



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

**Proyecto de emprendimiento de una guardería infantil en centro  
comercial “CHIQUEHOUSE”**

**AUTOR (A):**

**PACHECO CERVANTES MICHELLE STEFANIE**

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

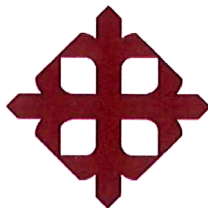
**Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**

**TUTOR:**

**JIMENEZ BONILLA EDGAR DANIEL**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Michelle Stefanie Pacheco Cervantes** como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en **Gestión Empresarial Internacional**.

**TUTOR**

---

JIMENEZ BONILLA EDGAR DANIEL

**REVISOR(ES)**

ECON. FREDDY CORTEZ BAILÓN MGS.

ING. CARLOS VALLE

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

DR. ALFREDO GOVEA

**Guayaquil, a los 13 del mes de Marzo del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Michelle Stefanie Pacheco Cervantes**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación Proyecto de emprendimiento de una guardería infantil en centro comercial “CHIQUEHOUSE” previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 del mes de Marzo del año 2014**

**LA AUTORA**

---

Michelle Stefanie Pacheco Cervantes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Michelle Stefanie Pacheco Cervantes**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de emprendimiento de una guardería infantil en centro comercial “CHIQUEHOUSE”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 del mes de Marzo del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

Michelle Stefanie Pacheco Cervantes

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios, quien me dio la vida, quien ha sido mi fortaleza y refugio, quien me ha bendecido y guiado a lo largo de mi carrera, permitiéndome llegar hasta este punto de mi vida estudiantil.

Le doy gracias a mis padres por ser mi soporte en todo momento, por brindarme su apoyo cuando más lo necesitaba, por darme la primera escuela que es la del hogar, en la cual me enseñaron los valores que me permiten ser la persona que soy hoy en día; y más que nada, por ser mi mayor ejemplo a seguir.

A mis hermanos por estar siempre a mi lado, brindándome el amor y cariño que alegra mis días, por estar conmigo en las buenas y en las malas; a mi hermana por haberme dado una hermosa sobrina, quién fue mi mayor inspiración para este proyecto.

A mi familia en general, mis tías y primas, quienes me ayudaron cuando lo necesité, brindándome su apoyo en todo momento.

A mis amigas quienes me apoyaron en todo instante, por ser la familia que escogí, por todos los años de amistad, de comprensión y de tolerancia que me brindaron, convirtiendo el desarrollo de la misma en una gran experiencia.

Les agradezco a mis profesores que tuve el agrado de conocer a lo largo de la carrera, de quienes aprendí no solo temas catedráticos sino que también nos compartieron sus experiencias, y en especial a mi tutor quien con paciencia me guió y brindó consejos que jamás olvidaré.

Y finalmente, le agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron y me apoyaron para lograr ésta meta.

Michelle Pacheco Cervantes

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	XII
EXECUTIVE SUMMARY .....	XIII
RESUMÉ EXECUTIF.....	XIV
JUSTIFICACION.....	XV
INTRODUCCION.....	1
ANTECEDENTES.....	1
MARCO TEORICO .....	3
a) <i>GUARDERÍAS</i> .....	7
b) <i>CUIDADO INFANTIL</i> .....	8
c) <i>HIGIENE INFANTIL</i> .....	11
d) <i>PSICOLOGÍA INFANTIL</i> .....	11
e) <i>VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DE GUARDERIAS</i> .....	13
MARCO LEGAL .....	15
a) <i>CUALIDADES DEL PERSONAL</i> .....	20
MARCO REFERENCIAL.....	21
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	23
a) <i>DEFINICION DEL PROBLEMA</i> .....	24
b) <i>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</i> .....	24
c) <i>OBJETIVOS</i> .....	25
CAPITULO I.....	26
1. PLAN ADMINISTRATIVO Y ESTRATEGICO .....	26
1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA: .....	26
1.2. LA EMPRENDEDORA.....	26
1.3. IDEA DEL SERVICIO .....	26
1.4. IDEA DEL NEGOCIO .....	27
1.5. TIPO DE EMPRESA.....	28
1.6. ACCIONISTAS .....	29
1.7. LA ADMINISTRACIÓN .....	29
1.7.1. VALORES CORPORATIVOS.....	30

1.8.	ORGANIGRAMA .....	32
1.9.	DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....	33
1.10.	GOBIERNO CORPORATIVO.....	34
1.11.	PLAN ESTRATÉGICO .....	35
1.11.1.	<i>MISIÓN</i> .....	35
1.11.2.	<i>VISIÓN</i> .....	36
1.11.3.	<i>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</i> .....	36
1.12.	ANÁLISIS FODA.....	36
1.12.1.	<i>ESTRATEGIAS DEL FODA</i> .....	37
1.13.	COSTOS ADMINISTRATIVOS .....	38
CAPITULO II.....		39
2.	PLAN DE MARKETING .....	39
2.1.	INVESTIGACION DE MERCADO.....	39
2.1.1.	<i>TARGET</i> .....	39
2.1.2.	<i>INFORME DE LA COMPETENCIA</i> .....	39
2.1.3.	<i>METODOLOGÍA</i> .....	40
2.1.4.	<i>FOCUS GROUP</i> .....	42
2.1.5.	<i>ENTREVISTA A PROFUNDIDAD</i> .....	44
2.2.	PROPUESTAS DE MERCADO .....	47
2.2.1.	<i>DETERMINACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA</i> .....	47
2.2.2.	<i>MARKETING MIX</i> .....	54
2.3.	PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING.....	57
2.3.1.	<i>OBJETIVOS</i> .....	57
2.3.2.	<i>ESTRATEGIAS DE MARKETING</i> .....	57
2.3.3.	<i>DESARROLLO DE ESTRATEGIAS</i> .....	58
2.3.4.	<i>COSTOS</i> .....	59
CAPITULO III.....		60
3.	ASPECTOS TECNOLOGICOS DEL PROYECTO.....	60
3.1.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	60
3.2.	PROCESO A SEGUIR.....	64
3.3.	UBICACIÓN DEL PROYECTO .....	65

3.3.1.	MACRO LOCALIZACIÓN.....	65
3.3.2.	MICRO LOCALIZACIÓN .....	66
3.4.	DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	66
3.5.	DISEÑO DE LA PLANTA.....	66
3.6.	LOCAL Y SUS ADECUACIONES.....	69
3.6.1.	LOCAL .....	69
3.6.2.	ADECUACIONES PARA EL LOCAL .....	70
3.6.3.	NORMAS Y ESTÁNDARES: .....	70
3.7.	ESPECIFICACIONES DE LAS MATERIAS PRIMAS.....	71
3.8.	MUEBLES Y EQUIPOS A UTILIZARSE .....	75
3.9.	COSTOS DE MANTENIMIENTO.....	77
3.10.	INSUMOS, SERVICIOS Y MANO DE OBRA DIRECTA.....	77
3.11.	ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS .....	78
3.12.	RESUMEN DE COSTOS .....	79
3.12.1.	COSTO VARIABLE.....	79
3.12.2.	COSTO FIJO .....	79
CAPITULO V	.....	80
4.	EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO .....	80
4.1.	ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO .....	80
4.1.1.	PLAN DE INVERSION, CLASIFICACION Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	80
4.1.2.	PROGRAMA Y CALENDARIO DE INVERSIONES .....	80
4.1.3.	POLITICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS.....	81
4.1.4.	DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS .....	82
4.1.5.	PROGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS .....	82
4.1.6.	COSTOS DE MATERIALES PRIMAS, MATERIALES INDIRECTOS, SUMINISTROS Y SERVICIOS, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA .....	84
4.1.7.	GASTOS FINANCIEROS .....	86
4.1.8.	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	88
4.1.9.	CAPITAL DE TRABAJO .....	89
4.1.10.	FLUJO DE CAJA .....	90



4.1.11.	DETALLE DE LAS PROYECCIONES DE INGRESOS (VENTAS PROYECTADAS) .....	91
4.1.12.	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS .....	92
4.1.13.	BALANCE GENERAL .....	94
4.2.	EVALUACION DEL PROYECTO .....	95
4.2.1.	PRINCIPALES CRITERIOS DE EVALUACION .....	95
4.2.1.1.	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	95
4.2.2.	INDICES FINANCIEROS .....	96
5.	CONCLUSION .....	99
6.	RECOMENDACIONES .....	100
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	101
8.	GLOSARIO .....	106
9.	ANEXOS .....	107
9.1.	ANEXO 1: MODELO DE ENTREVISTA .....	107
9.2.	ANEXO 2: MODELO DE FORMULARIO PARA LA ENTRADA DE LOS NIÑOS 108	
9.3.	ANEXO 3: FORMATO DE CARTA PARA LA AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO .....	109
9.4.	ANEXO 4: LINEAMIENTOS PARA LA PRESENTACION DEL PROYECTO PARA EL FUNCIONAMIENTO .....	110
9.5.	ANEXO 5: FICHA DE IDENTIFICACION DE LA ORGANIZACIÓN .....	114
9.6.	ANEXO 6: FICHA DE SEGUIMIENTO .....	115
9.7.	ANEXO 7: INFORME ANUAL DE CDI .....	116
9.8.	ANEXO 8: INSTRUCCIONES PARA LOS CDIs PRIVADOS .....	121
9.9.	ANEXO 9: CONVENIO MERCANTIL DE CONCESION DE USO DE ESPACIO 122	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla de categorías de los centros infantiles .....	19
Tabla 2	Tabla de accionistas .....	29
Tabla 3	Tabla de Gastos Administrativos.....	38
Tabla 4	Tabla de Gastos de suministros y servicios .....	38
<b>Tabla 5</b>	<b>Tabla de la población de la provincia del Guayas de acuerdo a las edades .....</b>	<b>48</b>
Tabla 6	Tabla de la población de la provincia del Guayas según su estado conyugal ..	49
Tabla 7	Tabla de participación de niños en programas de cuidado infantil .....	51
Tabla 8	Tabla de matrimonios por número de hijos .....	52
Tabla 9	Tabla de participación de niños en programas de cuidado infantil por ciudades.....	52
Tabla 10	Tabla de porcentajes de la participación de niños en programas de cuidado infantil por ciudades.....	53
Tabla 11:	Estrategias de publicidad y marketing .....	59
Tabla 12:	Inversión y fuentes de financiamiento .....	80
Tabla 13:	Calendario de inversión de capital propio.....	80
Tabla 14	Calendario de inversión de capital prestado.....	81
Tabla 15:	Depreciación de activo fijo .....	82
Tabla 16:	Activo fijo .....	82
Tabla 17:	Proyección de ventas.....	83
Tabla 18:	Costo de materias primas .....	84
Tabla 19:	Costo de materiales indirectos .....	84
Tabla 20:	Costo unitario de producción.....	85
Tabla 21:	Costo indirecto de fabricación .....	85
Tabla 22:	Costo de mano de obra directa e indirecta .....	85
Tabla 23:	Evaluación financiera proyecto .....	86
Tabla 24:	Gastos financieros .....	87
Tabla 25:	Resumen de costos .....	88
Tabla 26:	Resumen de gastos .....	88
Tabla 27:	Capital de trabajo.....	89
Tabla 28:	Flujo de caja.....	90
Tabla 29:	Detalle de proyecciones de ingresos.....	91
Tabla 30:	Estado de pérdidas y ganancias mensual .....	92
Tabla 31:	Estado de pérdidas y ganancias anual.....	93
Tabla 32:	Balance general .....	94
Tabla 33:	Índices financieros .....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Gráfico del modelo de negocio .....	27
Gráfico 2: Organigrama de la compañía .....	32
Gráfico 3: Focus group .....	43
Gráfico 4 Gráfico de la población de la provincia del Guayas según su estado conyugal .....	49
Gráfico 5 Gráfico de las estadísticas de la ausencia de los padres y madres en los niños .....	50
Gráfico 6 Gráfico del itinerario a seguir .....	63
Gráfico 7 Gráfico de la macro localización del negocio .....	65
Gráfico 8 Gráfico de decoraciones .....	67
Gráfico 9 Gráfico de colchonetas a utilizarse .....	67
Gráfico 10: Lay out del negocio .....	69
Gráfico 11 Gráfico de laberintos .....	72
Gráfico 12 Gráfico de piscina de bolas plásticas .....	72
Gráfico 13 Gráfico de pinturas .....	72
Gráfico 14 Gráfico de área de siesta .....	73
Gráfico 15 Gráfico de vallas .....	73
Gráfico 16 Gráfico de rompecabezas .....	73
Gráfico 17 Gráfico de legos .....	74
Gráfico 18 Gráfico de tobogán plástico .....	74
Gráfico 19 Gráfico de sillas y mesas .....	75
Gráfico 20 Gráfico de repisas .....	75

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como finalidad estudiar la viabilidad de la implementación de un centro de cuidado infantil en un centro comercial de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas de la República del Ecuador; su actividad es el cuidado de los niños mientras los padres realizan sus actividades dentro del centro comercial, y a su vez se ayuda al menor en su desarrollo social y emocional.

La investigación se basó en las etapas por las cuales pasan los niños. Entre éstos periodos está en el que los pequeños son separados de sus padres para ir a maternales, guarderías, entre otras, y es aquí en donde los niños conocen un nuevo mundo, en el cual ya no son el centro de atención y tienen que compartir con otros niños de su edad.

Para determinar la viabilidad del proyecto se ha hecho un estudio de mercado en el que indica la demanda creciente que está a favor de las guarderías, analizando a los consumidores y a la competencia.

Se procedió a utilizar el tipo de investigación descriptiva, ya que se relata la situación actual de los padres de familia y sus niños; utilizando la investigación cualitativa permitiendo utilizar diferentes medios para la recopilación de la información requerida.

Con un porcentaje de rentabilidad del 70%, muestra las posibilidades de beneficios futuros al medir los ingresos y costos programados.

**PALABRAS CLAVES:** Guardería, negocio

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This project aims to study the feasibility of implementing a child care center in a mall in the city of Guayaquil, Guayas province of the Republic of Ecuador, its activity is the care of children while parents do their activities inside the mall, and in turn help the child in their social and emotional development.

The research was based on the stages through which children pass. Between these periods is in that small are you separated from their parents to go to nursery, nurseries, among others, and this is where the children know a new world where they are no longer the center of attention and have to share with other children their age.

To determine the viability of the project has been a market study which indicates that demand is growing for nurseries, analyzing consumers and competition.

We proceeded to use the descriptive type of research, since the current situation of parents and their children is reported, using qualitative research allowing use different means for collecting the required information.

With a rate of return of 70 %, showing possibilities of future profits and revenues to measure programmed costs.

**KEYWORDS:** Child care center, Business

## **RESUMÉ EXECUTIF**

Ce projet vise à étudier la faisabilité de la mise en œuvre d'un centre de soins de l'enfant dans un centre commercial dans la ville de Guayaquil, la province de Guayas de la République de l'Equateur, son activité est la prise en charge des enfants pendant que les parents font de leur activités à l'intérieur du centre commercial, et à son tour aider l'enfant dans leur développement social et affectif.

La recherche a été basée sur les étapes par lesquelles passent les enfants. Entre ces périodes est dans ce petit vous séparés de leurs parents pour aller à la crèche, crèches, entre autres, et c'est là que les enfants connaissent un monde nouveau où ils ne sont plus le centre de l'attention et à partager avec d'autres enfants de leur âge.

Pour déterminer la viabilité du projet a été une étude de marché qui indique que la demande est croissante pour les pépinières, l'analyse des consommateurs et de la concurrence.

Nous avons procédé à utiliser le type descriptif de la recherche, puisque la situation actuelle des parents et de leurs enfants est signalé, en utilisant la recherche qualitative permettant d'utiliser différents moyens pour recueillir les informations nécessaires.

Avec un taux de retour de 70 %, montrant les possibilités de profits et les revenus futurs de mesurer les coûts programmées.

**MOTS-CLÉS:** crèche, entreprise

## **JUSTIFICACION**

La razón por la que se escogió éste proyecto es que se encontró la manera en la cual se unen los negocios y los niños, un proyecto en dónde se puede crecer como profesional y a la vez generar un agradable servicio. Inspirándose en el amor que se siente por los niños, dedicado a aquellos padres cuyos horarios de trabajo exigen el requerimiento de tales guarderías.

Existe una gran demanda de guarderías debido a la incorporación de la mujer en el mundo laboral, sin contar a la cantidad de niños que nacen día a día; además se debe tomar en cuenta la creciente incidencia de madres solteras que está teniendo la sociedad.

El establecer una guardería en un centro comercial aportaría en el ámbito económico ya que estaría proporcionando fuentes de trabajo así como también permitiendo que madres de familia puedan salir a buscar trabajos mientras se cuida a los niños, generando así más ingresos para el país y reduciendo la cantidad de personas económicamente inactivas.

Es por ello el beneficio de tener una guardería, y mucho más dentro de un centro comercial, ya que les permite a los padres de familia hacer sus quehaceres cotidianos y poder dejar a sus niños en un lugar seguro y cerca de ellos fomentando el amor a la familia.

## INTRODUCCION

### ANTECEDENTES

El origen de las guarderías se remonta en el siglo XIX, época en la cual la introducción de las mujeres en el campo laboral era cada vez mayor, y por ende cada día crecía la cantidad de niños en las calles debido a que los padres trabajaban todo el día.

La creación de una guardería en Bolonia dio lugar a discusiones y conflictos gubernamentales y religiosos. El nacimiento de las guarderías surgiría de la participación de particulares bajo el control de las autoridades eclesiásticas, a pesar de esto, el conde Carlo Marsili (Cagnolati, 2011), elaboró un programa para fundar guarderías invitando a todas las clases pudientes de la sociedad para que muestren benevolencia hacia el pueblo plebeyo.

Dicho esto se inauguró la primera guardería el 16 de Junio de 1847 situada en Bolonia Scuole Pie, en la calle Poeti, respondiendo a una necesidad muy apremiante. Sin embargo, la única preocupación de los fundadores era la esfera social y la recaudación de fondos financieros más no el bienestar de los niños en cuanto a temas pedagógicos (Cagnolati, 2011).

Según Carmen Gallardo en su libro *“La Reina de las lavanderas”* cuenta la historia de la reina María Victoria dal Pozzo della Cisterna (1847-1876) sus padres Carlos Manuel del Pozzo, príncipe de la Cisterna, y la condesa Luisa Carolina de Merode; esposa de Amadeo de Saboya, con quien compartió el trono entre 1870 y 1873, en ella relata la historia de cómo surgió la primera guardería en Madrid en la Glorieta de San Vicente.



Siendo María Victoria una mujer piadosa y de férreas creencias religiosas que a diferencia de las otras reinas, no hacía alarde de sus riquezas, más bien le dedicó gran parte de su vida a la beneficencia.

Fue la reina en uno de sus paseos alrededor del palacio en el que se quedó asombrada debido a la pobreza en la que vivían las lavanderas de aquella zona, de las cuales ella no tenía conocimiento, y viendo esto ella mandó a crear una guardería para que los niños de las lavanderas sean cuidados mientras ellas trabajaban (Gallardo, 2012).

Dichas lavanderas estuvieron tan agradecidas que reunieron entre ellas y le mandaron a hacer una humilde corona para regalarle.

Con todos estos ejemplos a seguir fue como se dieron lugar a las guarderías en las diferentes partes de Europa, y así alrededor del mundo. Tenemos a UNICEF, creado en 1946 por las Naciones Unidas para proporcionar alimentos, ropa y atención médica para los niños europeos que atravesaban una época de hambruna y de enfermedades.

Quienes se encuentran en más de 190 países, quien cuenta con la potestad global para la toma de decisiones, creado con la mentalidad de trabajar en equipo para poder atravesar los impedimentos que se puedan presentar en la vida de un niño, creen fervientemente que la atención adecuada en los primeros años de vida es la base más fuerte para el futuro de una persona. Trabajan para el cuidado y cumplimiento de los derechos del niño. (UNICEF, 2012)

## MARCO TEORICO

La familia, célula vital de la sociedad, es la principal comunidad natural en relación con el desarrollo de un infante y de una persona como tal, en ella se origina el ambiente en el cual el niño pueda desenvolver sus potencialidades, se recibe las primeras nociones sobre la verdad y el bien, contribuyendo de manera única e insustituible al bien de la sociedad. (Fernández, 2008)

*“La familia es el grupo donde se nace y donde se asumen las necesidades fundamentales del niño. Es un grupo en el cual los miembros se cohesionan, se quieren se vinculan y así se ayudan recíprocamente a crecer vitalmente, a vivir como personas en todas sus dimensiones: cognitiva, afectiva, relacional, etc.”*  
(Font, Romagosa, 1995) (Perez, 2008, pág.9)

Según Fishman (1995) la familia es el primer sostén social de una persona y el origen de relaciones más duraderas ya que se mantienen a lo largo de la vida. Señala a la familia como un sistema en constante evolución y desarrollo ya que los dos progenitores decaen y mueren, y al mismo tiempo van dejando sus huellas en la vida del ciclo que recién está iniciando, manteniendo de esta forma la conservación y la evolución, además de ir traspasando las costumbres, valores, creencias entre otros de generación en generación.

De acuerdo Bargagli (1998) citado en Esteinou (2004) existen tres dimensiones bajo las cuales la realidad familiar ha sido descrita: *“la estructura familiar, las relaciones familiares y las relaciones de parentela”*.

La primera dimensión consiste en el grupo de personas que conviven bajo el mismo techo con las mismas costumbres y reglas, la segunda radica en los sentimientos que tienen los unos con los otros, la forma en la que se tratan y sus emociones; y por último la tercera dimensión la cual se basa en las relaciones con terceros con algún lazo de parentesco, la ayuda que se proporcionan entre ellos y las veces que se frecuentan.

La familia tiene una función principal en la educación de los hijos, siendo un santuario de la vida, una comunidad de amor y solidaridad indispensable para la enseñanza de los hijos, transmitiéndoles sus conocimientos, creencias y valores. (Valdivia, 2008)

Es indiscutible que el desarrollo físico, moral y afectivo de los niños, es decir, el cuidado en cuanto a la salud, la alimentación, el amor, la estimulación temprana es vital para ellos, el cual es dado en el hogar en la mayoría de las ocasiones por la madre. Dichos cuidados no son tarea fácil, se necesita de mucho tiempo y entrega total de cuidado material, económico y el psicológico (Batthyány, 2004).

Hoy en día las familias no son lo que solían ser hace unos siglos atrás, lo que conocíamos como familia tradicional en donde la madre por lo general se encargaba de las funciones educativas, crianza y cuidado de los hijos, transmisión de valores y costumbres, así como también la organización doméstica y la atención al esposo siendo sumisa y obediente y en donde el hombre se encargaba de llevar el sustento a la casa y de velar por el cuidado de su familia ha cambiado con el transcurso del tiempo.

En el siglo XX gracias a los principios de la democracia liberal que proporcionaron la ideología impulsadora de las mujeres se dio el reconocimiento de la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, debido al esfuerzo de muchas mujeres quienes lucharon por su libertad, por sus metas y por su realización personal. Y es aquí en donde las mujeres entran en el mundo laboral y las familias empiezan a cambiar. (Valdivia, 2008)

Hoy en día papá y mamá son profesionales u obreros exitosos que salen muy temprano en las mañanas a trabajar, pudiendo controlar a sus hijos únicamente vía telefónica, éste entre otros casos que están surgiendo en la sociedad, a

continuación se puede observar diferentes tipos de familia según Verónica Plúas, 2010

*Familia monoparental:* es en la cual solo está presente uno de los padres y sus hijos.

*Familia nuclear reducida:* es en la cual optan por el menor número de hijos, ya que desean tener solo la cantidad de hijos a los cuales puedan atender bien. Dado que ambos padres trabajan, los niños pasan la mayor parte del día en centros infantiles.

*Familia de madre soltera:* es aquella en donde la madre decide desde un principio hacerse cargo de la crianza del niño por sí sola.

*Familia de unión de hecho:* son las conformadas por parejas unidos por vínculos afectivos los cuales pueden tener hijos, sin pasar por el matrimonio.

*Parejas homosexuales:* es en la cual dos personas del mismo sexo adoptan niños, o en otros casos uno de los miembros con hijos se une con otra del mismo sexo.

*Familias polinucleares:* es aquella en la cual uno de los progenitores proviene de una unión familiar anterior con hijos y se une con otra, también conocida como “los míos, los tuyos y los nuestros”

*Familias de uniones de jóvenes:* son personas que se estrenan como padres, los que permiten, dejan hacer, miman; por lo general estos hogares no se consolidan y los hijos reciben las consecuencias de la mala estructuración.

*Familias de padres maduros:* es cuando después de un tiempo una pareja de personas mayores deciden rehacer un nuevo hogar; por lo general tienen hijos adolescentes o adultos a quienes delegan la crianza de los más pequeños y de quienes reciben críticas por lo permisivos que se han vuelto.

*Familia virtual:* es cuando uno de los padres aparecen solo por momentos específicos, es cuando los padres prefieren seguir solteros y sin compromisos, tienen un hijo, lo atienden, lo visitan pero cada uno en su hogar.

*Familias* en donde los abuelos, tíos o padrinos son los tutores directos y los padres tienen un rol secundario convirtiéndose en padres de fin de semana, creando una confusión para los niños ya que no saben a quién hacer caso, a los que los tienen todos los días o a sus padres.

*Familias* en donde las empleadas domésticas son las encargadas del cuidado, la alimentación y la higiene de los niños. Las mismas son de ayuda para los padres que pasan muy ocupados, sin embargo no son la mejor elección ya que no le proporcionan enseñanza debido a que no cuenta con mayor preparación.

También existen estilos de familia que detallamos a continuación:

*Familia autoritaria:* se manejan de forma grosera, altanera, agresiva, infunden temor entre los miembros de la familia, son hogares con problemas de alcoholismo, drogas, juegos de azar entre otros.

*Familia democrática:* es cuando se vive un ambiente armonioso y amoroso, en donde pueden resolver los problemas que se presenten.

*Familia permisiva:* es cuando dejan hacer todo lo que el niño quiera, satisfaciendo sin límites ni prohibiciones.

*Familia desinteresada:* es cuando existe poco deseo de involucrarse en la relación familiar, son los hogares poco amorosos y distantes, no consideran importante la demostración afectiva.

*Familia sobreprotectora:* estas pueden surgir ya sea porque los padres vienen de familias en donde han sido excesivamente protectores o porque perdieron un hijo o ya sea porque los hijos llegaron después de muchos intentos.

*Familia crítica:* es aquella que jamás está de acuerdo con las recomendaciones, es la que censura hasta el más mínimo error.

*Familia sabelotodo:* es aquella que no admiten recomendaciones ya que son prepotentes y presumen de su sabiduría.

#### a) *GUARDERÍAS*

Gracias a estos diversos tipos de familia que se presentan en nuestros días es la demanda de servicios de guardería, los cuales son aspectos de servicio social que permiten buscar trabajo a quienes lo utilizan, permitiéndoles tener acceso a más recursos e impulsar a la sociedad en una dirección diferente.

Los diferentes tipos de guarderías, las que se organizan como negocio, las que no cobran, las concesiones, los centros de atención infantil, las casas que cuidan niños, utilizan diferentes programas para el cuidado de los pequeños, los mismos se basan en la curiosidad que presentan los niños y sus energías siempre dispuestos a integrarse en el medio.

Existen programas basados en el desarrollo del lenguaje y de las capacidades intelectuales, utilizando entretenimiento parecido al de la escuela, con materiales académicos, también existen programas bilingües, otros para desarrollar la parte social y emocional de los niños, todos con el fin de que alcancen una serie de objetivos socioemocionales e intelectuales. (Psicología infantil, 1986)

El mejor jardín de infantes no es aquel que ofrece más espacio, color, luz, ventilación o juegos recreativos, sino aquel que proporciona coherencia filosófica, pedagógica y psicología con personal altamente calificado, que puedan contar con espacios funcionales y programación enfocada a las necesidades de los niños.

Al momento de crear un ambiente para niños se debe considerar todas las necesidades emocionales, físicas y sociales que tienen los infantes; deben ser diseñados para explorar, crear y comunicar, que se puedan acomodar a los requerimientos de los infantes, tomando en cuenta condiciones como iluminación, color y ventilación.

En cuanto a los mobiliarios de una guardería dependen de la edad de los niños a tenerse, por ejemplo los niños menores de 2 años no necesitan sillas y mesas, al contrario necesitan espacio para poder movilizarse, en este caso requieren de alfombras, almohadas para que los niños se puedan acomodar, mientras que los niños de 5 años ya pueden tener pupitres y asientos para poder pintar.

Los adornos y decoraciones de la guardería deben tener un fin pedagógico y de acuerdo a las festividades del momento, además de fijar espacios para estimular la cooperación de los niños permitiéndoles trabajar en equipo.

#### *b) CUIDADO INFANTIL*

El cuidado es una actividad indispensable para el sostenimiento de las sociedades. Sus prestadoras tradicionalmente fueron y son las mujeres, ya sean como madres, amas de casa, en las escuelas, hospitales, guarderías, empleadas domésticas entre otras, esto se debe a la división sexual del trabajo, lo cual es uno de los pilares del sistema del género y la base del deber social de la mujer de comprometerse con la crianza y las labores domésticas, convirtiendo el hogar en el lugar de trabajo de las mismas.

*“El vocablo surge, que significa cuidado, el cual es el ser de la existencia en la filosofía de Heidegger, pues la acción de cuidar desde sus orígenes etimológicos, es una acción que requiere dedicación y esfuerzo”.* (González, 2006, p.83)

En el transcurso del tiempo son cuatro los tipos de instituciones que se han distribuido el cuidado de los niños y son: las familias, las instituciones de sociedad civil (iglesias, fundaciones), el Estado y el mercado, enlazando el abastecimiento del cuidado y bienestar.

Según Aguirre (2005), señala dos tipos de estado de bienestar, el régimen familista, el que consiste en que la responsabilidad principal del bienestar le concierne a las familias y a las mujeres de su parentesco, y el segundo que es el régimen des-familiarizador, en donde la responsabilidad del bienestar repercute en las instituciones públicas y del mercado.

El cuidado es una labor que requiere de tiempo, preparaciones y dedicación, ya sea en el marco familiar o fuera de ella, al ser familiar es obligado y desinteresado, lo que incluye la parte emocional y moral, por otro lado fuera del marco familiar el cuidado es más por brindar un servicio y una ayuda. Dicha labor, en cualquiera de los marcos que fuera, es brindada por mujeres como prestación de servicios personales.

*“Cuidado y feminidad son dos caras de la misma moneda...”* (Batthyany, 2004:51)

El cuidado se puede presentar de dos tipos, directo e indirecto. El directo radica en la atención de las necesidades físicas y biológicas, habiendo de esta manera una interacción frente a frente entre las personas que conceden y reciben el cuidado, éste puede ser espontáneo, ya que son servicios prestados ocasionalmente y cuando éstos sean necesarios, por ejemplo a las personas enfermas o a los niños, y a su vez también puede ser servicios personales, los cuales son delegados a terceros ya que no pueden ser generados por el propio beneficiario.

Por otra parte tenemos el cuidado indirecto, en el cual existe una entrega desde un mecanismo de un sistema social de los elementos necesarios para que las



personas puedan concebir por su cuenta las atenciones que demandan. (Giménez, 2003)

Desde que nace un bebé los padres se preocupan por darles lo mejor, que tengan el mejor cuidado, las mejores atenciones, siempre velando por su bienestar; por supuesto también se preocupan por la educación que les dará.

Las guarderías no solo cuidan a los pequeños sino que también cubren ámbitos motrices, intelectuales y comunicativos, mostrándoles las diferentes formas divertidas de aprendizaje y de sociabilización.

Existe un número determinado de niños por cada persona encargada de sus cuidados, según Moreno (1989) indica que para niños de menos de 1 año no puede haber más de 8 niños por cada educador, para niños de 1 a 2 años, no más de 13 niños por educador, para niños de 2 a 3 años, no más de 18-20 niños por educador y para niños de 3 a 6 años, no más de 25 niños por cada educador.

Para los padres de familia decidir una buena guardería o poder escoger la ideal no es cosa fácil, deben evaluar diferentes aspectos que sean favorables para ellos, desde la cercanía a sus hogares o trabajos, las infraestructuras de las mismas, los programas que utilizan, los objetivos pedagógicos, la seguridad que brindan; también debemos tomar en cuenta los espacios, que sean bien ventilados e iluminados.

Un centro dedicado a la primera infancia debe agregar un concepto de prevención de manera natural, como una unidad global relacionada con el resto de los parámetros que definen la atención a los niños.

Existen tres niveles de prevención, el primario cuyo fin es evitar que exista algún accidente, el secundario, cuyo objetivo es reducir el riesgo de lesión en el caso de se produzca el accidente y por último la prevención terciaria que tiene

el mismo objetivo que el segundo pero la diferencia que ésta es desde el momento en que se produce el accidente, es decir, la atención inmediata de primeros auxilios, la existencia de un botiquín a la mano (Miranda, 2012).

#### *c) HIGIENE INFANTIL*

Como lo antes explicado, no hay duda en que la familia es la primera escuela de los niños, más no obstante los niños que ya asisten a escuelas o maternas tienen relaciones con los profesores o cuidadores de ellos, por eso es importante tener condiciones para la buena salud de los infantes tales como:

- Una alimentación correcta
- Una relación afectiva satisfactoria
- Respetando las horas de descanso
- Infraestructura limpia, con decoración y artículos adecuados.
- Facilitando la socialización entre los niños
- Impulsando hábitos de higiene
- Aportando modelos saludables de vida (modulación de voz, actitud ante conflictos, hábitos saludables)

El fin de la higiene es mantener al individuo en las mejores condiciones de salud frente a los riesgos del ambiente, y mucho más cuando se trata de menores. En la educación infantil se debe tener un especial cuidado con la adquisición de conductas higiénicas, ya que la higiene corporal no se trata solo de limpieza y aseo, sino más bien aspectos como la alimentación, el ejercicio físico, el sueño entre otros para prevenir enfermedades (López, 2009).

#### *d) PSICOLOGÍA INFANTIL*

Toda persona se desarrolla dentro de una forma en la que se va adaptando a cada situación que se presente, los niños del mismo modo nacen con ciertas cualidades para poder resistir a determinadas circunstancias, sin embargo

también tienen sus necesidades las cuales alguien más tiene que atenderlas por ellos, las mismas son las necesidades de protección, las necesidades fisiológicas, las de jugar, las de explorar su entorno y más que todo la necesidad de poder establecer lazos afectivos (Barudy, 2012).

Dichos lazos afectivos tienen que ser atendidos a fin de garantizar la estabilidad emocional del niño en su desarrollo, además de ser una manera en la cual se brinda seguridad al mismo; ya que la falta de estos lazos puede significar en el niño poca confianza y traer problemas con sus relaciones sociales en su futuro.

La etapa en la que los niños presentan una mayor demanda de cariño y atenciones es alrededor de los 2 años, en la cual ellos empiezan a experimentar con terceros ya que se incorporan en las guarderías o centros infantiles, dicho periodo suele ser el más difícil ya que es en donde el niño deja de ser el centro de atención y pasa a ser uno más dentro de un grupo de infantes (Banús, 2012).

Según Ainsworth (1973) existen 4 etapas del desarrollo del apego social de los niños, la primera es en los primeros tres meses de vida, en donde tienen estrategias para señalar y atraer a los otros, chupar, hojar, llorar, sonreír y acariciar. Con todas estas astucias puede influenciar ante los demás, sin embargo ellos no pueden diferenciar entre extraños y familiares.

La segunda etapa es entre los tres y seis meses de edad, en donde llegan a diferenciar a los familiares demostrándoles su apego con sonrisas y con acciones agradables en comparación con los extraños con quienes son más reservados.

La tercera etapa consiste desde los siete meses hasta la segunda infancia (hasta los dos años) aquí los infantes realizan mayores acciones demostrando su apego, llaman desde otras habitaciones, gatean hasta la persona que quiere, se sujetan del vestido y se refugia en su regazo.

Y por último la cuarta etapa que es en la que se enfoca la investigación realizada, la cual corresponde a la segunda infancia y se puede prolongar hasta la entrada de la niñez, aquí los infantes buscan a sus cuidadores para que les lean cuentos, para que jueguen con ellos convirtiéndolos en compañeros de los adultos para actividades satisfactorias.

Es en esta última etapa en la que los niños empiezan a asistir a guarderías, casas cuna, maternales o cualquiera que sea el nombre que se les de a los lugares de cuidados infantiles.

Siendo niños de tan temprana edad, la separación madre-hijo no debe ser tan drástica ni por un tiempo muy prolongado, ésta tiene que ser primero con la compañía de su madre o de la persona encargada para que el niño se sienta a gusto y pueda sentir confianza para que después poco a poco el niño se pueda quedar por tiempos más largos.

#### *e) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DE GUARDERIAS*

Para determinar los beneficios y contra que trae consigo el tener a los niños en guarderías hay que analizar varios factores como la edad en la que los niños ingresan, o del tiempo que pasan tanto en casa como en los centros de cuidado.

Según el investigador del Instituto Nacional de Salud Infantil Cathryn Booth-LaForce de la Universidad de Washington (2005) indicó que los niños cuidados en guarderías tenían mejores habilidades de aprendizaje cognitivas que los niños cuidados en casa, además de adquirir conocimientos acerca del respeto, la cooperación y el compartir.

La calidad de atención en los centros infantiles es un factor importante al momento de analizar los beneficios obtenidos, ya que dependiendo de ello es

que se obtiene o se mejoran las habilidades antes mencionadas, así como también el tipo de relación que existe entre el personal y los niños, la sensibilidad y el cuidado positivo.

De acuerdo a una investigación realizada por el Instituto Nacional de Salud Infantil y Desarrollo Humano (s.f.) demostraron que los niños que pasan más de 30 horas por semana en las guarderías presentan un cuadro con problemas de comportamiento, desobediencia, agresión, estados de ánimo negativos y son menos cooperativos que los que pasan menos tiempo en los centros infantiles.

Por otra parte, no importa la calidad de atención que tengan los niños en una guardería, por más alta que ésta sea, para el desarrollo de los niños nada se compara con las atenciones de una madre, con la conexión madre-hijo.

Otras de las desventajas es que los niños tienden a enfermarse más seguido por el contagio de los compañeros, o en muchas ocasiones no todas las guarderías cubren todas las necesidades alimenticias, y no existe una atención personalizada.

## MARCO LEGAL

En 1959, se dio lugar a la primera ley del instituto de seguridad y servicios sociales, bajo el régimen de Adolfo López Mateos, ISSSTE, en referencia al establecimiento de estancias infantiles como una prestación de madres derechohabientes.

No es hasta 1973 que la Seguridad social de México incorpora en la Ley del Seguro Social, como parte del régimen obligatorio el servicio de guarderías infantiles para los niños de las madres que trabajaban. En 1995 el Instituto en busca de tener una mayor expansión de las guarderías presta el servicio a través de microempresas sociales operadas por especialistas mediante contratos de subrogación de servicios (Legislatura, 2011).

Las actitudes del cuidado de la primera infancia deben enfocarse a la integración de los derechos de los niños, la igualdad de género y la inclusión social de las familias.

En Ecuador gracias a la Convención de los Derechos del Niño (CDN), existe un carácter político de construir un sistema de protección completo para los niños, niñas y adolescentes ecuatorianos. El concepto de niñez y adolescencia como sujeto de derechos fue incluido en el marco legal del Ecuador por primera vez en la Constitución de 1989 (Artículo 50), en el Código de la niñez y adolescencia del 2003 (Artículo 15, Capítulo I, Título III) y en la nueva Constitución de 2008 (Artículo 51)

En la actualidad tenemos el código de trabajo del Ecuador que nos muestra artículos a favor de las guarderías como el art 15, el cual nos indica que los niños que padezcan de algún tipo de discapacidad ya sea física o mental, tendrán derecho a una guardería, por lo cual se deberá tener las infraestructuras y el personal adecuado para el funcionamiento del mismo.

Así también tenemos el Art 155 en donde expresa que las que tengan más de cincuenta trabajadores deberán tener cerca de la empresa una guardería para el cuidado gratuito de los hijos de los mismos.

Según el artículo 48 del Código de la niñez indica que los niños, niñas y adolescentes tendrán derecho al descanso, a la recreación, al deporte y al juego, y que será el Gobierno el que promocióne e inculque a los pequeños a la participación de los juegos manteniendo instalaciones seguras y accesibles para que puedan ejercer dicho derecho.

También tenemos en el art 50 del Código de la niñez el cual hace respetar la integridad personal, física, emocional afectiva, psicológica y sexual de cada niño. Protegiéndolos de torturas y maltratos ya que el Gobierno velará por el cumplimiento del respeto de los derechos de los niños.

La ley Orgánica de Educación indica que la atención directa de los niños del primer ciclo deberá ser a cargo de profesionales que tengan el título de Maestro con especialización en educación infantil o con el título de grado equivalente, los cuales pueden ser apoyados de Técnicos especialistas en Jardín de infancia (Formación profesional grado segundo) o por Educadores Infantiles (Formación profesional grado tercero).

Según el art 5 del Acuerdo Ministerial No. 000243 indica que el Desarrollo Infantil Integral se alinea dentro de la siguiente jerarquía de normativas legales:

1. Constitución de la República del Ecuador
2. Plan Nacional del Buen Vivir
3. Código de la Niñez y Adolescencia
4. Política Pública de Desarrollo Infantil Integral
5. Norma Técnica de Desarrollo Infantil Integral
6. Modelo de Gestión de Desarrollo Infantil Integral
7. Guía Teórico metodológica de los servicios de Desarrollo Infantil Integral

8. Protocolos
9. Instrumentos

La creación de una guardería y/o centro educativo tiene instrucciones (ver Anexo 8) y ciertos requisitos que se deben cumplir para que la secretaría de educación pueda autorizar la apertura y operación los cuales detallo a continuación:

1. Solicitud del dueño y/ o representante legal, destinada al Director de Atención Integral a la Niñez y Adolescencia, ésta es la autorización de funcionamiento del CDI, (ver Anexo 3) la cual se tramita en las direcciones provinciales del INFA; si es una persona natural quien presenta dicho requisito, será necesario que anexe la copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación. Y en el caso de que fuere una Organización no gubernamental se debe anexar copia certificada del Estatuto, copia certificada del acuerdo ministerial de aprobación de la ONG y copia actualizada del registro de la Directiva.
2. En el caso de que el local fuera propio: se deberá presentar copia de escritura. Si es arrendado, presentar el contrato de arrendamiento registrado en el Juzgado de Inquilinato y/o de lo Civil.
3. Se deberá presentar un plano en el que se observe la distribución de los espacios del Centro mostrando los metros cuadrados respectivos.
4. Plan de trabajo y manual de procedimiento interno sobre los lineamientos para la presentación del proyecto (ver Anexo 4).
5. Presentar la nómina del personal que describa: nombre, profesión y función que va a cumplir cada miembro del personal. Adjuntando el currículum vitae de cada persona.
6. Presupuesto: Ingresos y egresos.
7. Inventario de mobiliario y material didáctico.



Adicional debe presentar la ficha de identificación de la organización (ver Anexo 5),

Según el art 9 de la del Acuerdo Ministerial No. 000243 señala que todas las instituciones de cuidado infantil deberán registrarse y adquirir el permiso de funcionamiento en el marco del Acuerdo Ministerial N° MIES-000189 del 15 de marzo de 2013 y/o de cualquier otra norma que se dicte.

Para la acreditación de funcionamiento mencionada anteriormente se deberá presentar los siguientes requisitos:

- *“Registro Único de Contribuyentes del representante legal/propietario.*
- *Cédula de Ciudadanía y certificado de votación del representante legal/propietario o Registro en el Censo en caso de extranjeros.*
- *Contratos de personal vigente, suscrito y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales de acuerdo a la nómina (originales) (aplica a centros públicos y privados en funcionamiento).*
- *Documento original del Proyecto Educativo propuesto o en ejecución.*
- *Perfil del personal actualizado: título profesional o de bachillerato.*
- *Permiso de funcionamiento vigente emitido por el Cuerpo de Bomberos.*
- *Plan de contingencia vigente para la gestión del riesgo emitido por la Secretaría de Riesgos”. (MIES)*

Una vez presentado los requisitos el personal del MIES, se encargará de visitar las unidades para darle la respectiva categorización al centro.

Tabla 1 Tabla de categorías de los centros infantiles

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Estado</b>
Centro en rango superior	90% al 100%	Centro con permiso de Funcionamiento
Centro en rango medio	65% al 89%	Centro en proceso de permiso/ Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento/ se puede continuar con el servicio.
Centro en rango bajo	51% al 64%	Centro con Cierre temporal/Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento.
Centro en rango inferior	0% al 50%	Centro clausurado/Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento

Fuente: Ministerio de Inclusión Económica y Social

Elaborado: Autora

Además también presenta requisitos como contar con los servicios básicos, energía eléctrica, intercomunicación, no utilizar materiales inflamables o tóxicos, contar con el suficiente espacio para la recreación de los niños; contar con una salida de emergencia y tener algún tipo de impedimento de entrada a las personas extrañas a la guardería.

Una vez que haya cumplido todos los requisitos y este en pleno goce de funcionamiento, el MIES también procederá a hacer visitas de seguimiento (ver Anexo 6) para poder asegurarse que cumplan con sus objetivos y lineamientos establecidos, adicional se presentará un informe anual (ver Anexo 7) con los datos del CDI en el transcurso del año.

### *a) CUALIDADES DEL PERSONAL*

Toda persona encargada de cuidar niños tiene que tener ciertas cualidades para que su trabajo pueda ser el mejor, teniendo en cuenta que no solo están trabajando con los niños, sino también con los padres, porque a su vez, los padres los observan para poder tener una idea de cómo cuidan a sus hijos, como los tratan, que hacen para divertirlos, así como también hay que ser muy hábil para poder llegar al niño, llamar su atención, entretenerlo, enseñarle o cualquiera que fuere su función.

El personal deberá tener cualidades como: vocación, paciencia, conocimientos de psicología y pedagogía, buena salud, relaciones humanas, creatividad, ética profesional y valores, cultura general y profesional, buena presencia, entre otros.

Todas las cualidades detalladas anteriormente son muy importantes dado que el tratar con niños es muy delicado. En los primeros años de vida, los niños creen que el mundo gira alrededor de ellos, que todo es de ellos, y cuando no es así ellos responden con llantos y pataletas, y es aquí donde el docente tiene que estar preparado para que los niños puedan convivir con otros enseñándoles ciertas normas a seguir. (Plúas, 2010)

El personal que esté a cargo de los niños deben ser personas con buen estado físico, ágiles, con energía, que pueda llevar el ritmo de los pequeños, por lo tanto deberá hacerse chequeos médicos, dormir lo necesario, cuidar el tono de voz para no inflamar las cuerdas bucales, entre otros aspectos para la buena salud. No obstante, también deberá tener un equilibrio mental-emocional, ya que no podrá estar con resentimientos y frustraciones debido a que todo esto lo reflejará en el lugar de trabajo y los niños así como los padres podrán percibirlo.

La parvularia deberá vivir los valores que transmite, responsabilidad, honradez, honestidad, puntualidad, prudencia, con gran espíritu de verdad y justicia, con trato igualitario y moral para los niños, además los padres de familia estarán atentos a la preparación que tiene el personal, por lo que ésta deberá tener una preparación constante, deberá tener cuidado en la forma que habla, en cómo se comporta y de cómo se expresa.

## **MARCO REFERENCIAL**

Como referencia de otras guarderías en centros comerciales tenemos CHIQUITIN, CHIQUILAND, SMALAND, CARREFOUR ALFONSO MOLINA, ¡RECÓRCHOLIS!, RIK & ROK CLUB DE HIPERMERCADOS ALCAMPO, WACHI PARK, BICHIÑOS MEGAPARK; guarderías ubicadas en Europa.

Se referencia centros de Europa debido a la cercanía cultural con nuestro país, además de que en Ecuador no existe un tipo de guardería con el mismo modelo de negocio del que se presenta en la investigación.

En cada una de ellas trabajan personas expertas en el cuidado y educación de los niños, totalmente acondicionados para la diversión de los más pequeños. Muchos de ellos limitan sus servicios en rangos ya sea de edad o de estatura, muchos prefieren niños que se puedan manejar por si solos y que tengan autonomía para ir al baño.

Todos cuentan con diferentes tipos de entretenimiento, desde piscinas de bolas, toboganes, nintendo Wii, baile, trencitos, castillos inflables hasta actividades de lectura y cocina, otras con temáticas variables que modifican cada mes, también con actividades de psicomotricidad, zonas audiovisuales infantiles,

campos de fútbol y baloncesto, entre otros; todos de acuerdo a las edades respectivamente.

Presentan diferentes métodos de vigilancia y control, unos cuentan con sistemas de tele vigilancia para que los padres puedan observar en cualquier momento por medio del internet que está haciendo su hijo, en otras muestran seguros de responsabilidad y normas de uso como prohibición del ingreso de padres al centro, de una manera diferente también hay guarderías que disponen de un avisador por medio del cual se le podrá comunicar a los padres en el caso de haber un incidente; cómo podemos observar todos se preocupan por la seguridad de los niños y por el hecho de que los padres puedan confiar en ellos.

Dependiendo del tamaño del local y de la cantidad de personal con la que cuentan tienen un aforo limitado de niños y de un horario de atención, unos atienden con el horario del centro comercial, y otros cuentan con su propio horario.

Es así como guarderías en centros comerciales en Europa llevan a cabo sus funciones encaminándolas al éxito y siempre buscando el bienestar de los más pequeños.

En cuanto a la parte financiera CHIQUILAND ofrece el servicio gratuito por las dos primeras horas presentando el ticket de compra del centro comercial, luego de eso tienen que pagar una tarifa respectiva, una de sus características que la hacen única es que celebran fiestas de cumpleaños, y sub servicios como servicios de canguro a domicilio, animadores para fiestas, reuniones, alquiler de hinchables entre otros, lo que atrae a muchos clientes generándole ingresos de diversas fuentes.

¡RECÓRCHOLIS! Es una cadena de centros de entretenimiento familiar que cuenta con 38 sucursales en 16 estados de la República Mexicana y en La

Coruña, España; marca consolidada como la de mayor influencia en el mercado gracias a sus 13.4 millones de visitantes anuales; clientes que acuden a ella por sus diferentes servicios y/o eventos, los cuales los enganchan con una gran variedad de promociones y atracciones.

Entre los servicios que ofrecen tienen pequeños tocadores en donde se pueden maquillar como animalitos, princesas, superhéroes, y todo lo que le pueda llevar la imaginación de un niño, e inclusive pueden colocarse tatuajes con brillo.

Adicional realiza toda clase de eventos, fiestas de cumpleaños para todas las edades, fiestas escolares y hasta fiestas empresariales, siempre adaptándose a las necesidades requeridas.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Siendo el Ecuador una nación joven con una población de menores de dieciocho años de (2.551.821 varones y 2.499.267 mujeres) que representa el 41% de los 14'483.499 habitantes de la nación (INEC, 2010); de los cuales el 13% de la población total es de menos de cinco años de edad, y el 12% tiene entre trece y dieciséis años de edad. (UNICEF, s.f.) lo que nos muestra que contamos con gran cantidad de pequeños.

Actualmente los padres de familia deben llevar a sus niños a todos lados con ellos, en este caso principalmente a los centros comerciales, debido a la falta de lugares óptimos y seguros para el cuidado de los mismos, sin nombrar el costo excesivo que éstos tienen, o el simple hecho de no encontrar una niñera confiable con quien dejar a los pequeños, provocando de esta manera una dificultad a los padres para realizar sus actividades.

Otro dato importante es el hecho de que los niños cuando entran a los 2-3 años es cuando más requieren de cariño y afecto, y es ésta la edad en la que son separados de sus padres o cuidadores (abuelos, tíos) ya que se incorporan en guarderías, centros infantiles entre otros; aquí se presenta otro dilema, y es que en su incorporación a estos lugares surgen problemas de sociabilización, debido a que los niños están acostumbrados a que ellos sean el centro de atención, y en estos lugares sólo son uno más del grupo.

En vista de éstos problemas se ha dado la necesidad de la implementación de una guardería en los centros comerciales, que permitirá a los padres realizar sus diligencias de una forma más sencilla y a los niños poder desarrollarse de una manera divertida y creativa adquiriendo habilidades sociales al conocer a otros niños, además de ser tratados con amor como si estuvieran en familia; satisfaciendo las necesidades de muchas familias y resolviendo así la gran interrogante de los padres de familia de con quién dejar a los niños cuando asisten a un centro comercial ya sea para ir de compras, ir al cine o el simple hecho de ir a comer y estar con la seguridad de que su niño será atendido como en casa.

#### *a) DEFINICION DEL PROBLEMA*

Falta del servicios de cuidado infantil influyentes en el ámbito social y motriz de una manera divertida en los niños de los centros comerciales.

#### *b) PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN*

¿Existe la necesidad de una guardería en un centro comercial?

¿Cuál es la viabilidad de una guardería con tarifa por hora?

¿Existe diferencia en el cuidado de niños de diferentes rangos de edad?

¿De qué forma ayudaría una guardería en un centro comercial a la sociedad?

¿Cuál sería la contribución de la guardería y de qué forma aportaría al desarrollo económico en la sociedad?

*c) OBJETIVOS*

**OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad de la implementación de un centro infantil en un centro comercial en la ciudad de Guayaquil.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar el segmento de mercado y la combinación de marketing mix que mejor se adapte a la propuesta.
- Establecer el sistema de procesos adecuado para el funcionamiento de la guardería.
- Definir un análisis económico y financiero del proyecto.



## **CAPITULO I**

### **1. PLAN ADMINISTRATIVO Y ESTRATEGICO**

#### **1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA:**

**“CHIQUIHOUSE”**

#### **1.2. LA EMPRENDEDORA**

Michelle Pacheco Cervantes, egresada de la carrera de Gestión Empresarial Internacional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, bachiller en Ciencias Administrativas del Colegio Particular La Dolorosa. Una persona perseverante, responsable y honesta; capaz de superar cualquier obstáculo que se interponga para alcanzar sus objetivos.

#### **1.3. IDEA DEL SERVICIO**

La guardería CHIQUIHOUSE se centra en el cuidado de los infantes con todas las seguridades debidas, cumpliendo las normas de salud y respetando los derechos de los mismos; proporcionando un servicio de alta calidad como si fueran cuidados en casa, además de estimularlos en el ámbito social y motriz.

En éste lugar los niños lograrán aprender nuevos valores como la cooperación, la generosidad, el respeto, entre otros que serán inculcados por el personal mediante juegos y formas divertidas de aprendizaje, también podrán disfrutar de diferentes áreas según los gustos y preferencias que tenga cada niño.

Las paredes del centro infantil serán de vidrio, accediendo a los padres de familia el poder observar lo que sus niños realizan, permitiendo de esta manera

poder de cierta forma seguir controlando o vigilando a sus infantes y a la vez realizar sus actividades de ocio.

## 1.4. IDEA DEL NEGOCIO

### *The Business Model Canvas*



Gráfico 1 Gráfico del modelo de negocio

FUENTE: Lean Canvas  
ELABORADO: Autora

La guardería CHIQUIHOUSE consiste en un centro infantil ubicado en un centro comercial para el cuidado de los niños, para que los padres de familia puedan hacer sus quehaceres, mientras los menores se desarrollan socialmente con otros de su misma edad aprendiendo a compartir y a enlazar amistades mediante juegos de entretenimiento.

Lo que lo diferencia de las demás guarderías es la selección especial y personalizada de cada juego con el que se contará, con el fin de que todo elemento que sea usado en el centro infantil sea con el objetivo de proporcionar enseñanza y diversión a la vez.

La propuesta de valor se basa en el desarrollo de los menores por si solos, es decir, en el local no ingresarán los padres de familia, lo que provocará que los niños puedan hacerse independientes y poder reaccionar ante situaciones y/o poder resolver problemas por ellos mismos.

La forma de pago de los servicios puede ser de contado o por medio de tarjetas de crédito en el caso de cancelar pagos mensuales; se cobrará una tarifa por hora, y para aquellos que sobrepasen la hora, el sistema con el que se trabajará le calculará automáticamente lo proporcional a cancelar; adicional habrá paquetes o combos económicos para la adquisición del servicio, así como tarjetas recargables, promociones, descuentos entre otros.

## **1.5. TIPO DE EMPRESA**

La sociedad anónima es en la cual la responsabilidad es limitada, es decir, la inversión y la exposición financiera de cada propietario se limita estrictamente a una cantidad específica. Esta sociedad tiene la característica que puede haber muchos socios los cuales aportan dinero para formar un capital con el cual se pueda realizar operaciones que de modo individual sería imposible; permitiendo de esta manera poder utilizar los capitales de los accionistas.

## 1.6. ACCIONISTAS

Tabla 2 Tabla de accionistas

ACCIONISTA	NACIONALIDAD	C.IDENTIDAD	No. ACCIONES	V. ACCION	%	TOTAL
Michelle Pacheco	Ecuatoriana	932783295	3	\$ 578.25	33.33	\$ 1,734.74
Denise Gómez	Ecuatoriana	922236260	3	\$ 578.25	33.33	\$ 1,734.74
María Huayamabe	Ecuatoriana	919438549	3	\$ 578.25	33.33	\$ 1,734.74
TOTAL APORTACIÓN						\$ 5,204.22

Fuente: Análisis financiero

Elaborado: Autora

## 1.7. LA ADMINISTRACIÓN

La administración se refiere a la gerencia, a los beneficios, actividades y responsabilidades a los cuales tienen que responder.

La empresa es una sociedad anónima conformada por tres accionistas dedicados al cuidado de los niños.

Se contará con un espacio apto y con los elementos necesarios de la más alta calidad para que los niños puedan movilizarse, jugar, entretenerse, sociabilizar, y puedan desarrollarse en el día a día, cubriendo todas las necesidades de los clientes con un equipo de trabajo encargado para ello.

El horario de atención será de lunes a domingos de 09h00 a 22h00, brindaremos cuidado, diversión, aprendizaje y alimentación cada tres horas.

El gerente general representará judicial y legalmente a la empresa, además de estar a cargo de la administración y gestión de la sociedad en fin del cumplimiento de las metas establecidas, responsable por la toma de decisiones;

creando estrategias proyectadas en nuevas oportunidades para el crecimiento del negocio.

Deberá estar presente en todas las reuniones de carácter obligatorio con los accionistas de la sociedad, respondiendo a sus inquietudes y dando conocimiento acerca del desempeño organizacional y de los estados financieros.

Gozará de una remuneración de \$1200 más todos los beneficios otorgados por la ley (afiliación al IESS, pago de décimo y cuarto sueldo, vacaciones y su respectiva jubilación una vez culminado el tiempo requerido para el mismo), su horario de trabajo será de 10:00 a 18:00 horas de lunes a viernes.

El gerente general será el encargado de la contratación del personal debidamente calificado para el cuidado de los niños, parvularias que cumplan con todas las cualidades mencionadas anteriormente, que puedan proporcionarle y transmitirles sus valores, hábitos y buenos modales a los menores, todo el equipo siempre en la búsqueda de la mejora continua del servicio.

#### 1.7.1. VALORES CORPORATIVOS

Dentro de los valores corporativos está el principal sin el cual ningún negocio puede funcionar, que es la comunicación, y en este caso con mucha más importancia dado que se trata con los seres más preciados y debe existir una buena relación comunicativa entre los padres de familia y el personal.

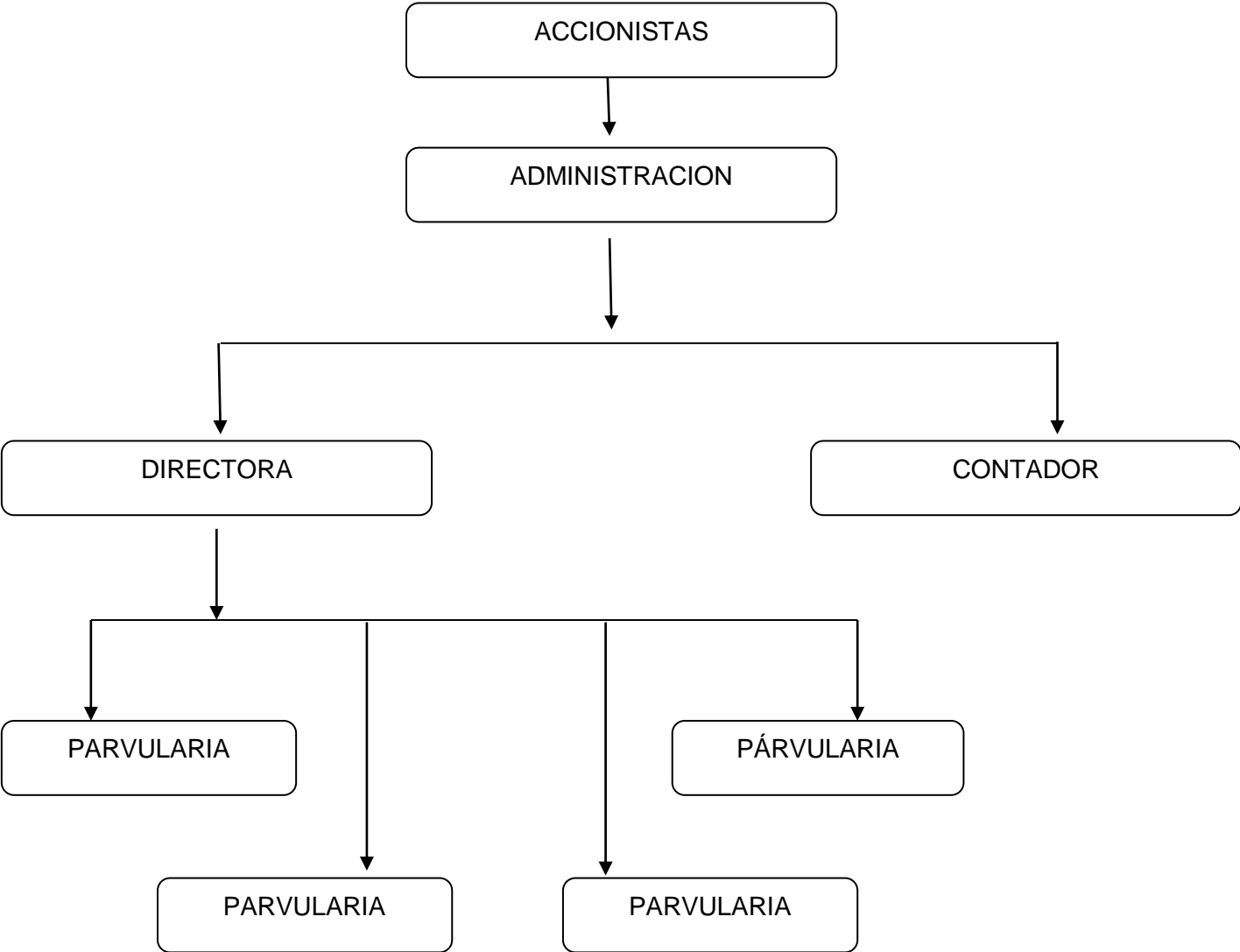
Entre los valores corporativos:

- Responsabilidad: de vital importancia ya que se está tratando con niños a quienes se debe cuidar y proteger.
- Honestidad: respetar la verdad, es expresarse de manera sincera, sembrando confianza en uno mismo y en quienes lo rodean.

- Amor: lo primordial que se brindaría a los niños, la unión de expresiones emocionales desinteresadas, velar por el bienestar de otro.
- Paciencia: valor que permite tolerar, comprender y soportar los contratiempos que sean presentados con fortaleza y por ende sin lamentos.
- Ética: decir lo que se puede dar, no prometer cosas que no se podrá cumplir, es actuar de la mejor manera desde el punto de vista de la moral.
- Respeto: mostrar el aprecio por el valor de alguien, marcar límites de posibilidades de hacer o no hacer de cada uno y donde comienzan el de los demás.
- Trabajo en equipo: el personal es una familia, la fuerza no está en las capacidades de cada uno, sino en la que juntos pueden alcanzar.

**1.8. ORGANIGRAMA**

**Gráfico 2: Organigrama de la compañía**



ELABORADO: Autora

## **1.9. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

### **DIRECTORA**

- Encargada del seguimiento de los programas a tratarse y de la evaluación del servicio
- Direccionar y organizar los recursos humanos y materiales
- Presentar el plan anual de la guardería.
- Elabora informes junto con el resto del equipo docente.
- Dirige y supervisa el equipo de trabajo y coordina sus actividades
- Vela por el acatamiento a cabalidad de las licencias y regulaciones de seguridad vigentes.
- Se preocupa por el cumplimiento de los objetivos establecidos
- Proporciona las políticas y planes para hacer frente a situaciones de emergencia.
- Gozará de una remuneración de \$700 más beneficios

### **CONTADOR**

- Encargado de la planeación financiera anual
- Supervisar la correcta utilización de los recursos financieros
- Delegado de la contabilidad general del centro
- Elaboración de estados financieros y balances de ganancia y pérdidas.
- Lleva el control de las cuentas por pagar.
- Analiza los diversos movimientos de los registros contables.
- Encargado de la facturación
- Gozará de una remuneración de \$800 más beneficios

### **PARVULARIA**

- Organizar un ambiente que estimule y oriente las actividades de los pequeños.



- Ayudar al niño en su desarrollo y ofrecerle los medios necesarios para su realización
- Proporcionarles seguridad y confianza a los niños
- Desafiar intelectualmente a los niños, ayudándolos a resolver los problemas por ellos mismos.
- Establecer estrategias para facilitar la integración entre los niños
- Creatividad para la realización de juegos y maneras diferentes de aprendizaje.
- Gozará de una remuneración de \$400 más beneficios.

#### **1.10. GOBIERNO CORPORATIVO**

El gobierno corporativo corresponde al sistema mediante el cual la empresa es dirigida y controlada en el transcurso de sus actividades económicas según el Banco de desarrollo de América Latina (CAF,2010). Esta es una manera de mantener un equilibrio y cohesión entre los grupos de interés con el fin colectivo del crecimiento sostenible.

La sociedad está conformada por tres accionistas, los cuales tienen derecho a la parte proporcional de los ingresos de la empresa, también contarán con la autoridad de votar para la selección del personal de gerencia, y/o al consejo administrativo, y en el caso de que no les satisfaga el desempeño del mismo, podrán reelegir a un nuevo equipo de trabajo.

La junta de acciones se reunirá durante los dos primeros años de trabajo, cada tres meses para ir controlando el desempeño del mismo, además de reunirse al término del ejercicio económico de la sociedad, y cada que lo requiera por casos fortuitos el gerente general o por casos gubernamentales. Luego de éstos dos años, se procederá a realizar las

juntas cada seis meses, sin contar la reunión que tienen obligatoriamente una vez terminado el ejercicio económico.

Los accionistas de la empresa deberán tener conocimiento y dar aprobación a los estados financieros y de pérdidas y ganancia, del mismo modo deberá conocer los informes realizados por el consejo administrativo por el funcionamiento de la sociedad.

Los trabajadores harán sus funciones acorde y bajo la supervisión de sus jefes inmediatos, cumpliendo con sus responsabilidades asignadas. La administración de la guardería deberá rendirle cuentas al director de la misma a fin de tomar las mejores decisiones, a su vez el directorado deberá comunicarse con el grupo de accionistas y responderle las interrogantes que tengan la sociedad, así como también deberá supervisar los sistemas de control, sistemas contables y los conflictos de interés alineando los intereses de los directores con los intereses de la sociedad.

Se fomentará la cooperación entre los empleados para que exista un ambiente familiar. Habrá equidad en cuanto al trato del personal, contarán con todos los beneficios de la ley como los fondos de reserva, décimo tercer y cuarto sueldo. Para los padres que tengan bebés se les concederá los días de lactancia respectivos.

## **1.11. PLAN ESTRATÉGICO**

### *1.11.1. MISIÓN*

Proporcionar un servicio de calidad ayudando al desarrollo integral de los niños basados en los valores morales, potencializando sus capacidades en un ambiente seguro, estimulante y divertido.

### 1.11.2. *VISIÓN*

Nuestra visión es ser un apoyo para los padres de familia formando personas independientes, responsables y con valores, convirtiéndonos así en el centro infantil más reconocido por los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.

### 1.11.3. *OBJETIVOS ESTRATÉGICOS*

- Proporcionar un servicio de calidad que le permita el desarrollo de los niños en el ámbito social y motriz, inculcando el amor a la familia.
- Contribuir al desarrollo integral, físico, afectivo y moral de los niños.
- Fomentar la adquisición de hábitos de buena salud.
- Inculcar el amor hacia la familia
- Proporcionarles un ambiente equilibrado y afectivo lo que les dará seguridad y confianza.

## 1.12. **ANÁLISIS FODA**

### FORTALEZAS

- Personal calificado y joven por lo que tendremos los conocimientos en educación infantil más modernos.
- Contar con una infraestructura moderna y segura para los niños
- Precio asequible
- Actividades extraescolares
- Localización estratégica
- Servicios adaptados a las necesidades de los padres de familia.

### OPORTUNIDADES

- Crecimiento de la población infantil.
- Presencia de nuevas necesidades familiares que refuerzan la demanda.

- Beneficios de la escolarización a temprana edad.
- Diversificación de actividades
- Mayor desenvolvimiento de los menores en la sociedad.

## DEBILIDADES

- Inicio de actividades con poco personal.
- Falta de conocimiento de nuestra marca.
- Falta de confianza por parte de nuestros clientes potenciales.
- Precio de alquiler muy elevado.

## AMENAZAS

- Competencia con menor precio.
- Desconocimiento de los padres hacia las personas encargadas de los niños.
- Retos con el incremento de costos operativos.

### 1.12.1. *ESTRATEGIAS DEL FODA*

Se hará uso de las fortalezas y oportunidades para el beneficio de la empresa, a fin de combatir poco a poco con las amenazas y debilidades.

El tener personal calificado joven y contar con los servicios adaptados a las necesidades de los clientes potenciales cubrirá el precio superior al de la competencia, obteniendo más interesados día a día, lo que a la larga dará a conocer más la marca y por ende le dará más confianza a los padres de familia.

Al obtener más confianza y mayor reconocimiento de la marca, se obtendrá mayor clientela, proporcionando mayores ingresos, con los que se sustentará el precio elevado por el alquiler del espacio.

### 1.13. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de los costos que hay en el centro infantil está la nómina administrativa conformada por la directora y el contador general del negocio, los cuales el sueldo con sus respectivos beneficios de la ley estarían dentro de los costos administrativos.

Los costos que genera el servicio otorgado para cada niño se basa en el personal encargado, la alimentación de ser ésta requerida, los servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet, limpieza, seguridad), el material con el que trabajarán los infantes, las prendas de protección entre otros que estén debidamente justificados financieramente.

Tabla 3 Tabla de Gastos Administrativos

<b>GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Gerente General	1,200.00	100.00	28.33	50.00	258.00	1,636.33	19,636.00
2	Contador	900.00	75.00	28.33	37.50	193.50	1,234.33	14,812.00
3	Directora	800.00	66.67	28.33	33.33	172.00	1,100.33	13,204.00
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>							<b>3,971.00</b>	<b>47,652.00</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 4 Tabla de Gastos de suministros y servicios

<b>GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS</b>			
Rubro		Costo mensual	Costo anual
1	Servicios básicos (agua, luz, teléfono)	\$ 399.16	\$ 4,789.92
2	Internet	\$ 30.00	\$ 360.00
3	Servicio de mantenimiento de equipos de oficina	\$ 15.00	\$ 180.00
4	Suministros de oficina	\$ 50.00	\$ 600.00
5	Servicio y suministros de limpieza		\$ -
6	Varios		\$ -
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 494.16</b>	<b>\$ 5,929.92</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

## **CAPITULO II**

### **2. PLAN DE MARKETING**

#### **2.1. INVESTIGACION DE MERCADO**

##### *2.1.1. TARGET*

Para poder definir el segmento de mercado fue necesario realizar un estudio, analizando las diferentes variables que embarcan el tema. Estudiando la segmentación geográfica, el target estará destinado para los pobladores de la zona norte de la ciudad de Guayaquil, o en su defecto, para quienes visiten el C.C. Riocentro Norte, siendo personas de clase media las que acuden a este lugar.

Considerando la segmentación demográfica, los clientes potenciales serán los padres de familia jóvenes que tengan niños o niñas de 3 a 7 años, ya que como recién están empezando sus familias, no quieren dejar a un lado su vida anterior, es decir, poder realizar sus quehaceres o actividades de ocio sin que nadie se los imponga; para el segmento no importa raza, religión, número de hijos, estado civil de los padres ni nacionalidad; lo que equivale a un total del 15% de la población actual en la ciudad de Guayaquil.

##### *2.1.2. INFORME DE LA COMPETENCIA*

Identificar cual sería el competidor más fuerte es en realidad una tarea difícil, dado que en el sector norte de Guayaquil existen diversas guarderías, y habría que analizar cada una de ellas.

No solo se considera como competencia a las guarderías cercanas al sector, si bien es cierto en factores de cercanía éstas las serian, sin embargo existen

guarderías o centros infantiles con mayor reconocimiento a nivel nacional e incluso a nivel internacionales.

La guardería Carita de Ángel, ubicada en Alborada XI etapa Mz 30 V.27, ofrecen jornada completa 8am a 6pm \$125, media jornada 8am a 2pm o de 1p, a 6pm a \$75, por días de 8am a 6pm \$10 y por horas \$2, con un servicio para niños de 2 a 4 años sería una competencia por encontrarse cerca del sector.

Una competencia fuerte es Gymboree play&music, con más de 30 años y más de 550 sedes en 30 países, convirtiéndolos en líderes en el mercado, ofreciendo actividades para la estimulación temprana de los niños con la ayuda de los padres. Ubicados en Circunvalación Sur 227 y Todos los Santos, también se encuentra en km 2,5 vía a Samborondón. C.C. Plaza Navona, 1er piso.

También tenemos el centro de diversión ¡RECÓRCHOLIS!, si bien es cierto no existe una franquicia en Guayaquil, ni en todo el Ecuador, sin embargo es una cadena de centros de entretenimiento que tiene mucha acogida en otros países, y gracias a la demanda existente ellos podrían llegar a Ecuador muy fácilmente. Es por esto que es considerada como una competencia fuerte a la cual debemos superar.

### 2.1.3. *METODOLOGÍA*

El tipo de investigación científica a utilizarse es descriptiva, dado que se explica la situación actual de los padres de familia y sus niños, se determina los detalles y fenómenos que se pueden ocasionar en los consumidores de este tipo de mercado.

Se utilizará la metodología cualitativa inductiva con el fin de poder comprender en su totalidad a la población objetivo, teniendo en cuenta todas las cualidades

como sea posible y no dividiéndolas en variables, sino más bien considerándolos como un todo.

#### *2.1.3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN*

Para poder recolectar la información deseada se procederá a utilizar técnicas de campo, lo que permite que exista un contacto directo con el mercado objetivo, es decir, se realiza en el medio donde se presenta la situación de estudio.

Las herramientas de investigación de campo que se utilizará son las entrevistas y la observación.

La entrevista es la técnica de recopilación mediante la cual se puede realizar una conversación y poder de ésta manera obtener información relevante acerca del tema a tratarse. Es una herramienta que puede ser utilizada con cualquier tipo de persona, es decir, no importa si tiene limitaciones físicas o en el caso de ser analfabetos ya que es un dialogo en el que comparte información.

Con el fin de descubrir el impacto ya sea negativo o positivo del escenario se utilizará un método de encuesta cualitativa rápida, un focus group, el cual es una herramienta mediante la cual se llega a conocer y a indagar las diferentes opiniones y puntos de vista de los participantes mediante una conversación y/o debate guiado acerca de un tema en particular, obteniendo una retroalimentación cumpliendo con sus objetivos principales como la expresión, identificación, recopilación, confrontación y profundización.

Mediante las dos técnicas mencionadas se obtiene la participación de las personas involucradas en el tema durante el transcurso de la investigación, reuniendo los aportes de las personas interrogadas con su visión de la realidad y de los investigadores con su visión basada en las teorías y observaciones de



la situación actual, por medio de lo cual que se consigue las respuestas deseadas.

#### *2.1.4. FOCUS GROUP*

Se utiliza la herramienta del focus group con el objetivo de investigar, analizar y poder conocer los pensamientos, percepciones y la conducta de los consumidores acerca de un servicio nuevo, y de ésta manera poder tener resultados sobre el tema permitiendo un enfoque más acertado de la publicidad para el mercado.

Con el propósito de poder comparar las inclinaciones y/o resultados de dos diferentes grupo de consumidores y de rangos de edad, se realizó un focus group de cinco personas de entre las cuales hay madres con mayor experiencia en el cuidado de los niños (abuelas) y madres jóvenes que recién están formando sus hogares, es decir, dos grupos de madres con mentalidades diferentes que pueden aportar sobre el tema a tratarse.

Se escogió dicha cantidad de personas de acuerdo al público objetivo para poder estudiar diferentes variables en varios segmentos de mercado y analizar sus respuestas en relación con las diferencias de edad y niveles socioeconómicos.



Gráfico 3: Focus group

Al principio vieron un poco extraño el hecho de dejar a sus niños en una guardería en un centro comercial por tan sólo unas horas, presentaban desconfianza ante lo nuevo como es lo más normal; a medida que iba transcurriendo la conversación tocaron temas de seguridad, de cómo saber si cualquier persona no puede entrar y llevarse un niño sin que sea de él, o temas como... ¿Cómo confiárselo a una persona totalmente desconocida?

Mencionaron que no dejarían a sus niños a la primera vez que vean dicho centro, quieren primero conocer el lugar, saber si las personas encargadas son las adecuadas para su cuidado, si contarán con la extrema seguridad del caso, si existirán medidas de control, en pocas palabras quieren que primero el lugar tenga cierta fama, cierto prestigio antes de dejarlos ahí, sin embargo, otra de las participantes comentaba que si todas tenían ese pensamiento el centro infantil nunca iba a tener tal prestigio, que a ella si le bastaba con ver las seguridades debidas, además de que va a estar en el mismo lugar que ella.

De hecho, a medida que se imaginaban más el asunto, les iba gustando, y hasta daban ideas de que tal vez esa guardería debería contar con una especie de tienda dentro de la misma, esto es en el caso de que necesiten pañales, o leche, o hasta un biberón y evitarles la fatiga de ir a una farmacia o una tienda para conseguirlo.

Al final pudieron concluir en que sería una buena idea y que ellas si dejarían a sus niños en el centro, dado que estarían en el mismo lugar que ellos, y pueden pasar por la guardería cuantas veces quieran vigilándolos y al mismo tiempo haciendo sus quehaceres, además de que tienen el beneficio de que sus niños estarían desarrollándose socialmente, cosa que les beneficia cuando son niños únicos.

#### *2.1.5. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD*

Con el objetivo de obtener respuestas más claras y de forma personalizada acerca de los problemas que se pueden presentar al tener un tipo de negocio como del que se trata, es decir, guarderías o en su defecto cualquier información relevante al tema, se entrevistó a directoras de centros de cuidado infantil cercanos al sector en dónde éste proyecto tendrá lugar, las cuales compartieron sus conocimientos de una manera fluida y de modo de conversación.

Se pudo localizar a las directoras gracias a la investigación mediante amigos, conocidos y diferentes contactos, los cuales permitieron conseguir el acceso a dichos escenarios, por lo que se procedió a las diferentes guarderías en dónde tuvieron la amabilidad de atender en un ambiente cálido y cómodo.

Se comenzó por preguntarles sobre sus experiencias en este tipo de trabajo, ya que cuando empiezan a contar sus propias historias de vida, se puede

examinar mayores detalles que haciendo preguntas concisas y concretas de modo automático.

En los 3 centros las personas encargadas de los mismos son especializadas ya sea en Administración educativa o en pedagogía y desarrollo de pensamientos, parvulario.

Estas personas emprendedoras empezaron su negocio debido a la necesidad de tal servicio en el sector y por el amor que sienten hacia los niños, con el impulso de conocer al ser humano desde su nacimiento y en su etapa evolutiva.

Entre las mayores dificultades que han tenido que superar es poder encontrar al personal idóneo para el servicio, no cualquiera puede con ésta labor, ya que requiere de mucha paciencia ante todo, responsabilidad y mucho amor que brindar; otro de los problemas que han tenido que afrontar es poder integrar al niño en el centro infantil y con los compañeros, dado que al ser un lugar nuevo y desconocido no es del mayor agrado de los infantes y es aquí donde el personal docente debe hacer uso de sus habilidades para lograr la aceptación del menor.

Es necesario para poder triunfar en este tipo de negocio de mucho conocimiento, compromiso, organización, perseverancia, experiencia y poder desarrollar proyectos acorde a las edades mejorando así día a día la calidad del servicio.

Las características que las hacen diferenciarse unas de las otras es que cuentan con aparatos especiales por ejemplo para la estimulación temprana de los niños, otras cuentan con el contacto humano, característica que no todas las guarderías lo poseen, y por último con actividades lúdicas para el buen control de los menores; entre las demás actividades que realizan tiene las de expresión corporal, las de material concreto, desarrollo del lenguaje, motriz fina, motriz gruesa, auditivas, visuales e intelectuales.

No mostraron contras de trabajar con niños a más de la alta responsabilidad con la que se trabaja en estas situaciones, más bien me comentaron de los beneficios y alegrías que traen consigo el trabajar con los infantes ya que cada día es un reto nuevo y un aprendizaje para la vida.

Comentaron también que existe una gran diferencia entre los niños que asistieron a estimulaciones tempranas en su infancia a aquellos que no la tuvieron; los que sí, suelen ser más listos y presentan mayores destrezas en su aprendizaje, sin embargo, resaltaron que la estimulación temprana también proviene desde el hogar, por lo que no en todos los casos es igual.

Entre los problemas más frecuentes con los padres de familia tienen que muchas veces ellos no aceptan la independencia de sus hijos, son ellos los que no dejan que su niño se desenvuelva por el temor o por el tema de la sobreprotección; o incluso cuando los niños llegan enfermos a la guardería sin que ellos se den cuenta y después dicen que es el poco cuidado que hace que ellos tomen ese estado.

Ninguna de las directoras entrevistadas han pensado en poner una franquicia o sucursal dado que es un trabajo tiempo completo y requiere de mucha dedicación por lo que no podrían estar en dos lugares a la vez.

Para finalizar las entrevistas concluyeron diciendo que para que una persona instituya un centro infantil necesita de mucha paciencia y perseverancia, ser rodeada por un personal adecuado, mantener buenos hábitos de aseo e higiene, considerar la seguridad de los niños, contar con un material apropiado, y obtener los programas adecuados para su enseñanza.

## **2.2. PROPUESTAS DE MERCADO**

### **2.2.1. DETERMINACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA**

Para poder determinar la demanda insatisfecha es necesario conocer el número de niños habitantes en el Ecuador, los cuales menores de dieciocho años de edad (2.551.821 varones y 2.499.267 mujeres) corresponde al 41% de los 14'483.499 habitantes de la nación (Censo poblacional 2010), de entre los cuales el 13% de la población total es de menos de cinco años de edad, y el 12% tiene entre trece y dieciséis años de edad. (UNICEF)

De acuerdo a los resultados del censo del 2010 en la provincia del Guayas, las estadísticas nos muestran que la población de la provincia del Guayas se concentra entre las edades de 10 a 14 años.

Conforme a las estadísticas del Ecuador el 83% de la población corresponde al estrato económico medio y como se muestra a continuación se puede notar que existe una demanda creciente para las guarderías, teniendo más del 14% en niños menores de 10 años.

**Tabla 5** Tabla de la población de la provincia del Guayas de acuerdo a las edades

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
<b>Total</b>	<b>3.309.034</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.645.483</b>	<b>100,0%</b>

FUENTE Y ELABORADO: INEC 2010

El mercado objetivo serían los padres de familia, estos pueden ser casados, unidos, solteros o divorciados.

Tabla 6 Tabla de la población de la provincia del Guayas según su estado conyugal

Estado Conyugal	Total	Hombre	Mujer
Soltero	980.189	39,1%	32,0%
Unido	723.448	26,4%	26,0%
Casado	708.666	25,8%	25,6%
Separado	199.097	5,6%	8,8%
Viudo	106.769	1,9%	5,8%
Divorciado	41.867	1,2%	1,8%

FUENTE Y ELABORADO POR: INEC

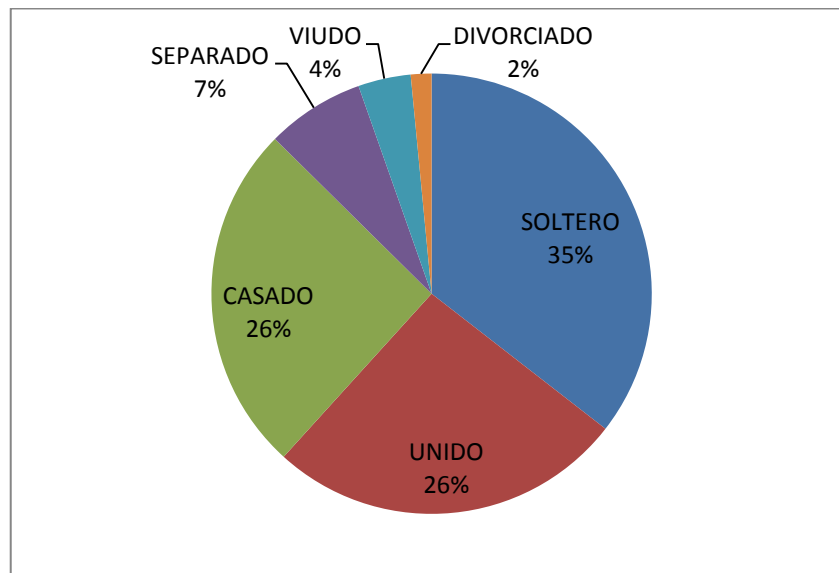


Gráfico 4 Gráfico de la población de la provincia del Guayas según su estado conyugal

FUENTE: INEC 2010  
ELABORADO: Autora



Además existen 973.431 mujeres que están en la edad reproductiva, por lo que el nivel de niños va a incrementar con el paso de los tiempos.

El Banco Central del Ecuador nos muestra también el porcentaje que existe de la ausencia de los padres a sus hijos, el cual correspondió al 61,44% y el porcentaje de ausencia de madres a hijos es de 50,77% en el 2006 según el Banco central del Ecuador.

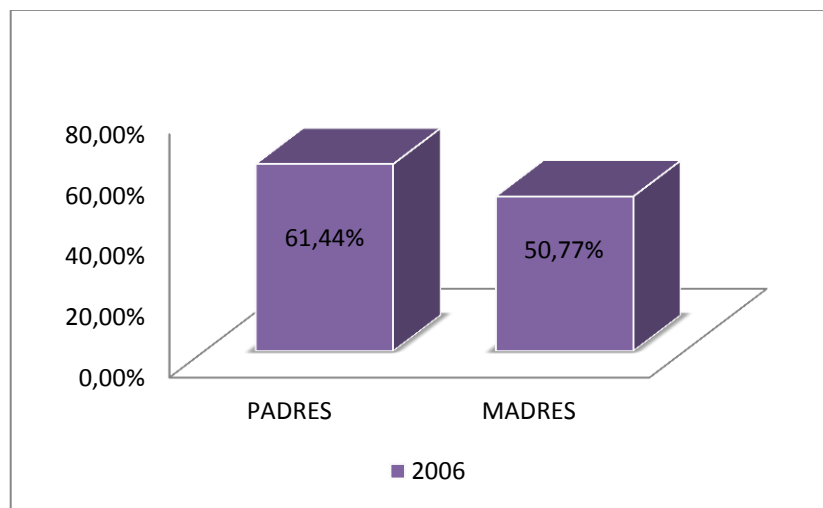


Gráfico 5 Gráfico de las estadísticas de la ausencia de los padres y madres en los niños

FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORADO: Autora

A continuación el cuadro estadístico del Censo 2010 en donde demuestra la participación de los niños menores e iguales a 4 años de la ciudad de Guayaquil en programas de acuerdo a las ciudades.

Tabla 7 Tabla de participación de niños en programas de cuidado infantil

Código	Nombre de la Provincia	Programa INFA (CNH, CDI, Wawa kamayul Wasi)	Programa del Ministerio de Educación (CEI o EIFC)	Centro Infantil Privado (guardería, jardín, maternal)	Centro Infantil Público de municipio y gobierno local	Otro Programa	Le cuida la madre, el padre, familiares o conocidos gratis	Paga a familiares o conocidos por el cuidado
01	AZUAY	18.5%	1.4%	8.9%	4.3%	1.7%	66.6%	2.4%
02	BOLIVAR	25.6%	2.0%	4.7%	3.1%	1.5%	66.1%	0.7%
03	CAÑAR	34.7%	3.6%	4.7%	5.8%	2.1%	52.0%	1.1%
04	CARCHI	18.1%	3.1%	7.4%	7.3%	2.0%	64.8%	1.5%
05	COTOPAXI	11.7%	1.9%	5.5%	4.4%	1.3%	75.1%	1.5%
06	CHIMBORAZO	22.5%	3.2%	7.2%	5.9%	1.8%	60.0%	1.0%
07	EL ORO	37.0%	2.7%	4.7%	7.3%	3.1%	48.9%	1.3%
08	ESMERALDAS	28.1%	2.0%	5.6%	4.4%	3.3%	59.4%	0.8%
09	GUAYAS	9.4%	0.7%	6.0%	2.3%	2.8%	78.7%	2.1%
10	IMBABURA	23.3%	2.3%	8.9%	7.6%	2.1%	57.7%	1.8%
11	LOJA	34.7%	2.2%	6.3%	5.6%	2.4%	52.3%	1.6%
12	LOS RIOS	21.9%	0.9%	2.7%	2.6%	2.4%	71.7%	1.0%
13	MANABI	29.5%	1.2%	4.7%	3.7%	2.4%	61.7%	1.0%
14	MORONA SANTIAGO	26.1%	4.7%	3.2%	3.0%	1.2%	63.2%	0.8%
15	NAPO	31.8%	5.2%	6.1%	4.3%	1.1%	52.5%	1.0%
16	PASTAZA	26.9%	9.9%	5.3%	4.8%	1.7%	54.4%	1.2%
17	PICHINCHA	5.8%	1.0%	16.5%	5.1%	1.9%	67.6%	4.2%
18	TUNGURAHUA	16.4%	2.9%	8.0%	4.5%	2.1%	67.7%	1.7%
19	ZAMORA CHINCHIPE	20.4%	3.6%	4.4%	7.7%	1.5%	63.8%	1.8%
20	GALAPAGOS	7.3%	3.9%	6.8%	6.9%	2.5%	70.3%	5.3%
21	SUCUMBIOS	22.3%	4.7%	4.4%	3.9%	2.0%	65.6%	1.4%
22	ORELLANA	28.3%	4.1%	3.9%	4.4%	2.6%	60.6%	1.4%
23	SANTO DOMINGO	15.8%	1.6%	4.3%	2.9%	2.8%	72.8%	1.7%
24	SANTA ELENA	33.9%	0.9%	3.2%	2.8%	2.0%	58.7%	0.7%
90	ZONAS NO DELIMITADAS	33.7%	1.6%	2.1%	1.7%	3.5%	61.6%	0.4%
TOTAL	NACIONAL	18.2%	1.7%	7.4%	4.1%	2.3%	67.3%	2.0%

FUENTE Y ELABORADO POR: INEC 2010

Tabla 8 Tabla de matrimonios por número de hijos

Regiones y provincias	Total	Número de hijos reconocidos								
		Ninguno	1	2	3	4	5	6	7	8 y mas
<b>Total República</b>	57,753	48,019	5,240	2,691	1,126	349	133	66	45	84
<b>Región Costa</b>	23,562	18,928	1,955	1,408	764	245	105	51	39	67
El Oro	2,045	1,629	201	129	52	20	5	4	1	4
Esmeraldas	1,001	658	119	116	71	14	8	4	4	7
<b>Guayas</b>	<b>14,025</b>	<b>11,225</b>	<b>1,196</b>	<b>844</b>	<b>458</b>	<b>147</b>	<b>61</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>38</b>
Los Ríos	1,667	1,166	196	157	89	33	16	3	3	4
Manabí	3,616	3,145	190	129	86	24	15	8	5	14
Santa Elena	1,208	1,105	53	33	8	7	-	2	-	-

FUENTE Y ELABORADO POR: INEC 2010

Tabla 9 Tabla de participación de niños en programas de cuidado infantil por ciudades

Código	Nombre del Cantón	Programa INFA (CNH, CDI, Wawa kamayul Wasi)	Programa del Ministerio de Educación (CEI o EIFC)	Centro Infantil Privado (guardería, jardín, maternal)	Centro Infantil Público de municipio y gobierno local	Otro Programa	Le cuida la madre, el padre, familiares o conocidos gratis	Paga a familiares o conocidos por el cuidado
0101	CUENCA	6,210	611	5,510	1,789	801	32,903	1,450
0901	GUAYAQUIL	14,809	1,296	15,749	4,682	6,593	177,087	5,654
1701	QUITO	9,106	1,910	35,626	9,692	3,962	137,089	8,486
<b>TOTAL</b>	<b>NACIONAL</b>	<b>266,460</b>	<b>24,376</b>	<b>107,891</b>	<b>59,360</b>	<b>33,902</b>	<b>984,178</b>	<b>28,620</b>

FUENTE Y ELABORADO POR: INEC 2010

Tabla 10 Tabla de porcentajes de la participación de niños en programas de cuidado infantil por ciudades

Código	Nombre del Cantón	Programa INFA (CNH, CDI, Wawa kamayul Wasi)	Programa del Ministerio de Educación (CEI o EIFC)	Centro Infantil Privado (guardería, jardín, maternal)	Centro Infantil Público de municipio y gobierno local	Otro Programa	Le cuida la madre, el padre, familiares o conocidos gratis	Paga a familiares o conocidos por el cuidado
0101	CUENCA	13.0%	1.3%	11.6%	3.8%	1.7%	69.1%	3.0%
0901	GUAYAQUIL	6.7%	0.6%	7.1%	2.1%	3.0%	79.8%	2.5%
1701	QUITO	4.5%	0.9%	17.7%	4.8%	2.0%	68.0%	4.2%
TOTAL	NACIONAL	18.2%	1.7%	7.4%	4.1%	2.3%	67.3%	2.0%

FUENTE Y ELABORADO POR: INEC 2010

Se puede observar en la tabla de las estadísticas de los matrimonios por número de hijos reconocidos según regiones de residencia habitual del contrayente 2012, y para ser más exactos en la tabla de las cantidades y porcentajes respectivos por ciudad, y en este caso principalmente en la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo a todo lo demostrado anteriormente, se puede constatar que para el servicio de guardería existe un porcentaje significativo, indudablemente no se compara con el número de niños cuidados por su madre, sin embargo se puede trabajar en ello especializando el servicio en busca de mejoras.

El número de visitantes a centros comerciales y en especial al Riocentro Norte que es el centro comercial en dónde se implementará el local, varía entre los 400 mil y 1,3 millones mensuales aproximadamente, lo que equivale al 10,97% de la población de Guayaquil, en dónde el 19.8% corresponde a los niños menores de 9 años dando un total de 79,284, dentro de los cuales el 9,20% son los niños cuidados en centros infantiles ya sean públicos o privados. Lo que concierne a 7,294 niños que se convertirían en la demanda insatisfecha.

## 2.2.2. *MARKETING MIX*

### 2.2.2.1. PRODUCTO O SERVICIO

La guardería CHIQUIHOUSE se dedica al cuidado de los niños en el centro comercial, cubriendo las necesidades de los padres de familia, ofreciendo un ambiente agradable y seguro, ayudando a los niños en su desarrollo integral, con una relación cercana entre el personal y los niños, para poder dar el ambiente hogareño que muchos niños aman.

Se atenderá en el mismo horario del centro comercial, y los niños estarán bajo el cuidado de las respectivas licenciadas calificadas para el trabajo. Será prioridad las acciones de salud preventiva, alimentación saludable, y la responsabilidad. Además de estimular a los infantes en el ámbito motriz, afectivo y social, propagando valores y proporcionándoles juego que les ayuden en el desenvolvimiento personal en la sociedad, y creando diferentes maneras divertidas para incentivar el aprendizaje a temprana edad.

Actividades como danza, teatro, pintura serán las realizadas en el centro para promover la integración de los pequeños además de perder el miedo ante lo desconocido.

Para los niños que tengan el uso de pañal, pondremos a su disposición los mismos en todas las tallas, en el caso que sea necesario el cambio, teniendo un costo adicional para los padres.

#### 2.2.2.2. PRECIO

Los precios establecidos en el mercado varían acorde el sector en donde se encuentre. El precio por nuestro servicio se ha establecido de acuerdo a los costos y gastos proporcionados más el margen de ganancia que deseamos ganar, un valor justo de acuerdo a la situación económica en la que vivimos y en relación al precio establecido por el mercado. El valor por hora corresponde a \$ 5, en caso de no cumplir la hora exacta el valor será lo proporcional al valor real. En el caso de estar en la jornada completa del día el precio será de \$18 y si existiera el caso de guardería durante un mes pues el precio sería menor al ya establecido, sin embargo, tendrían que pagarlo por adelantado. Estos valores nos permitirán crecer como empresa y convertirnos en nuevos competidores en el mercado.

#### 2.2.2.3. PLAZA

La guardería tendrá un lugar amplio, asequible con oportunidad de crecer como negocio, estará ubicada en la planta baja del Centro Comercial Riocentro Norte, ubicado en la avenida Francisco de Orellana y Guillermo Pareja.

#### 2.2.2.4. PROMOCION

Para la promoción del local se ha creado un logo característico de los niños con el leve carisma hogareño con colores llamativos.



El servicio será promocionado desde la entrada del centro comercial con personajes llamativos para que sean los mismos niños los que quieran ir al centro.

Durante el primer mes de actividades se proporcionará la primera media hora de manera gratuita como incentivo a los padres, para poder ganarnos su confianza. Para los clientes más frecuentes se les darán un descuento del 10%. También se contará con paquetes especiales para quienes estarían en jornadas completas e incluso para quienes asisten mensualmente, en este caso su tarifa sería menor, con la diferencia de que debe ser cancelada por adelantado.

Entre esos paquetes especiales nos referimos a tarjetas llamadas KIDSCARDS, las cuales serán recargables, o podrá escoger entre los diferentes beneficios que se otorgarán como cuidados más alimentación, o mientras de más valor sea la tarjeta se proveerá descuentos, días locos o también llamados 2x1.

#### 2.2.2.5. PUBLICIDAD

CHIQUIHOUSE contará con páginas web en las redes sociales más conocidas como Facebook, Twitter e Instagram para poder dar a conocer la marca a todos los ciudadanos. También se dará a conocer por medio de la forma más eficiente que es la publicidad de boca en boca, la calidad del servicio llegará a más ciudadanos con comentarios positivos acerca del servicio dado.

Días anteriores a la inauguración se procederá con entrega de volantes para que vayan conociendo de a poco los servicios, así como también se dará folletos a los clientes o incluso al que entre al local solo por curiosidad en los que se proporcionará información como horarios de atención, lo que incluye el servicio y teléfonos.

## **2.3. PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING**

### *2.3.1. OBJETIVOS*

#### *2.3.1.1. OBJETIVO GENERAL*

Generar un volumen de ventas de 30000 clientes en el año 2015.

#### *2.3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS*

- Facilitar el presupuesto de promoción de ventas para el desarrollo de la publicidad.
- Proporcionar las condiciones adecuadas que demandan los clientes.

### *2.3.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING*

- Imagen
- Marketing de boca en boca
- Diversificación de temas de actividades
- Lugar estratégico
- Artículos publicitarios
- Presencia en redes sociales
- Página web



### 2.3.3. *DESARROLLO DE ESTRATEGIAS*

La principal estrategia será la imagen que se dará a los clientes potenciales, el ofrecer un lugar seguro para sus niños, lo más preciado que tienen, y puedan realizar comentarios favorables para la marca, realizando de esta manera el marketing de boca en boca que por lo general es el más efectivo.

Durante el primer mes se ofrecerá la primera media hora de manera gratuita, para poder ganarse la confianza de los padres del centro comercial, así como también habrá eventos especiales por ser el mes de la inauguración.

El tema de los servicios varía dependiendo las fechas para no caer en la monotonía y poder atraer a los visitantes demostrando un servicio de calidad que se renueva constantemente. También se contará con un lugar estratégico para el local al cual podrán acudir fácilmente y podrán observar como son tratados sus niños, ofreciéndoles lo mejor con amor.

Se obsequiará detalles publicitarios como plumas, lápices, porta pañitos, llaveros entre otros, todos con el logo del negocio a fin de que éstos lleguen a más personas, así como también por medio de las redes sociales.

Además, se entregará volantes por medio de personajes con vestimentas llamativas en las puertas del centro comercial, generando de ésta manera la atención de los niños y sean ellos mismos los que quieran acudir al centro.

Adicional cuenta con una página web en donde los interesados podrán visitar e informarse acerca de promociones, ventajas, beneficios, servicios que CHIQUIHOUSE ofrece a sus clientes, permitiendo de esta manera una comunicación entre cliente-empresa, o futuros clientes-empresa ya que podrán realizar preguntas las cuales serán contestadas de forma inmediata.

### 2.3.4. COSTOS

CHQUIHOUSE se preocupa por la reducción de costos y el incremento de las ganancias sin que afecte al resultado final de sus servicios.

Una de las estrategias es ofrecer la primera media hora de forma gratuita durante nuestro mes de inauguración, por supuesto es un costo que puede ser muy elevado, pero es una forma de poder ganar la confianza de los padres, con la esperanza de que en los meses futuros, ésta pérdida se duplique en forma de ganancia.

Tabla 11: Estrategias de publicidad y marketing

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING																
No.	Vendedores	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL PERIOD 0	TOTAL 2011
1	IMAGEN	400,00												1.000,00	400,00	1.000,00
2	PUBLICIDAD	200,00	500,00		300,00	100,00	200,00	100,00	300,00	200,00	100,00	300,00	200,00		200,00	2.300,00
3	REDES SOCIALES		400,00			60,00			60,00				70,00		-	590,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>600,00</b>	<b>900,00</b>	<b>-</b>	<b>300,00</b>	<b>160,00</b>	<b>200,00</b>	<b>100,00</b>	<b>360,00</b>	<b>200,00</b>	<b>100,00</b>	<b>300,00</b>	<b>270,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>600,00</b>	<b>3.890,00</b>

FUENTE: Análisis Financiero

ELABORADO: Autora

## **CAPITULO III**

### **3. ASPECTOS TECNOLOGICOS DEL PROYECTO**

Siempre en la búsqueda de caminos que optimicen el negocio permitiendo satisfacer las necesidades de la sociedad ofreciendo el mejor de los servicios se contará con la tecnología más avanzada que permita realizar las labores de una manera más eficiente y eficaz.

#### **3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El servicio que se ofrecerá es el cuidado de los niños mientras los padres realizan sus actividades de ocio, aportándoles a su vez conocimientos educativos y estimulándolos en su desenvolvimiento como tal.

El servicio será dado por personas capacitadas para el mismo, capaces de tratar al menor de una manera personalizada y especial, transmitiéndole amor y confianza logrando que su estadía en el lugar sea la mejor y por supuesto con deseos de regresar.

En el espacio existen áreas destinadas para las diferentes edades de los niños con los juegos adecuados para poder cumplir con el objetivo principal que es el apoyo y estimulación de los menores. Dichas áreas tendrán limpieza a diario, realizando de esta manera una desinfección de todos los juguetes y superficies.

Dependiendo del tema del día se harán diferentes actividades como danza, cine, aros, rondas infantiles, lectura de cuentos, entre otras, tratando de variar al máximo nuestras actividades atrayendo a nuestros clientes por la variedad en nuestro servicio.

Una vez llegado el niño, se procederá a la entrega al personal adecuado, éste lo llevará a su área respectiva a la edad, en el caso que no le guste podrá acceder a otra área dependiendo de la necesidad del niño.

Los días lunes serán días de cuentos, se procederá a la lectura de cuentos infantiles influyendo en la lectura desde tan temprana edad.

Los martes serán días de danza, los niños aprenderán sobre sus propios cuerpos realizando movimientos divertidos y al son de la música. Contaremos con toda clase de música infantil para el desenvolvimiento de los mismos.

Los miércoles se realizará actividades de pintura, los niños podrán realizar paisajes, dibujar, pintar como todos unos artistas, y por supuesto se llevarán sus obras de artes para sus padres.

Los días jueves se realizarán actividades con aros, pelotas entre otros juegos libres y movimientos creativos manteniendo el equilibrio y ayudando a la motricidad de los pequeños.

Los viernes serán deportivos, promoviendo los fundamentos de la salud y el deporte, realizaremos juegos no-competitivos resaltando la confianza, flexibilidad y habilidades para los distintos deportes.

Los sábados se procederá a la proyección de películas infantiles, aptas para todas las edades en dónde podrán distraerse de una manera sana y divertida.

Y por último los domingos se escogerá una actividad aleatoriamente de las del resto de los días, y así comenzamos una nueva semana.

Los temas diarios los iremos rotando cada quincena, permitiendo de esta manera que todos puedan hacer uso de los servicios, ya que existirán personas más frecuentes en ciertos días, con el fin de evitar la monotonía.

Se ofrecerá alimentación diaria, la cual constará de frutas naturales, cereales y lácteos, ésta será dada cada 3 horas como pequeños piqueos para los infantes. Habrá también un sub servicio que es la venta de comidas especiales, éste tendrá un costo adicional por comidas especiales y será dado solo con la autorización de los padres, caso que será más frecuente para quienes dejan a sus hijos por tiempos más prolongados o que deseen comprar para llevar.

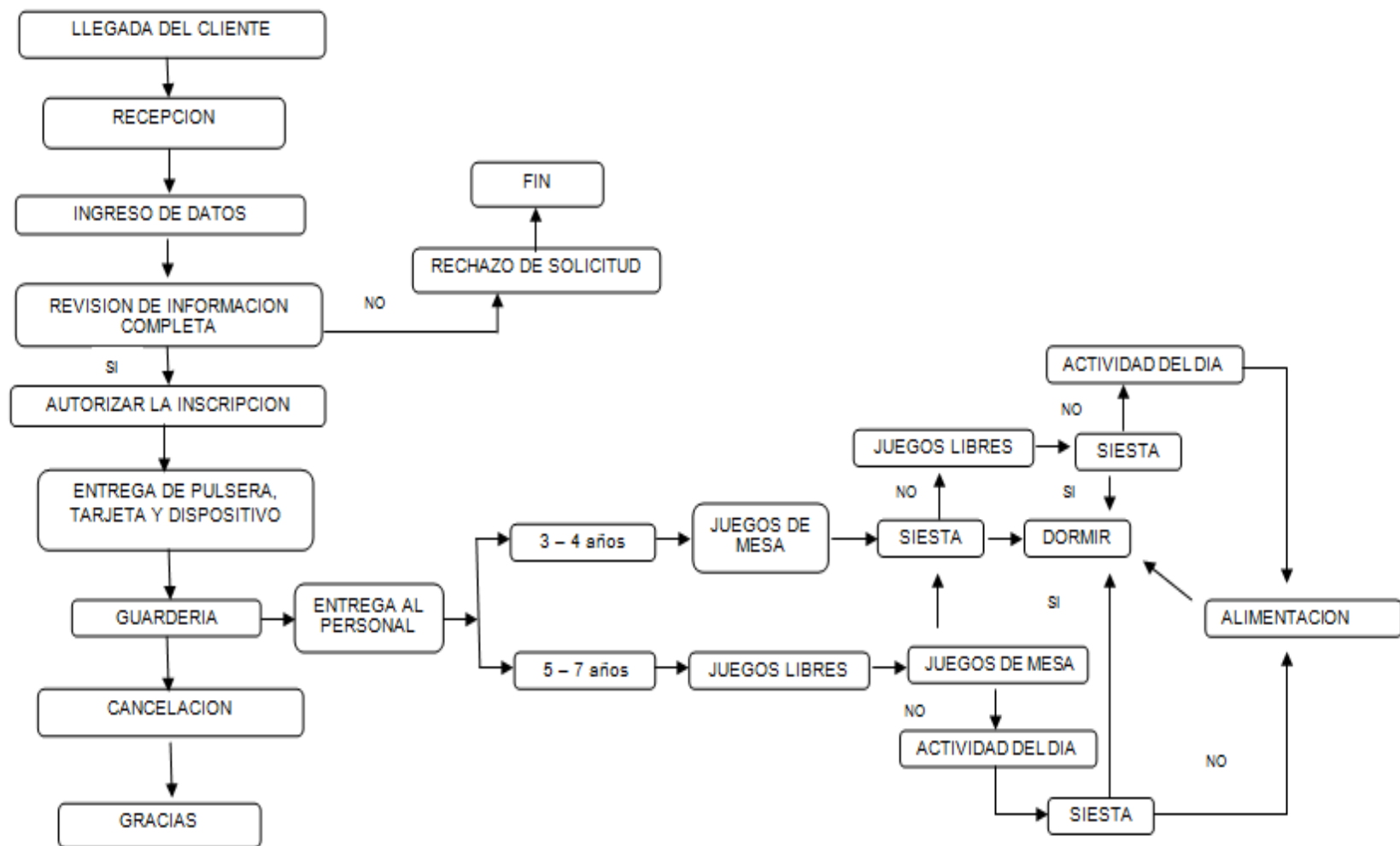


Gráfico 6 Gráfico del itinerario a seguir

ELABORADO: Autora

### **3.2. PROCESO A SEGUIR**

Para el ingreso del niño al centro el padre deberá llenar el formulario en la recepción (ver Anexo 2) para que puedan ser ingresados al sistema y se le pueda dar la tarjeta respectiva, se le hará entrega también de una pulsera la cual no se podrá sacar hasta el retiro del menor, dicha pulsera también la tendrá el niño.

Al tener los datos ingresados en el sistema permiten que si un cliente va más de una vez, no tenga que ingresar sus datos nuevamente, al contrario solo se lo busca y se procede con lo antes mencionado.

Una vez inscrito el menor, el padre puede retirarse mientras el niño es ingresado a la sala de juego para su distracción.

Luego que el representante proceda al retiro del menor, éste tiene que presentar la tarjeta y la respectiva cancelación del servicio, la cual es calculada por medio del sistema que utilizaremos.

Ya con los niños adentro, ellos serán llevados a sus lugares de acuerdo a la edad, los niños de 3 a 5 años estarán en el sector de juegos de construcción, motricidad fina, actividades plásticas y/o pinturas, mientras que los de 6 a 7 años estarán en el área de juegos libres; después de cuarenta minutos en sus respectivas áreas se procederá el cambio ya sea viceversa o de acuerdo a las necesidades que se presenten, es decir, si hay niños en horas de sueño se los llevará hacia el sector de siesta, caso contrario podrán asistir a la sección de lectura de cuentos o de películas infantiles según el tema del día.

De ésta manera se rota a los niños para que no se queden estancados en un solo lugar evitando el aburrimiento así como también los pleitos por los juegos.

### 3.3. UBICACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La guardería se encontrará ubicada en la planta baja del C.C Riocentro Norte, ubicado en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, un centro comercial que se inauguró en el 2010 con más de 1000 parqueos, un lugar al cual acuden los habitantes de la zona norte de la ciudad ya que pueden encontrar todo lo que necesiten, gracias a que cuentan con hipermarket, cines, y gran variedad de boutiques. Cuenta con electricidad, agua potable, conexión wifi y fácil acceso ya que se encuentra en una principal. Atrae a un promedio de 30 mil visitantes por día.

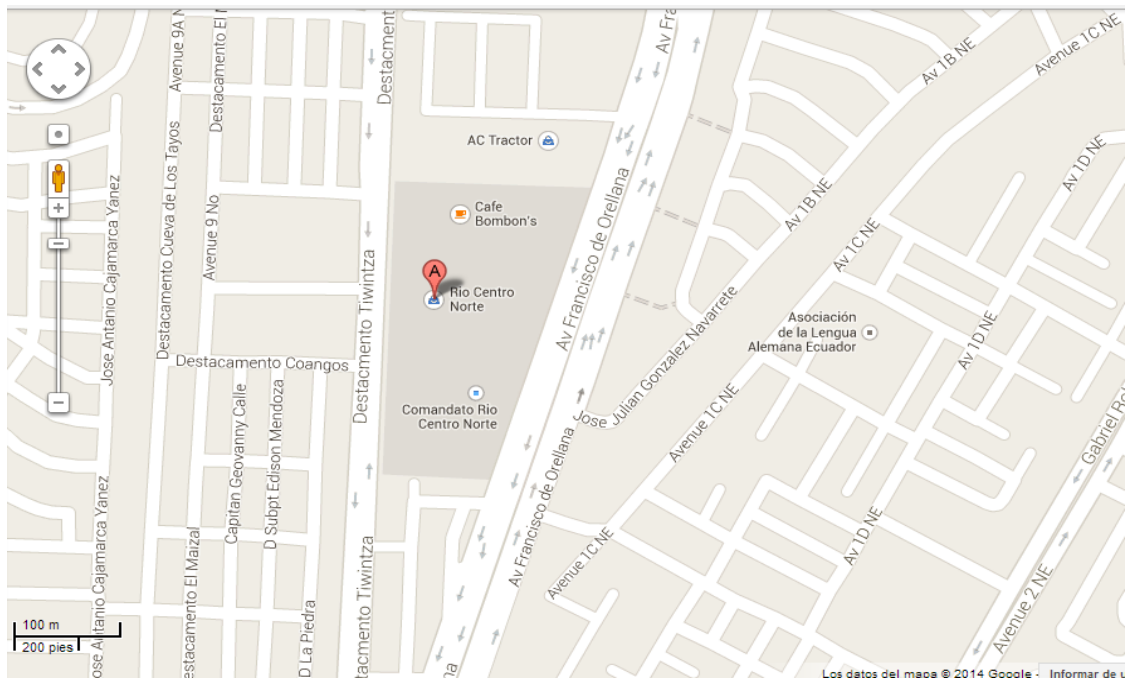


Gráfico 7 Gráfico de la macro localización del negocio



### **3.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN**

Pertenece al Grupo El Rosado, ubicado en la avenida Francisco de Orellana y Guillermo Pareja; tiene cerca de 100.000 m<sup>2</sup> de construcción y dos niveles y 22 mil metros cuadrados de superficie, con más de 140 locales, con un patio de comida con capacidad de 200 personas y un horario de atención de lunes a domingos de 09h00 a 22h00. El local se encontrará en la planta baja como lo indica la ley, además de estar en un lugar visible para todo el que visite el lugar. Centro comercial que se escogió ya que abre las puertas a nuevas marcas, dando la oportunidad de ingresar en el mercado.

### **3.4. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA PLANTA**

La capacidad de la planta de acuerdo a lo establecido y lo que nos permite la ley será de 25 niños para poder darle el espacio y la calidad de atención debida y correspondiente a cada uno, cumpliendo los estándares de calidad requeridos para el funcionamiento de las modalidades.

Contaremos con el servicio de cuatro parvularios para la atención de los menores, las mismas quienes tienen horarios rotativos, cumpliendo las 40 horas semanales permitidas legalmente; además de la directora quien supervisará el trabajo de las mismas.

### **3.5. DISEÑO DE LA PLANTA**

Las decoraciones y adornos que habrá en la guardería tendrán fines educativos y a la vez divertidos. Todo el lugar será iluminado y pintado con colores claros y llamativos.



Gráfico 8 Gráfico de decoraciones

De acuerdo a lo establecido por la ley el espacio contará con espacios destinados al descanso, a la psicomotricidad, a la alimentación y espacios libres.

Estará dividido en un sector para la siesta, con colchonetas y todas las comodidades para que puedan dormir plácidamente.



Gráfico 9 Gráfico de colchonetas a utilizarse

Otro sector para los niños de 3 a 5 años en donde podrán realizar actividades para su estimulación psicomotriz como rompecabezas, juegos de construcción, entre otros, en sus pequeñas sillas y mesas respectivas.

También está el lugar en dónde se encuentran los juegos plásticos, que contarán con un tobogán, piscina de bolas y demás juegos libres. Para los juegos plásticos en los que habrán redes tendrán orificios de un perímetro de 43

a 46 cm (17 a 18 pulgadas), y en cuanto a las escaleras o las barras tendrán una anchura de 23 cm (9 pulgadas).

Al ser una guardería de niños, un tema muy importante es la higiene, los baños del local serán de fácil acceso, tanto las tazas como los lavabos estarán a la altura de los pequeños; los lavabos estarán a 55 centímetros del suelo, así como también constará una ducha de mano con temperatura al ambiente y tibia.

No se puede olvidar la parte alimenticia, habrá un área destinada para el almacenamiento de los alimentos predecibles y no predecibles, y una pequeña área en dónde los infantes podrán consumir los mismos.

Del mismo modo se contará con una mini bodega en donde se guardará los materiales de trabajo para los niños y demás implementos necesarios; y como una forma de mantener el orden también habrá repisas y anaqueles para los materiales de uso más frecuentes.

Adicional se contará con un espacio libre en el cual se realizarán las diferentes actividades, ya sea danza, cine, lectura de cuentos, música dependiendo del tema del día.

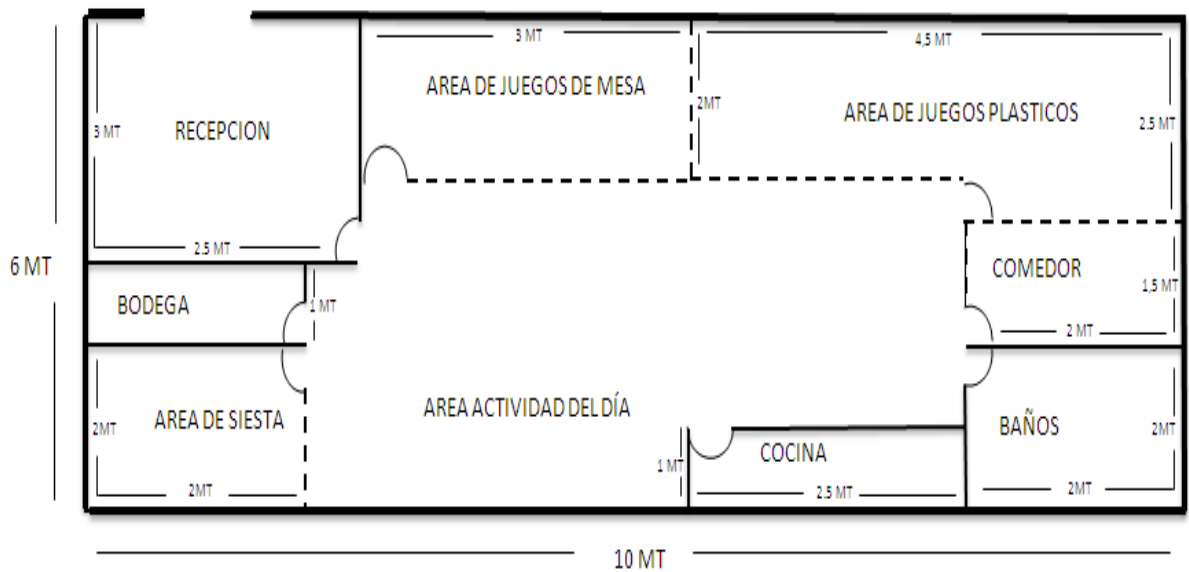


Gráfico 10: Lay out del negocio  
ELABORADO POR: AUTORA

### 3.6. LOCAL Y SUS ADECUACIONES

#### 3.6.1. LOCAL

El espacio para el local será alquilado al centro comercial Riocentro Norte, el valor por metro cuadrado es de \$30, siendo un total de \$1800 mensuales por 60 metrajes que sería el espacio para la guardería, a éste valor se le suma el 12% de IVA más el 19,8% de alícuota; con un contrato por 2 años pagando 2 meses por adelantado (ver Anexo 9).

En este caso no se paga por el derecho de llaves, dado que es un rubro que se cancela cuando el mercado ya está posesionado, es decir, cuando ya existe un dueño con la misma marca dentro del mismo centro comercial, en éste caso se debe dar un derecho de llave ya que se le está robando su clientela; sin embargo, éste no es el caso por lo que es un negocio nuevo.

### 3.6.2. *ADECUACIONES PARA EL LOCAL*

El implementar una infraestructura adecuada para el cuidado de los niños requiere de mayores detalles en su construcción; se debe tener en cuenta cubrir todos los aspectos para prevenir el peligro minimizando los riesgos como colocando extintores, detectores de humo, vallas de protección en las puertas tanto en la cocina como en la puerta principal y comprobando de manera permanente todas las instalaciones eléctricas.

La superficie que tendrá el lugar será lo bastante blanda y recia como para amortiguar la caída de un niño en el caso que esto ocurriera, por lo que será de goma triturada, ningún juego superará los 3 m. para evitar los incidentes.

Las paredes de la entrada serán de vidrio con mallas protectoras permitiéndoles a los padres observar lo que realizan sus niños. Los mobiliarios tendrán colores llamativos y del tamaño adecuado para los pequeños brindándoles confort y comodidad, las mesas en forma de sus personajes favoritos de caricatura hechos de madera para mayor resistencia, con cuidados extremos con las esquinas y los toma corrientes, con debidas comodidades como cojines y almohadas.

### 3.6.3. *NORMAS Y ESTÁNDARES:*

Cumpliendo con las normas de protección de salud y de seguridad vigentes ya mencionadas en el capítulo anterior, así como la autorización administrativa de funcionamiento y el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, además de mantener el orden respectivo para el cuidado de los niños para poder evitar inconvenientes o pleitos entre ellos.

Para poder cumplir con la calidad de servicio que se promete, se mantiene el buen orden en el local, primordialmente en la limpieza para que los niños se puedan desenvolverse en un lugar limpio y seguro. Ésta limpieza se la realiza dos veces al día por personas especializadas en ello; usando desinfectantes y artículos de limpieza aptos para los niños.

Para poder brindarles la alimentación, se les comunica a los padres al momento del ingreso que clase de comida se le servirán al menor, una vez que obtengamos su autorización, procedemos al mismo.

El cuidado que les ofrecemos a los infantes es de una manera cercana, transmitiéndoles el afecto y la atención como si estuviera en casa. El mismo es dado por personas especializadas en el asunto.

### **3.7. ESPECIFICACIONES DE LAS MATERIAS PRIMAS**

Los materiales principales que serán utilizados en el centro infantil serán los crayones, las pinturas, el material didáctico propio de acuerdo a las edades, mandiles, hojas y los demás implementos de juegos como aros y pelotas; todo con el fin de proporcionarle todos los elementos necesarios para la diversión educativa del niño.

Entre los juegos para el entretenimiento del menor están:

Laberintos en formas para ejercitar la psicomotricidad fina.



Gráfico 11 Gráfico de laberintos

Piscina de bolas: material plástico no toxico, para que los niños puedan divertirse saltando, jugando desarrollando su psicomotricidad gruesa. Medidas 1,40cm x 1,50 cm



Gráfico 12 Gráfico de piscina de bolas plásticas

Pinturas: se utilizará los respectivos mandiles para que los niños puedan divertirse pintando con las manos y a su vez ejercer la psicomotricidad fina.



Gráfico 13 Gráfico de pinturas

Vallas infantiles con colchonetas: donde los niños podrán descansar, tendrá las medidas de 1,80 cm x 1,80 cm.



Gráfico 14 Gráfico de área de siesta

Vallas infantiles: para separar cada área y poder mantener el buen orden. Medidas de 7 x 2 mts.

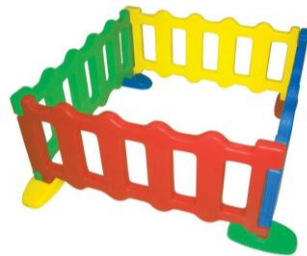


Gráfico 15 Gráfico de vallas

Rompecabezas de piezas grandes: hechos de plástico para desarrollar la inteligencia de los niños.



Gráfico 16 Gráfico de rompecabezas



Legos: lo suficientemente grandes como para evitar accidentes, hechos para el desarrollo cognitivo de los niños



Gráfico 17 Gráfico de legos

Juegos plásticos: tobogán de plástico para el entretenimiento de los niños.  
Medidas de 1,50 x 1,10 cm.



Gráfico 18 Gráfico de tobogán plástico

Sillas y mesas: con diseños llamativos para los infantes, en dónde podrán realizar actividades como pintura y/o comer, 3 mesas de 60 x 60 cm



Gráfico 19 Gráfico de sillas y mesas

Repisas: con el fin de mantener e inculcar el orden las repisas se encontraran en lo alto de la pared para aprovechar espacio.



Gráfico 20 Gráfico de repisas

### **3.8. MUEBLES Y EQUIPOS A UTILIZARSE**

En este caso se está tratando con niños, por lo que la seguridad es ante todo. Se contará con un sistema de vigilancia para que los padres puedan estar seguros al dejar a sus hijos en la guardería; adicional se otorgará un dispositivo para que pueda existir una comunicación con el padre del niño de forma inmediata por cualquier incidente, esperando que esto no sea necesario, pero en todos los casos hay que tomar las debidas precauciones, así como también accesos directos con hospitales en el caso de emergencias.

También con los medios necesarios y seguros para la proyección de películas infantiles para el entretenimiento de los niños.

Para la obtención de los juguetes y demás elementos que se utilizan en el centro, existe una preocupación por el material por el cual está hecho, por lo que se es muy selectivo al momento de escogerlos.

Los crayones cumplen con la norma ASTM D-4236, lo que significa que han sido evaluados por la American Society for Testing and Materials (ASTM). Así como los elementos para las actividades manuales son creadas estrictamente para los niños con material no tóxico, como la pintura por ejemplo, la cual no contendrá plomo.

El tamaño del juguete o de algún elemento del mismo más pequeño que haya será de más de 1 ¼ pulgada (3 centímetros) de diámetro y 2 ¼ pulgadas (6 centímetros) de longitud, evitando de ésta manera cualquier incidente en el que se traguen o se asfixien por el mismo.

En general, todos los juguetes serán resistentes e irrompibles, dado que como estamos trabajando con niños ellos pueden tanto morder como lanzar, es por ello que debemos prevenir cualquier tipo de accidentes usando el material adecuado.

El plástico con el que son hechos los juguetes con los que se cuenta es a base de polipropileno, un plástico no tóxico resistente a las altas temperaturas, a la corrosión y a las roturas. También están los juguetes a base de polietileno para los más pequeños, ya que es un plástico durable y versátil que puede variar de rígido a blando, plástico similar al polipropileno.

En el caso de la piscina, las bolas son hechas en polietileno de baja densidad con colorantes que contienen inhibidores UV, y en cuanto a la superficie, es

sobre un tablero de DM 5 mm., aglomerado de espuma con una densidad de 80 kg /m<sup>3</sup>.

### **3.9. COSTOS DE MANTENIMIENTO**

Para mantener el buen orden y la higiene en el grado adecuado, se ha contratado un servicio de limpieza, el cual irá todos los días al finalizar nuestra atención al cliente para proceder con la respectiva limpieza y desinfección de los artículos del lugar. Éste tendrá un costo de \$60 mensuales.

Los elementos o artículos que serán utilizados son hechos a base de materiales durables por el simple hecho de que es con niños con quienes se trata, por lo que los materiales tienen que ser resistentes a ellos; aún así, nada es para siempre, por lo que hay que darle mantenimiento y/o reponer los juegos cada cierto tiempo, sin embargo, no habrá preocupación en ello por ahora, ya que vienen con garantía por un año por las compras realizadas. Luego de este tiempo se realizará un mantenimiento de los juegos cada 6 meses y adquisición de nuevos juguetes cada año.

### **3.10. INSUMOS, SERVICIOS Y MANO DE OBRA DIRECTA.**

Para poder ofrecer un servicio de calidad se necesita de los implementos necesarios para el mismo.

Comenzando por la higiene de los niños, se consume papel higiénico, toallas en rollo y jabón líquido para evitar la contaminación de bacterias,

Para los materiales didácticos están las hojas en blanco A4, cajas de crayolas, goma blanca, plastilina, papel cometa, fomix, entre otros materiales para actividades artísticas.

Para la alimentación, como lo antes mencionado, se proporcionará lácteos, cereales y frutas naturales.

Por supuesto también está el botiquín con los elementos adecuados para poder utilizarlos cuando éste lo requiera.

Además de los servicios básicos los cuales son cancelados en la alícuota del local, lo que corresponde al 19.8% del valor a pagar.

### **3.11. ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS**

La manera en la que procederemos a abastecer nuestros materiales didácticos será una vez al mes, así como también nuestros utensilios de baño, por lo que se compra al por mayor, a diferencia de la comida, en cuanto a los cereales y lácteos los compraremos una vez a la semana, mientras que las frutas las compraremos a diario, mientras más frescas mejor; todo lo que respecta a alimentos lo compraremos en el hipermarket ya que se encuentra en el mismo centro comercial, ahorrándonos tiempo y dinero.

De ésta manera mantendremos nuestro local con los implementos necesarios para poder ofrecer lo que prometemos en todo momento.

### **3.12. RESUMEN DE COSTOS**

#### **3.12.1. COSTO VARIABLE**

Como la palabra lo dice, estos costos pueden variar dependiendo de la cantidad de niños con la que contemos a diario, en este caso nuestros costos variables son la alimentación y material didáctico con el que trabajaremos.

De acuerdo al presupuesto establecido el costo por el ingreso de cada niño es de \$ 0,77 detallados de la siguiente manera.

Se utilizara dos cajas de resmas de hojas de papel con un total de 6000 unidades, 100 cajas de plastilina, 144 lápices de colores, 128 crayones, cuentos y materiales para actividades artísticas como papel cometa, fomix, pinturas. El valor total de dichos productos se divide para el número estimado de clientes mensuales; obteniendo de ésta manera el costo variable unitario.

#### **3.12.2. COSTO FIJO**

Entre los costos fijos que existen cada mes, está el alquiler del espacio, el pago de los servicios básicos que en este caso es la alcuota, el servicio de limpieza y las remuneraciones de los empleados del consejo administrativo. La suma de dichos valores corresponde al valor fijo mensual del negocio.

## CAPITULO V

### 4. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 4.1. ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

##### 4.1.1. PLAN DE INVERSION, CLASIFICACION Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 12: Inversión y fuentes de financiamiento

RUBROS	PERIODO 0					PERIODO 1	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL INVERSIÓN	PROPIO	PRESTAMO
Terrenos y obras				3600	200	2000	5,800.00	2,800.00	3,000.00
Equipos y maquinarias				200.00	1,500.00	1,000.00	2,700.00	-	2,700.00
Equipos y muebles de oficina					1,000.00	2,000.00	3,000.00	1,404.23	1,595.77
Capital de trabajo					8,771.55		8,771.55	-	8,771.55
Gastos Financieros							-	-	
Vehiculos	-	-	-	-	-	-	-	-	
Gastos de Constitución y permisos		100.00	300.00	200.00	300.00	100.00	1,000.00	1,000.00	
Seguros de vehículo y maquinarias							-	-	
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	-	100.00	300.00	4,000.00	11,771.55	5,100.00	\$ 21,271.55	\$ 5,204.23	\$ 16,067.32
								24%	76%

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

La fuente de financiamiento para el proyecto corresponde a un porcentaje por los inversionistas y la mayor parte por un préstamo realizado a una institución financiera con total de \$16000 a nombre del gerente general de la empresa.

##### 4.1.2. PROGRAMA Y CALENDARIO DE INVERSIONES

Tabla 13: Calendario de inversión de capital propio

RUBROS	PERIODO 0					PERIODO 1			TOTAL INVERSIÓN
	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	
Terrenos y obras				600	200	1000			1,800.00
Equipos y maquinarias				500.00	500.00				1,000.00
Equipos y muebles de oficina					500.00	904.23			1,404.23
Capital de trabajo									-
Financiero									-
Vehiculos									-
Gastos de Constitución y permisos		100.00	300.00	200.00	400.00				1,000.00
Seguros de vehículo y maquinarias									-
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	-	*****	300.00	1,300.00	1,600.00	1,904.23	-		\$ 5,204.23

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 14 Calendario de inversión de capital prestado

RUBROS	PERIODO 0					TOTAL INVERSIÓN
	AGOSTO	SEPT	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Terrenos y obras				3,000.00		3,000.00
Equipos y maquinarias			200.00	1500	1,000.00	2,700.00
Equipos y muebles de oficina				900	695.77	1,595.77
Capital de trabajo					8,771.55	8,771.55
Vehiculos						-
Gastos de Constitución y permisos						-
Seguros de vehículo y maquinarias						-
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	-	-	200.00	5,400.00	10,467.32	<b>\$ 16,067.32</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.3. POLITICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

##### POLITICAS DE COBROS

La forma de cobro de los clientes será de contado; el precio del servicio varía del tiempo de estadía del niño en la guardería, dado que es un servicio al momento, el plazo de pago es inmediato.

##### POLITICAS DE PAGO

Gracias a un convenio con los proveedores, otorgaron de 3 a 6 meses sin intereses para el pago de los elementos adquiridos.

##### POLITICAS DE EXISTENCIA

Se mantendrá materiales suficientes para abastecer la demanda de un mes, mientras que en cuanto la alimentación se abastecerá día a día de acuerdo a las variaciones que se presenten.



#### 4.1.4. DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla 15: Depreciación de activo fijo

ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 (2014)	2 (2015)	3 (2016)	4 (2017)
Equipo y maquinaria	2,700.00	270.00	270.00	270.00	270.00
Equipos y mueble de oficina	3,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	-
Obras civiles (edificaciones)	5,800.00	290.00	290.00	290.00	290.00
<b>TOTAL</b>	<b>11,500.00</b>	<b>1,560.00</b>	<b>1,560.00</b>	<b>1,560.00</b>	<b>560.00</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 16: Activo fijo

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>11,500.00</b>
GASTOS DE DEPRECIACIÓN A 4 AÑOS	5,800.00
VALOR RESIDUAL DE ACTIVO FIJO	5,700.00

#### 4.1.5. PROGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS

De acuerdo al estudio de mercado realizado y a la capacidad de 25 niños en el establecimiento en un rango de tres horas se estima que se prestará los servicios de guardería a 90 niños al día, siendo 640 a la semana, 2750 al mes y 33000 niños al año aproximadamente.

Además de las variaciones puede concluir con una proyección de ventas demostrada de la siguiente manera: por las promociones temáticas en los diferentes meses del año es que se

Tabla 17: Proyección de ventas

<b>PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MERCADO - CANAL DE VENTAS 1 AÑO 2015 (en unidades)</b>			
Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
MES 1	2,700	1,215.00	45%
MES 2	2,700	1,350.00	50%
MES 3	2,700	1,215.00	45%
MES 4	2,700	1,350.00	50%
MES 5	2,700	2,160.00	80%
MES 6	2,700	2,025.00	75%
MES 7	2,700	2,430.00	90%
MES 8	2,700	1,620.00	60%
MES 9	2,700	2,025.00	75%
MES 10	2,700	2,430.00	90%
MES 11	2,700	2,565.00	95%
MES 12	2,700	3,240.00	120%
<b>Total anual</b>		<b>23,625.00</b>	

**Vta. Proyectada mensual por punto de venta** 90 Unids.

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

4.1.6. *COSTOS DE MATERIALES PRIMAS, MATERIALES INDIRECTOS, SUMINISTROS Y SERVICIOS, MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA*

Tabla 18: Costo de materias primas

<b>COSTO DE MATERIAS PRIMAS</b>			
<b>Materia prima</b>		<b>Costo</b>	<b>Precio (\$/unidad)</b>
1	Material didáctico	\$ 686.00	\$ 0.2495
2	Alimentación	\$ 1,186.00	\$ 0.4313
3			
<b>Costo de producción unitario</b>			<b>\$ 0.68</b>

**Especificaciones técnicas:**

- 1.. Material didáctico: corresponde al material como hojas, crayones, pinturas
- 2.. Alimentación: corresponde a las frutas, cereales y lácteos.

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 19: Costo de materiales indirectos

<b>COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS</b>			
<b>Rubro</b>		<b>Costo</b>	<b>Precio (\$/unidad)</b>
1	Insumos de limpieza	\$ 250.00	\$ 0.0909
			\$ -
<b>Costo de producción unitario</b>			<b>\$ 0.09</b>

**Especificaciones técnicas:**

- 1.. Insumos de limpieza: corresponde a jabones, papel higiénico y toallas de papel

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 20: Costo unitario de producción

<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>		
<b>Rubro</b>		<b>Costo</b>
1	Materia prima	\$ 0.68
2	Materiales indirectos	\$ 0.09
<b>Costo de producción unitario</b>		<b>\$ 0.77</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 21: Costo indirecto de fabricación

<b>COSTOS INDIRECTO DE FABRICACION</b>		
<b>Rubro</b>		<b>Costo mensual</b>
1	Servicio de limpieza	\$ 200.00
<b>Costo de producción unitario</b>		<b>\$ 200.00</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 22: Costo de mano de obra directa e indirecta

<b>COSTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA</b>								
<b>No.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>13er. Sueldo</b>	<b>14to. Sueldo</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Mensual inc. benef.</b>	<b>Anual</b>
1	PersonalProceso 1	450.00	37.50	28.33	18.75	96.75	631.33	7,576.00
2	PersonalProceso 2	450.00	37.50	28.33	18.75	96.75	631.33	7,576.00
3	PersonalProceso 3	450.00	37.50	28.33	18.75	96.75	631.33	7,576.00
4	PersonalProceso 4	450.00	37.50	28.33	18.75	96.75	631.33	7,576.00
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>							<b>2,525.33</b>	<b>30,304.00</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.7. GASTOS FINANCIEROS

Se realiza un préstamo a la Sociedad Financiera Interamericana por un total de \$13000, el cual es calculado con la tasa efectiva referencial de microcrédito acumulación ampliada correspondiente a 22,44% con un periodo de 36 meses.

<b>Préstamo</b>	16,000.00
<b>Tasa</b>	22.440%
<b>Periodo</b>	36
<b>Pago</b>	\$ 614.70

Tabla 23: Evaluación financiera proyecto

	Periodo	Saldo Inicial	Interes	Amort. capital	pago	saldo final
PERIODO 0	0					16,000.00
	1	16,000.00	299.20	315.50	\$ 614.70	15684.50
	2	15,684.50	293.30	321.40	\$ 614.70	15363.11
	3	15,363.11	287.29	327.41	\$ 614.70	15035.70
	4	15,035.70	281.17	333.53	\$ 614.70	14702.18
PERIODO 1	5	14,702.18	274.93	339.76	\$ 614.70	14362.41
	6	14,362.41	268.58	346.12	\$ 614.70	14016.29
	7	14,016.29	262.10	352.59	\$ 614.70	13663.70
	8	13,663.70	255.51	359.18	\$ 614.70	13304.52
	9	13,304.52	248.79	365.90	\$ 614.70	12938.62
	10	12,938.62	241.95	372.74	\$ 614.70	12565.88
	11	12,565.88	234.98	379.71	\$ 614.70	12186.16
	12	12,186.16	227.88	386.81	\$ 614.70	11799.35
	13	11,799.35	220.65	394.05	\$ 614.70	11405.30
	14	11,405.30	213.28	401.42	\$ 614.70	11003.88
	15	11,003.88	205.77	408.92	\$ 614.70	10594.96
	16	10,594.96	198.13	416.57	\$ 614.70	10178.39
PERIODO 2	17	10,178.39	190.34	424.36	\$ 614.70	9754.03
	18	9,754.03	182.40	432.29	\$ 614.70	9321.74
	19	9,321.74	174.32	440.38	\$ 614.70	8881.36
	20	8,881.36	166.08	448.61	\$ 614.70	8432.75
	21	8,432.75	157.69	457.00	\$ 614.70	7975.74
	22	7,975.74	149.15	465.55	\$ 614.70	7510.19
	23	7,510.19	140.44	474.25	\$ 614.70	7035.94
	24	7,035.94	131.57	483.12	\$ 614.70	6552.82
	25	6,552.82	122.54	492.16	\$ 614.70	6060.66
	26	6,060.66	113.33	501.36	\$ 614.70	5559.30
	27	5,559.30	103.96	510.74	\$ 614.70	5048.56
	28	5,048.56	94.41	520.29	\$ 614.70	4528.27
PERIODO 3	29	4,528.27	84.68	530.02	\$ 614.70	3998.26
	30	3,998.26	74.77	539.93	\$ 614.70	3458.33
	31	3,458.33	64.67	550.02	\$ 614.70	2908.31
	32	2,908.31	54.39	560.31	\$ 614.70	2348.00
	33	2,348.00	43.91	570.79	\$ 614.70	1777.21
	34	1,777.21	33.23	581.46	\$ 614.70	1195.75
	35	1,195.75	22.36	592.33	\$ 614.70	603.41
	36	603.41	11.28	603.41	\$ 614.70	0.00

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 24: Gastos financieros

MESES	PERIODO	AÑO 2014	
	Interés	Interés	Capital
0	-		
1	299.20		
2	293.30		
3	287.29		
4	281.17		
5		274.93	339.76
6		268.58	346.12
7		262.10	352.59
8		255.51	359.18
9		248.79	365.90
10		241.95	372.74
11		234.98	379.71
12		227.88	386.81
13		220.65	394.05
14		213.28	401.42
15		205.77	408.92
16		198.13	416.57
17		190.34	424.36
18		182.40	432.29
19		174.32	440.38
20		166.08	448.61
21		157.69	457.00
22		149.15	465.55
23		140.44	474.25
24		131.57	483.12
25		122.54	492.16
26		113.33	501.36
27		103.96	510.74
28		94.41	520.29
29		84.68	530.02
30		74.77	539.93
31		64.67	550.02
32		54.39	560.31
33		43.91	570.79
34		33.23	581.46
35		22.36	592.33
36		11.28	603.41
<b>TOTAL</b>	<b>1,160.96</b>	<b>4,968.07</b>	<b>14,702.18</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.8. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Tabla 25: Resumen de costos

<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>		
	<b>Rubro</b>	<b>Costo</b>
1	Materia prima	\$ 0,68
2	Materiales indirectos	\$ 0,09
<b>Costo de producción unitario</b>		<b>\$ 0,77</b>
<b>OTROS COSTOS</b>		
1	Suministros de producción (mandiles, guantes, mascarilla, etc.)	
2	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 2.525,33
<b>Total otros costos</b>		<b>\$ 2.525,33</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 26: Resumen de gastos

	<b>Rubro</b>	<b>Gasto Periodo 0</b>	<b>Gasto Periodo 1 mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
1	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
	Gastos de personal administrativo		\$ 3,971.00	\$ 47,652.00
	Gastos de suministros y servicios		\$ 494.16	\$ 5,929.92
2	<b>GASTOS VENTAS</b>			
	Gasto fuerza de ventas	\$ 0.00	\$ -	\$ -
	Comisión de ventas	\$ 0.00	\$ -	\$ -
3	<b>GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD</b>			
	**Estrategias de Marketing y Publicidad	\$ 600.00	\$ 324.17	\$ 3,890.00
4	<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
	Personal Operativo		\$ -	\$ -
	Suministros y servicios de producción		\$ -	\$ -
5	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
	Gastos financieros (cuota mensual a partir de _____)	\$ 1,160.96	\$ 614.70	\$ 7,376.34
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 1,760.96</b>	<b>\$ 5,404.02</b>	<b>\$ 64,848.26</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.9. CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 27: Capital de trabajo

DETALLES	Periodo 0	Ene.15	Feb.15	Mar. 15
<b>COSTOS</b>	<b>4,368.61</b>	1,361.45		
MATERIA PRIMA	1,361.45	1,361.45		
MATERIALES INDIRECTOS	181.82			
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	2,525.33			
SUMINISTROS Y SERVICIOS	300.00			
<b>GASTOS</b>	<b>2,730.49</b>	<b>2,536.33</b>	-	<b>300.00</b>
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	1,636.33	1,636.33	-	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	494.16	-	-	-
GASTOS DE FUERZAS DE VENTA	-	-	-	-
COMISIONES EN VENTAS	-	-	-	-
PUBLICIDAD Y MARKETING	600.00	900.00	-	300.00
GASTOS DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN	-	-	-	-
GASTOS DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN	-	-	-	-
<b>PROVEEDORES</b>				
COMPRA DE INSUMOS	<b>2,525.33</b>		-	-
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>4,573.77</b>	<b>3,897.79</b>	-	<b>300.00</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA



#### 4.1.10. FLUJO DE CAJA

Tabla 28: Flujo de caja

	Precio	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	
Costo de producción		\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	
Unidades de Producción			23,625.00		25,278.75		27,553.84		29,620.38	
Inflación			0%		0.00%		0.00%		0.00%	
Tasa de crecimiento			0%		7.00%		9.00%		7.50%	
	Periodo U	ANU 2015	ANU 2016	ANU 2017	ANU 2018					
<b>INGRESOS</b>										
<b>YENTAS BANANACHIP'S</b>	-	<b>118.125.00</b>	<b>126.393.75</b>	<b>137.769.19</b>	<b>148.101.88</b>					
<b>COSTOS</b>										
MATERIA PRIMA DIRECTA		16,082.18	16,082.18	16,082.18	16,082.18					
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		2,147.73	2,147.73	2,147.73	2,147.73					
SUMINISTROS Y SERVICIOS		3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00					
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		30,304.00	30,304.00	30,304.00	30,304.00					
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	-	<b>65.991.09</b>	<b>74.259.84</b>	<b>85.635.28</b>	<b>95.967.97</b>					
<b>GASTOS</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	<b>1.760.96</b>	<b>61.884.48</b>	<b>60.758.14</b>	<b>59.421.21</b>	<b>58.031.92</b>					
PERSONAL ADMINISTRATIVO		47,652.00	47,652.00	47,652.00	47,652.00					
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5,929.92	5,929.92	5,929.92	5,929.92					
DEPRECIACIÓN		1,560.00	1,560.00	1,560.00	560.00					
AMORTIZACIÓN		-	-	-	-					
<b>VENTAS</b>										
FUERZA DE VENTAS	-	-	-	-	-					
COMISIÓN EN VENTAS	-	-	-	-	-					
PUBLICIDAD Y MARKETING	600.00	3,890.00	3,890.00	3,890.00	3,890.00					
<b>PRODUCCIÓN</b>										
PERSONAL OPERATIVO		-	-	-	-					
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		-	-	-	-					
GASTOS FINANCIEROS	1,160.96	2,852.56	1,726.22	389.29	-					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PA	(1,760.96)	4,106.61	13,501.70	26,214.07	37,936.05					
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADO	-	615.99	2,025.25	3,932.11	5,690.41					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(1,760.96)	3,490.62	11,476.44	22,281.96	32,245.64					
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(440.24)	872.66	2,869.11	5,570.49	8,061.41					
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,320.72)</b>	<b>2,617.97</b>	<b>8,607.33</b>	<b>16,711.47</b>	<b>24,184.23</b>					
(+) DEPRECIACIÓN		1,560.00	1,560.00	1,560.00	560.00					
(+) VALOR RESIDUAL										
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 5,204.23									
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		4,523.78	5,650.12	7,376.34	-					
<b>Flujo de caja</b>	<b>(6,524.95)</b>	<b>(345.82)</b>	<b>4,517.21</b>	<b>10,895.13</b>	<b>24,744.23</b>					
payback	(6,524.95)	(6,870.77)	(2,353.55)	8,541.57	33,285.80					

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

4.1.11. *DETALLE DE LAS PROYECCIONES DE INGRESOS (VENTAS PROYECTADAS)*

Tabla 29: Detalle de proyecciones de ingresos

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>CRECIMIEN. %</b>	<b>INFLACIÓN ANUAL</b>	<b>PRECIO VENTA</b>	<b>INGRESOS</b>
AÑO 2015	23,625.00	0%		\$ 5.00	\$ 118,125.00
AÑO 2016	25,278.75	7%		\$ 5.00	\$ 126,393.75
AÑO 2017	27,553.84	9%		\$ 5.00	\$ 137,769.19
AÑO 2018	29,620.38	8%		\$ 5.00	\$ 148,101.88

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.12. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 30: Estado de pérdidas y ganancias mensual

	Precio \$	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Costo de produccion	0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77	\$ 0.77
Unidades de Producción	1,215.00	1,350.00	1,215.00	1,350.00	2,160.00	2,025.00	2,430.00	1,620.00	2,025.00	2,430.00	2,565.00	3,240.00	23,625.00	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb.	Octubre	Noviemb.	Diciemb.	Total	
<b>INGRESOS</b>														
<b>VENTAS BANANACHIP'S</b>	<b>6,075.00</b>	<b>6,750.00</b>	<b>6,075.00</b>	<b>6,750.00</b>	<b>10,800.00</b>	<b>10,125.00</b>	<b>12,150.00</b>	<b>8,100.00</b>	<b>10,125.00</b>	<b>12,150.00</b>	<b>12,825.00</b>	<b>16,200.00</b>	<b>118,125.00</b>	
<b>COSTOS</b>	<b>3,762.87</b>	<b>3,867.04</b>	<b>3,762.87</b>	<b>3,867.04</b>	<b>4,492.07</b>	<b>4,387.90</b>	<b>4,700.41</b>	<b>4,075.38</b>	<b>4,387.90</b>	<b>4,700.41</b>	<b>4,804.58</b>	<b>5,325.44</b>	<b>52,133.91</b>	
MATERIA PRIMA DIRECTA	827.08	918.98	827.08	918.98	1,470.37	1,378.47	1,654.17	1,102.78	1,378.47	1,654.17	1,746.07	2,205.56	16,082.18	
MATERIAL INDIRECTO	110.45	122.73	110.45	122.73	196.36	184.09	220.91	147.27	184.09	220.91	233.18	294.55	2,147.73	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	
MANO DE OBRA DIREC. E INDIRECTO	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	2,525.33	30,304.00	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>2,312.13</b>	<b>2,882.96</b>	<b>2,312.13</b>	<b>2,882.96</b>	<b>6,307.93</b>	<b>5,737.10</b>	<b>7,449.59</b>	<b>4,024.62</b>	<b>5,737.10</b>	<b>7,449.59</b>	<b>8,020.42</b>	<b>10,874.56</b>	<b>65,991.09</b>	
<b>GASTOS</b>	<b>5,770.09</b>	<b>4,863.74</b>	<b>5,157.26</b>	<b>5,010.67</b>	<b>5,043.95</b>	<b>4,937.11</b>	<b>5,190.14</b>	<b>5,023.04</b>	<b>4,915.81</b>	<b>5,108.44</b>	<b>5,070.93</b>	<b>5,793.29</b>	<b>61,884.48</b>	
<b>ADMINISTRATIVOS</b>														
PERSONAL ADMINISTRATIVO	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	3,971.00	47,652.00	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	494.16	5,929.92	
DEPRECIACION	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	1,560.00	
AMORTIZACION	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>VENTAS</b>														
FUERZA DE VENTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
COMISION EN VENTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
PUBLICIDAD Y MARKETING	900.00	-	300.00	160.00	200.00	100.00	360.00	200.00	100.00	300.00	270.00	1,000.00	3,890.00	
<b>PRODUCCION</b>														
PERSONAL OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
GASTOS DE SUMINISTROS Y SER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>274.93</b>	<b>268.58</b>	<b>262.10</b>	<b>255.51</b>	<b>248.79</b>	<b>241.95</b>	<b>234.98</b>	<b>227.88</b>	<b>220.65</b>	<b>213.28</b>	<b>205.77</b>	<b>198.13</b>	<b>2,852.56</b>	
UTIL. ANTES DE IMPUES.Y PARTIC	\$ (3,457.96)	\$ (1,980.78)	\$ (2,845.14)	\$ (2,127.71)	\$ 1,263.98	\$ 799.99	\$ 2,259.45	\$ (998.43)	\$ 821.30	\$ 2,341.15	\$ 2,949.49	\$ 5,081.28	\$ 4,106.61	
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJA	\$ (518.69)	\$ (297.12)	\$ (426.77)	\$ (319.16)	\$ 189.60	\$ 120.00	\$ 338.92	\$ (149.76)	\$ 123.19	\$ 351.17	\$ 442.42	\$ 762.19	\$ 615.99	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ (2,939.27)	\$ (1,683.66)	\$ (2,418.37)	\$ (1,808.56)	\$ 1,074.38	\$ 679.99	\$ 1,920.53	\$ (848.66)	\$ 698.10	\$ 1,989.98	\$ 2,507.06	\$ 4,319.09	\$ 3,490.62	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (734.82)	\$ (420.92)	\$ (604.59)	\$ (452.14)	\$ 268.60	\$ 170.00	\$ 480.13	\$ (212.17)	\$ 174.53	\$ 497.49	\$ 626.77	\$ 1,079.77	\$ 872.66	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (2,204.45)</b>	<b>\$ (1,262.75)</b>	<b>\$ (1,813.77)</b>	<b>\$ (1,356.42)</b>	<b>\$ 805.79</b>	<b>\$ 509.99</b>	<b>\$ 1,440.40</b>	<b>\$ (636.50)</b>	<b>\$ 523.58</b>	<b>\$ 1,492.48</b>	<b>\$ 1,880.30</b>	<b>\$ 3,239.32</b>	<b>\$ 2,617.97</b>	

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

Tabla 31: Estado de pérdidas y ganancias anual

	Precio	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	
Costo de producción	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77
Unidades de Producción		23,625.00		25,278.75		27,553.84		29,620.38		
Inflación		0%		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%
Tasa de crecimiento		0%		7.00%		9.00%		7.50%		
	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018						
<b>INGRESOS</b>										
<b>VENTAS BANANACHIP'S</b>		<b>118,125.00</b>	<b>126,393.75</b>	<b>137,769.19</b>	<b>148,101.88</b>					
<b>COSTOS</b>		<b>52,133.91</b>	<b>52,133.91</b>	<b>52,133.91</b>	<b>52,133.91</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA		16,082.18	16,082.18	16,082.18	16,082.18					
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		2,147.73	2,147.73	2,147.73	2,147.73					
SUMINISTROS Y SERVICIOS		3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00					
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		30,304.00	30,304.00	30,304.00	30,304.00					
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		<b>65,991.09</b>	<b>74,259.84</b>	<b>85,635.28</b>	<b>95,967.97</b>					
<b>GASTOS</b>		<b>61,884.48</b>	<b>60,758.14</b>	<b>59,421.21</b>	<b>58,031.92</b>					
<b>ADMINISTRATIVOS</b>										
PERSONAL ADMINISTRATIVO		47,652.00	47,652.00	47,652.00	47,652.00					
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5,929.92	5,929.92	5,929.92	5,929.92					
DEPRECIACIÓN		1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00					560.00
AMORTIZACIÓN		-	-	-	-					-
<b>VENTAS</b>										
FUERZA DE VENTAS		-	-	-	-					-
COMISIÓN EN VENTAS		-	-	-	-					-
PUBLICIDAD Y MARKETING		3,890.00	3,890.00	3,890.00	3,890.00					3,890.00
<b>PRODUCCIÓN</b>										
PERSONAL OPERATIVO		-	-	-	-					-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		-	-	-	-					-
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		2,852.56	1,726.22	389.29	-					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABA.		4,106.61	13,501.70	26,214.07	37,936.05					
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		615.99	2,025.25	3,932.11	5,690.41					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		3,490.62	11,476.44	22,281.96	32,245.64					
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		872.66	2,869.11	5,570.49	8,061.41					
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>2,617.97</b>	<b>8,607.33</b>	<b>16,711.47</b>	<b>24,184.23</b>					

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.1.13. BALANCE GENERAL

Tabla 32: Balance general

BALANCE PROYECTADO 2015					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>9,908.85</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	2,525.33
BANCOS	5,100.00				
INVENTARIO	4,368.61		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$	16,000.00
CREDITO TRIBUTARIO	440.24				
			<b>TOTAL PASIVO</b>	\$	<b>18,525.33</b>
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	<b>11,500.00</b>	<b>PATRIMONIO</b>	\$	<b>3,883.51</b>
Equipo y maquinaria	2,700.00		Capital	\$	5,204.23
Equipos y mueble de oficina	3,000.00		Resultado de ejercicio actual	\$	(1,320.72)
Equipo de transporte	-				
Terrenos y obras	5,800.00				
	-				
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	\$	<b>1,000.00</b>			
Gastos de Constitución	1,000.00				
Gastos de Funcionamiento					
Seguros	-				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$	<b>22,408.85</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$	<b>22,408.845</b>

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

## 4.2. EVALUACION DEL PROYECTO

### 4.2.1. PRINCIPALES CRITERIOS DE EVALUACION

#### 4.2.1.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio del negocio es el nivel de ventas en el cual se alcanza para cubrir los costos tanto fijos como variables, es decir, en donde no se obtiene ni pérdidas ni ganancias, por ende, se aconseja partir desde aquí para poder desarrollarse sin pérdidas.

A continuación se detalla los elementos necesarios para poder determinar el punto de equilibrio, lo que demuestra que la cantidad de ventas a realizarse en un mes sería de 1,876 niños.

Precio Venta	5
Costo Produc.	0,771636364
Margen de contribución	<b><u>4,228363636</u></b>

<b>COSTO FIJO</b>	<b>95.193,62</b>
Costo Fijo Producción	33.904,00
Gastos	61.289,62

Punto de equilibrio	CF	<u>95.193,62</u>	22.513,11	unidades anuales
	Margen de contribución	4,23		
	Es decir, mensual		1.876,09	unidades mensuales

#### 4.2.2. INDICES FINANCIEROS

Tabla 33: Índices financieros

	Precio	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	\$	5.00	
	Costo de produccion	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	\$	0.77	
	Uidades de Producción		23,625.00		25,278.75		27,553.84		29,620.38	
	Inflacion		0%		0.00%		0.00%		0.00%	
	Tasa de crecimienmto		0%		7.00%		9.00%		7.50%	
	Periodo 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018					
<b>INGRESOS</b>										
<b>VENTAS BANANACHIP'S</b>	-	118,125.00	126,393.75	137,769.19	148,101.88					
<b>COSTOS</b>										
		52,133.91	52,133.91	52,133.91	52,133.91					
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	-	65,991.09	74,259.84	85,635.28	95,967.97					
<b>GASTOS</b>										
	1,760.96	61,884.48	60,758.14	59,421.21	58,031.92					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	(1,760.96)	4,106.61	13,501.70	26,214.07	37,936.05					
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-	615.99	2,025.25	3,932.11	5,690.41					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(1,760.96)	3,490.62	11,476.44	22,281.96	32,245.64					
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	▼ (440.24) ▼	872.66 ▼	2,869.11 ▼	5,570.49 ▼	8,061.41					
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,320.72)</b>	<b>2,617.97</b>	<b>8,607.33</b>	<b>16,711.47</b>	<b>24,184.23</b>					
(+) DEPRECIACION		1,560.00	1,560.00	1,560.00	560.00					
(+) VALOR RESIDUAL										
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 5,204.23									
(-) AMORTIZACION DE CAPITAL		4,523.78	5,650.12	7,376.34						
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(6,524.95)</b>	<b>(345.82)</b>	<b>4,517.21</b>	<b>10,895.13</b>	<b>24,744.23</b>					

FUENTE: ANALISIS FINANCIERO  
ELABORADO POR: AUTORA

#### 4.2.2.1. LIQUIDEZ

La liquidez es la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, comparando el dinero que tiene la compañía en sí contra las deudas a las que se enfrenta, es decir, los activos circulantes para los pasivos circulantes.

Ratio de liquidez:

Activo circulante: \$ 9,908.85

Pasivo circulante: \$ 2,525.33

Total: 3,92

Lo que muestra que existe gran cabida para atender las deudas de corto plazo siendo 3 veces más grandes los activos que los pasivos.

#### 4.2.2.2. RETORNO (VAN, TIR, ROE Y ROA)

La tasa interna de retorno corresponde al promedio anual de lo generado por la inversión en un número determinado de años permitiendo que el valor actual neto se iguale a cero.

En éste caso son 4 años, lo que nos da una TIR del 70%, lo que muestra una buena aceptación del proyecto.

También se puede observar el ROE y ROA de la inversión, el ROE , el cual corresponde a la rentabilidad para los accionistas, en dónde se mide el beneficio neto para el patrimonio neto, mientras que ROA equivale a la rentabilidad de los activos respecto al aporte en la utilidad neta.



Lo que muestra la eficiencia del uso de los activos para concebir ingresos, por supuesto al comienzo existe dificultades, pero al pasar el tiempo esto se mejora ya que se obtiene mayor ingreso con menos inversión.

TIR				70%
VAN				\$ 12,134.88
<b>ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)</b>				
UTILIDAD	(1,320.72)	2,617.97	8,607.33	16,711.47
PATRIMONIO	5,204.23	5,204.23	5,204.23	5,204.23
ROE	-25.38%	50.30%	165.39%	321.11%
<b>ROA (Retorno sobre los Activos)</b>				
UTILIDAD	(1,320.72)	2,617.97	8,607.33	16,711.47
ACTIVOS	22,408.85	19,678.61	23,635.82	32,970.95
ROA	-5.89%	13.30%	36.42%	50.69%

## 5. CONCLUSION

CHIQUIHOUSE se encontrará ubicado en el Centro Comercial Riocentro Norte gracias a las facilidades que le otorgan a las nuevas marcas para entrar en el mercado, el segmento al que está dirigido corresponde a los padres de familia que tengan niños de 3 a 7 años de edad de nivel socioeconómico medio que habiten en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

El precio por el cuidado de los menores en el centro comercial corresponde a \$5 la hora, valor que se estableció de acuerdo al precio determinado en el mercado.

Se realizó un estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil, indicando la demanda insatisfecha para el negocio, el cual tiene un buen porcentaje a favor de la guardería. Con objetivos y estrategias claras a desarrollarse para el cumplimiento de lo determinado.

Cumpliendo con todas las normas y condiciones establecidas por la ley, se detalla la infraestructura del local, así como también los procesos a seguir para el buen funcionamiento de la guardería con diferentes actividades diarias para evitar la monotonía.

Respondiendo de esta manera a las preguntas planteadas en la investigación, aportando en el ámbito económico y social en la apertura de nuevas fuentes de empleo y permitiendo el desarrollo de los niños de una manera independiente.

Y para concluir, como resultado del estudio realizado en todos los ámbitos, se puede observar la tasa de rentabilidad favorable para el negocio que

equivale al 70%, además de los ratios de liquidez que muestran cómo se puede hacer frente a las obligaciones a corto plazo.

## **6. RECOMENDACIONES**

Para poder lograr que la guardería llegue a ser una empresa con éxito es necesario seguir las siguientes recomendaciones:

- Tener buenas relaciones con las personas principales del centro comercial.
- Mantener la calidad del servicio a lo largo del tiempo.
- Lograr nuevas formas de atraer a los clientes de manera permanente.
- Implementar un plan de publicidad basándose en las visitas que recibe el centro comercial.
- Incrementar las horas de atención de la guardería.
- Contar con un doctor particular en el local a fin de evitar cualquier tipo de inconvenientes en cuanto a la salud.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arista, L. (19 de Agosto de 2011). Publican medidas de seguridad para centros infantiles. *El Universal DF*.
- Banco de desarrollo de América Latina . (2010). *CAF Banco de desarrollo de América Latina* . Obtenido de <http://www.caf.com/es>
- Banús Llord, S. (2012). *Desarrollo inteligencia*. Obtenido de Psicodiagnosis.es: Psicología Infantil y Juvenil: <http://www.psicodiagnosis.es/areageneral/desarrollodelainteligenciasegunpiaget/index.php#0000009ae70342c43>
- Banús Llord, S. (2012). *El Apego*. Obtenido de Psicodiagnosis.es: Psicología Infantil y Juvenil: <http://www.psicodiagnosis.es/areageneral/elapego/index.php#0000009ae70c84d30>
- Beach, J. (s.f.). *Los niños de guardería comparados con los niños cuidados en el hogar*. Obtenido de eHow en Español: [http://www.ehowenespanol.com/ninos-guarderia-comparados-ninos-cuidados-hogar-info\\_377653/](http://www.ehowenespanol.com/ninos-guarderia-comparados-ninos-cuidados-hogar-info_377653/)
- Beach, J. (s.f.). *Los niños de guardería comparados con los niños cuidados en el hogar*. Obtenido de eHow en Español: [http://www.ehowenespanol.com/ninos-guarderia-comparados-ninos-cuidados-hogar-info\\_377653/](http://www.ehowenespanol.com/ninos-guarderia-comparados-ninos-cuidados-hogar-info_377653/)
- Bedoya Hernández, M. (Agosto de 2012). Niños y niñas cuidados: el reconocimiento mutuo en la experiencia de las madres comunitarias antioqueñas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(ISSN 0124-5821).
- Bonilla, N. (27 de Diciembre de 2013). *Tasas del Banco Central*. Obtenido de Banco Nacional de Fomento: [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es)
- Brunner, J., & Cole, M. (1982). *Guarderías y cuidado infantil*. Madrid: Morata S.A.
- C., O. S. (2011). *¿Existen beneficios asociados a la asistencia a guardería?* Revista: ISSN 1885-7388, España.
- Cagnolati, A. (2011). *El origen de las guarderías infantiles en Bolonia*. ISSN: 1698-7799, Italia.

- Child Action, Inc. (s.f.). *Cómo abrir y operar un negocio exitoso de una guardería infantil en el hogar*. Canadá.
- Comisión de Seguridad de Productos. (s.f.). *Por el bien de los niños*. Obtenido de <http://www.cpsc.gov/PageFiles/113130/281s.pdf>
- Consejo de Educación Superior. (s.f.). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito.
- Correa, R. (s.f.). *El Reglamento general a la ley orgánica de educación intercultural*. Quito.
- Davidson, F. (1965). *El cuidado del niño en las guarderías*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Fernández Sangrador, J. (2008). La familia, célula vital de la sociedad. *La Revue du Redif*, 1, 5-7.
- Gallardo, C. (2012). *La Reina de las Lavanderas*. La Esfera de los Libros.
- García Cabrera, A. M., & García Soto, M. G. (s.f.). *Escuela Maternal Infantil*. Departamento de Economía y Dirección de Empresas.
- Gómez Pontiveros, R. (2011). *La organización de los espacios y del tiempo. Criterios para una adecuada distribución y organización espacial y temporal. Ritmos y rutinas cotidianas. La evaluación de los espacios y del tiempo*. Revista ISSN 1988-6047, Dept. Legal. GR 2922/2007 .
- Gymboree. (2008). *Gymboree play&music* . Obtenido de <http://www.gymboree.com.ec>
- Hadad, M. (2009). *Ley para la prestación del servicio de guardería infantil para el estado de Quintana Roo*. Quintana Roo.
- Illinois Department of Children and Family Services . (2013). *Normas de licencia para hogares de guardería*. Illinois.
- INEC. (s.f.). *Ecuador en cifras*.
- INEC, Instituto nacional de estadísticas y censos. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de Fascículo provincial Guayas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC, Instituto Nacional de estadísticas y censos. (s.f.). *Población y demografía*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Johnson, W. (s.f.). *Efectos del desarrollo social de los niños en la guardería*. Obtenido de eHow en Español: [http://www.ehowenespanol.com/efectos-del-desarrollo-social-ninos-guarderia-info\\_276457/](http://www.ehowenespanol.com/efectos-del-desarrollo-social-ninos-guarderia-info_276457/)
- Johnson, W. (s.f.). *Efectos del desarrollo social de los niños en la guardería*. Obtenido de eHow en Español: [http://www.ehowenespanol.com/efectos-del-desarrollo-social-ninos-guarderia-info\\_276457/](http://www.ehowenespanol.com/efectos-del-desarrollo-social-ninos-guarderia-info_276457/)
- Leroux, G. (2002). *Estatuto del Instituto Nacional de la niñez y la familia*. Ecuador.
- Llorent, V. (2013). La educación infantil en Alemania, España, Francia e Inglaterra. Estudio comparado. *Revista Española de Educación Comparada*(ISSN: 1137-8654).
- López Reyes, F. (2009). *Cuidado básicos en la infancia desde una educación para la salud en la escuela*. ISSN 1988-6047, Dep. Legal: GR 2922/2007 .
- López, M. (30 de Marzo de 2012). *Qué medidas de seguridad tienen que adoptar las guarderías*. Obtenido de De la familia, bebés y más: <http://www.pequesymas.com/educacion-infantil/que-medidas-de-seguridad-tienen-que-adoptar-las-guarderias>
- Luengo del Pino, M. C. (2011). *Las capacidades y habilidades de los niños*. Obtenido de [guiainfantil.com](http://www.guiainfantil.com): <http://www.guiainfantil.com/1098/las-capacidades-y-habilidades-de-los-ninos.html>
- Marco Navarro, F. (2007). *El cuidado de la niñez*. Agencia española de Cooperación Internacional, CEPAL Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Medline Plus Información de salud para usted. (29 de Octubre de 2012). *Guardería infantil*. Obtenido de NIH Institutos Nacionales de la Salud.
- Ministerio de Inclusion Economica y Social (MIES). (s.f.). *Trámites ciudadanos*. Obtenido de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (09 de Abril de 2013). *Centros infantiles deberán cumplir con procesos de acreditación para su funcionamiento*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/11253/>
- Miranda, M. A., & Falcón, M. (2012). *Seguridad en centros infantiles de 0 a 3 años*. Madrid: AENOR.
- Montalvo Reyna, J., Espinosa Salcido, M. R., & Pérez Arredondo, A. (2012). *Análisis del ciclo vital de la estructura familiar y sus principales problemas en algunas familias mexicanas*. Obtenido de Alternativas en psicología:

<http://alternativas.me/index.php/numeros/28t/15-numero-28-febrero-julio-2013/37-7-analisis-del-ciclo-vital-de-la-estructura-familiar-y-sus-principales-problemas-en-algunas-familias-mexicanas>

Moreno Benítez, M. (s.f.). La guardería infantil, ventajas e inconvenientes desde el punto de vista educativo. (ISSN: 1989-9041).

Newman, B. M. (1986). *Manual de psicología infantil*. México: Limusa, S.A. de C.V.

ODNA, Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia. (2010). *Los niños y las niñas del Ecuador a inicios del siglo XXI*. Quito.

ODNA, Observatorio de los derechos de la niñez y la adolescencia. (2012). *Estados de los derechos de la niñez y la adolescencia en Ecuador 1990 - 2011*. Quito: Observatorio Social del Ecuador .

Paris, E. (14 de Marzo de 2011). *Riesgos y beneficios de ir a la guardería*. Obtenido de <http://www.bebesymas.com/educacion-infantil/riesgos-y-beneficios-de-ir-a-la-guarderia-i>

Pautassi, L., & Nieves, M. (2011). Licencias para el cuidado infantil. *Desafíos*, ISSN 1816-7535(12), 4-5.

Pérez Testor, C. (2008). Definición de familia: una visión del Institut Universitari de Salut Mental Vidal i Barraquer. *La Revue du Redif*, 1, 9-13.

Pérez, P. (2009). *Hogar guardería Perpetuo Socorro*. Lima.

Poder legislativo . (2009). *Ley general de educación*. Uruguay: República Oriental del Uruguay.

Posso, M. (17 de Julio de 2013). El Código de la Niñez y Adolescencia. *Revista Judicial derechoecuador.com*.

PsicomotricidadInfantil. (2012). *Psicomotricidad Infantil*. Obtenido de <http://www.psicomotricidadinfantil.com/index.html>

Russo, M., & Reguilón, M. (21 de Junio de 2013). La asistencia a la guardería aumenta no solo la morbilidad, sino también el uso de recursos sanitarios. *Pediatría atención primaria*(ISSN 2174-4106).

UNICEF. (14 de Septiembre de 2012). *Los derechos de los niños y las niñas indígenas*. Obtenido de Desafíos: <http://www.unicef.org/lac/Desafios-14-CEPAL-UNICEF.pdf>

UNICEF. (s.f.). *La primera infancia (0 a 5)*. Obtenido de UNICEF Ecuador:  
[http://www.unicef.org/ecuador/english/children\\_2838.htm](http://www.unicef.org/ecuador/english/children_2838.htm)

UNICEF. (s.f.). *Vigilancia ciudadana sobre los derechos del niño*. Obtenido de UNICEF Ecuador:  
[http://www.unicef.org/ecuador/english/monitoring\\_mobilisation\\_3157.htm](http://www.unicef.org/ecuador/english/monitoring_mobilisation_3157.htm)

UNICEF, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2011). *Cuidado infantil y licencias parentales*. ISSN 1816-7535, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Panamá, República de Panamá.

Valdivia Sánchez, C. (2008). La familia: concepto, cambios y nuevos modelos. *La Revue du Redif*, 1, 15-22.

Winship, R. (s.f.). *Cuidar niños en casa vs. guarderías*. Obtenido de eHow en Español:  
[http://www.ehowenespanol.com/cuidar-ninos-casa-vs-guarderias-sobre\\_117842/](http://www.ehowenespanol.com/cuidar-ninos-casa-vs-guarderias-sobre_117842/)



## **8. GLOSARIO**

CAF: Banco de Desarrollo de América Latina

CDI: Centro de Desarrollo Infantil

CDN: Convención de los Derechos del Niño

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

INFA: Instituto Nacional de la Niñez y Familia

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social

ONG: Organizaciones No Gubernamentales

UNICEF: Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia

## 9. ANEXOS

### 9.1. ANEXO 1: MODELO DE ENTREVISTA

Nombre del director:

Guardería:

- ¿En que se carrera se especializó?
- ¿Qué es lo que le impulsó a ejercer esta profesión?
- ¿Dónde surgió la idea?
- ¿Qué obstáculos importantes ha tenido que afrontar y que retos cree que le quedan por superar en su negocio?
- ¿Puede cualquier persona implementar una guardería o se necesitan de habilidades específicas?
- ¿Cuáles serían las claves para triunfar en su negocio?
- ¿Qué servicios y actividades los diferencian en el sector?
- ¿Cuáles son los pros y contra de trabajar con niños?
- ¿Qué significa el concepto Estimulación Temprana?
- ¿Qué diferencias hay entre un niño que ha sido educado a través de la estimulación temprana y uno que no?
- A la hora de educar a un niño, ¿a qué dan prioridad?
- ¿En su guardería se sigue un modelo educativo preestablecido?
- ¿Cuáles son los problemas más comunes con los padres?
- ¿Cómo le va actualmente como negocio?
- ¿Ha pensado en poner una franquicia o sucursal?
- ¿Qué consejo le daría usted a una persona que desea montar su propia guardería?

9.2. ANEXO 2: MODELO DE FORMULARIO PARA LA ENTRADA DE  
LOS NIÑOS

DATOS GENERALES

**INFORMACION DEL NIÑO**

NOMBRES: \_\_\_\_\_  
APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
EDAD: \_\_\_\_\_  
FECHA DE NACIMIENTO: \_\_\_\_\_  
GÉNERO: \_\_\_\_\_  
HORA DE ENTRADA: \_\_\_\_\_  
HORA DE SALIDA: \_\_\_\_\_  
ALERGIAS: \_\_\_\_\_  
GUSTOS Y PREFERENCIAS: \_\_\_\_\_  
OTROS: \_\_\_\_\_

**INFORMACION DEL REPRESENTANTE**

NOMBRES: \_\_\_\_\_  
APELLIDOS: \_\_\_\_\_  
NUMERO DE CEDULA: \_\_\_\_\_  
TELEFONOS: \_\_\_\_\_  
DIRECCION: \_\_\_\_\_

EN CASO DE EMERGENCIA LLAMAR A:

NOMBRE Y APELLIDO: \_\_\_\_\_  
TELEFONO: \_\_\_\_\_

### 9.3. ANEXO 3: FORMATO DE CARTA PARA LA AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO

Quito, 1 de Septiembre del 2.009

Ec.  
**Oswaldo Merino**  
**Director Provincial INFA Pichincha (e)**  
**6 de Diciembre y Wilson**  
**Quito.**

De mis Consideraciones:

Por medio de la presente solicito autorización de Funcionamiento del Centro de Desarrollo Infantil "Pequeños Traviesos" que se encuentra ubicado en :

Provincia	Cantón	Parroquia	Localidad
Dirección:		Número:	
Número Teléfono:	Convencional:	Celular:	

Atentamente,

Dra. Juana Mariana Carrillo Prado.  
Centro de Desarrollo Infantil "Pequeños Traviesos"  
**Directora. (Representante Legal, Propietaria)**  
Quito- Prov. Del Pichincha

---

**Nota:** Toda Institución sea esta Pública, Privada, y/o Persona Natural, para realizar el trámite respectivo para la obtención del Certificado de Funcionamiento del CDI, presentara la solicitud de el trámite y todos los documentos requeridos con la firma del responsable del CDI. **Directora. (Representante Legal, Propietaria)**  
Todo Trámite se realiza en las Jurisdicciones Provinciales del INFA a nivel nacional.

(Anexo 1)

## 9.4. ANEXO 4: LINEAMIENTOS PARA LA PRESENTACION DEL PROYECTO PARA EL FUNCIONAMIENTO

### PERFIL DE PROYECTO

#### LINEAMIENTOS INFA PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL.

##### 1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombre del Centro de Desarrollo Infantil:			
Provincia	Cantón	Parroquia	Localidad
Dirección del Centro:		No del Local donde funciona el centro:	
No Teléfono:	Convencional:	Celular:	
e-mail:			

##### 2.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO, REPRESENTANTE LEGAL O DIRECTOR DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombres y Apellidos (del Propietario, Representante Legal, Director del Centro):			
Dirección Domiciliaria:	No de la Vivienda Domiciliaria:		
No Teléfono:	Convencional:	Celular:	
e-mail:			

##### 3.- DATOS DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

No de Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:	Edades de los Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:

##### 3.- DATOS GENERALES DEL PROYECTO:

- A.-Antecedentes.** Referencia historial del CDI, recopilación de datos que se establecen en los diferentes procesos anteriores del centro de desarrollo infantil.
- B.-Justificación.** Presentación que soporte la idea del centro. Análisis del problema y la alternativa que se plantea al mismo. Las causas o motivos que justifica la creación o continuidad del CDI
- C.-Objetivos.** Es expresar las Ideas o deseos claros, que se pretenden conseguir a través del CDI.- Los objetivos se desagregan en Objetivos Generales y Específicos.
- D.-Estructura / organización.** Se tomara en cuenta la estructura Interna del Centro. El Organigrama del CDI deberá incluir la estructura técnica , administrativa y financiera del Centro. Todo el personal del centro debe ser considerado en este requisito. Se deberá tomar en cuenta la participación de los padres de familia , niños y niñas.

**E.-Horarios de asistencia pedagógica.** (Debe de incluirse las horas de acuerdo, tiempo parcial, tiempo completo y medio tiempo. Horas de entrada, salida)

HORARIOS DE ASISTENCIA PEDAGÓGICA					
HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES

**F.-Espacios físicos.-** Espacios externos. Áreas de aprendizaje: Infraestructura y condiciones físicas y ambientales, equipamiento y menaje; disposición de uso y acceso.

**G.-Servicios que oferta.** Tipos de atención que dispone el CDI (Cuidado Diario, Educación Inicial, Atención médica, Atención Psicológica, servicios adicionales entre otras).

**H.-Menús que provee el CDI** (por días, edades, horarios, incluir los momentos de alimentación del día / desayuno, almuerzo, refrigerios).

MENÚ					
HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES

**I.-Evaluación de desempeño.** (Escala de logros.- Objetivos, aplicaciones, tiempos y periodicidad de aplicación y consolidación de resultados. Relación y participación de los padres de familia en el proceso de evaluación y entrega de reportes)

**J.-Manual de Procedimiento Interno del CDI** ( Requisitos de Admisión, de las matrículas y pensiones, funcionamiento de los integrantes del CDI de acuerdo al organigrama, funciones, atribuciones, responsabilidades; tomar en cuenta la participación de los padres de familia , niños y niñas. Relaciones, Coordinaciones y Responsabilidad Legal.)

**K.-Nomina del Personal del Centro.** (Se incluye todo el personal del CDI)

NOMINA DEL PERSONAL			
Nombres y Apellidos	Cédula de Identidad	Cargo	Profesión / Instrucción

**L.- Currículo del Personal del Centro de Desarrollo Infantil.** (Datos personales, Instrucción académica, Título profesional, Capacitaciones y Especializaciones en la rama educativa. Todos los documentos soportes, certificados del Conesup. De acuerdo a los perfiles necesarios para cada cargo).

**M.- Ficha Técnica del Personal que laborará en el CDI.**

FICHA TÉCNICA DEL PERSONAL			
Nombres y Apellidos:		Cargo:	
No Cédula de Identidad:			
Instrucción:			
Primaria:			
Secundaria:			
Superior:			
Profesión:			
Especialización:			
Capacitaciones relacionadas con el área:			
Tiempo que presta su servicio al establecimiento:			
Dirección Domiciliaria:		No de la Vivienda Domiciliaria:	
No Teléfono:	Convencional:		Celular:
e-mail:			

**N.-Preupuesto del CDI.**

**INGRESOS**

Conceptos	No niños / as	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual	TOTAL
Matrícula					
Penión medio tiempo (Incluye refrigerio).					
Penión tiempo parcial (no Incluye refrigerio).					
Penión tiempo completo (Incluye refrigerios y almuerzo).					
Transporte (Expreso)					
Otros					

**EGRESOS**

Conceptos	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual	TOTAL
Sueldos				
Servicios Básicos (agua, luz, teléfono, Internet, celular otros)				
Mantenimiento del Local.				
Alimentación				
Materiales de Oficina				
Materiales de Equipamiento				
Materiales de menaje				
Materiales Didácticos				
Otros				

**O.-Inventario del CDI. (Incluye muebles, equipos, equipamiento, menajes)**

Tomar en cuenta:

\*Materiales Lúdicos- Instrumentos Musicales- Libros, Cuentos, Disfraces, materiales de rincones, muebles, equipos, instrumentos , enseres, etc\*

INVENTARIO DEL CDI "LOS PATITOS"					
Cod.	Concepto	Area	Estado	Cantidad	Observación

**P.-Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico,** en base a los Estándares de Calidad haciendo constar el área en metros cuadrados; así como el croquis de la ubicación geográfica del centro. Se deberá adjuntar a este plano la Escritura Pública de Propiedad, contrato o comodato de arrendamiento registrado este último en un Juzgado de Inquilinato o Juzgado de lo Civil; u otro que establezca el derecho de uso del inmueble destinado para el efecto.

**Q.-Firmas de Responsabilidad.** Procederá a firmar el Proyecto presentado la propietaria, Director o Representante Legal quién será responsable legal del centro. El

**R.-Observaciones Generales.-** El Proyecto presentado deberá de registrar el nombre del centro de desarrollo infantil de acuerdo a la razón social del RUC, con sus logotipos correspondientes.

---

**Nota:** Toda Institución sea esta Pública, Privada, y/o Persona Natural, para realizar el trámite respectivo para la obtención del Certificado de Funcionamiento del CDI, se sujetará a las normas y condiciones establecidas por el INFA.  
 Todo Trámite se realiza en las Jurisdicciones Provinciales del INFA a nivel nacional.  
 Los Proyectos se presentaran con los lineamientos del INFA, las Instituciones presentaran estos documentos en dos ejemplares, con sus logotipos de identidad del CDI.  
**NO SE RECEPTARA DOCUMENTOS IMPRESOS CON LOGOTIPOS DEL INFA. (anexo 02)**

\* Para los Técnicos Provinciales y territoriales INFA anexo 4 y 5



## 9.5. ANEXO 5: FICHA DE IDENTIFICACION DE LA ORGANIZACIÓN

### FICHA DE IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

#### Centro de Desarrollo Infantil “Pequeños Traviesos”

##### 1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombre del Centro de Desarrollo Infantil:			
Provincia	Cantón	Parroquia	Localidad
Dirección del Centro:		No del Local donde funciona el centro:	
No Teléfono: e-mail:	Convencional:	Celular:	

##### 2.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO, REPRESENTANTE LEGAL O DIRECTOR DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombres y Apellidos (del Propietario, Representante Legal, Director del Centro):			
Dirección Domiciliaria:		No de la Vivienda Domiciliaria:	
No Teléfono: e-mail:	Convencional:	Celular:	

##### 3.- DATOS DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

No de Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:	Edades de los Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:

Firma de responsabilidad de la Veracidad de la información.

Dra. Juana Mariana Carrillo Prado.  
Centro de Desarrollo Infantil “Pequeños Traviesos”  
**Directora. (Representante Legal, Propietaria)**  
Cuenca- Prov. Del Azuay

---

**Nota:** Toda institución sea esta Pública, Privada, y/o Persona Natural, para realizar el trámite respectivo para la obtención del Certificado de Funcionamiento del CDI, se sujetara a las normas y condiciones establecidas por el INFA.  
Todo Trámite se realiza en las Jurisdicciones Provinciales del INFA a nivel nacional.  
La ficha de la Organización será presentada con sus logotipos de Identidad del CDI. Y firmada por la persona autorizada (**Directora. Representante Legal, Propietaria**)

NO SE RECEPTARA DOCUMENTOS IMPRESOS CON LOGOTIPOS DEL INFA.

(anexo 03)

## 9.6. ANEXO 6: FICHA DE SEGUIMIENTO



Instituto de la Niñez y la Familia-INFA

### VISITA DE SEGUIMIENTO

#### CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL DE ATENCIÓN PRIVADA.

##### 1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombre del Centro de Desarrollo Infantil: \_\_\_\_\_

Provincia	Cantón	Parroquia	Localidad

Dirección del Centro: \_\_\_\_\_ No del Local donde funciona el centro: \_\_\_\_\_

No Teléfono: Convencional: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_

##### 2.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO, REPRESENTANTE LEGAL O DIRECTOR DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

Nombres y Apellidos (del Propietario, Representante Legal, Director del Centro): \_\_\_\_\_

Dirección Domiciliaria:		No de la Vivienda Domiciliaria:	
-------------------------	--	---------------------------------	--

No Teléfono: Convencional: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_

##### 3.- DATOS DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:

No de Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:	Edades de los Niños y Niñas que reciben atención en el CDI:

##### 4.- EVALUACIÓN

SE APLICO	SI	NO	INDICE DE APLICACIÓN R-B-MB	OBSERVACION
Referente Curricular.				
Estándares de Calidad.				
Escala de Logros (Nelson Ortiz) o Escala de Desarrollo.				
CRITERIOS DE EVALUACION	SI	NO	FRECUENCIA(Trimestral, Semestral, Anual)	
Califica el servicio general del funcionamiento del CDI:				
Evalúa el desempeño del personal en su CDI:				
Evalúa el desempeño de los niños /as en su CDI:				
Reportes de Resultados de los niños /as en su CDI:				

Datos relevantes de la visita los pone el técnico de la Coordinación Territorial o de la Dirección Provincial. Es importante que se recpte la firma del Director del CDI visitado.

Infa Matriz  
Venezuela 131 0e4 y Sucre  
Telf.: 257-2308 / 257-2905 / 2572327  
Fax: 257-0227 / 295-8139  
Quito – Ecuador  
www.infa.gov.ec



9.7. ANEXO 7: INFORME ANUAL DE CDI

**CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS**

---

**INFORME ANUAL  
CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS**

**1. PERIODO:**

Desde:	Hasta:

**2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL:**

Nombre del CDI:	
-----------------	--

Provincia	Cantón	Parroquia	Localidad

Dirección del Centro:		No del Local donde funciona el centro:	
-----------------------	--	--	--

No Teléfono:	Convencional:	Celular:
e-mail:		

**3. POBLACIÓN**

Cupo aprobado en la Autorización de Funcionamiento:			No niños / as asistidos reales por el CDI:	
Promedio de Asistencia Anual :			200 días	
Grupo de Edad	Hombres	Mujeres	Total	Educadoras Nombres y Apellidos
4 meses a 1 año				
1 año a 2 años				
2 años a 3 años				
3 años a 4 años				
Otros:				
Total				

## **CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS**

### **4. NIÑOS / NIÑAS BECADOS**

NOMBRES Y APELLIDOS	EDAD	REMITIDO POR	FECHA DE INGRESO	ASISTE ACTUALMENTE

### **5. CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS A EMPLEADOS O INSTITUCIONES**

Nombre de la Empresa	No Niños / as

### **6. MODALIDADES DE ATENCIÓN**

Modalidad	No Niños / as	Horario

### **7. SERVICIOS QUE PRESTA**

Educación inicial:	
Médico:	
Psicológico;	
Alimentación:	
Terapia de Lenguaje:	
Computación:	
Inglés:	
Natación:	
Transporte	
Otros. Indique cuáles	

### **8. PERSONAL (se registra el 100% del personal del CDI)**

Nombre y Apellidos	Título/ Instrucción	Función	Tiempo de Servicio	Horario de Trabajo	Sueldo

## CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS

---

### 9. CAPACITACION

Nombre de participantes	Temas Capacitados	No de horas	Institución responsable de la capacitación

### 10. COSTOS DE SERVICIOS

Conceptos	Costos anuales	TOTAL

### 11. PRESUPUESTO

#### INGRESOS

Conceptos	No niños / as	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual	TOTAL
Matricula					
Pensión medio tiempo (incluye refrigerio).					
Pensión tiempo parcial (no incluye refrigerio).					
Pensión tiempo completo (incluye refrigerios y almuerzo).					
Transporte (Expreso)					

#### EGRESOS

Conceptos	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual	TOTAL
Sueldos				
Servicios Básicos (agua, luz, teléfono, Internet, celular otros)				
Mantenimiento del Local.				
Alimentación				
Materiales de Oficina				
Materiales de Equipamiento				
Materiales de menaje				
Materiales Didácticos				

---

## CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS

---

### 12. INFORMACIÓN CUALITATIVA

**PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN LAS DIFERENTES AREAS (tomar en cuenta este enfoque), EL CDI PRESENTARA LA INFORMACIÓN COMO HA SIDO EJECUTADA EN SU REALIDAD Y ENTORNO.**

- ✓ **ENFOQUES DE APOYO.** (Se puede utilizar el análisis de su propia estructura pedagógica)
- ✓ **POA:** Planificaciones mensuales, metodologías aplicadas, criterios, innovaciones pedagógicas.

#### **GESTION DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADO DURANTE EL AÑO LECTIVO:**

No de niños y niñas menores de 5 años atendidos en el Cdi
No de niños y niñas menores de 5 años retirados en el Cdi
% de niños y niñas menores de 5 años que asisten al Cdi
No de personas que trabajan en la prestación del servicio de desarrollo infantil en el CDI.
No de personas formadas y capacitadas en el centro de desarrollo infantil.

#### **RESULTADOS OBTENIDOS EN EL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADO DURANTE EL AÑO LECTIVO:**

No de niños y niñas menores de 5 años que cumplen con la aplicación del referente curricular en el Cdi
Porcentaje de cumplimiento de estándares de calidad
No de niños y niñas menores con capacidades diferentes integrados al Cdi
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado optimo en la evaluación de la escala de desarrollo infantil
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado optimo en la evaluación de desarrollo infantil
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado en la evaluación de desarrollo infantil en el área de motricidad gruesa; un nivel de alerta, dejo, medio alto y alto.
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado en la evaluación de desarrollo infantil en el área de motricidad fina-adaptativa; un nivel de alerta, dejo, medio alto y alto.
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado en la evaluación de desarrollo infantil en el área de audición y lenguaje; un nivel de alerta, dejo, medio alto y alto.
% de niños y niñas menores de 5 años que obtienen como resultado en la evaluación de desarrollo infantil en el área personal-social; un nivel de alerta, dejo, medio alto y alto.

## CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL PRIVADOS

### 13. EVALUACIÓN

SE APLICO	SI	NO	INDICE DE APLICACIÓN R-B-MB	OBSERVACION
Referente Curricular.				
Estándares de Calidad.				
Escala de Logros (Nelson Ortiz) o Escala de Desarrollo.				
CRITERIOS DE EVALUACION	SI	NO	FRECUENCIA(Trimestral, Semestral, Anual)	
Califica el servicio general del funcionamiento del CDI:				
Evalúa el desempeño del personal en su CDI:				
Evalúa el desempeño de los niños /as en su CDI:				
Reportes de Resultados de los niños /as en su CDI:				

### 14. OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS.

FECHA:

LUGAR:

FIRMA DE RESPONSABILIDAD:

Este informe se presenta al INFA en los periodo de termino del año lectivo, tiempo referencial el periodo vacacional de Julio para la Sierra y Oriente, Enero para la Costa y Regional Insular.

## 9.8. ANEXO 8: INSTRUCCIONES PARA LOS CDIs PRIVADOS



Instituto de la Niñez y la Familia-INFA

### INSTRUCCIONES PARA LOS CDIs PRIVADOS.

Todo centro para entrar en funcionamiento tiene que tener en orden su documentación de funcionamiento.

Conocer la Resolución Administrativa No 35 puesta en vigencia desde el 6 de Mayo del 2.009

Utilizar los formatos adjuntos MIES /INFA.

Todos los tramites se gestionan en las Direcciones Provinciales INFA, NO en la matriz que esta ubicada en Venezuela y Sucre.

En el caso de Pichincha `presentar los documentos a nombre de Director Provincial de Pichincha (e) Oswaldo Merino. Oficina ubicada en Willson y 6 de Diciembre.

NO UTILIZAR LOGOTIPOS DEL INFA O DEL MIES .  
UTILIZAR LOGOTIPOS DE EL CDI .

Att.

María Ester Lemus  
Técnica de Desarrollo Infantil INFA/MIES.  
Telf. 2572357 Ext. 2525

Infa Matriz  
Venezuela 131 Oe4 y Sucre  
Telf.: 257-2308 / 257-2905 / 2572327  
Fax: 257-0227 / 295-8139  
Quito – Ecuador  
[www.infa.gov.ec](http://www.infa.gov.ec)





## 9.9. ANEXO 9: CONVENIO MERCANTIL DE CONCESION DE USO DE ESPACIO

### CONVENIO MERCANTIL DE CONCESION DE USO Y EXPLOTACION DE ESPACIO

En la ciudad e Guayaquil, a los veinte días del mes de enero del año dos mil catorce, celebran el presente Convenio Mercantil, por una parte, el señor \_\_\_\_\_ a nombre y representante de la Compañía \_\_\_\_\_, en su calidad de Presidente Ejecutivo, y como tal estatutariamente representante legal de la misma, parte a la cual, para los efectos del presente contrato se la podrá denominar también como la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA o la CONCEDENTE; y por otra, el señor \_\_\_\_\_ a nombre y en representación de la compañía \_\_\_\_\_, en su calidad de \_\_\_\_\_, y como tal representante de la misma, parte a la cual, para los efectos de l presente Convenio se la podrá denominar también como la USUARIA COMERCIAL, o la CONCESIONARIA.

Las partes antes mencionadas celebran el presente contrato al tenor de las declaraciones y más acuerdos de voluntad que constan en las cláusulas que a continuación se expresan:

**PRIMERA: De los antecedentes.-** \_\_\_\_\_ Es propietaria del denominado CENTRO COMERCIAL \_\_\_\_\_, el cual està integrado por diversos locales comerciales, islas, kioskos y patio de comidas. Además cuenta con varios espacios físicos en la fachada del Centro Comercial, los mismos que han sido destinados para la instalación de vallas publicitarias de productos, servicios o marcas.

El prenombrado Centro Comercial se levanta sobre un área aproximada de 37,664.56 metros cuadrados, està ubicado en la ciudadela \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ (dirección), en la ciudad de \_\_\_\_\_, provincia del \_\_\_\_\_; y cuenta con una moderna infraestructura y diseño, todo lo que permite un eficiente desenvolvimiento de comercio en sus distintas ramas y actividades.

\_\_\_\_\_ En su calidad de propietaria el referido Centro Comercial, ha cedido la administración del mismo a la Compañía \_\_\_\_\_ facultando a esta Compañía para que se pueda celebrar el presente contrato.

**SEGUNDA: De la Administración del Centro Comercial.-** Como se ha expresado en la cláusula inmediata anterior, \_\_\_\_\_, ha cedido la Administración del Centro Comercial a la Compañía \_\_\_\_\_, la que ejercerà dicha administración de manera centralizada con el objeto de optimizar la coordinación y

eficiencia en la prestación de los servicios del Centro Comercial, hecho que también irá a beneficio directo de los Usuarios Comerciales y clientes. Para el cumplimiento de tal objetivo, la Compañía \_\_\_\_\_, ha dictado un Reglamento de Régimen Interno de Funcionamiento del Centro Comercial, en el cual constan una serie de disposiciones normativas y reglamentarias de acatamiento obligatorio por parte de todas las personas naturales o jurídicas que en él se establezcan a cualquier título.

**TERCERA: Del Sometimiento al Reglamento de Régimen Interno de Funcionamiento del Centro Comercial.-** La USUARIA COMERCIAL declara que conoce y acepta el texto íntegro de lo estipulado en el Reglamento del Régimen Interno de Funcionamiento del Centro Comercial \_\_\_\_\_ toda vez que previo a la firma de este Convenio le fue entregada una copia del mismo para el cabal conocimiento de sus derechos y obligaciones, por lo que se somete a su estricto cumplimiento, siendo en consecuencia obligatoria su observancia.

Como consecuencia de lo antes mencionado, los derechos y obligaciones correspondientes a cada una de las partes contratantes están establecidos tanto en ese contrato como en el mencionado Reglamento de Régimen Interno de Funcionamiento, el que por tal virtud forma parte integrante de este Convenio Mercantil.

**CUARTA: Del objeto del contrato, del espacio, de la destinación mercantil, del derecho de la concesionaria para la utilización de los servicios comunes y más beneficios que presta el Centro Comercial.-** Con los antecedentes expuestos, en este Contrato la Compañía \_\_\_\_\_ desde ya faculta a la CONCESIONARIA para que pueda usar y explotar con fines exclusivamente mercantiles ilícitos, un espacio; el que tendrá las siguientes medidas: \_\_\_\_ metros por \_\_\_\_ metros, sin que tal hecho implique que la ubicación del mismo sea fija e invariable, dado que la Compañía \_\_\_\_\_ se reserva el derecho de cambiar su criterio al lugar inicialmente designado.

El espacio será destinado exclusivamente para la instalación de un \_\_\_\_\_ en el que se \_\_\_\_\_, no pudiendo destinarse el espacio para otros fines que los aquí convenidos, salvo autorización expresa de la CONCEDENTE.

La facultad de uso y explotación del espacio objeto de este contrato, implica el derecho de la USUARIA COMERCIAL para utilizar directa y exclusivamente el espacio, así como todos los demás servicios que el CENTRO COMERCIAL \_\_\_\_\_, ofrece a los demás usuarios y clientes.

La CONCESIONARIA se compromete a cumplir estrictamente con los horarios que establezcan la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA del Centro Comercial, tanto de apertura como de cierre. El incumplimiento a esta obligación será sancionado en cada

ocasión con una multa no mayor al uno por ciento (1%) del precio total pactado para la concesión del espacio; sin perjuicio de que, si dicho incumplimiento es reiterativo, la Administración se reserva el derecho de dar por terminado el presente contrato.

Las multas que se impongan deberán ser canceladas en el mes siguiente de cometida la infracción, conjuntamente con la cuota mensual de concesión.

La imposición de sanciones por incumplimiento de horarios establecidos por la Administración se convienen con el objeto de no perjudicar el normal desenvolvimiento del Centro Comercial.

**QUINTA: Del compromiso de conservación del espacio objeto de este contrato mercantil.**- Una vez entregado el espacio objeto del presente contrato, la USUARIA COMERCIAL declara que recibe el referido espacio en perfectas condiciones, motivo por el cual esta se obliga a conservarlo y mantenerlo en perfecto estado; y, a devolverlo en las mismas condiciones en que lo recibe, cuando por cualquier causa termine el presente contrato.

Por lo antes expuesto y convenido, queda terminantemente prohibido a la USUARIA COMERCIAL alterar la estructura y diseño general del \_\_\_\_\_, como por ejemplo: perforar, taladrar, rayar, clavar, adherir, etc., cualquier objeto o material que no haya sido probado previamente y por escrito por la CONCEDENTE. En caso de que existiere alguna comprobación escrita de la CONCEDENTE para alterar la estructura y diseño general del espacio, la CONCESIONARIA se obliga a devolver el espacio en las mismas condiciones en que lo recibió.

En caso de que la CONCESIONARIA no cumpla con su obligación el espacio en las mismas condiciones en que lo recibió, la CONCEDENTE estará facultada para no reintegrar el valor entregado por la USUARIA COMERCIAL según lo prescrito en el literal a) de la cláusula Dècima Primera del presente contrato.

**SEXTA: De la aprobación por parte de la Compañía\_\_\_\_\_.**- Con el objeto de que exista la debida armonía del Centro Comercial en lo que a su decoración y presentación general se refiere, la CONCESIONARIA deberá presentar a la COCEDENTE el proyecto de diseño de la isla que piensa instalar en el espacio concesionado el tipo de iluminación y el proyecto de letrero de la misma, con el objeto de que esta última de la aprobación o haga las observaciones que estime pertinentes. Tales proyectos deberán ser presentados dentro de los siguientes diez días contados a partir de la fecha de suscripción del presente convenio, a efectos de que la CONCEDENTE los apruebe.

Si la CONCESIONARIA por cualquier causa no cumple con presentar el proyecto del diseño, el tipo de iluminación y el proyecto del letrero antes mencionados, en la forma y

tiempo antes pactados, hasta tanto no cuente con la aprobación de la CONCEDENTE, no podrá instalar su isla, siendo de su responsabilidad el incumplimiento de las obligaciones, por lo que se somete a la pena estipulada en este contrato relativa al hecho de no abrir al público su negocio, estipulada en la Cláusula Octava del presente contrato.

**SEPTIMA: Restricción especial.-** Sin perjuicio del derecho que tiene todo concesionario, para de acuerdo con la ley establecer sus propias políticas internas de ventas, no obstante lo cual, cuando se trate de sistemas o programas de ventas especiales, tarjetas de créditos especiales o sistemas de promociones o de cualquier otra índole similar, promovidos por la CONCESIONARIA o por terceros, éstos no podrán utilizarse, si a criterio de la administración afecta o puede afectar, directa o indirectamente, a la imagen o al éxito de los demás concesionarios y/o del propio Centro Comercial, en cuyo caso la administración podrá prohibir o suspender su utilización, según sea el caso.

La presente norma deviene de la ineludible obligación de la administración de promover las ventas y la buena imagen de los concesionarios y en general del Centro Comercial, considerando además el hecho de que dentro de ese ámbito y competencias la administración tiene la facultad de tomar medidas que tienden a proteger a sus concesionarios y al Centro Comercial, de sistemas o programas de ventas especiales, tarjetas de crédito especiales o sistemas de promociones que vayan contra sus intereses.

Esta norma es de carácter obligatorio y su incumplimiento será sancionado según lo prescrito en el literal e) del artículo décimo cuarto del Reglamento Interno de Funcionamiento del Centro Comercial.

**OCTAVA: De la apertura.-** Este contrato empezará a regir a partir de su suscripción, sin perjuicio de que, en lo relativo al plazo de vigencia del mismo, éste se contará a partir de la fecha estipulada en la cláusula Décima del presente convenio.

La CONCESIONARIA queda obligada a abrir al público su negocio del día \_\_\_\_\_ de no poder hacerlo, por cada día de retardo a partir de entonces, la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA estará facultada para imponerle una multa equivalente al uno por ciento (1%) del precio total de este contrato, establecido en el primer inciso de la cláusula Décima Primera; valor que de no pagarlo directamente la CONCESIONARIA, éste podrá ser exigido por la Compañía \_\_\_\_\_ hasta por la vía judicial. Se deja expresa constancia de que los contratantes pactan esta sanción, por considerar que es perjudicial para los demás concesionarios, la existencia de negocios que no estén en funcionamiento y abiertos al público dentro de los horarios establecidos por la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA.

No obstante lo pactado, si la falta de apertura persiste por más de quince días contados a partir de la fecha en que estaba obligado a abrir; y que la Administración considere que este incumplimiento atenta a los intereses del Centro Comercial, la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA podrá optar; por continuar aplicando la multa o dar por terminado el contrato, sin tener derecho la CONCESIONARIA a reclamo alguno.

**NOVENA: De los pagos a prorrata de los gastos administrativos del Centro Comercial.-** Los contratantes dejan expresamente establecidos, la particularidad de que los servicios de administración mantenimiento, conservación, seguridad, publicidad y promoción, estarán a cargo de LA ADMINISTRACION.

Por tal razón, la CONCESIONARIA acepta asumir de manera proporcional al metraje del espacio materia de esta concesión los costos correspondientes por concepto de los indicados servicios, valor que estará incluido en la cuota mensual de concesión.

El incumplimiento de esta obligación por parte de la CONCESIONARIA, se entenderá en mora de sus obligaciones, pudiéndose aplicar las multas y medidas estipuladas en las cláusulas Octava y Décima Primera de este convenio, además de lo indicado en el Reglamento de Régimen Interno de Funcionamiento del Centro Comercial.

**DECIMA: De la vigencia de este contrato mercantil y el procedimiento para la suscripción de un nuevo contrato.-** El presente convenio mercantil tendrá una duración de \_\_\_\_ meses contados a partir del día primero de \_\_\_\_ hasta el \_\_\_\_\_.

En ningún caso se entenderá renovado tácitamente este convenio, de manera que si no se restituye el espacio materia del presente contrato hasta la fecha indicada, esto es, hasta el día \_\_\_\_\_, se entenderá que la CONCESIONARIA se encuentra automáticamente en mora de restituir el espacio.

Si las partes convienen en continuar la relación contractual, deberán suscribir un nuevo contrato, o en su defecto, bastará que dicha voluntad conste en un adendum suscrito por ambas partes donde conste su decisión de renovarlo, establecido en el mismo, si fuere el caso, las modificaciones que estimen pertinentes.

Sin perjuicio de lo antes expresado, previo a la renovación, la Compañía \_\_\_\_\_, con una anticipación no menor de sesenta días al fenecimiento del plazo pactado, de considerarlo conveniente, podrá plantear a la USUARIA COMERCIAL, su intención de modificaciones en lo relativo a un nuevo monto del precio del contrato; la estipulación o no de un nuevo plazo determinado; o, cualquier otra modificación que estimare pertinente. Por su parte, los usuarios comerciales tendrán absoluta libertad para aceptar o no los planteamientos que sobre el particular efectúe la Compañía \_\_\_\_\_, debiendo comunicar si

aceptan o no dichos planteamientos dentro de los siguientes quince días de recibir la comunicación; de ser aceptados se suscribirà un nuevo contrato o el adendum correspondiente según el caso; de no llegarse a un acuerdo sobre las modificaciones planteadas, se entenderà que el contrato quedará extinguido ipso facto, debiendo la USUASRIA COMERCIAL desocupar el espacio dentro de los sesenta días posteriores, contados a partir de la fecha de la comunicación cursada por la CONCEDENTE, donde èsta le haga conocer los nuevos planteamientos. En caso de que la CONCESIONARIA no estuviese de acuerdo con las modificaciones planteadas por la CONCEDENTE, èsta estará obligada a cubrir las correspondientes cuotas mensuales adicionales que estuviesen pendientes de pago hasta la desocupación y entrega del establecimiento comercial.

**DECIMA PRIMERA: Del precio del contrato.-** Los contratantes estipulan como justo precio por la aplicación de este convenio, considerando su duración de \_\_\_\_ meses, un valor total de \_\_\_\_ monto que la USUARIA COMERCIAL conviene en pagar a la Compañía \_\_\_\_\_; mediante pago de \_\_\_\_ cuotas mensuales, de la siguiente manera: \_\_\_\_ en el mes de \_\_\_\_ del \_\_\_\_; y, \_\_\_\_ mensuales a partir del mes de \_\_\_\_\_, las mismas que deberán ser canceladas mediante cheque, los cinco primeros de cada mes y por adelantado, previa presentación de la factura correspondiente.

Se deja expresa constancia de que el precio de este contrato es único e indivisible, sin perjuicio de lo cual ha sido la CONCESIONARIA la que, de las alternativas para su pago: total anticipado, trimestral, o mensual, ha optado por la amortización del precio pactado, en la forma establecida en el párrafo anterior.

El pago de las referidas cuotas mensuales hasta la cancelación total del precio pactado, deberá hacerlas la CONCESIONARIA a favor de la CONCEDENTE, a partir de la fecha de vigencia de este contrato mercantil estipulada en la cláusula Dècima.

La cancelación de las obligaciones económicas contraídas por virtud de este contrato, deberá hacerlas efectivas la CONCESIONARIA a la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA, en las oficinas que esta última destine para el efecto en el CNETRO COMERCIAL \_\_\_\_\_.

La CONCEDENTE por su parte, se reserva e derecho de emitir las correspondientes facturas electrónicas, para lo cual LA CONCESIONARIA se compromete a proporcionar la dirección de correo electrónico de la persona que recibirá dichas facturas.

Si la USUARIA COMERCIAL incurriente en mora en el pago por más de treinta días de una cuota, a partir del día treinta y uno, inclusive, deberá pagar el recargo del quince por ciento (15%) anual, sobre la totalidad de la o las cuotas vencidas.

En caso de mora por más de treinta días en la cancelación de las cuotas mensuales de concesión, la USUARIA COMERCIAL acepta y faculta que la CONCEDENTE pueda disponer libremente del espacio materia del presente contrato, sin que esto implique ningún tipo de infracción civil ni penal.

**DECIMA SEGUNDA: De la prohibición de cesión a terceros de los derechos y obligaciones generados por virtud de este contrato mercantil.-** La CONCESIONARIA no podrá ceder a ningún título los derechos y obligaciones que contrae con respecto a la CONCEDENTE por virtud de este contrato, por lo que el uso y explotación del espacio concedido deberá hacerlo directamente y no por interpuesta persona, natural o jurídica, salvo que previamente y por escrito la Compañía \_\_\_\_\_, otorgue la autorización respectiva.

**DECIMA TERCERA: De las obligaciones adicionales de la Usuaría Comercial.-** Como queda expresado en la cláusula cuarta de este contrato, el espacio en concesión para su uso y explotación, deberá ser destinado según lo pactado en la referida disposición contractual. Adicionalmente la CONCESIONARIA se obliga a no comercializar artículos usados o de calidad deficiente o a realizar actividades que dañen el espacio o a los bienes comunes del Centro Comercial, o ye de alguna manera directa o indirectamente perjudiquen o perturben a la tranquilidad y el normal desenvolvimiento del mismo o el patrimonio de la compañía propietaria o de los demás usuarios comerciales establecidos en el centro comercial.

**DECIMA CUARTA: De las responsabilidades exclusivas de la Usuaría Comercial.-** Será de responsabilidad exclusiva de la USUARIA COMERCIAL el obtener las autorizaciones legales, administrativas y reglamentarias que fueran necesarias para el uso y explotación del espacio entregado en concesión.

Además, se deja expresa constancia que le es prohibido la CONCESIONARIA guardar o mantener en dicho espacio, armas, estupefacientes, sustancias peligrosas o explosivas, y en general las prohibidas por la ley.

**DECIMA QUINTA: Excención de responsabilidad de la Compañía \_\_\_\_\_.-** La COMPAÑIA ADMINISTRADORA no asume responsabilidad alguna respecto de cualquier hecho dañoso que pudiera sufrir la CONCESIONARIA en el espacio entregado en concesión para su uso y explotación, ya sea que se trate de hurtos, robos o daños así como cualquier otro perjuicio motivado por fuerza mayor o caso fortuito. Por las razones antes expuestas, la CONCEDENTE sugiere en este acto a la CONCESIONARIA que contrate una póliza de seguro que cubra tales eventos.

**DECIMA SEXTA: De la terminación de la relación contractual comercial.-** Para el caso de que la CONCESIONARIA incumpliere una o más de las obligaciones estipuladas en este contrato o por inobservancia al Reglamento de Régimen Interno de

Funcionamiento del CENTRO COMERCIAL \_\_\_\_\_, o en caso de fusión, absorción, escisión, liquidación, saneamiento o reestructuración de \_\_\_\_\_, podrá optar por exigir su incumplimiento o dar por terminada ipso facto la relación jurídica contractual comercial, sin perjuicio del derecho a reclamar a la CONCESIONARIA las indemnizaciones que por ley correspondan.

Cuando por cualquier causa termine el contrato, la CONCESIONARIA se obliga a cesar automáticamente el uso y explotación del espacio y a poner éste inmediatamente a disposición de la Compañía \_\_\_\_\_, en los términos previstos en la siguiente cláusula.

**DECIMA SEPTIMA: De la restitución inmediata del espacio objeto de este contrato comercial y la facultad de ocupación del mismo por parte de la Compañía Administradora.-** Para el caso de que la COMPAÑÍA ADMINISTRADORA decida la terminación del presente contrato comercial por incumplimiento de la CONCESIONARIA a lo pactado en este contrato o al Reglamento de Régimen Interno de Funcionamiento del Centro Comercial, o en caso de fusión, absorción, escisión, liquidación, saneamiento o reestructuración de \_\_\_\_\_, la USUARIA COMERCIAL, estará obligada a restituir inmediatamente el espacio, de no hacerlo, queda desde ya la terminación de contrato.