestos		-498	9.701	17.288	21.530	22.238
(-) Impuesto a la Renta 25%		0	2.425	4.322	5.383	5.560
(=) Utilidad o Pérdida del Ejercicio		-498	7.276	12.966	16.148	16.679
(-) Inversión Inicial	-20.163					
(+) Depreciación		1.840	1.840	1.840	1.840	1.840
(+) Amortización Activos Diferidos		934	934	934	934	934
(+) Valor Residual						4.707
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						3.076
(-) Pago del crédito		-1538	-1676	-1827		
(=) FLUJO DE FONDOS NETO EN USD.	-20.163	738	8.374	13.913	18.922	27.235

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Estefanía Villalba

En el cuadro anterior se observa que en el primer año de funcionamiento los flujos comienzan a ser positivos, revelando que desde ese año en adelante la empresa recupera la inversión inicial y se ubica a percibir mayores ingresos.

5.4. INDICADORES Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Para realizar la evaluación financiera del presente proyecto se utilizó el software financiero **Decisiones de Inversión**, el cual presenta que el proyecto es rentable.

5.4.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para el cálculo del VAN la tasa de descuento utilizada es la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR. Su cálculo se presenta a continuación:

Premio al Riesgo (f)	Inflación (i)	TMAR
7,00%	9,29%	16,3%
Fuente: CFN		

Cuadro No. 43
VALOR ACTUAL NETO

Flujo de Fondos Actualizados	-20.163	635	6.192	8.847	10.346	12.806
VAN	18.664					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

Para el presente proyecto el valor actual neto es positivo significa que la utilidad percibida es mayor al costo de oportunidad y alcanza a cubrir el mismo.

5.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. El proyecto genera una TIR anual del 39.3% siendo mayor a la tasa de descuento del 16.29%, por lo que se establece que el proyecto es rentable.

5.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Este método permitirá conocer en qué tiempo se va a recuperar la inversión. Cuando más rápido sea el periodo de recuperación, menor será el riesgo y mayor liquidez se tendrá. En el siguiente cuadro se presenta el período de recuperación del capital:

Cuadro No. 44
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Año	0	1	2	3	4	6
Flujo Neto	-20.163	738	8.374	13.913	18.922	2.633
VPA	-20.163	-19.425	-11.051	2.862	21.784	51.652

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

En el cuadro anterior se puede observar que la inversión del proyecto se recupera al tercer año.

5.4.4. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Este indicador, señala la utilidad se tendrá con el costo que representa la inversión, es decir la relación beneficio costo es de \$1,29 que indica que por cada dólar invertido se recupera \$0,29.

Cuadro No. 45
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Ingresos en \$	36.904	62.408	79.477	89.955	97.241	365.986
Egresos en \$	37.402	50.995	59.138	64.625	71.079	283.239
Relación Beneficio Costo						1,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables sensibles que se considerarán son el precio y el número de niños, a continuación se presenta dicho análisis:

5.5.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PRECIO

En el siguiente cuadro se visualiza la variación del precio entre un 5% y 10% del valor en dólares en el servicio a medio tiempo y tiempo completo, se realiza este análisis con el fin de conocer hasta que porcentaje se puede disminuir dichos valores, en el siguiente cuadro se visualiza los siguientes resultados:

Cuadro No. 46
VARIACIÓN DEL PRECIO

No. De Niños T.C y M.T	Precio en \$ T.C y M.T	Variación del Precio	VAN	TIR	B/C
18	\$125 - \$95	100%	18,664	39,3	1,29
	\$112 - \$80	93% -88 %	864	17,41	1,14

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro anterior el precio es una variable sensible en el proyecto, en efecto, una disminución en el precio del 7%% a tiempo completo y un 12% a medio tiempo y considerando que el número de niños para iniciar se mantiene (18 niños a 60% medio tiempo y 40% restante a tiempo completo), el proyecto es viable.

En el **Anexo 19** se puede visualizar los resultados de los ingresos con el nuevo precio a tiempo completo y medio tiempo.

5.5.2. ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL NÚMERO DE NIÑOS ATENDIDOS

Es importante también realizar el análisis de sensibilidad para el número de niños atendidos por el Centro de Desarrollo Infantil; ésta es una variable de alto riesgo y la variación de la misma incidirá en la decisión del proyecto. En el cuadro No. 42 se puede observar la variación en de la variable en un 10% a medio tiempo y tiempo completo, considerando que el precio es de \$130 a tiempo completo y \$100 a medio tiempo. A continuación se puede visualizar los resultados en el cuadro No.43.

Cuadro No. 47
VARIACIÓN PARA EL NÚMERO DE NIÑOS

Precio en \$ T.C y M.T	No. De Niños T.C y M.T	Variación del No. De niños a T.C y M.T.	VAN	TIR	B/C
T.C. \$125 - M.T 95	18	100%	18,664	39,3	1,29
	13	72%	2,193	18,81	1,17

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

Como se puede observar en el cuadro anterior el proyecto es viable inclusive cuando el número de niños disminuye en un 28% en tiempo completo y medio tiempo, considerando un precio de \$125 y \$95 respectivamente. (**Ver Anexo 20**).

5.5.3. ANALISIS DE SENSIBILIDAD: PRECIO - NIÑOS ATENDIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL.

Con el objetivo de observar los resultados de la combinación entre las variables precio – niños atendidos se tiene los siguientes resultados:

Cuadro No. 48
VARIACIÓN DEL PRECIO - NÚMERO DE NIÑOS ATENDIDOS

Precio en \$ T.C y M.T	No. De Niños T.C y M.T	Variación del precio y No. De niños respectivamente	VAN	TIR	B/C
\$120 - \$85	15	Precio:(96% - 89%) y Niños: (83%)	281	18,8	1,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Estefanía Villalba

En el cuadro anterior se tiene que al variar el número de niños atendidos de 10 a 7 infantes y el precio de \$125 y \$95 a \$120 y \$85 a tiempo completo y medio tiempo, respectivamente el proyecto es viable, además el Centro de Desarrollo Infantil contaría con una ventaja competitiva de precio bajo ante la competencia en el sector de Conocoto. **(Ver Anexo 21)**.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al realizar el Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil en la Urbanización Ciudad de Quito de la Parroquia de Conocoto, se ha podido establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones:

6.1. CONCLUSIONES

- La elaboración del Estudio de Factibilidad sirvió de herramienta para demostrar que el proyecto es viable en sus tres fases de decisión como son: mercado, técnico – administrativo y financiero.
- El crecimiento de la población en la Parroquia de Conocoto es un gran atractivo para el Centro de Desarrollo Infantil, ya que permite conocer el incremento de la cantidad de mujeres que tienen niños entre uno y cinco años o que a corto o mediano plazo piensan tener hijos y que pueden requerir del servicio de cuidado infantil para sus hijos.
- Por medio de la Investigación de Mercado se determinó que existe demanda actual insatisfecha, lo que permite incursionar a una nueva empresa de cuidado infantil en el mercado seleccionado.
- Se conocieron las características (infraestructura adecuada, personal capacitado, plan de educación integral y moderna, horarios accesibles, servicio de alimentación y precios convenientes) que las mujeres buscan antes de contratar el servicio de cuidado infantil para sus hijos, en este sentido las madres de familia buscan un servicio de calidad, diferenciado e innovador, personal capacitado, ambiente cálido y afectivo e infraestructura adecuada.

- La estrategia de marketing del proyecto se basa principalmente en entregar un servicio de calidad y de diferenciación, además se realizará la publicidad por medio de dípticos que tendrán cupones de descuentos, visitas personales, tarjetas de presentación, banderas, y rótulos que contengan la información necesaria para conocer del Centro de Desarrollo Infantil.
- La estructura física del centro tiene una capacidad máxima instalada para 50 niños, su distribución interior estará preparada para atender a los infantes dependiendo de su edad y necesidades, además cada zona y área contará con materiales acordes a las actividades que se realicen.
- La empresa requerirá de \$20.163 para el inicio de sus actividades, inversión que se recuperará a partir del cuarto año de la puesta en marcha del proyecto.
- El proyecto se financiará en un 75% con recursos propios del socio fundador y el 25% restante con un préstamo familiar a una tasa de 9% durante 3 años.
- Mediante los criterios de evaluación se determinó un VAN positivo de \$18.664, TIR de 39.3% y una Relación Beneficio Costo de 1,29, lo que demuestra que el proyecto es rentable para la puesta en marcha.
- En el Análisis de Sensibilidad se determinó que el precio puede disminuir de \$125 y \$95 a \$120 y \$85 (entre un 5% y 10%) a tiempo completo y medio tiempo, respectivamente, y el número de niños atendidos de 15 infantes; dando como resultado un VAN positivo de 281, TIR del 18.8% y una Relación Beneficio Costo de 1,15.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto, ya que por medio de la investigación de mercado se determinó la existencia de demanda insatisfecha, además en los resultados obtenidos en el estudio financiero presenta que el proyecto es rentable.
- Es importante que la empresa mantenga estándares de calidad que le permitan responder a las necesidades de los clientes, y que garanticen su éxito competitivo.
- Iniciar las actividades con 18 niños e incrementar la cantidad de niños entre 1 y 5 años, hasta llegar a la capacidad instalada (50 niños), manteniendo la calidad de servicio.
- Crear un clima organizacional motivado con el fin de que las personas que forman parte del centro, transmitan a los niños sentimientos positivos y agradables.
- Aplicar técnicas y métodos de enseñanza que apoyen al desarrollo integral de los niños en todas sus áreas (inteligencia emocional, área de lenguaje, motora, intelecto – cognitivo, social y de conducta) para cubrir y superar las expectativas de los clientes.
- Fortalecer el plan de marketing propuesto, llegando a establecer acuerdos estratégicos con Centros Vacacionales, con el objetivo de hacer de la publicidad y promoción una ventaja competitiva en beneficio para ambas partes.

BIBLIOGRAFÍA

- ABBADIE, Madeline. La Educación Preescolar. Madrid - España, Cincel – Kepeluz, 1980.
- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México, Ed. Mc Graw Hill, Cuarta Edición, 2001.
- BLOCK, Stanley. HIRT, Geoffrey. Fundamentos de Gerencia Financiera. Colombia, Mc Graw - Hill, Novena Edición, 2001.
- BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. Contabilidad General. Ed. Nuevo día, Quinta Edición, 2004.
- FERRERE, José María. Investigación de Mercados Estratégica, Ediciones Gestión 2000, 1997.
- Folleto emitido por el MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL. Estándares de Calidad para los Centros de Desarrollo Infantil. 2003.
- GÓMEZ, Silvia. ÁLVAREZ, Iván. Diccionario de Términos Financieros y de Bolsa. Colombia, Ed. Nomos, 2003.
- KINNEAR, Thomas. TAYLOR, James. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. Colombia. Mc Graw – Hill, 1998.
- KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. México. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, 1998.
- KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing, México. Pearson Educación, Octava Edición, 2001.
- MALHOTRA, Naver. INNEAR, Thomas. TAYLOR, James. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. Colombia. McGraww-Hill, 1998.
- MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL. Lineamientos para el Trámite de Autorización de Funcionamiento de un Centro de Desarrollo Infantil.
- MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL. Registro Oficial N° 309 de 19 de Abril de 2001.

- MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá – Colombia. MM editores, Cuarta Edición, 2002.
- MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. Plano Parroquia de Conocoto.
- PELLICCIOTTA, Irene. ARZENO, Beatriz. Enciclopedia Práctica Preescolar. Buenos Aires – Argentina. Editorial Latina, 1971.
- PETER, D. Dictionary of Marketing Terms. Bennett (Ed.). Chicago - E.E.U.U. 1988.
- Proyecto y Realización de Parramon Ediciones. Manual del Educador de Preescolar. Tomo I El educando La Escuela. Barcelona – España, 2002.
- SAPAG CHAIN, Nassir. SAPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago – Chile. Mc Graw – Hill Interamericana, Cuarta Edición, 2000.
- SERNA GOMEZ, Humberto. Planificación y Gestión Estratégica. Colombia. Ed. Legis, 1994.
- STANTO, William. EYZEY, Michael. Fundamentos de Marketing. México. Mc Graw -Hill, Décima edición, 1996.
- Unidad de Estudios e Investigación; DMTV - MDMQ.
- VI Censo de Población y V de la Vivienda, 2001; Población y Provincia Pichincha. INEC.

PÁGINAS WEB

- <http://www.cfn.fin.ec/>
- <http://www.educacioninfantil.com/displayarticle182.html>
- <http://www.educacioninfantil.com/displayarticle87.html>
- <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/puntodeequilibrio/default15.asp>
- <http://www.misionvisionvalores.com>
- <http://www.monografías.com.htm>
- http://www4.quito.gov.ec/mapas/indicadores/proyeccion_zonal.htm