



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

**TEMA:
CREACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO INFANTIL EN EL NORTE
DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, SECTOR MUCHO LOTE II**

**AUTORA:
LEÓN CEDEÑO ARELIS ANA**

**Previo a la Obtención del Grado Académico de:
MAGISTER EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

**TUTOR:
Econ. Arévalo Avecillas, Danny Xavier**

**Guayaquil, Ecuador
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Licenciada, Arelys Ana León Cedeño, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Econ. Danny Xavier Arévalo AVECILLA

REVISORA

CPA. Laura Vera Salas

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Mgs.

Guayaquil, a los 21 del mes de junio del año 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Arelis Ana León Cedeño**

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación **CREACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO INFANTIL EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, SECTOR MUCHO LOTE II** previa a la obtención del **Grado Académico de Magister en Gerencia en Servicios de la salud**, ha sido desarrollada 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 proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 21 del mes de junio del año 2018

LA AUTORA

Lcda. Arelis Ana, León Cedeño



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

AUTORIZACIÓN

Yo, Arelis Ana León Cedeño

1. **Yo, ARELIS ANA LEÓN CEDEÑO**, Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución de la Tesis de: **Magister en Gerencia en Servicios de la Salud, Titulada " CREACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO INFANTIL EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL SECTOR MUCHO LOTE II"**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 del mes de junio del año 2018

LA AUTORA:

Lcda. Arelis Ana León Cedeño



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

INFORME URKUND

The screenshot shows the URKUND web interface. The browser address bar displays the URL: <https://secure.orkund.com/view/39100995-425877-935645#DYw7CsNAEEPvsrUlqxnNfnyV4CKYjGwRNy5D7p4BPYSE0Ld8rLdSQd9gpEysMMEG56kzxQTg8MrE8Fz...>

The interface includes a navigation bar with the URKUND logo and the user name "María del Carmen Lapo Maza (maria.lapo)".

Document Information:

- Documento: [arelys.leon.doc](#) (D39890622)
- Presentado: 2018-06-04 15:57 (-05:00)
- Presentado por: arelyleon@gmail.com
- Recibido: maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje: Tesis Arelys Leon [Mostrar el mensaje completo](#)

Message Content:

2% de estas 98 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lista de fuentes (Sources List):

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	TESIS CORONEL-HERRERA 07-ago-16.docx
	TESIS CORONEL-HERRERA 17-jul-16.docx
	TESIS GABRIELA BEJARANO 2015.doc
	https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Libro-de-Pol%C3%...
	https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37726/S1500041_es.pdf?sequence=1...

The bottom of the interface features a toolbar with icons for navigation and actions, including "0 Advertencias", "Reiniciar", "Exportar", and "Compartir".

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi esposo, mis hijos, padres, hermanos, en especial a mi esposo Sandro Valdivieso por darme ánimos para salir adelante y cumplir con mi sueño. También agradezco a mi tutor Economista Danny AVECILLA Arévalo por su direccionamiento y profesionalismo en este proyecto, agradezco a todos los Magísteres de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por impartirnos sus conocimientos, su paciencia y dedicación para nosotras, de manera especial a la Economista María del Carmen Lapo por sus consejos.

Lcda. Arelis Ana León Cedeño

DEDICATORIA

El presente proyecto de Investigación lo dedico con todo mi amor a mi familia y en especial a mi Esposo Ing. Sandro Valdivieso, que siempre estuvo apoyándome y dándome ánimo para seguir adelante a pesar de las adversidades que se suscitaban para lograr culminar la carrera. A mis hijos Christopher, Nahiara Daysha que son la razón de mi vida, porque cada mañana agradezco tenerles conmigo.

Dedico este Proyecto a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y en especial al Programa Sistema de Posgrado Maestría en gerencia en servicios de la salud por habernos abierto las puertas a tan prestigiosa y noble Institución.

Lcda. Arelys Ana León Cedeño

INDICE GENERAL

Introducción	1
Antecedentes	2
Problema de investigación	4
Justificación	7
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Pregunta de investigación	8
Capítulo 1. Marco teórico	9
1.1.- Investigación de mercado	9
1.2.- Mercadeo.....	10
1.2.1.- Producto.....	12
1.2.2.- Plaza	12
1.2.3.- Precio	12
1.2.4.- Promoción	13
1.3.- Planificación estratégica	16
1.4.- Estudio de factibilidad	21
1.4.1.- Importancia.....	21
1.4.2.- Componentes de un estudio de factibilidad.....	22
1.5.- Gestión administrativa	28
1.6.- Gestión al cliente.....	29
1.7 Creación de centro de desarrollo infantil	30

1.8 La guardería.....	31
1.8.1.- Concepto de guardería	32
1.8.2.- Esquema de cuidado infantil	33
1.9.- La familia	34
1.10.- Definiciones de temáticas vinculados a la creación y mantenimiento de guardería.....	37
1.10.1.- Fines y objetivos.....	38
1.10.2.- funciones de las guarderías.....	38
1.10.3.- Programas de guarderías	39
1.11.- Cuidado infantil	40
1.12.- Higiene infantil	43
1.13.- Psicología infantil	44
1.14.- Ventajas y desventajas del uso de centros de cuidado infantil	48
Capítulo 2. Marco Referencial	50
2.1.- Antecedentes	50
2.1.1.- Antecedentes históricos	50
2.1.2 ¿Qué es el cuidado de los niños?	52
2.1.3.- El cuidado infantil en los países industrializados: Transición y cambio.....	52
2.2.- Los centros de cuidado infantil en el Ecuador actualmente	53
2.2.1.- Inversión y cobertura del gobierno nacional en desarrollo infantil integral en el 2013	54
2.2.2.- Cobertura de la red del Innfa	55
2.2.3.- Política de desarrollo infantil	56
2.2.4.- Funciones de un centro de desarrollo infantil (C.D.I)	57
2.2.5.- Usuarios y agentes	57
2.3.- Investigación de mercado	59

2.3.1.- Análisis PESTA.....	59
2.3.2.- Análisis Porter	69
2.3.3.- Análisis FODA	71
2.4.- Cadena de valor.....	74
2.4.1.- Actividades de la cadena de valor	74
2.4.2.- Cadena de valor centro de desarrollo infantil “ARENITA”	75
Capítulo 3. Marco Metodológico	78
3.1.- Estudio de mercado	78
3.2.- Target	78
3.3.- Informe de la competencia	79
3.4.- Técnicas de investigación	79
3.5.- Focus group.....	80
3.6.- Tipo y diseño de la investigación.....	82
3.7.- Población y muestra	82
3.7.1.- Delimitación de la población.....	82
3.7.2.- Tipo de muestra	82
3.7.3.- Tamaño de la muestra.....	83
3.7.4.- Proceso de selección.....	83
3.8.- Métodos utilizados	83
3.8.1.- Métodos teóricos	83
3.8.2.- Métodos empíricos	84
3.9.- Técnicas e instrumentos	84
3.10.- Análisis e interpretación de los resultados.....	84
3.10.1.- Análisis de la situación actual	84
3.10.2.- Modelo de encuesta	85

Capítulo 4. Resultados	87
4.1.- Investigación de campo y plan de mercado	87
4.1.1.- Segmentación del mercado potencial	87
4.1.2.- Análisis de mercadeo (marketing mix) o mezcla de marketing	88
4.1.3.- Análisis de la oferta, demanda y proyecciones	94
4.2.- Análisis de los resultados.....	100
Capítulo 5. Propuesta de investigación.....	119
5.1.- Procedimiento de la aplicación de los resultados de la investigación	119
5.1.1.- Antecedentes	119
5.1.2.- Introducción de la propuesta	119
5.1.3.- Estudio técnico	120
5.1.4.- Datos generales.....	120
5.1.5.- Localización de la empresa	121
5.1.6.- Plan administrativo y estratégico	122
5.1.7.- Tipo de empresa	124
5.1.8.- Accionista.....	124
5.1.9.- Administración	124
5.1.10.- Administración y organización de la empresa	125
5.1.11.- Base filosófica de la empresa	125
5.1.12.- Valores.....	125
5.1.13.- Administración del centro de cuidado infantil	126
5.1.14.- Tipo de empresa (sector, actividad)	126
5.1.15.- Forma jurídica	127
5.1.16.- Organización administrativa.....	127
5.1.17.- Estructura orgánica.....	128

5.1.18.- Mercado.....	129
5.1.18.- Publicidad.....	129
5.1.19.- Servicios a ofertar.....	130
5.1.20.- Precio.....	131
5.1.21.- Estrategias de ventas y comercialización.....	132
5.1.22.- Diferenciación.....	133
5.1.23.- Estrategia de promoción y publicidad.....	134
5.1.24.- Ventaja competitiva y de mercadeo.....	135
Capítulo 6. Estudio de factibilidad.....	136
6.1.- Inversiones.....	136
6.1.1.- Inversión inicial.....	136
6.1.2.- Requerimiento de terrenos, edificios, equipos, mobiliarios, implementos de cocina, didácticos.....	137
6.2.- Fuentes de financiamiento.....	140
6.3.- Proyección de costos y gastos.....	140
6.3.- Proyección de ventas.....	148
6.4.- Estados financieros.....	149
6.4.1.- Panel financiero.....	149
6.4.2.- Factibilidad financiera.....	151
6.5.- Punto de equilibrio financiero.....	151
6.6.- Flujo de caja accionistas.....	152
6.7.- Análisis de sensibilidad.....	153
Conclusiones.....	156
Recomendaciones.....	158
Bibliografía.....	159

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Participación laboral de las mujeres en América Latina</i>	36
Tabla 2. <i>Coordinación de Gestión del conocimiento</i>	55
Tabla 3. <i>Indicadores Económicos</i>	62
Tabla 4. <i>Nivel Socio-económico en Guayaquil</i>	65
Tabla 5. <i>Proyección de la demanda</i>	96
Tabla 6. <i>Proyección de la demanda en la ciudad de Guayaquil</i>	96
Tabla 7. <i>Proyección de la oferta</i>	97
Tabla 8. <i>Población de niños menores e iguales a 4 años de edad</i>	97
Tabla 9. <i>Participación de niños menores e iguales a 4 años de edad en programas</i>	98
Tabla 10. <i>Demanda insatisfecha en la ciudad de Guayaquil</i>	99
Tabla 11. <i>Demanda insatisfecha en Mucho Lote II</i>	99
Tabla 12. <i>Género de los participantes</i>	100
Tabla 13. <i>Respuestas a la pregunta 1</i>	101
Tabla 14. <i>Respuestas a la pregunta 2</i>	102
Tabla 15. <i>Respuestas a la pregunta 3</i>	103
Tabla 16. <i>Respuestas a la pregunta 4</i>	104
Tabla 17. <i>Respuestas a la pregunta 5</i>	105
Tabla 18. <i>Respuestas a la pregunta 6</i>	106
Tabla 19. <i>Respuestas a la pregunta 7</i>	107
Tabla 20. <i>Respuestas a la pregunta 8</i>	108
Tabla 21. <i>Respuestas a la pregunta 9</i>	109
Tabla 22. <i>Respuestas a la pregunta 10</i>	110
Tabla 23. <i>Respuestas a la pregunta 11</i>	111

Tabla 24. <i>Respuestas a la pregunta 12</i>	112
Tabla 25. <i>Respuestas a la pregunta 13</i>	113
Tabla 26. <i>Respuestas a la pregunta 14</i>	114
Tabla 27. <i>Respuestas a la pregunta 15</i>	115
Tabla 28. <i>Respuestas a la pregunta 16</i>	116
Tabla 29. <i>Respuestas a la pregunta 17</i>	117
Tabla 30. <i>Respuestas a la pregunta 18</i>	118
Tabla 31. <i>Inversión inicial de terrenos y edificios</i>	137
Tabla 32. <i>Inversión Inicial activos fijos tangibles e intangibles, Gastos diferidos</i>	137
Tabla 33. <i>Inversión Inicial en activos fijos</i>	138
Tabla 34. <i>Fuente de financiamiento</i>	140
Tabla 35. <i>Mano de Obra Directa</i>	141
Tabla 36. <i>Materiales directos</i>	141
Tabla 37. <i>Presupuesto de alimentación</i>	141
Tabla 38. <i>Gastos de ventas</i>	142
Tabla 39. <i>Gastos de comercialización</i>	142
Tabla 40. <i>Gastos generales</i>	143
Tabla 41. <i>Gastos de operación</i>	143
Tabla 42. <i>Depreciación</i>	144
Tabla 43. <i>Amortización</i>	144
Tabla 44. <i>Gastos de administración</i>	145
Tabla 45. <i>Datos para amortizar el préstamo</i>	146
Tabla 46. <i>Amortización del préstamo</i>	147
Tabla 47. <i>Proyección de ventas</i>	148
Tabla 48. <i>Ingresos totales proyectados</i>	148
Tabla 49. <i>Flujo de caja libre</i>	150

Tabla 50. <i>Cálculo VAN, TIR y Payback</i>	151
Tabla 51. <i>Punto de equilibrio financiero</i>	152
Tabla 52. <i>Flujo de caja accionista</i>	153
Tabla 53. <i>Análisis de sensibilidad</i>	153
Tabla 54. <i>Incidencia de fluctuación</i>	154
Tabla 55. <i>Análisis de sensibilidad</i>	154

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Cuidado de los infantes en Ecuador.....	3
<i>Figura 2.</i> Población entre 0 y 11 años	3
<i>Figura 3.</i> Elementos del Marketing Mix.....	13
<i>Figura 4.</i> Matriz de 5 fuerzas de Michael Porter.....	14
<i>Figura 5.</i> Diamante Corporativo	15
<i>Figura 6.</i> Análisis del Entorno.....	16
<i>Figura 7.</i> Modelo de Planeación Estratégica.....	17
<i>Figura 8.</i> Etapas de una Planeación Estratégica	19
<i>Figura 9.</i> Análisis DAFO.....	20
<i>Figura 10.</i> Análisis CAME	21
<i>Figura 11.</i> Prácticas administrativas	30
<i>Figura 12.</i> Esquema de cuidado infantil	33
<i>Figura 13.</i> Modelo de la relación afectiva y conductas de cuidado del menor	43
<i>Figura 14.</i> Primeros 24 meses de un niño	48
<i>Figura 15.</i> Ventajas y desventajas de las guarderías.....	49
<i>Figura 16.</i> Cobertura de la Red de Información del INNFA (2013).....	56
<i>Figura 17.</i> Análisis PESTA.....	60
<i>Figura 18.</i> Nivel de desempleo en Ecuador	63
<i>Figura 19.</i> Matriz de las fuerzas de Porter.....	69
<i>Figura 20.</i> Matriz FODA.....	72
<i>Figura 21.</i> Cadena de Valor	74
<i>Figura 22.</i> Desarrollo de focus group.....	81
<i>Figura 23.</i> Cálculo del tamaño de la muestra.....	83
<i>Figura 24.</i> Combinación de las 4P del Marketing	90

<i>Figura 25.</i> Logo del centro de desarrollo infantil “Personitas del Mañana”	91
<i>Figura 26.</i> Gráfico circular del género de los participantes	100
<i>Figura 27.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 1.....	101
<i>Figura 28.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 2.....	102
<i>Figura 29.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 3.....	103
<i>Figura 30.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 4.....	104
<i>Figura 31.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 5.....	105
<i>Figura 32.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 6.....	106
<i>Figura 33.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 7.....	107
<i>Figura 34.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 8.....	108
<i>Figura 35.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 9.....	109
<i>Figura 36.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 10.....	110
<i>Figura 37.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 11	111
<i>Figura 38.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 12.....	112
<i>Figura 39.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 13.....	113
<i>Figura 40.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 14.....	114
<i>Figura 41.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 15.....	115
<i>Figura 42.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 16.....	116
<i>Figura 43.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 17.....	117
<i>Figura 44.</i> Gráfico circular de respuestas a la pregunta 18.....	118
<i>Figura 45.</i> Macro localización del centro de desarrollo infantil.....	121
<i>Figura 46.</i> Micro localización del centro de desarrollo infantil	122
<i>Figura 47.</i> Modelo CANVAS para la propuesta de negocio.....	123
<i>Figura 48.</i> Estructura orgánica de la empresa	128

Resumen

El propósito de este proyecto es estudiar la viabilidad de crear un Centro de cuidado infantil en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, Mucho Lote II, la en provincia de Guayas de la República del Ecuador. Su objetivo es el cuidado del niño mientras los padres llevan a cabo su día de trabajo y estudios, y a su vez ayudan al niño en su desarrollo social y emocional.

La investigación se basó en las etapas de desarrollo a través de las cuales pasan los niños. Y de ahí surge la idea de brindar atención de calidad, calidez y eficiencia en el servicio de atención del bebé.

Entre estos períodos es donde los niños se separan de sus padres para ir a guarderías, guarderías, entre otros, y es aquí donde los niños conocen un mundo nuevo, en el que ya no son el centro de atención y tienen que compartir con otros niños, aquí es donde emergen nuevos conceptos de cuidado infantil en la sociedad moderna.

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

El tipo de investigación descriptiva, ya que se redacta la situación actual de los padres y sus hijos; utilizando la investigación cuantitativa que permite el uso de diferentes medios para la recopilación de la información requerida.

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

Palabras Claves: Guardería, Administración, Factibilidad, Marketing, Salud.

Abstract

The purpose of this project is to study the feasibility of creating a child care center in the north of the city of Guayaquil in the sector lot Much II, province of Guayas of the Republic of Ecuador. Its objective is the care of the child while the parents carry out their work day and studies, and in turn help the child in their social and emotional development.

The research was based on the stages of development through which children pass. And from these arises the idea of giving quality care, warmth, efficient in the care service of the infant. Between these periods is where the children are separated from their parents to go to nurseries, nurseries, among others, and this is where the children know a new world, in which they are no longer the center of attention and have to share with other children, this is where new concepts of child care emerge in modern society.

In order to determine the feasibility of the project, a market study has been made in which it indicates the growing demand that is in favor of day care centers, analyzing consumers and competition.

The type of descriptive research, since the current situation of parents and their children is reported; using quantitative research allowing using different means for the collection of the required information.

With a percentage of profitability of the sample the possibilities of future benefits when measuring the income and programmed costs.

Introducción

La era actual presenta cambios constantes, donde una de las mejores alternativas para sobrellevar una vida tranquila y sin mayores problemas de tipo económicos es la incursión en actividades de emprendimiento, la búsqueda de oportunidades de trabajo o nuevas opciones de comercio. De esta forma, es posible mantener una situación económica estable y afrontar los altos costos que genera el tener un hogar con hijos. Estas personas puntualmente se ven en la necesidad de acudir a organizaciones o personas que brinden el cuidado de niños/as; no obstante, el dejar a sus hijos con terceras personas les representa un alto nivel de desconfianza y los actuales centros de cuidado infantil no brindan las garantías necesarias.

El presente trabajo está orientado en ofertar al mercado una infraestructura organizacional con profesionales altamente calificados para la prestación de servicio de cuidado infantil, con un horario de atención accesible a las necesidades de las madres de familia. Siendo así, que el desarrollo infantil es una realidad latente y única para propiciar el desarrollo humano, entendiendo este como un conjunto de condiciones y actividades que deben ser puestas al alcance de todo ser humano, tales como la salud, educación, desarrollo social y desarrollo económico.

Es importante entonces contar con una empresa que brinde un adecuado servicio de cuidado infantil de calidad, sobre todo porque este asunto representa un tema de gran importancia y discusión para toda una familia al momento de pensar en qué manos se va a destinar el cuidado de los hijos, qué tipo de beneficios o perjuicios se obtendrán al destinar esta responsabilidad a terceras personas, entre otros. Por tanto, es fundamental tomar como referencia este análisis ya que la confianza, la calidad, el personal especializado, ahorro de tiempo y un buen servicio se convierten en tema de interés de todo consumidor. Considerando que la unión familiar es de mucha trascendencia, este tipo de servicios se convierte más en una necesidad difícil de satisfacer a plenitud en la actualidad.

El cuidado de niños es un tema que conlleva mucha responsabilidad y profesionalismo debido a que los infantes son catalogados como seres vulnerables y frágiles y constituye una de las preocupaciones más grandes en el mundo. El Estado y la sociedad son los responsables de proporcionar las condiciones que ayuden a los niños y niñas a llevar una vida plena e

independiente en sociedad y ser educados con calidad y calidez, en un espíritu de paz, dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y solidaridad.

A raíz de estos acontecimientos, el presente proyecto pretende llevar a cabo la creación de un centro de cuidado infantil en la ciudad de Guayaquil, a través de un análisis minucioso del mercado, que incluye el estudio de la demanda, oferta, demanda insatisfecha y el estudio técnico para determinar la macro y micro-localización del centro e igualmente la capacidad instalada y utilizada. De igual modo se busca realizar un adecuado estudio administrativo para definir la estructura legal del proyecto, la correspondiente filosofía corporativa y definir las funciones que deben cumplir los empleados que laboren en el centro. Por último, el estudio presenta un estudio financiero como base fundamental para examinar la rentabilidad del proyecto a través del tiempo, comprobable por medio de indicadores financieros.

Antecedentes

Los programas de guardería, tal como se los reconoce hoy, comenzaron a fines del siglo XIX. Los primeros establecimientos eran privados y pagaban honorarios, y solo recibieron un apoyo público limitado (Valencia, 2012).

El gobierno comenzó a patrocinar programas de cuidado infantil como parte del New Deal en respuesta a la calamidad de la Gran Depresión. Estos programas continuaron hasta la Segunda Guerra Mundial antes de ser reemplazados por una serie de subsidios que vinculan el cuidado infantil patrocinado por el gobierno con la reforma de la asistencia social. Hoy en día, la mayoría de los programas de cuidado infantil son con fines de lucro (Cagnolati, 2011).

También detalla Gualoto y Xavier (2014), Que la calidad de atención a los niños se ha visto reflejada en los últimos operativos ejercidos por el INFA (Instituto de la Niñez y la Familia), y el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) a los 3.638 centros de atención infantil.

La búsqueda de superación de padres jóvenes en la actualidad es más latente, ya sea por la necesidad económica, o por logros académicos deseados. Sin embargo, la realidad hoy en día restringe esa superación por el cuidado de los niños, debido a que la forma del cuidado de los infantes no es la misma que hace 15 años. Según Larrea, C., Landín, R., Larrea, A. I., Wrborich, W., & Fraga, R. (2008) la Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para 1998, el cuidado de los infantes se caracterizaba de la

siguiente manera: en un 78.4% de los casos era la madre la que se encargaba del cuidado de los menores, en otro, 16.4% era una niñera, en un 2.5% otra persona y únicamente un 2.7% dependía de una guardería. (INEC, 1998). Por otro lado, para el 2006, los resultados de la misma encuesta exhiben que en un 76.8% de los casos es la madre la que se encarga del cuidado de los menores, 1.3% es una niñera, 16.5% otra persona y 5.4% asiste a una guardería.



Figura 1. *Cuidado de los infantes en Ecuador*. Adaptado del INEC (1998).

De acuerdo al INEC para el año 2015 en el Ecuador hay 4'028.660 niños. También hace una estimación de cómo evolucionará la población infantil y de la niñez hasta el 2020.



Figura 2. *Población entre 0 y 11 años*. Adaptado de Proyecciones poblacionales del INEC (1998).

De acuerdo con la entidad, el 79 % de los niños vive con sus padres; el 18,6 % solo con su madre y el 2,4 % con su padre (Ecuavisa, 2016).

Los propietarios de centros de desarrollo infantil tienen la obligación de presentar la documentación necesaria para que esta sea registrada y debidamente autorizada para el funcionamiento. Sin embargo, el 40% del total de los planteles infantiles no poseen licencia de funcionamiento, evidenciando que la atención de los niños y las niñas no cumple con parámetros de calidad del cuidado en la nutrición, recreación, afecto, dimensiones, intelectual psicomotriz y moral.

El centro de desarrollo infantil debe de cumplir con estándares de calidad e incluir planes de contingencia. Por otro lado, los educadores o educadoras deben ser profesionales en ciencias de la educación con especialización en educación básica, inicial e infantil. Los centros infantiles por tanto deben representar la imagen de un lugar seguro para el niño, donde encuentra características como la seguridad, sociabilidad, además de un ambiente agradable.

Problema de investigación

En la actualidad, un número considerable de madres ya no solamente tienen a su cargo responsabilidades domésticas y el cuidado de los niños. El incremento de la participación de la mujer en el mercado laboral cada vez tiene más acogida y dada las circunstancias actuales de la economía del Ecuador, es decir, la baja de los precios del petróleo, el incremento de los precios en víveres de primera necesidad, entre otros, ha provocado que ya no sólo el hombre sea la fuente de ingresos, sino que esto conlleve a que la mujer ecuatoriana deje su hogar para salir a trabajar y ayudar a cubrir las necesidades diarias del hogar.

En el Ecuador, las casas se han convertido en guarderías y acoger a niños en centros recreacionales resulta un negocio rentable. Por esta razón, en la última década han incrementado este tipo de negocios que muchas veces son locales improvisados que no cumplen con normas pedagógicas, de acuerdo a las apreciaciones en un recorrido realizado por el periodista Zamora (2010). Es por tal motivo que se requiere realizar un profundo análisis de todo el déficit encontrado en las diferentes localidades de las provincias.

La presente problemática surge debido a que la madre de familia ya no puede quedarse en el hogar cuidando de los hijos y está en la obligación de dejar a sus infantes con familiares o en

centros de cuidados infantiles de poca confianza, ya sean estos públicos o privados. En el país existen alrededor de unas 3.200 guarderías según datos del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) que atienden a unos 100 mil niños de uno a tres años de edad, de los cuales muchos no poseen una infraestructura adecuada ni personal capacitado para el cuidado de los infantes, ni tampoco cuentan con un programa para el desarrollo de los niños en su estimulación temprana.

El Gobierno, en conjunto con el MIES, busca la mejora de estos centros de cuidado infantil a través de técnicas, políticas administrativas y operativas de sus servicios, que implica la aplicación de varias evaluaciones cuyos resultados revelaron requerimientos básicos como: (a) la necesidad de elevar cualitativamente la calidad de los servicios; y (b) profesionalizar la atención con personal calificado. Todos estos requerimientos dan como conceptos una transformación de análisis y diversificaciones cambiantes que encamine a tomar decisiones que enfoquen un nuevo hito o cambios en el ámbito del Desarrollo Infantil, a lo que se ha denominado como quiebres de la política pública.

Siendo así de las regulaciones responsables el MIES, entre otras cosas, esta entidad exige que se cumplan a cabalidad con las normas de higiene, que el personal sea profesional en la rama y tenga título y una justificación técnica y socioeconómica para su creación. Sin embargo, realizar las supervisiones y un control riguroso y exhaustivo no es posible, ya que no hay suficientes supervisores para la vigilancia de todos los centros.

Se vive dentro de un medio donde tanto padres o madres tienen que buscar el sustento diario para sus hijos y así poderles brindar un estilo de vida mejor, en lo concerniente a la educación, salud, alimentación, entre otros factores. Por este motivo, los padres se han visto en la necesidad de recurrir a terceras personas para el cuidado de sus hijos, desconociendo si las organizaciones que prestan esta clase de servicio cumplen con los requisitos legales, infraestructura y administración para el cuidado de sus hijos, afectando así el desarrollo de sus actividades diarias.

La falta de seguridad que actualmente brindan las organizaciones en el cuidado de los niños/as se origina por la poca visión emprendedora orientada a esta actividad, a pesar que en la actualidad los organismos competentes que regulan las actividades de las guarderías exigen normas de seguridad para poder ejercer las actividades de negocio de forma óptima,

salvaguardando la vida tanto de los niños/as como de las personas que laboran en esta entidad infantil.

En lo referente a las actividades de recreación, estas no son muy practicadas en el proceso de cuidado de los infantes. Esto se da por la poca experiencia y desconocimiento de las cuidadoras en sobrellevar las diferentes actividades dentro de la guardería, lo cual influye en el desarrollo de los malos hábitos de los niños. A través de distintas fuentes de información se ha determinado diversas guarderías que no ofrecen un servicio de calidad, debido a la falta recurso humano con las capacidades para ofrecer el servicio de calidad.

Actualmente en el Ecuador las guarderías están bajo supervisión del Instituto Nacional de la Niñez y la Familia (INNFA), además de estar reguladas por el MIES, cuyo segmento de infantes que atienden las guarderías se ubican en un rango de edad entre de ocho meses a 3 años. Dichas guarderías tienen como propósito brindar el mejor y excelente servicio, de manera que los padres de familia se sientan seguros de encomendar a sus hijos en los centros de cuidado infantil.

Con más familias que dependen de los servicios de un centro de cuidado infantil de alta calidad, es importante que las instalaciones que elijan puedan proporcionar ese entorno cariñoso y enriquecedor de suma importancia, que aliente el aprendizaje y la exploración. El entorno de cuidado infantil debe proporcionar áreas de trabajo, juego y aprendizaje que sean estimulantes pero que también satisfagan las necesidades de desarrollo de cada niño. Y si bien las necesidades específicas de cada niño deben cumplirse, el ambiente de aprendizaje también debe alentar y apoyar a los niños que prosperan en el aprendizaje en un entorno de grupo también.

Actualmente la zona norte de Guayaquil y en especial el sector Mucho Lote II tiene una gran demanda. El 40% de la población son mujeres y hay muchos padres de familia que no cuenta con un lugar confiable y seguro para destinar el cuidado de sus niños. En este lugar sólo existe una guardería que no dispone de variedad de materiales didácticos para la enseñanza de los niños y tampoco con personas capacitadas para la enseñanza.

La falta de personas altamente calificados para el cuidado de los niños/as en estos establecimientos genera una baja calidad del servicio, razón por la cual estos centros han sido sujetos de múltiples problemas que han restado participación en el mercado.

Justificación

La presente investigación es importante porque está enfocada a los padres de familia que, por temas laborales o profesionales, presentan carencia de tiempo o cansancio físico, o simplemente por el hecho de asistir a compromisos sociales que se presentan esporádicamente, y requieren el servicio de cuidado infantil para sus hijos. Más aún cuando hoy en día son más las mujeres ecuatorianas que se incorporan al mercado de trabajo.

Por tal motivo, adquiere relevancia la propuesta de una guardería, con personal con titulación en Enfermería, parvularios, médicos, etc. y la preparación necesaria para cada puesto de trabajo. Los formadores se caracterizarán por la responsabilidad y creatividad, con capacidades de organización y planificación, funcionando en conjunto como un verdadero equipo al servicio de la educación y bienestar de los niños, y sobre todo que permita a los padres de familia continuar con sus ocupaciones habituales y dejar a sus infantes en un lugar fiable y adyacente de ellos.

Este proyecto contribuye al desarrollo del país a través de la generación de empleo, promoviendo la profesionalización de los educadores de los centros infantiles del Buen Vivir y el servicio Creciendo con Nuestros Hijos.

Gran parte de las guarderías en el cantón Guayaquil y, en especial la de Mucho Lote II, no cuentan con un alto nivel de aceptación, debido a que no se encuentran en óptimas condiciones para el cuidado de niños. Esto genera en muchas ocasiones insatisfacción en aquellas personas que requieren necesariamente este servicio, motivo por el cual la realización de este proyecto resulta muy beneficiosa para este sector comercial y en particular para aquellos padres de familia inmersos en el ámbito laboral y estudiantil. Este estudio permitirá identificar las causas que hacen que este tipo de organizaciones no se encuentren debidamente acondicionadas.

En el sector de Mucho Lote II en la actualidad no existe una oferta apropiada de Centros de cuidados Infantil, así como Centros educativos de Estimulación Temprana, así como un Centro de Desarrollo Infantil que ofrezca una excelente propuesta, en el cual los niños puedan receptar clases de estimulación y los padres de familias puedan ser partícipes de las mismas, brindando y exaltando las facilidades para los trabajos de los padres, respectivamente que también sea una propuesta económicamente atractiva y razonable. Este sector es de tipo urbano y actualmente tiene más de 10.000 familias con alrededor de nueve urbanizaciones.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de cuidado infantil en el norte de la ciudad de Guayaquil en el sector mucho lote II.

Objetivos específicos

- (a) Desarrollar un marco teórico para garantizar de manera óptima su nutrición, salud, educación inicial y el cuidado diario del infante.
- (b) Elaborar el marco referencial y metodología de investigación para la creación de un centro de cuidado infantil.
- (c) Aplicar una investigación de campo para determinar un estudio de mercado.
- (d) Analizar la planificación estratégica en la creación de un centro de cuidado infantil en el sector mucho lote II.
- (e) Realizar la estimación de los costos y beneficios para el funcionamiento de un centro de cuidado infantil.

Pregunta de investigación

Se plantean a continuación las preguntas de investigación, que serán respondidas en el desarrollo del presente estudio:

- (a) ¿Es factible la creación de un centro de cuidado infantil en el sector mucho lote II?
- (b) ¿De qué manera contribuye la creación de un centro de cuidado infantil en el sector de mucho lote II de la ciudad de Guayaquil?
- (c) ¿Existen las condiciones y demanda actual del mercado para la implementación de un centro de cuidado infantil?

Capítulo 1. Marco teórico

1.1.- Investigación de mercado

En la revisión de literatura sobre la investigación de mercados se ha encontrado que este término no ha surgido espontáneamente, sino que ha sido el resultado de largos procesos de acumulación de conceptos y herramientas cualitativas y cuantitativas, que se han ido acuñando y vertebrando a medida que se han necesitado, con la finalidad de resolver problemas, analizar la realidad o tomar decisiones. Las aportaciones de los economistas, sociólogos, psicológicos, estadísticos, matemáticos, empresarios se han fundido en el crisol de la necesidad de conocer. Sus esfuerzos en conjunto han ido configurando la investigación comercial (Ferrer, 2016).

Cada mercado tiene un concepto, una estructura y componentes únicos. En este sentido, el servicio se ajusta a la complejidad de cada uno de estos mercados, logrando un análisis agudo, una comprensión exacta y un resultado específico en cada investigación; ya sea a nivel nacional o regional (Marketing, 2016).

Existe mucha literatura referente a las metodologías de investigación sobre aspectos operativos y tácticos del marketing tradicional. Ahora, toda ella se refiere a las consecuencias de aplicar un plan de marketing, pero no se enfoca en cómo interpretar las causas esenciales que movilizan el consumo y prever estos escenarios que son la base estratégica del proceso de toma decisiones del plan marketing, ya sea doméstico o internacional.

Para estudiar el comportamiento del consumidor, es importante poner el foco en dos sitios: (a) la mente del consumidor y (b) la mente del mercado. En alguna ocasión, Philip Kotler afirmó que el marketing definitivamente debía introducirse en la mente del consumidor. Pues bien, una cosa es decirlo y otra cosa es implementarlo, porque la metodología que este autor y que sus seguidores proponen está muy lejos de conseguirlo. Por otro lado, este autor se olvida de la mente del mercado, que no sólo condiciona, sino que hace que el consumidor cambie su conducta de compra cuando su consumo está influenciado por otros (Paris, 2017).

Es importante recalcar que Padilla (2016) mencionó que tanto las organizaciones como los inversionistas contribuyen al desarrollo de sus empresas, al crecimiento de la economía y de la sociedad en la que trabajan en el momento en el que determinan, proponen, valoran y llevan a cabo alternativas de negocios. Finalmente, Pope (2002, p.12) concluyó que la cantidad de

definiciones y técnicas de investigación de mercados que existen son incalculables, pero todas nos llevan a un mismo punto: ayudar a que las decisiones que se tomen sean las mejores.

Es de vital importancia mencionar que ciertos proyectos o estudios necesitan que se les aplique dos técnicas: (a) cualitativas y (b) cuantitativas. Es fundamental establecer cuáles son los objetivos que buscar estas dos técnicas. Soler (2001, p. 27) determinó que los objetivos que se investigan en un proyecto cuantitativo son datos descriptivos, porcentajes y/o estadísticos. Por ejemplo, cuántos son los hogares que tienen niños menores de 5 años; cuál es el porcentaje de participación que tiene una marca en el mercado; cuál es el número potencial de cliente. Se puede notar que como su nombre lo indica, cuantitativo se refiere a cantidades, por lo que las investigaciones cuantitativas están ligadas a números, porcentajes, etc.

Toda investigación de mercados, ya sea básica o aplicada, se apoya en el método científico. El método científico es la forma en que los investigadores utilizan el conocimiento y las evidencias para llegar a conclusiones objetivas sobre el mundo real. Es el mismo en las ciencias sociales, como el marketing y en las ciencias exactas, como la física. En este caso, es la manera en que se llega a entender los diversos tipos de fenómenos.

Por otra parte, la investigación de mercados es una herramienta esencial que permite la implantación de una orientación de marketing. El concepto de marketing es una idea central en el pensamiento del marketing moderno, que se enfoca en la forma en que la empresa proporciona valor a sus consumidores, más que en el producto físico o en el proceso de producción. Esta ha evolucionado al paso del tiempo a medida que las empresas orientadas al producto o a la producción responden a los cambios en los entornos económico y de la competencia (Zikmund, Babin, Staines & Quiñones, 1998).

1.2.- Mercadeo

La investigación de producto adopta muchas formas, e incluye estudios diseñados para evaluar y desarrollar nuevos productos y aprender cómo adaptar líneas existentes. La prueba de concepto expone a consumidores potenciales a una idea de nuevo producto para considerar la aceptación y factibilidad del concepto. La prueba de producto revela las fortalezas y debilidades de un prototipo, o determina si un producto terminado tiene mejor desempeño que el de las marcas competidoras, o si funciona conforme a lo esperado. Los estudios de evaluación de nombres de marca investigan si un nombre es apropiado para un producto. La investigación

engloba todas las aplicaciones de la investigación de mercados que buscan desarrollar atributos en el producto que agreguen valor a los consumidores (Zikmund et al., 2015).

Para Levit (2014) El concepto que dio origen al mercadeo o marketing busca orientar los productos al grupo de compradores (mercado meta) que los iba a consumir o usar. Junto con ello, dirige los esfuerzos de promoción a las masas (más marketing) por medio de los medios masivos que comienzan a aparecer (cine, radio, televisión). De aquí surge el concepto de marketing que enuncia que el logro de las metas de la organización depende de determinar las necesidades y deseos de los mercados metas que deseadas de forma eficaz y eficiente que la de los competidores (Lobo, Aragón & Miranda, 2015).

Carasila et al (2008) muestran cómo el mercadeo ha evolucionado en el tiempo, cómo era antes y cómo es ahora mediante tres periodos: (a) el período pre conceptual (1900-1959), (b) el período de conceptualización formal (1960-1989) y (c) el período actual del concepto de marketing (1990-2005).

Por otro lado, el concepto de mercadeo conduce a las empresas u organizaciones que la practican hacia la identificación y satisfacción de las necesidades o deseos de sus mercados meta a cambio de la obtención de una determinada utilidad o beneficio. Para Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia", el concepto de mercados remite directamente al concepto de mercadotecnia, *"el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"*.

Conrad (2009, p. 9) también definió al mercadeo como todas aquellas estrategias que se realizan con el fin de promocionar a la empresa, hasta el momento en el que los clientes compran el producto o servicio. Es decir, el mercadeo está relacionado con la publicidad efectuada en la empresa para aumentar su portafolio de clientes, incrementar las ventas o que más personas conozcan a la empresa. Por otra parte, Dvoskin (2004, p. 25) señaló que el objetivo del marketing es el de crear necesidades y de detectar estas necesidades; ya que sólo cuando el producto o servicio ofrecido al cliente satisface sus necesidades y deseos cumpliendo con lo que ellos buscaban se produce el intercambio entre las partes; generando beneficios tanto para el cliente como para la empresa.

Uno de los términos más importantes a considerar dentro del mercadeo es el marketing mix. Según Dvoskin (2014, p. 29) no se puede analizar una P por separado de las otras tres

porque en la práctica funcionan como una sola. La combinación de las cuatro P provoca el nacimiento del marketing mix. Cabe recalcar que los elementos del marketing mix son: (a) producto, (b) precio, (c) promoción y (d) plaza.

El marketing es una función del negocio que determina las necesidades del consumidor. También identifica el mercado objetivo y aplica servicios y productos para servir a dichos mercados. Además, implica la promoción de servicios y productos dentro del mercado. Las personas que planean lanzar un negocio sin importar cuán grande o pequeño deben aprender sobre marketing (Espinoza, 2014).

El marketing es crucial para el éxito de una empresa, con su enfoque principal en la satisfacción del cliente, la calidad y el valor para el consumidor. El Marketing Mix es una de las estrategias más utilizadas. Combina variables integrales para obtener resultados ideales. Está compuesto por cuatro variables llamadas 4 Ps de Marketing:

1.2.1.- Producto

Un producto es un bien o servicio que el propietario de un negocio ofrece para la venta a su mercado objetivo. Cuando se trata de desarrollar un producto, se deben considerar el diseño, la calidad, el empaquetado, las características, el servicio posventa y el servicio al cliente.

1.2.2.- Plaza

Esto es con respecto a la ubicación, distribución y formas de entregar el producto al cliente. El lugar puede incluir la ubicación de su empresa, los distribuidores, la tienda, el posible uso de Internet y la logística.

1.2.3.- Precio

El precio es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para comprar productos o hacer uso de los servicios. Hay varios factores que debe considerar cuando se trata de precio. Estos incluyen descuento, fijación de precios, cobro de crédito y compras de efectivo y crédito.

1.2.4.- Promoción

La promoción se trata del acto de comunicar los valores y beneficios de sus productos a sus clientes. Implica el uso de diferentes métodos, como marketing directo, promoción de ventas, publicidad y venta personal para convencer a los clientes de su negocio.

Estas 4 Ps de Marketing son muy útiles cuando se trata de comenzar un negocio. Necesita tener los conocimientos y habilidades necesarios para tener éxito en una determinada empresa. Al aprender acerca de las 4 Ps de Marketing, puede evitar riesgos comerciales típicos y tener un negocio exitoso (Espinoza, 2014).



Figura 3. *Elementos del Marketing Mix*. Adaptado de Philip Kotler (2009)

Las cinco fuerzas de Porter es una herramienta simple pero poderosa para comprender la competitividad de su entorno comercial y para identificar la rentabilidad potencial de su estrategia.

Porter reconoció que las organizaciones probablemente vigilan de cerca a sus rivales, pero los animó a mirar más allá de las acciones de sus competidores y examinar qué otros factores podría afectar el entorno empresarial. Identificó cinco fuerzas que conforman el entorno competitivo y que pueden erosionar su rentabilidad. Estos son:

1. Rivalidad competitiva. Esto mira el número y la fuerza de sus competidores. Donde la rivalidad es intensa, las empresas pueden atraer clientes con recortes de precios agresivos y

campañas de marketing de alto impacto. Además, en mercados con muchos rivales, sus proveedores y compradores pueden ir a otro lado si sienten que no están obteniendo un buen trato de la empresa.

2. Poder del proveedor. Esto está determinado por cuán fácil es para sus proveedores aumentar sus precios. Cuantos menos proveedores haya, y cuanto más necesite su ayuda, más fuerte será la posición y la capacidad para cobrar más. Eso puede afectar a la ganancia de la empresa.

3. Poder del comprador. En este apartado se pregunta qué fácil es para los compradores bajar sus precios. ¿Cuántos compradores hay y qué tan grandes son sus pedidos? ¿Cuánto les costaría cambiar sus productos y servicios por los de un rival? ¿Sus compradores son lo suficientemente fuertes como para dictarle los términos?

4. Amenaza de Sustitución. Se refiere a la probabilidad de que sus clientes encuentren una manera diferente de hacer lo que usted hace.

5. Amenaza de nueva entrada. Su posición puede verse afectada por la capacidad de las personas para ingresar a su mercado.

En la en la figura 4 se muestra de forma resumida las 5 fuerzas de Porter (Ramírez, 2008).

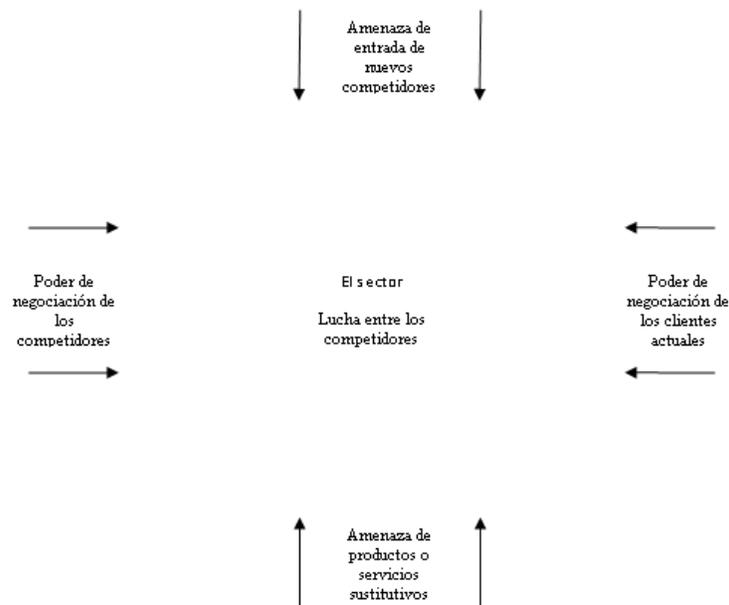


Figura 4. Matriz de 5 fuerzas de Michael Porter. Tomado de Ramírez (2008)

Por otro lado, el Diamante de competitividad es el modelo en donde interactúan cuatro elementos que deben funcionar adecuadamente para lograr el éxito competitivo de los sectores (Figura 5). Estos cuatro determinantes básicos son:

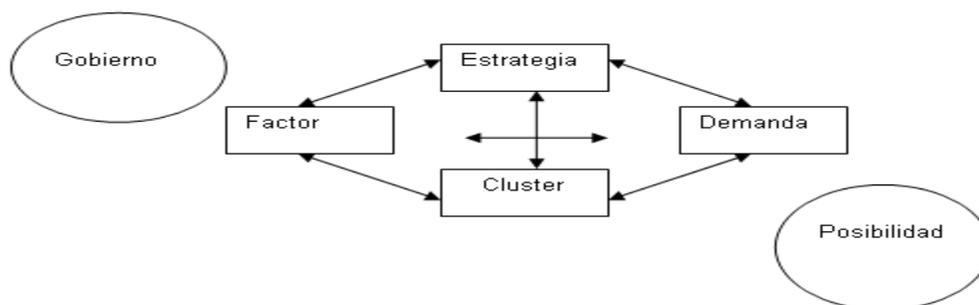


Figura 5. *Diamante Corporativo*. Tomado de Ramírez (2008)

Las Condiciones de la demanda reflejan la naturaleza de la demanda del producto o servicio del sector en estudio en el mercado nacional. Por otro lado, los factores de producción describen la situación de la nación en cuanto a los factores de producción, dentro de estos se encuentran la mano de obra especializada o la infraestructura de la industria. Estos factores son necesarios para competir en un sector determinado (Ramírez, 2008).

Los sectores conexos y de apoyo (clúster) estiman la presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos; y por último, la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa manifiesta las condiciones en la nación que rigen el modo con que las empresas se crean, organizan y gestionan, así como la naturaleza de la competencia interna.

Pedros y Gutiérrez (2012, p. 34) consideraron que la herramienta PEST se emplea para la revisión y análisis del entorno en general, que trata de evaluar la forma en la que los factores externos a la empresa generan impactos en ella, afectando el desarrollo o crecimiento de la misma en el futuro. De acuerdo a sus siglas, los factores que se analizan son: (a) políticos, (b) económicos, (c) sociales y (d) tecnológicos.

En su análisis, Armijo (2011) descubrió tendencias de cinco tipos: (a) tendencias político-legales, (b) económicas, (c) socioculturales, (d) tecnológicas y (e) ambientales. Por tanto, el autor establece que este análisis debe realizarse imperiosamente en un plan de mercadeo, ya sea estratégico u operativo. El FODA en su análisis externo engloba de forma superflua algunos

aspectos del PEST, pero lo recomendable es hacer el análisis de forma independiente ya que otorga una visión de cuatro aspectos cruciales y fundamentales.



Figura 6. *Análisis del Entorno*. Tomado de Pedros y Ramírez (2012)

Por otra parte, Pedros y Gutiérrez (2012, p. 34) indican que el PEST involucra el análisis del macro-entorno en el que una empresa opera actualmente o tiene como objetivo para iniciar operaciones. Esas variables son vitales y pueden impactar directamente en las operaciones de una empresa y son incontrolables ya que no dependen de la misma, Los factores políticos a considerar son: (a) legislación fiscal, (b) legislación sobre medioambiente, (c) protección del consumidor, (d) cambios políticos e (e) incentivos públicos.

Según Torres (2006, p. 26), los índices a analizar correspondiente a los factores económicos son: PIB, demanda, empleo, inflación, costes energía, eventos especiales. Los factores sociales más importantes son: envejecimiento de la población, prolongación de los jóvenes en el hogar, nivel de riquezas, movimientos migratorios y nuevos estilos de vida. Finalmente, los factores tecnológicos a examinar son innovaciones tecnológicas, internet, incentivos públicos.

1.3.- Planificación estratégica

La planificación estratégica es una actividad de gestión organizacional que se usa para establecer prioridades, enfocar energía y recursos, fortalecer operaciones, asegurar que los empleados y otras partes interesadas trabajen hacia objetivos comunes, establecer acuerdos sobre

los resultados / resultados previstos y evaluar y ajustar la dirección de la organización en respuesta a un entorno cambiante (Sallenave, 2002, p. 18).

Es un esfuerzo disciplinado que produce decisiones y acciones fundamentales que dan forma y guían lo que es una organización, a quién sirve, qué hace y por qué lo hace, con un enfoque en el futuro. La planificación estratégica efectiva articula no solo hacia dónde se dirige una organización y las acciones necesarias para progresar, sino también cómo sabrá si tiene éxito.

Un plan estratégico es un documento que se utiliza para comunicarse con la organización, los objetivos de la organización, las acciones necesarias para alcanzar esos objetivos y todos los demás elementos críticos desarrollados durante el ejercicio de planificación.

Kaplan y Norton (2008) es imprescindible contar con una estrategia que tenga como punto central mediante el cual se armonizan las actividades del día a día en las diferentes dependencias con que cuenta la organización como se detalla en el grafico 6.



Figura 7. *Modelo de Planeación Estratégica*. Tomado de Kaplan y Norton (2008)

Existen muchos marcos y metodologías diferentes para la planificación estratégica y la gestión. Si bien no existen reglas absolutas con respecto al marco correcto, la mayoría sigue un patrón similar y tiene atributos comunes. Muchos marcos modifican algunas variaciones en algunas fases muy básicas: 1) análisis o evaluación, donde se desarrolla una comprensión de los entornos internos y externos actuales, 2) formulación de estrategias, donde se desarrolla una

estrategia de alto nivel y se elabora un plan estratégico de nivel básico de organización documentado 3) ejecución de la estrategia, donde el plan de alto nivel se traduce en elementos de acción y planificación más operacionales, y 4) fase de evaluación o gestión / sostenimiento, donde se refina y evalúa el rendimiento, la cultura, las comunicaciones, los informes de datos y otros aspectos estratégicos problemas ocurre (Mora, Vera & Melgarejo, 2015).

Adicionalmente, Palacios (2012, p. 8) recalcó que el compromiso que debe hacer la compañía va desde eliminar los riesgos al fracaso a través de la investigación, planeación, estudio e innovación hasta obtener grandes resultados de eficiencia, eficacia y productividad en la empresa. Así mismo, Palacios (2012, p. 8) indicó por medio de la figura 7 que la planeación permite: predecir, capacitar, informar, ver riesgo y ver el futuro. En este contexto, una buena planificación puede traer consigo grandes beneficios para toda la empresa.

Para coadyuvar en la superación de estos desafíos, la planeación estratégica de marketing debe sustentarse en las bases sólidas del mercadeo tradicional, pero con la vista puesta en las prácticas emergentes en los mercados globalizados, para la creación de una ventaja competitiva sostenible, ajustando los aspectos de la mezcla de marketing y su proceso de instrumentación, a las tendencias variables del entorno. Crear una orientación hacia el cliente exige imaginación, visión, así como un cierto grado de riesgo, en especial en los entornos económicos y tecnológicos que con tanta rapidez cambian en la actualidad (González, Rivero & Puche, 2015).

Thompson y Strickland (2005) indicaron que la planificación estratégica contempla el proceso de unificar las acciones orientadas al logro de los objetivos organizacionales, a través de un análisis exhaustivo y priorizando los problemas a resolver bajo el planteamiento de posibles soluciones, tomando en cuenta los factores externos e internos. De esta manera es posible la redacción de los diferentes elementos de la planificación estratégica, ofreciendo a la gerencia un direccionamiento tanto claro como medible del desarrollo de sus actividades, asignando los responsables y los recursos necesarios para su desarrollo, estableciendo métodos para el monitoreo periódico de los avances de sus resultados.

También se debe realizar un análisis de la competencia, que incluye el análisis de las cinco fuerzas de Porter; y otros sectores de interés como los proveedores, clientes, productos sustitutos y nuevos entrantes. Es importante realizar un autodiagnóstico, en este caso un análisis FODA, ideal para plantear las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y planeación de escenarios. La segunda etapa es de formulación; en la que se deberá determinar el

marco de referencia, el contexto y la formulación de estrategias. Una vez establecidas las estrategias, es necesario especificar claramente las metas y definir las actividades que se realizarán para cumplir con las estrategias. Finalmente, la última etapa es la de ejecución; en la que se implementarán tareas y se coordinarán las iniciativas, donde es relevante una comunicación de prioridades y realizar el respectivo seguimiento.

Thompson y Strickland (2005) detallan que la estrategia empresarial es la de una sola unidad de negocio, la de una organización no diversificada. La estrategia empresarial supone hacer pronósticos como anticipación sistemática al futuro, establecer objetivos y metas cuantificables que, como estados deseados del futuro, pueden orientar las operaciones de la empresa. Los programas consisten en el orden sucesivo y en los pasos intermedios para llegar a un objetivo. De manera opuesta, se puede hacer la técnica de escenarios, en la cual se plantean objetivos deseados y se hace la planeación hacia atrás identificando los pasos necesarios para llegar a cada uno de los escenarios contemplados.



Figura 8. Etapas de una Planeación Estratégica. Tomado de Thompson y Strickland (2005)

Para orientar una empresa a largo plazo se ha utilizado el concepto de estrategia, la serie de objetivos y políticas integradas que sirven de marco de referencia para la actuación ejecutiva. Para formular la estrategia de una empresa se empieza por estudiar su situación actual y por analizar las características de su entorno. Posteriormente se estudia el sector económico del cual forma parte y se hace un análisis interno de la empresa. Finalmente, se buscan diversas posibilidades estratégicas y se trabaja en la serie de objetivos de las divisiones en los diversos niveles organizacionales (Ogliastri, 2004).



Figura 9. Análisis DAFO. Tomado de Ogliastri (2004)

Antes de tomar cualquier decisión estratégica, es indispensable realizar un diagnóstico de una organización. El análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro. Esta herramienta ayuda a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y a preparar a la organización contra las amenazas, teniendo conciencia de sus debilidades y fortalezas. Tomar decisiones o adoptar estrategias en una realidad cambiante puede ser como jugar a la ruleta rusa si no se hace con base en cifras, hechos y datos (Ogliastri, 2004).

Es importante mencionar que otro análisis imprescindible además del DAFO es el análisis CAME. Kluyver (2001, p. 82) definió al análisis DAFO como la herramienta con la que es posible realizar una evaluación a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa; cabe recalcar que es una herramienta muy ventajosa para realizar un resumen de la situación estratégica de la empresa. Con respecto al CAME, este análisis puede ser interpretado como una ampliación del Análisis DAFO, de esta forma, el análisis DAFO sirve para hacer un

diagnóstico inicial de situación, y en Análisis CAME sirve para definir las acciones a tomar a partir de los resultados del DAFO.

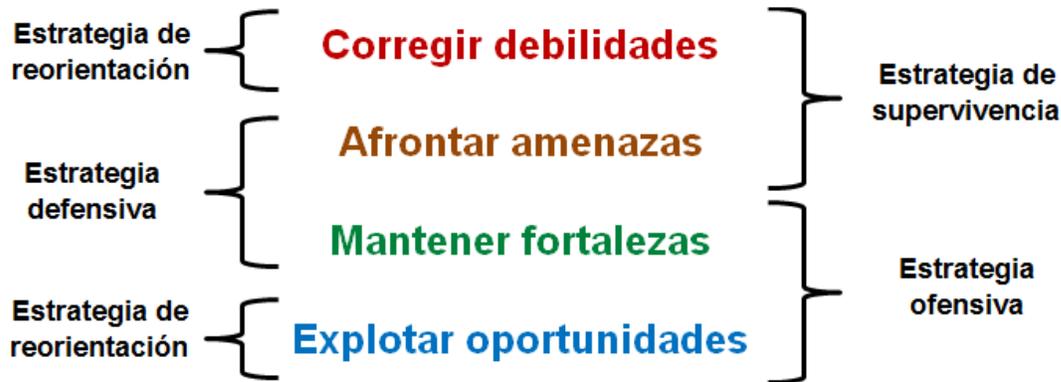


Figura 10. Análisis CAME. Tomado de Kluyver (2001, p. 82)

1.4.- Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es un análisis de cuán exitosamente se puede completar un proyecto, teniendo en cuenta los factores que lo afectan, como los factores económicos, tecnológicos, legales y de programación (Salazar, 2001). Los gerentes de proyecto usan estudios de factibilidad para determinar los posibles resultados positivos y negativos de un proyecto antes de invertir una cantidad considerable de tiempo y dinero en él.

Un estudio de viabilidad prueba la viabilidad de una idea, un proyecto o incluso un nuevo negocio. El objetivo de un estudio de factibilidad es hacer hincapié en los problemas potenciales que podrían ocurrir si se lleva a cabo un proyecto y determinar si, después de considerar todos los factores importantes, se debe buscar el proyecto. Los estudios de viabilidad también permiten a una empresa abordar dónde y cómo operará, los posibles obstáculos, la competencia y los fondos necesarios para poner en marcha el negocio (Miranda, 1996).

1.4.1.- Importancia

Los estudios de viabilidad permiten que las empresas determinen y organicen todos los detalles necesarios para que un negocio funcione. Un estudio de factibilidad ayuda a identificar problemas logísticos y casi todos los problemas relacionados con el negocio, junto con las soluciones para aliviarlos. Los estudios de viabilidad también pueden conducir al desarrollo de

estrategias de mercadeo que convengan a los inversionistas o a un banco de que invertir en el negocio es una buena elección (Acevedo, 2012).

1.4.2.- Componentes de un estudio de factibilidad

Hay varios componentes de un estudio de viabilidad (Miranda, 2008):

Descripción: un diseño del negocio, los productos y / o servicios que se ofrecerán y cómo se entregarán.

Viabilidad del mercado: describe la industria, el potencial de mercado actual y futuro, la competencia, las estimaciones de ventas y los posibles compradores.

Viabilidad técnica: establece detalles sobre cómo se entregará un bien o servicio, que incluye el transporte, la ubicación comercial, la tecnología necesaria, los materiales y la mano de obra.

Viabilidad financiera: una proyección de la cantidad de fondos o capital inicial necesario, qué fuentes de capital se pueden usar y qué tipo de rendimiento se puede esperar de la inversión.

Viabilidad organizacional: definición de la estructura corporativa y legal del negocio; esto puede incluir información sobre los fundadores, su formación profesional y las habilidades que poseen, necesarias para que la compañía despegue y la mantenga operativa.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, es necesario realizar un estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y un estudio financiero, para cumplir con los objetivos del estudio de factibilidad (Miranda, 1996, p.61).

Un plan financiero es una evaluación integral del estado financiero actual y futuro de un inversor mediante el uso de variables conocidas actualmente para predecir los flujos de efectivo futuros, los valores de los activos y los planes de retiro (Pedraza, 2009). La mayoría de las personas trabajan en conjunto con un planificador financiero y utilizan el patrimonio neto actual, las obligaciones tributarias, la asignación de activos y los futuros planes de retiro y sucesión en el desarrollo de planes financieros. Estas métricas se usan junto con las estimaciones de crecimiento de activos para determinar si los objetivos financieros de una persona se pueden cumplir en el futuro, o qué pasos se deben tomar para garantizar que así sea (Stephen et al., 1996).

Los planes financieros no tienen una plantilla específica, aunque la mayoría de los profesionales con licencia incluyen conocimiento y consideraciones sobre los objetivos futuros de la vida del cliente, planes futuros de transferencia de riqueza y niveles de gastos futuros. Los valores de activos extrapolados determinan si el cliente tiene fondos suficientes para satisfacer las necesidades futuras (Weston, 2006). Un buen plan financiero puede ser un inversor de los cambios que deben realizarse para garantizar una transición sin problemas a lo largo de las fases financieras de la vida, como la disminución del gasto o la modificación de la asignación de activos. Los planes financieros también deben ser fluidos, con actualizaciones ocasionales cuando se producen cambios financieros.

Elementos de un plan financiero

- **Objetivos financieros:** un plan financiero se basa en los objetivos financieros definidos de un individuo, incluido el financiamiento de una educación universitaria para los niños, la compra de una casa más grande, el inicio de un negocio, la jubilación a tiempo o el abandono de un legado. Los objetivos financieros deben cuantificarse y establecerse en hitos para el seguimiento (Brealey y Myer, 1995).

- **Estado de patrimonio personal:** una instantánea de los activos y pasivos sirve como un punto de referencia para medir el progreso hacia los objetivos financieros.

- **Análisis de flujo de caja:** un plan de ingresos y gastos determina cuánto se puede reservar para el pago de la deuda, el ahorro y la inversión cada mes.

- **Estrategia de jubilación:** el plan debe incluir una estrategia para lograr la jubilación independientemente de otras prioridades financieras. El plan debe incluir una estrategia para acumular el capital de retiro requerido y su distribución de por vida planificada (Leñero, 2010).

- **Plan integral de gestión de riesgos:** identifique todas las exposiciones de riesgo y brinde la cobertura necesaria para proteger a la familia y sus activos contra pérdidas financieras. El plan de gestión de riesgos incluye una revisión completa del seguro de vida e incapacidad, cobertura de responsabilidad personal, cobertura de propiedad y daños y cobertura catastrófica.

- Plan de inversión a largo plazo: incluya una estrategia de asignación de activos personalizada basada en objetivos de inversión específicos y un perfil de riesgo. Este plan de inversión establece pautas para seleccionar, comprar y vender inversiones y establecer puntos de referencia para la revisión del desempeño.

- Estrategia de reducción de impuestos: identifique formas de minimizar los impuestos sobre los ingresos personales en la medida permitida por el código tributario. La estrategia debe incluir la identificación de vehículos de inversión favorecidos por los impuestos que puedan reducir la tributación de los ingresos de inversión.

- Plan de sucesión: cree arreglos para la preservación y distribución de activos con atención para minimizar los costos de liquidación e impuestos. Revise y actualice instrumentos patrimoniales, tales como testamentos, fideicomisos inter-vivos, poder notarial, directivas médicas y fideicomisos matrimoniales.

Adicionalmente, para realizar un buen análisis financiero es importante tener claro ciertos términos y herramientas que se emplean en el mismo, como son el VAN, TIR, ROI, ROE, ROA, punto de equilibrio, balance general, estado de resultados y flujo de caja. Eslava (2010, p. 309) señala que una empresa es rentable cuando genera suficiente utilidad o beneficio, es decir, cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como aceptable.

El índice de retorno sobre activos (ROA, por sus siglas en inglés) mide la rentabilidad de una empresa en relación con sus actividades. ROA da una idea de la efectividad de una compañía en el uso de sus recursos para generar utilidades. Escribano (2011) consideró al VAN como el método ideal con el que se puede medir la rentabilidad económica de un proyecto de inversión. Cabe recalcar que el método consiste en fijar una tasa de actualización o descuento (K) para determinar la actualización de los cash Flow generados. Si el valor actual de los cash-flows generados (VAN) es mayor que el desembolso inicial, esto significará que el proyecto es económicamente rentable; en cambio, cuando el valor actual de los cash-flows generados (VAN) es menor que el desembolso inicial significará que el proyecto no es rentable y que por tal, no es aconsejable llevarlo a cabo. Lo que quiere decir que, si el VAN es mayor a 0, el proyecto será

rentable. Y si el VAN es menor a 0, el proyecto no será rentable. Así mismo, la TIR también tiene un rol importante.

Roman (2012) describe en su libro Fundamentos de Administración financiera que Rendimiento de activos totales, Conocido también como retorno de la inversión ROI, mide la eficacia de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles, y se calcula dividiendo las utilidades netas entre los activos totales, obteniendo el porcentaje que ganó la empresa por cada dólar invertido en los activos. Gitman y Pulido, (1978) hacen énfasis en el sistema de análisis Dupont, que una técnica utilizada para analizar la rentabilidad de una entidad, en función de su desempeño financiero. Para calcularlo, se considera el estado de resultados y balance general para determinar la condición financiera de la entidad a evaluar. En primer lugar, relaciona el margen de la utilidad neta, el cual mide la rentabilidad de la empresa en relación a las ventas o ingresos, con la rotación de los activos totales, el cual indica la eficiencia de los activos de la empresa para generar ventas. Posteriormente se calcula multiplicando los dos indicadores financieros.

Espinoza (2010, p. 132) señaló que la TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), la cual tiene como objetivo verificar que el valor actual de los flujos de beneficio sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. De igual forma, la TMAR; cuyo significado es la tasa mínima atractiva de retorno, es una tasa de importante uso para los proyectos de inversión. Urbina, Soto y Gonzaga (2014, p. 163) indicaron que la TMAR es una tasa de descuento fijada por el inversor según el riesgo que él cree que tiene la inversión basado en la experiencia y análisis.

Gitman y Pulido, (1978) indican que el VAN y la TIR son otros indicadores financieros que permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto, pero que, a diferencia del indicador anterior, toman en cuenta el valor de la moneda en el tiempo, el valor actual net (NPV) mide el valor del valor total del flujo de efectivo esperado. La fórmula NPV es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

Donde el beneficio neto (BNA) es el valor actual del flujo de efectivo total proyectado, que se ha actualizado a través de una tasa de descuento.

Por otro lado, Emery, Finnerty y Stowe (2000) describen en su libro Fundamentals of Financial Management que la tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo de caja neto esperado es la tasa de oportunidad, el rendimiento o la rentabilidad mínima, que debería

ganar. Por lo tanto, cuando la inversión es mayor que el BNA (NPV negativo o menor que 0), es porque esta tasa no se ha alcanzado. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0), es porque se ha alcanzado esta tasa. Finalmente, cuando el BNA es más alto que la inversión, es porque se ha alcanzado esta tasa y, además, se ha generado una ganancia o ganancia adicional.

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que BNA sea igual a la inversión (VPN igual a 0). La TIR es la TD máxima que un proyecto puede tener para ser rentable, ya que una tasa más alta daría como resultado un BNA menor que la inversión (VAN menor a 0). Para encontrar la TIR, necesita: tamaño de inversión. Flujo de caja neto proyectado (Gitman, 2003).

Adicional al VAN, TIR y TMAR, también es importante mencionar que otro de los términos de vital utilidad y gran importancia para medir el rendimiento del proyecto es el rendimiento sobre activos (ROA), que según Román (2012, p.79) tiene como objetivo regular la efectividad total de la administración en la creación de utilidades con sus activos disponibles. Es importante recalcar que mientras más alto sea el rendimiento de los activos, los resultados serán más favorables. La fórmula para calcular este indicador es:

$$ROA = \frac{\text{Utilidades disponibles para los accionistas comunes}}{\text{Activos locales}}$$

Es decir, el ROA refleja cuánto gana la empresa por cada dólar de inversión en los activos. Por consiguiente, se puede aseverar que la importancia que tiene el ROA en el estudio de un proyecto es igual que a la del VAN y TIR.

En cambio, la rentabilidad financiera o más conocida como el ROE según Olalla y Martínez (2014, p. 173) relaciona el beneficio económico con el valor contable de los fondos propios, lo que quiere decir que es la rentabilidad de los fondos de los accionistas de la empresa. La fórmula es:

$$ROE = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Valor contable de los fondos propios}}$$

Es decir, el ROE permite medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas. También aparece el retorno de la inversión o ROI, que López (2013, p. 22) lo define como una tasa de retorno de alguna inversión respecto a la suma de costos y gastos generados por la misma inversión. La fórmula para calcular el ROI es cualquiera de las dos detalladas a continuación:

$$ROI = \frac{\text{Ingresos netos - Costos Netos}}{\text{Inversión}}$$

Costos Netos

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ganancia o Utilidad neta producida por la inversión}}{\text{Costos}}$$

Por

consiguiente, Emery, Finnerty & Stowe, (2000) expresan que la fórmula del ROI es muy comúnmente usadas en proyectos de inversión. Otro de los puntos importantes a comprender es el punto de equilibrio en un proyecto; El análisis del punto de equilibrio consiste en el análisis del punto de actividad (volumen de ventas) en el que los ingresos son iguales a los costos. La fórmula del punto de equilibrio es la siguiente:

$$Pe = CF / (PVU - CVU)$$

Donde:

Pe: punto de equilibrio.

CF: costos fijos.

PVU: precio de venta unitario.

CVU: costo unitario variable.

Las ventas equivalentes en punto de equilibrio no generarían ganancias o pérdidas. Las ventas por encima del punto de equilibrio generarían ganancias y las ventas por debajo del punto de equilibrio generarían pérdidas. Emery, Finnerty y Stowe (2000) también señalan que si B / C es mayor que la unidad, el proyecto es rentable, ya que significa que los beneficios superarán los costos de inversión, pero si es igual o menor que la unidad, el proyecto no es rentable porque los beneficios serán iguales o menores que los costos de inversión.

Otro punto esencial al considerar la parte financiera de un estudio de factibilidad es el WACC. De acuerdo con Lacarte (2012), este indicador se utiliza para calcular el valor de la empresa a través del valor del costo de la deuda y el costo de las acciones estos dos valores ponderados de acuerdo con la estructura financiera de la empresa. La ventaja de la WACC es establecer el valor de la inversión sin considerar las fuentes de financiamiento para establecer una tasa de retorno más alta que la de la WACC y, por lo tanto, generar valor agregado para los accionistas de la compañía. La fórmula para calcular el WACC es:

$$WACC = \frac{E}{D+E} (re) + \frac{D}{D+E} (rd)(1-t)$$

En donde:

D= valor de la deuda

E= valor del mercado del patrimonio

rd= razón de endeudamiento

re= costo de capital propio

t= tasa de impuesto

1.5.- Gestión administrativa

Gestión se define como “función empresarial básica tendiente a la utilización más eficaz posible, mediante la adecuada ejecución de un conjunto racional de reglas y procedimientos, de los recursos existentes, para alcanzar, a un nivel máximo, los objetivos perseguidos”

(Diccionario de Economía, 1980, p 269).

Pero ¿Qué es Gestión Administrativa? La Universidad Nacional Mayor de San Marcos la define de la siguiente manera: “Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (Franklin, E. B. (2007).

Dado lo anterior se puede inferir que la gestión administrativa da cuenta del logro de los objetivos de la organización utilizando los recursos disponibles de la manera más eficiente posible, basándose en el proceso administrativo. La gestión administrativa deriva su importancia en que proporciona crecimiento, estancamiento o decrecimiento de la empresa (Rincón, C. A., & Fernando, V. V. (2016).

Esta ayuda a implementar estrategias a todo nivel de la organización, brindando auge y fortalecimiento organizacional para desarrollar un mejoramiento continuo de todas las actividades la empresa. Esta debe estar acorde a la globalización y el mercado mundial, pues estos dos factores solicitan mayor competitividad y adaptación al cambio, implicando actividades proactivas enfocadas a un futuro próximo, pero basándose en datos (indicadores), lógica, y experiencia; cuantos más datos, más cálculos, mejor lógica y mayor precisión de los escenarios. (Rincón & Fernando, 2016).

Para Hurtado (2008, p. 47), la gestión administrativa a grandes rasgos es “una acción humana que depende del conocimiento de las ciencias administrativas, del arte, de las habilidades personales y del liderazgo”

Culminando con el análisis, Ramírez y Ramírez (2012) concluyen que el éxito de cualquier empresa se circunscribe a evaluar las actividades y el desempeño a fin de cumplir con los objetivos propuestos. Las políticas de control interno servirán de base para elaborar manuales de funciones, políticas y procedimientos a fin de mejorar el control interno en la empresa, mitigar los riesgos y cumplir con los objetivos estratégicos, operativos, de información y de cumplimiento propuestos.

1.6.- Gestión al cliente

En la actualidad, las compañías innovadoras no se ven a sí mismas sólo vendiendo productos, sino, en realidad, creando clientes leales. Estos son considerados fundamentalmente como una importante fuente de innovación. Por esto, la relación que existe con ellos es valorada como vital para cualquier organización (Kotler et al, 2004).

Las compañías innovadoras, hoy en día, no se ven a sí mismas vendiendo productos, sino creando y fidelizando clientes. Ellas necesitan, en efecto, que estos sean leales. Kotler (2011) menciona que hay varias etapas para fidelizar a un cliente. Sin embargo, la más importante de todas es cuando este es considerado como un miembro de la compañía. En ese momento es cuando más agrado se logra de parte del mismo hacia la organización. De ese modo, se logra una mayor probabilidad de que este hable de manera positiva acerca de ella y que se convierta en uno de sus principales promotores y defensores

Algunos autores como Kotler y Caslione, (2010) agregan que aquel que conoce mejor a sus clientes tienen, en función de lo señalado, mayores probabilidades de éxito que sus competidores. Esta actividad, además, tiene hoy el apoyo de nuevas y muy efectivas tecnologías de la información y la comunicación, lo que le permite a una organización llevar a cabo este proceso de manera más eficiente que antes.

Así, cada una de las cinco prácticas administrativas analizadas proporciona valiosos criterios que una empresa podría considerar al interior de su dinámica específica, con el fin de promover la innovación, desarrollo y crecimientos. La figura 11 resume estos aspectos. Cada uno de ellos ocupa un rol importante en la eventual promoción de una cultura y estructura orientadas a la generación de innovaciones en el contexto organizacional

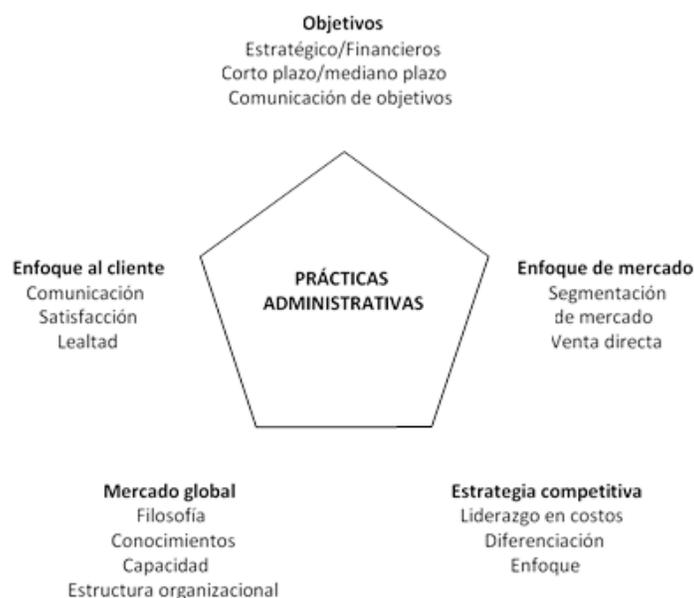


Figura 11. *Prácticas administrativas*. Tomado de Varela Loyola y Flores Ávila (2014)

1.7 Creación de centro de desarrollo infantil

Es un establecimiento donde se tiene y cuida durante algunas horas a los infantes, destinado al cuidado de los niños durante el tiempo en que sus padres, por exigencias del trabajo, no pueden atenderlos. La razón de ser de las guarderías es efectivamente cuidar de los niños mientras los padres están en el trabajo. La actividad de mayor responsabilidad de este tipo de establecimiento es precisamente la observación del niño, porque la mejor atención que se le puede ofrecer a un niño de guardería es prestarle atención para estar seguro que no se produce ninguna anomalía en su libre hacer y aún más si es un bebé (Amar, 2015).

Uno de los principales objetivos es ofrecer el adecuado cuidado similar o igual al que el niño le dan en el hogar. Así mismo una atención médica de las guarderías infantiles es indispensable y cabe recalcar que la vigilancia médica se la debe siempre responsabilizar a un médico, en el cual no solo se tendrá en cuenta el estado de salud de los niños, sino los factores que influyen en ella. Es indispensable realizar una valoración a cada niño que ingrese a la institución, ya que de este modo se podrá saber a ciencia cierta si tal niño se encuentra afectado con alguna enfermedad contagiosa. En el caso que se presenten niños con enfermedades no

contagiosas, como por ejemplo anemia, podrán ser admitidos, a condición que el personal este informado y sepa cuál es el tratamiento indicado para el infante (Amar, 2015).

Un Centro de Desarrollo Infantil es una institución educativa, de gestión pública, privada o municipal, que forma y educa a niños entre 0 y 3 años. Los responsables de supervisar a los menores son profesionales en el área de la educación temprana, parvulario, enfermería, educación preescolar o educación infantil y su labor consiste no sólo en cuidar y supervisar a los niños y proveerles de los cuidados necesarios de su edad, sino también en ayudarles a aprender de una manera eficiente mediante la estimulación de sus áreas cognitivas. Los centros infantiles o guarderías son parte de la Educación preescolar (Amar, 2015).

1.8 La guardería

La palabra guardería proviene de la palabra “guardar”, siendo un establecimiento el cual está destinado al cuidado de niños, debido a que sus padres requieren realizar actividades laborales en la mayor parte de los casos (García, 1980).

En la antigüedad, este término era utilizado para definir los sistemas de guarda rural, estos centros eran destinados en primera instancia al cuidado de niños de 4 meses a 6 años de edad, cuyas madres no pueden cuidarlos por algunas horas, debido a sus actividades laborales en distintos lugares. Las guarderías representan además un apoyo a los padres en la realización de sus labores diarias y proporcionando educación en distintas áreas según la edad del niño a cuidar, en las cuales requiere distintas necesidades y estimulación a sus capacidades (López, 2002).

Patín (2012) define a la guardería como un establecimiento educativo de administración privada o pública o concertada (organización privada gestionada de manera pública) que forma a infantes de entre 0 y 3 años. Estos lugares son supervisados por profesionales especializados en educación temprana, preescolar o infantil que aportan mediante la realización de actividades lúdicas la estimulación de sus áreas cognitivas. Las guarderías son una opción voluntaria para padres que debido mayormente a actividades laborales no pueden cuidar por algunas horas a sus hijos.

También se define a la guardería como el establecimiento que “guarda” a los niños sin hacer uso de una metodología específica educativa hacia un desarrollo social, emocional o intelectual; es así que muchas veces la guardería es utilizada de manera equivocada y generalizada, otorgando este término a todos los establecimientos en los que se cuidan niños por cierto tiempo (Nova escoleta, 2013).

Finalmente, Ramírez (2013) considera que las guarderías son un recurso básico para el cuidado de los niños, solucionan un problema social si funcionan de manera óptima; aseguran el bienestar a los niños, brindando una nutrición apropiada y estimulación correcta para la edad de los niños. De esta forma, contribuyen a la socialización y al ingreso a las primeras etapas de aprendizaje.

Los establecimientos deben contar con lo detallado a continuación:

- (a) Alojamiento temporal.
- (b) Alimentación.
- (c) Fomento y cuidado de la salud.
- (d) Vigilancia del desarrollo educativo.
- (e) Atención a menores con discapacidad.
- (f) Actividades educativas y recreativas.
- (g) Atención médica y psicológica.

Además, es recomendable que la empresa cuente con profesionales que puedan ocupar las siguientes funciones:

- (a) Educadora.
- (b) Enfermera.
- (c) Asistente educativa o equivalente.
- (d) Puericulturista.
- (e) Trabajador social.
- (f) Dietista o equivalente. (Ramírez, 2013)

1.8.1.- Concepto de guardería

Una guardería o, en otras palabras, escuela infantil es una empresa que brinda un servicio educativo. Esta puede ser de gestión pública y privada cuyos recursos los provee inversionistas, o concertada, es decir privada de gestión pública, que recibe, atiende y forma a niños que van desde 0 a 3 años.

Los individuos encomendados de supervisar a los infantes por lo usual son profesionales en el área de la educación preescolar, educación infantil o educación temprana y su trabajo radica no sólo en supervisar a los niños y proveerles de los cuidados necesarios propios de su edad, sino también en motivarlos a aprender de una manera lúdica mediante el impulso de sus áreas cognitivas.

Los centros infantiles son considerados parte de la educación preescolar pero no se enlistan dentro de la educación obligatoria por ende es voluntaria, por lo que muchos padres deciden no enviar a sus hijos a la guardería. Es usual ver en guarderías a niños cuyos padres están ocupados o tienen trabajo, es decir que no tienen personas que se queden en casa al cuidado de los menores. (Clarke-Stewart, A. 1984).

1.8.2.- Esquema de cuidado infantil



Figura 12. *Esquema de cuidado infantil*

Un centro de cuidado infantil es un establecimiento educativo público o privado que provee a niños de diferentes edades con cuidados y atenciones propias para su edad. Las profesionales encargadas de la supervisión y cuidado de los menores son generalmente parvularios; entrenadas para alentar a niños a aprender mientras juegan y estimularlos en las áreas cognitiva, física, social y emocional.

Según UNICEF (2011), el cuidado de los niños debe guiarse bajo la igualdad de género, los derechos de la niñez y la inclusión social de círculo familiar, además de las características mencionadas en el párrafo anterior. A nivel mundial, existen considerables vacíos por parte de los centros de cuidado infantil, cuya negligencia dificulta el ingreso de las mujeres – madres al mercado laboral. Por otra parte, según este organismo, la falta de apoyo por parte de las empresas privadas y públicas, en lo que se refiere a licencias maternas de trabajo, agrava la situación del cuidado.

Así mismo, Batthyány (2015 p.11) definió al cuidado como una dimensión importante a considerar el cuidado como derecho, dimensión aún poco explorada a nivel de la investigación y

la producción de conocimientos en la mayoría de los países. El debate sobre cómo integrar la complejidad de la atención en una lógica de derechos está vinculado a la igualdad de oportunidades, tratamientos y trayectorias en el contexto de una ampliación de los derechos de las personas que conduce a un nuevo concepto de ciudadanía.

Por otro lado, Batthyány (2015, p.11) afirmó que el derecho a la asistencia debe ser considerado como un derecho universal de todos los ciudadanos, debido a la doble situación de aquellos que necesitan cuidado y apoyo. A quien le importa es el derecho de dar y recibir cuidado. Con respecto al cuidado y atención del niño, Araujo (2015) expresa que el desarrollo infantil integral implica la sinergia de un conjunto de acciones que colocan en el centro al niño y a su familia y que garantizan la atención de sus necesidades en el momento oportuno. Esto incluye la atención en ámbitos de salud, nutrición, estimulación temprana, educación y cuidado. Supone brindar servicios de manera directa a los menores y, además, trabajar con sus familias y su comunidad. Esta sinergia presenta dos desafíos igualmente complejos: la necesidad de coordinación intersectorial y de que el conjunto de intervenciones dirigidas a la primera infancia ocurra en forma oportuna, desde la concepción y durante los primeros 1000 días de vida de los niños.

1.9.- La familia

Por otra parte, Vizcaíno y Peña (2016 p.48), expresaron que la familia nuclear no es una acción nueva; aquella familia constituida por el padre, la madre y los hijos ha sido la promotora de muchos planteamientos a lo largo de la historia, entre ellos, el que esta sea la única forma de concepción familiar funcional posible, tal y como se encuentra en algunos imaginarios sociales, posturas teóricas y legales. En este sentido, la familia es quien ha sido abordada por innumerables estudios que buscan un significado de sus atributos y funciones.

Según Pérez (2008) detalla que una familia es un grupo de personas, por lo general de la misma sangre (pero no necesariamente), que realmente aman, confían, se preocupan y se cuidan mutuamente. No se debe confundir con parientes que comparten el mismo hogar que odian entre sí.

De acuerdo a Fishman (1995), la familia actúa como una socialización primaria de los niños mediante la cual el niño primero aprende los valores básicos y las normas de la cultura en la que crecerá. Un niño necesita ser cuidadosamente nutrido, apreciado y moldeado en individuos responsables con buenos valores y una ética fuerte. Por lo tanto, es importante

proporcionarles la mejor guardería para que crezcan y se conviertan en individuos física, mental y emocionalmente fuertes.

Es indiscutible lo que señala Batthyány (2004), El tiempo que los niños han estado en una estructura familiar particular es un factor importante cuando se comparan niños de familias intactas y no intactas. Los estudios que comparan familias establecidas desde hace mucho tiempo con familias inmediatamente después de una transición tienden a encontrar resultados familiares más pobres para los niños de las "nuevas" familias. Aunque los problemas y dificultades asociados con la separación parental pueden disminuir con el tiempo, y la angustia a corto plazo, que es común en el momento de la separación, tiende a desvanecerse con el tiempo, existe evidencia de que algunos efectos son persistentes y los adultos que habían experimentado la separación de los padres en la infancia tenían una mayor probabilidad de problemas que incluían salud mental y bienestar, consumo de alcohol, menor nivel educativo y problemas con las relaciones.

En el ámbito intrahogar, las mujeres cuidan a las personas enfermas, ancianas, sobre ocupadas en el mercado laboral principalmente varones y a la niñez y lo hacen sin remuneración o reconocimiento social. A su vez, estas responsabilidades impiden su desempeño en el mercado laboral y el ejercicio de otros derechos. De manera similar, dentro de los hogares, las trabajadoras domésticas brindan sus servicios de cuidado a todos los miembros de la familia y lo hacen bajo condiciones de trabajo y salario más bajo que el resto del trabajo. En el espacio extra hospitalario, la oferta de asistencia proviene del mercado, de la sociedad civil y del estado.

Las familias y el trabajo a menudo se han ilustrado como entidades separadas, con mujeres vinculadas al hogar y hombres al lugar de trabajo. Esta separación desafortunadamente emana de la sociología de la familia que se lleva a cabo como un dominio separado de la sociología del trabajo y las ocupaciones. Sin embargo, esta suposición no es buena en vista de la mayor participación de las mujeres casadas en el lugar de trabajo (Valdivia, 2011).

Los servicios de cuidado infantil para niños menores de cuatro años han ampliado significativamente la cobertura en América Latina y el Caribe. Esta expansión se centró en facilitar el acceso de las mujeres al mercado laboral.

La mayoría de los programas públicos que brindan servicios de cuidado infantil en América Latina se crearon en respuesta a la creciente participación de las mujeres en el mercado laboral. En ese marco, se pensó que estos servicios podrían facilitar el empleo de las madres,

sobre todo de aquellas pertenecientes a estratos socioeconómicos bajos con hijos pequeños. La región ha visto cambios importantes en la participación laboral de las mujeres en los últimos 10 años (Araujo, 2015).

Tabla 1.
Participación laboral de las mujeres en América Latina
(Mujeres de 15-64 años de edad)

País	Año más reciente	Participación laboral femenina		Aportación de la mujer al ingreso del hogar		Hogares con jefe de hogar mujer	
		%	%-10 años antes	20% más pobre	20% más rico	20% más pobre	20% más rico
Argentina	2010	55.1	52.6				
Brasil	2009	62.1	56.0	36.7	43.2	42.2	34.9
Chile	2009	50.8	45.3	38.4	38.2	38.7	24.9
Colombia	2010	64.7	61.8	54.1	49.4	45.9	30.4
Costa Rica	2010	53.7	46.7	48.7	48.9	42.7	38.4
Ecuador	2010	52.9	57.1	34.3	40.3	35.4	24.5
El Salvador	2010	56.2	54.3	57.6	47.7	48.4	30.5
Guatemala	2010	51.5	57.2	36.5	38.4	27.7	22.5
Honduras	2009	50.6	54.5	57.1	46.4	31.4	35.0
México	2008	49.9	42.9	30.8	41.6	28.9	26.5
Nicaragua	2010	47.3	50.0	53.8	44.8	39.7	39.8
Panamá	2008	52.4	50.4	38.0	43.7	42.1	32.2
Paraguay	2008	59.6	58.4	41.2	42.6	38.1	28.9
Perú	2009	68.2	61.0	49.4	39.9	37.2	23.6
República Dominicana	2008	55.3	47.1	33.8	38.7	44.5	29.9
Uruguay	2009	65.5	60.3				

Fuente: Tomado de Araujo (2015).

La tabla 1 describe el porcentaje de mujeres que participan en la fuerza laboral en cada país, independientemente del tipo de empleo, es decir, incluyendo también a las trabajadoras independientes y a aquellas del sector informal. En las áreas urbanas, esta participación ha aumentado en la última década en todos los países de la región, con la excepción de tres: Ecuador, Guatemala y Honduras. Con el aumento de la participación de las mujeres en el trabajo, ha aumentado la demanda de servicios de atención para los hijos de las trabajadoras. Para los costos de escala y transporte, estos servicios son más comunes en las áreas urbanas y marginales de América Latina.

Para satisfacer la creciente demanda de servicios de cuidado infantil, varios países han invertido en ampliar su cobertura a través de acuerdos institucionales o comunitarios. La modalidad institucional consiste en aquellos servicios de cuidado que funcionan con mayor presencia de personal profesional, el cual cuenta con una relación laboral formal con el programa o el proveedor. Los centros de modalidad institucional operan en locales anexos a escuelas o en un centro específicamente destinado al servicio de cuidado. Por otro lado, el modo comunitario

se caracteriza por el trabajo en la familia (adaptado o no para el servicio) y al trabajar con el personal voluntario o al recibir una tarifa simbólica por su trabajo, y que no tiene ninguna relación con el programa. Muchos de estos programas se han enfocado en lograr una cobertura significativa y han prestado menos atención a la necesidad de garantizar que brinden servicios de calidad que promuevan el desarrollo integral de los niños (Araujo, 2015).

Asimismo, el país, en su compromiso y respeto por los acuerdos con los derechos de los niños y adolescentes y la ratificación de la Convención sobre los Derechos del Niño, está implementando una serie de leyes para cumplir con este requisito. esencial. Por lo tanto, las más importantes y relevantes son la nueva Constitución de 2008, el Código de la Infancia y la Adolescencia de 2003, el Plan Nacional de Bienestar 2013 - 2017 y el 13 de octubre de 2012 el Presidente Constitucional de la República Ecuatorial Eco. Rafael Correa Delgado afirma que el desarrollo general del niño es una política de estado (Mies, 2013).

1.10.- Definiciones de temáticas vinculados a la creación y mantenimiento de guardería

Son instituciones dedicadas al cuidado, educación de los niños que por temas laborables sus padres no le pueden dar el cuidado respectivo en el hogar durante una parte considerable del día. Estos están pensados como una base para el desarrollo del niño como un todo, con énfasis en sus diferentes habilidades y necesidades (Arnal, 2002). Mariano Arnal dice que las guarderías son lugares donde se colocan los niños, una actividad centrada en observarlos. Porque realmente la mejor atención que se le puede dar a un niño que se encuentra en los recintos de estos niños es observarlo para asegurarse de que no haya irregularidades en su libertad para hacerlo.

De igual forma Stewart (1984), argumentó sobre los diferentes tipos de guarderías, Hay dos tipos bastante diferentes de métodos de enseñanza que ofrecen las guarderías. Montessori: Este enfoque les permite a los niños explorar el mundo por sí mismos y a su propio ritmo. Aprenden a través de la interacción con elementos y equipos especialmente elegidos y colocados. El niño selecciona con qué quiere jugar y usa sus sentidos para comenzar a comprender los elementos que descubre. Cada pequeño se ve como un individuo, y aprender a su propio ritmo es la clave. Steiner: El niño dirige el proceso de aprendizaje, lo que le permite conocer el mundo a través de los sentimientos activos, tocar, explorar e imitar. Se le anima a dominar las habilidades físicas antes que las intelectuales abstractas, como la lectura y la escritura, que generalmente no se presentan hasta que el niño tiene más de 6 años.

1.10.1.- Fines y objetivos

Un centro de día tiene como objetivo proporcionar la base para el desarrollo integral del niño, con un mayor control sobre las habilidades y necesidades. Además, contribuye a la formación de tu personalidad en función de la cultura de tu empresa.

Para esto, es necesario enseñarle al niño a estar en armonía con sus compañeros. Un centro de día tiene como objetivo lo que se llama "retiro psicológico", es decir, el desapego del vínculo de la unidad familiar. Este momento representa el primer paso hacia la progresiva afinación del 'yo' y de la integración en un medio social más amplio (Amar, 2015).

1.10.2.- funciones de las guarderías

Se puede considerar que estos lugares cumplen: (a) las funciones sociales, (b) funciones psicológicas y (c) funciones de relación con el hogar.

La función social completa la acción del hogar en lo relativo a la adquisición de hábitos y actitudes, así se ofrece al infante la posibilidad de experiencias que le permiten expandir su lenguaje y presentarse al núcleo social más amplio, poniéndolo en contacto con un entorno físico que satisfaga sus necesidades de juego y recreación.

Se puede decir que una guardería contribuye a la atención médica del niño tanto física como mentalmente. De esta manera, el espíritu de sociabilidad y cooperación se desarrolla compartiendo juegos y juguetes con otros niños de la misma edad.

Los niños se ponen en contacto con un entorno físico que satisface sus necesidades de juego, lo cual es muy importante porque las casas de hoy en día tienen pequeños espacios donde les resulta difícil jugar y hay muchos peligros en las calles.

Con respecto a la función psicológica, las guarderías desempeñan el papel de orientación, estimulación y dirección del proceso educativo en esta primera fase; con objetivos específicos, actividades, técnicas y recursos apropiados para la edad de los niños (Amar, 2015). Al mismo tiempo, es necesario proporcionar los elementos necesarios y crear actitudes en el niño que favorezcan su adaptación a los niveles escolares posteriores.

Esta función se basa en la consideración del niño como individuo que necesita ayuda para su desarrollo de manera integral, preparándolo para enfrentar las condiciones ambientales de la vida moderna. Para que las condiciones sean propias es necesaria la relación de tipo afectivo

entre los pequeños y la educadora, de esta forma se podrá conseguir un mejor desarrollo psicológico.

Las guarderías, finalmente, cumplen indirectamente una función dentro del hogar, en el sentido de proveer a los padres normas y elementos que puedan servirles para la mejor orientación dentro del núcleo familiar.

1.10.3.- Programas de guarderías

Las guarderías deben proveer la oportunidad de desarrollar la expresión oral, la comunicación a través del dibujo, la música, el ritmo, los sentidos y la diferenciación de colores, tamaños y formas para alcanzar una correcta percepción del mundo (Amar, 2015).

A fin de educar al grupo familiar y lograr mayor responsabilidad por parte de los padres es necesario inculcar en ellos hábitos de salud, alimentación, higiene, impartir charlas educativas familiares y enseñar a atender emergencias médicas de los menores

El plan de trabajo que ejecutan los centros de Desarrollo infantil comprende los programas siguientes:

(a) Educación: Este programa cuyo objetivo es “estimular el desarrollo del niño y la niña en las áreas sensorio motrices, lenguaje, afectiva y cognoscitiva” este programa guarda estrecha relación con la educación formal que funciona bajo la responsabilidad de Ministerio de Educación.

(b) Salud: Este programa proporciona a niños y niñas la prevención preventiva en salud, vacunación, y control de niños y niñas sanos, y tratamientos odontológicos. Se lleva un control mensual con el propósito evitar la desnutrición infantil (Amar & Martínez, 2011).

(c) Psicopedagogía: El objetivo de este programa es permitir a los niños y niñas la optimización del proceso enseñanzas y aprendizaje, su crecimiento, la formación de la personalidad y el desarrollo cognoscitivo a través de actividades psicopedagógicas en un ambiente favorable (Amar & Martínez, 2011).

(d) Trabajo social: La trabajadora social desempeña un rol oportuno en los Centros de Desarrollo Infantil, cuando los niños y las niñas presentan problemas de carácter familiar que los afecten en su desarrollo social. Por lo tanto, pensar en el desarrollo del niño implica estudiar la relación entre el significado del desarrollo humano y la forma en que se implementan los procesos que lo determinan. Cada proceso de desarrollo tiene sus raíces en una cultura cuyos símbolos, valores y experiencias definirán su significado. Así, el concepto de desarrollo infantil

se entiende como una propuesta abierta, inacabada, en un continuo movimiento hacia su propia realización. Se refiere a unas cualidades que están siempre en construcción. Por esto, sin negar la realidad biológica, el desarrollo infantil es un concepto social e históricamente determinado (Amar & Martínez, 2011).

(e) Recreativo cultural: Este programa es sumamente importante porque contribuye al desarrollo de la motricidad gruesa y del esquema corporal de los niños y las niñas. Por otra parte, fortalece la socialización y promueve el desarrollo cultural a través del canto, baile, música, fiesta y teatro infantil; el objetivo es fomentar el desarrollo motriz, social, cultural y la internalización de normas de convivencia social, así como el esparcimiento de los niños y las niñas.

(f) Escuela para padres y madres: Este programa mantiene siempre la relación de los padres y las madres de familia fortaleciendo y regulando con la celebración de las secciones educativas que se involucren gran responsabilidad, en el desarrollo y aprendizaje de sus hijos e hijas.

1.11.- Cuidado infantil

Establecer relaciones positivas con los niños pequeños es una tarea esencial y un componente fundamental de una buena enseñanza. Todos los niños crecen y prosperan en el contexto de relaciones cercanas y confiables que proporcionan amor y cuidado, seguridad e interacciones receptivas. Una relación positiva entre adultos y niños basada en la confianza, la comprensión y el cuidado fomentará la cooperación y la motivación de los niños y aumentará sus resultados positivos en la escuela (González, Domínguez y Baizán, 2010). Aguirre (2005) en una revisión de los factores de riesgo y protección derivados empíricamente asociados con problemas académicos y de comportamiento al comienzo de la escuela. Bethany, (2012) identificó que tener una experiencia preescolar positiva y una relación cálida y abierta con su maestro o proveedor de cuidado infantil son factores de protección importantes para los niños pequeños. Estos factores de protección operan para producir efectos directos y de mejora para los niños en situaciones de riesgo (Giménez, 2003). A continuación, describimos algunos de los ingredientes clave para la construcción de relaciones.

Para que los adultos construyan relaciones positivas significativas con los niños, es esencial obtener un conocimiento profundo de las preferencias, los intereses, los antecedentes y la cultura de los niños (Moreno, 1989). Para los niños muy pequeños y los niños con necesidades

especiales, a esta información se accede con más frecuencia al observar lo que hacen los niños y al hablar directamente con los padres y otros cuidadores. Con esta información, los adultos pueden garantizar que su juego con niños sea divertido, que el contenido de sus conversaciones sea relevante y que aquellos a quienes comunican respeten los orígenes de los niños (Miranda, 2012). Siempre que sea posible, este tipo de intercambio de información debe ser lo más recíproco posible. Es decir, los adultos también deberían compartir sus propios intereses, gustos, antecedentes y orígenes con los niños. A continuación, se mencionan estrategias prácticas para construir relaciones positivas

- Distribuir encuestas de interés que los padres llenan sobre su hijo
- Saluda a cada niño en la puerta por su nombre
- Seguir el liderazgo de un niño durante el juego
- Tener una conversación sobre un refrigerio
- Llevar a cabo visitas domiciliarias
- Escuchar las ideas e historias de un niño y ser un público agradecido
- Enviar notas positivas a casa
- Proporcionar elogios y aliento
- Compartir información sobre usted y encuentre algo en común con el niño
- Pedir a los niños que traigan fotos familiares y denles la oportunidad de compartirlas con usted y sus compañeros
- Publicar el trabajo de los niños
- Tener una "Estrella" de la semana que trae cosas especiales de la casa y las comparte durante la hora del círculo
- Reconocer el esfuerzo de un niño
- Dar cumplidos generosamente
- Llamar a los padres de un niño para decirles que es un gran día que ella o él tienen frente al niño
- Averiguar cuál es el libro favorito de un niño y léalo a toda la clase

El concepto de cuidado infantil ha ido evolucionando con el paso del tiempo, ya que los que fueron elaborados primeramente fueron utilizados por la enfermería. J. Watson (1988) considera que el cuidado infantil está expresado en la teoría del cuidado humano. En palabras del

autor la cura es cultivar la razón moral de uno, no es un procedimiento o una acción: el cuidado es un proceso intersubjetivo e interconectado de sentimientos compartidos entre la enfermera y el paciente.

El cuidado debe tener una visión profunda, más que sólo ser una simple técnica. Este debe planificar la atención y ser parte de la educación diaria que el niño recibe, además de mantenerse ligado a sus emociones y sentimientos (Moreno, 2012).

Existe una relación del cuidado con la satisfacción de las necesidades del niño, siendo las necesidades todo aquello que se vincule con su parte psicológica y fisiológica. Las primeras son aquellas que tienen que ver con la seguridad y pertenencia, mientras que las segundas son las más importantes, ya que tienen que ver con la supervivencia del ser humano.

Batthyány, K. (2004), indica que el cuidado es la provisión diaria de atención psíquica, emocional, social y física a las personas; los cuidados pueden adquirir las siguientes características:

- (a) De manera profesional o fundamentada en obligaciones morales.
- (b) Sobre un acuerdo o de manera voluntaria.
- (c) Cuando es un trabajo remunerado o no remunerado.

Un punto muy importante para el cuidado infantil lo aporta la UNICEF (2008), presentando un modelo transaccional que consta con todos los aspectos que intervienen y pueden modificar la conducta del niño.

En el modelo a continuación se aprecia los distintos caminos en los que la relación afectiva entre el niño y el que lo cuida se relacionan, definiendo su crecimiento, ingesta alimentaria, estado de salud, el desarrollo psicosocial y el desarrollo cognitivo.

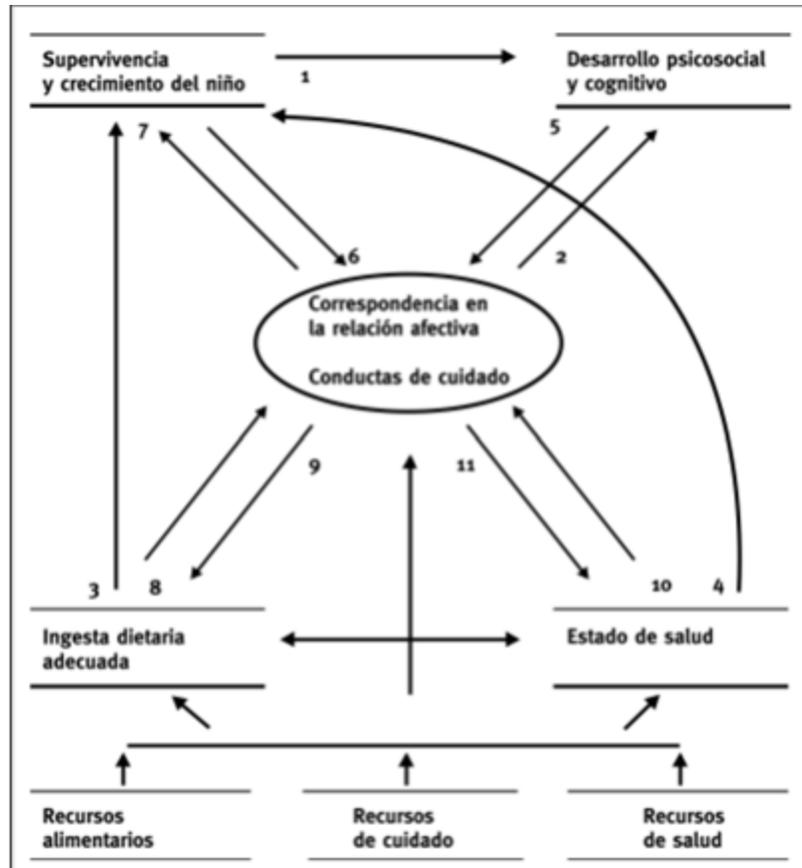


Figura 13. *Modelo de la relación afectiva y conductas de cuidado del menor*

1.12.- Higiene infantil

De acuerdo a lo descrito con anterioridad, es de vital relevancia que la familia es la primera escuela de los niños, no obstante, los niños que ya asisten a escuelas o maternales tienen relaciones interiorizadas con los profesores o cuidadores de ellos, por eso es importante tener condiciones para la buena salud de los infantes tales como:

- (a) Una alimentación correcta
- (b) Una relación afectiva satisfactoria
- (c) Respetando las horas de descanso
- (d) Infraestructura limpia, con decoración y artículos adecuados.
- (e) Facilitando la socialización entre los niños
- (f) Impulsando hábitos de higiene dentro del entorno infantil.
- (g) 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 infantes. En la educación infantil se debe tener un particular cuidado con el aprendizaje 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, desnutrición y demás aspectos cognitivos relacionados a la salud (López, 2009).

De acuerdo a lo descrito anteriormente, Araujo & López-Boo (2015), describen que las condiciones de higiene y salubridad y el protocolo con el que se manejan temas relacionados con la salud son elementos críticos de la calidad de los servicios de cuidado para bebés y niños pequeños. Durante los primeros años de vida, los sistemas inmunológicos de los niños se están fortaleciendo. La asistencia a un ambiente de cuidado grupal trae consigo el riesgo de exponerlos a mayores posibilidades de contagio de enfermedades virales e infecciosas. Todos los esfuerzos que los centros realizan en la alimentación y la vigilancia de la buena nutrición de los niños tendrán resultado en la medida en que se pueda minimizar la frecuencia de enfermedad de quienes asisten a estos centros.

De igual manera, la evidencia médica más reciente documenta que los niños son particularmente vulnerables a ciertos tipos de contaminación durante la primera infancia, por ejemplo, la presencia de plomo o de asbesto. De ahí que es fundamental garantizar condiciones óptimas de seguridad que permitan minimizar el contacto con productos tóxicos.

Aunque varios de los servicios de cuidado en la región definen los estándares mínimos que sus proveedores deben cumplir con respecto a los temas de seguridad y salubridad, en la práctica, en la mayoría de los países, existe una institucionalidad muy débil para hacer cumplir tales estándares. Este estudio identificó que existen muy pocos datos sistematizados que permitan, incluso a los propios programas, conocer el tamaño de la brecha existente en el cumplimiento de dichos estándares.

1.13.- Psicología infantil

La psicología implica estudiar el funcionamiento mental y las conductas generales de humanos y animales. El comportamiento social y el funcionamiento mental de un individuo se explican explorando los procesos neurológicos y fisiológicos. Estos incluyen emociones, cognición, percepción, motivación, atención, funcionamiento cerebral y personalidad. La

psicología infantil también se define como la aplicación de técnicas psicológicas a los niños, donde implica realizar investigaciones sobre los estados mentales y el desarrollo de los niños.

El desarrollo del niño física, mental y emocionalmente, con la ayuda de un padre, permite la identificación de información útil para cualquier desafío en evolución en el comportamiento del niño y cualquier discapacidad y desorden del desarrollo. La psicología infantil involucra tanto la psicología del desarrollo como la psicología genética. Aquí es donde los niños experimentan y responden al círculo de la paternidad y la crianza de los hijos (Barudy, 2012).

La psicología del desarrollo es el estudio sistemático de los cambios psicológicos que explican todos los aspectos del desarrollo social y mental de los niños desde la infancia hasta los adolescentes. La psicología del desarrollo es un proceso continuo y complejo que progresa a través de etapas que comienzan en el nacimiento y continúan hasta la muerte. El desarrollo de un niño depende principalmente de la atención prenatal, física, intelectual, social y la mejora del lenguaje. El crecimiento mental progresa con el aumento del conocimiento con el que nacen los niños. Los psicólogos como Jean Piaget han desarrollado un procedimiento en el que se produce el desarrollo. Piaget sugiere que los padres sean responsables de ayudar al niño a aprender y proporcionar los materiales apropiados para la interacción y la construcción del conocimiento y la experiencia. También le preocupa el proceso en el cual los niños adquieren, desarrollan y usan las habilidades mentales que involucran la madurez de la memoria, el habla y el lenguaje y la capacidad para resolver problemas.

Los niveles exitosos y las etapas de desarrollo se asocian principalmente con el aumento de la eficiencia y la capacidad de la memoria. Estos explican la progresión a estadios más altos y diferencias individuales que aumentan según la misma edad y el rendimiento cognitivo. La investigación indica que el rendimiento de los niños a una edad determinada es variable desde el dominio hasta la comprensión de los conceptos sociales, matemáticos y espaciales de que es imposible ubicar al niño en una sola etapa. Este nivel implica procesos que definen el volumen y el tipo de información que el niño individual puede procesar. Por ejemplo, los reflejos surgen antes del nacimiento y todavía están presentes en los recién nacidos. A veces, el desarrollo prenatal y las complicaciones del parto también pueden estar relacionados con trastornos del desarrollo neuronal.

Los niños pequeños reaccionan a diversas motivaciones de diversas maneras. Por ejemplo, la vista de los bebés borrosa en etapas tempranas mejora con el tiempo. La habituación

se aplica al descubrimiento de los sistemas perceptivos que indica que los niños avanzaron en el desarrollo anterior en comparación con la adquisición de la idea de la permanencia de los objetos. La visión, la audición, el olfato y el gusto, el lenguaje, el tacto y el dolor son las primeras mejoras perceptivas sensorias motoras infantiles en el crecimiento mental de los bebés. El desarrollo motor, necesario para que el niño cree relaciones entre la visión, el tacto y los aspectos físicos de los objetos, influye en la manera en que el niño entiende y percibe el mundo (Barudy, 2012).

Los niños alcanzan la permanencia del objeto cuando han mejorado en sus habilidades para tocar y sostener objetos. En este caso, los niños tienen la capacidad de comprender la solidez, la permanencia y la existencia continua de los objetos, incluso cuando no los ven. Las etapas sensitivo motoras en edades tempranas se desarrollan como resultado del movimiento causado por los reflejos primitivos. Se ha encontrado que los bebés más pequeños han desarrollado una serie de pruebas que sugieren más acerca de los objetos que su primer pensamiento. La inteligencia se demuestra mediante el uso de símbolos, la madurez del uso del lenguaje y el desarrollo de la memoria y la imaginación, donde el pensamiento se realiza de manera no lógica e irreversible.

Cuando los niños asisten al preescolar, amplían sus esferas de socialización y se involucran con quienes los rodean. En caso de que un niño desarrolle baja autoestima, esto afecta negativamente su capacidad para decidir por sí mismo; Por lo tanto, él o ella dependen de otros niños para tomar decisiones. A medida que los niños crecen, se dan cuenta de la satisfacción lograda a través de la motivación mental y se vuelven imaginativos a medida que apuntan al éxito. Sin embargo, una vez que no aprenden acerca de la satisfacción mental, pierden la confianza en sí mismos y comienzan a sentirse incapaces de lograr algo significativo en la vida (Barudy, 2012).

En cuanto los rasgos básicos del desarrollo infantil, la bibliografía existente mide estos rasgos a partir del desarrollo físico, mental, social y comunicación. Sin ánimo de ingresar en un detalle extenuante, se pueden identificar los siguientes indicadores básicos a lo largo de los primeros cuatro años de vida (Niemann & Jacob, 2012), Es este último grupo de edad el que nos interesa principalmente para el presente estudio de factibilidad.

Los Primeros 24 Meses

2 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Mira el rostro de la madre o del observador • Sigue un objeto en la línea media • Reacciona al sonido • Eleva la cabeza 	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Intenta alcanzar un juguete • Lleva objetos a la boca • Gira la cabeza hacia el sonido
4 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Responde al examinador • Agarra objetos • Emite sonidos • Sostiene la cabeza 	9 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Juega a taparse y descubrirse • Pasa objetos entre una mano y otra • Duplica sílabas • Se sienta sin apoyo
12 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Imita gestos • Toma objetos haciendo pinza con su pulgar e índice • Emite sonidos (jerga) • Camina con apoyo 	18 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica los objetos • Garabatea espontáneamente • Dice tres palabras • Camina para atrás
15 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta gestos a pedido • Coloca cubos en un recipiente • Dice una palabra • Camina sin apoyo 	24 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Se quita la ropa • Construye una torre de tres cubos • Señala dos figuras • Patea una pelota
De 2 a 4 años	<ul style="list-style-type: none"> • Construye frases completas, cumple órdenes complejas, sabe su nombre, repite números de tres dígitos. • Cuenta historias mezclando fantasías, tiende a decir mentiras, tiene miedo a 		

	<p>la oscuridad, sostiene conversaciones largas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construye torres de más de cinco cubos, copia el círculo, la cruz, dibujos, utiliza diversos colores, rompe papel, sigue pautas en línea recta o curva engoma y pega figuras. • Salta en un pie, sube escaleras sin apoyo, rueda su cuerpo en el piso, anda de puntitas. • Come solo, pela frutas.
--	---

Figura 14. Primeros 24 meses de un niño. Tomado de Niemann y Jacob (2012)

1.14.- Ventajas y desventajas del uso de centros de cuidado infantil

Así mismo para determinar los beneficios y contras que trae consigo el tener a los niños en centros de cuidados infantiles, es necesario revisar muy específicamente 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 Instituto Nacional de Salud Infantil, Cathryn BoothLaForce 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 (Amar & Martínez, 2011).

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 (Amar & Martínez, 2011).

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Menor costo: El costo de una guardería es menor al que supondría destinar por una asistente doméstica que realice la actividad en el hogar y sin los conocimientos profesionales que si hay en estos lugares.</p>	<p>Enfermedades frecuentes: Debido a la interacción con muchos niños se hacen presentes enfermedades como infecciones de oído, resfriados o infecciones de la piel.</p>
<p>Seguridad y tranquilidad: Saber que los niños están al cuidado de un profesional, el cual evitará en todo momento que se presenten accidentes, ya que es muy común que sucedan en los niños.</p>	<p>Toma de decisiones: Muchas veces las guarderías toman decisiones en beneficio de los niños, pero los padres en algunas ocasiones no quieren que su hijo haga o deje de hacer determinada actividad.</p>
<p>Conseguir anticuerpos: De presentarse enfermedades en los niños, estos se benefician de la adquisición de anticuerpos, los mismos que le beneficiarán al momento de iniciar su vida escolar.</p>	<p>Horarios fijos: Las guarderías solo sirven para actividades en horarios diurnos, por lo que es una solución parcial y que no cumple todos los momentos que los padres requieran.</p>

Figura 15. Ventajas y desventajas de las guarderías. Tomado de Thompson (2013)

En estudios de investigación realizada por el Instituto Nacional de Salud Infantil y Desarrollo Humano, los resultados 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, se hace notorio que 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.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1.- Antecedentes

Desde hace décadas se viene fomentando altos niveles de competitividad, lo que conlleva a los individuos a formarse profesionalmente para poder optar por mejores fuentes de trabajos. Es por ello que las mujeres que tienen hijos deben iniciar su desarrollo académico, para tener posibilidades de acceder al mercado laboral. No obstante, esto implica dejar a sus hijos bajo el cuidado de personas, a quienes se les confía el cuidado y la educación, mientras ellas trabajan. El camino a esos cuidados, a menudo es considerado como un problema que se origina fundamentalmente en los países industrializados y que se incrementa a medida que las estructuras familiares se transforman y más mujeres se incorporan al mercado laboral, ya sea por necesidad o por voluntad propia.

En el Ecuador, las familias se caracterizan porque la mayoría de sus integrantes se encuentran insertos en el mercado laboral tanto formal como informal. Por tal motivo, no todas las familias encuentran el apoyo de sus parientes más cercanos para que cuiden de sus hijos/as y están obligados a buscar sitios especializados que se encarguen del cuidado de estos pequeños.

2.1.1.- Antecedentes históricos

Según expresa Scott (1993), que la aparición de las guarderías tuvo lugar en Europa en el inicio del siglo XIX como respuesta al incremento del trabajo de las mujeres en la industria. La ausencia de muchas madres de sus viviendas dificultaba la atención de los bebés, lo que provocó que unas enormes variedades de instituciones caritativas ellos se encargarían de las madres trabajaban.

En muy poco tiempo, los viveros han aparecido en muchas partes de Francia y otros países europeos. Muchos de ellos han sido subsidiados total o parcialmente por gobiernos locales y estatales; Además, se instalaron viveros en las plantas, lo que permitió a las mujeres utilizar períodos cortos de trabajo para cuidar a sus hijos (peques gigantes, 2011).

Para rastrear la historia de las guarderías en los Estados Unidos, debe seguir dos caminos: guarderías y escuelas diurnas. Los primeros jardines de infancia se crearon en respuesta a la ola de inmigración introducida por EE. Más de 5 millones de familias extranjeras entre 1815 y 1860 y la industrialización y urbanización que empujaron a las mujeres durante este período dejaron sus hogares para trabajar en las fábricas. A principios de la década de 1890, algunas guarderías

comenzaron a ofrecer un modesto programa de educación mediante la contratación de maestros de guardería para enseñar a los niños varias horas al día. (Steinfels, 1973).

Haciendo un recorrido por la historia, en Ecuador la primera guardería fue creada el 29 de septiembre de 1960, mediante Decreto Ejecutivo No. 175, el entonces presidente de la República, Dr. José María Velasco Ibarra, aprobó el primer Estatuto de la Fundación del Patronato Nacional del Niño en el Ecuador y el 13 de junio de 1980 se aprobó el nuevo Estatuto con el cambio de denominación, llamándose desde esa fecha Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) que promueve el desarrollo infantil en salud, educación, cuidado diario, entre otros (Hora, 2004).

En la actualidad, las guarderías o centros de desarrollo infantil están bajo la tutela del INNFA y son supervisados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) por ser instituciones educativas dedicadas a la enseñanza y cuidado de niños de ocho meses a tres años de edad. Estas se centran en dar buenos servicios para que los padres de familia tengan la confianza de dejar a sus niños al cuidado de estas instituciones mientras asisten a sus trabajos diarios para poder mejorar su situación económica.

En la Constitución del 2008 se reconoce a los niños y niñas menores de seis años como un grupo de atención prioritaria, y a la Educación inicial como el primer nivel del proceso educativo.

En la Ley Orgánica de Educación Intercultural publicada en marzo de 2011 se determina que la educación inicial es corresponsabilidad de la familia, la comunidad y el Estado con la atención de los programas públicos y privados relacionados con la protección de la primera infancia (LOEI, art. 40). En el mismo artículo se establece que la Educación inicial es un “proceso de acompañamiento al desarrollo integral” del niño que respeta su propio ritmo y línea de crecimiento y aprendizaje, y potencia sus capacidades, habilidades y destrezas.

Según Cáceres, Pérez y Benítez (2001) los primeros años en la vida de un niño son importantes, debido a que son la base de la salud, del crecimiento y su desarrollo futuro. A esa edad, la asimilación de la información es más rápida que en cualquier otra edad. Por lo que los recién nacidos y los niños de corta edad, se desarrollan con mayor rapidez y por tanto aprenden mejor si están dotados de amor, afecto, atención y estímulos mentales, incluyendo también una buena alimentación y una buena atención de su salud. Es por eso que desde esas premisas parte la necesidad de tener una persona preparada para el cuidado de los mismos.

2.1.2 ¿Qué es el cuidado de los niños?

Para determinar que es el cuidado de los niños se debe comenzar por el concepto de cuidado, que según (La Real Academia Española, 1992) su concepto etimológicamente procede del latín cogitare: pensar, de donde se derivan los significados romances: “prestar atención (a algo o alguien)”, y “asistir (a alguien)”. Su definición, pues, está relacionada con la preocupación por alguien; el niño y su madre, su familia o entorno familiar, en nuestro caso.

Este tipo de cuidados y esta preocupación por los niños son aspectos fundamentales que deben ser tomados en cuenta, por lo que cualquier persona no puede proveer este servicio de cuidado de niños.

Un cuidado infantil de calidad está determinado por: un proveedor que brinda cuidado infantil y asesoría con cariño y calidez; un lugar, que proteja al párvulo y que lo enriquezca y lo mantenga sano; a través de actividades diarias que le permitan al niño desarrollarse y aprender de la mejor manera posible; siempre teniendo en cuenta la filosofía y políticas del programa, las cuales se ajustan a las necesidades del padre e hijo.

Según YMCA (2014), señala que puede ser un desafío encontrar el cuidado infantil acertado, es una decisión relevante más importante que los padres toman. En estudios recientes se demuestran que el desarrollo del cerebro de un niño es afectado por sus experiencias más tempranas con los adultos en su mundo.

Familys and Work Institute (2014) señala que decidir quién velará por el cuidado de los niños es una decisión muy difícil a tomar por los padres y que los mismos deben enfrentar. La evaluación de las opciones llega a resultar abrumadora, especialmente si es la primera vez. No obstante, solo la idea de dejar a tu hijo bajo el cuidado de otra persona es dolorosa.

Ellen Galinsky, presidenta y cofundadora del Familys and Work Institute, plantea que: "la transición será mucho más sencilla si te tomas el tiempo de buscar a una persona en quien confíes. Te sentirás más tranquila si tu hijo queda al cuidado de una persona a la que no percibas como un extraño". (Familys and Work Institute, 2014).

2.1.3.- El cuidado infantil en los países industrializados: Transición y cambio

En la actualidad en el mundo globalizado, existen cambios profundos en la forma que se está criando y educando a los niños en los países económicamente y tecnológicamente avanzados del mundo. El cuidado de los infantes, que durante muchos siglos ha sido un asunto de familia e

intrafamiliar predominantemente privado, se está traduciendo, en buena medida, en una labor fuera del hogar en la que incursiona y comprometen cada vez más los gobiernos y empresas privadas. La actual generación de los países de los OCDE es en la actualidad es la primera en la que mayoría de los niños no permanecen gran parte de su primera infancia en sus hogares con sus propias familias, sino en algún tipo de un centro de acogimiento infantil (Adamson, 2008).

Actualmente en una aproximación, el 80% de los niños de países ricos con edades establecidas entre los tres y seis años de edades reciben algún tipo de educación y cuidados en la primeras edades. Con relación a los menores de edad entre tres años, la mayoría de niños que reciben el cuidado responsable infantil es del 25% aproximadamente en los países OCDE en su conjunto y superior al 50%, en algunos de ellos, detallan un fuerte incremento en el número de lactantes menores de 1 año atendidos fuera del hogar (Adamson, 2008).

A diferencia relacionada con los niños de cuatros años, 16 de los 24 países sobre los que se dispone de datos han superado la tasa el 75% de matriculación preescolar. Para los mismos niños, el desarrollo infantil puede significar recibir el disfrute y beneficiarse de la interacción con otros niños y con los profesionales del desarrollo de los infantes. Es por ello miles y millones de padres de familias, el cuidado y desarrollo infantil puede ayudar a conciliar las demandas y los placeres de la actividad profesional y laboral, la vida familiar. Así mismo, Para las economías nacionales, la asertividad y disposición de servicios de cuidado del infante permiten la inserción laboral de los padres puede aumentar el PIB y los ingresos públicos, minimizar la tasa de pobreza, restar los fondos de asistencia social e porcentual los rendimientos sobres las inversiones públicas en educación (Adamson, 2008).

2.2.- Los centros de cuidado infantil en el Ecuador actualmente

En el Ecuador, este servicio no entra en la educación obligatoria; por lo que algunos padres deciden no enviar a sus hijos a estos centros de desarrollo y pasar sus primeros años en casa. Los niños que asisten a estos centros, usualmente, son niños cuyos dos padres trabajan jornadas completas o parciales. Para estos casos, el gobierno fomenta la creación de Centros Infantiles del Buen Vivir (CIBV), son una estrategia del Gobierno Ecuatoriano, a través del Ministerio de Inclusión Económica (MIES), para garantizar el ejercicio profesional y el desarrollo integral de los niños y niñas del Ecuador, a través de los centros de desarrollos infantiles donde se le ofrezca una buena estimulación temprana y una excelente nutrición.

El desarrollo infantil integral se ha convertido en una política del Estado ecuatoriano, dentro del concepto más amplio de la formación del ser humano. Durante los primeros cinco años de vida el cuidado integral es fundamental para entender el entorno exterior y la relación con los valores humanos como la solidaridad, el compañerismo, el respeto, la tolerancia, las conductas (autoestima, humor, desafío), los vínculos afectivos y el despliegue integral de las inteligencias múltiples (musical, lógico-matemática, corporal, espacial, etc.).

Una niña o niño menor de 5 años que no es adecuadamente cuidado, nutrido, protegido o estimulado, atravesará con grandes deficiencias su ciclo de vida y no se podrá revertir esa situación jamás. Actualmente el estado garantiza y promulga este servicio sin costos para familias de bajos recursos económicos o a madres y padres de familia que por sus actividades no pueden cuidar a sus hijos, Los estándares de calidad que deben de cumplir como: infraestructura adecuada, buen ambiente educativo y protector, profesionales como educadoras capacitadas (formación continua y profesionalización), excelente alimentación nutricional, salud preventiva e higiene, entre otros.

Mientras más temprano se inviertan los recursos para desarrollar la capacidad y motricidad de este grupo poblacional en los primeros años de vida, tendremos más ecuatorianos con mejores oportunidades. Es por eso que el gobierno, a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), estableció no sólo como política pública, sino como política de Estado el aseguramiento del desarrollo integral de la niñez con la participación y corresponsabilidad activa de la familia y la comunidad

2.2.1.- Inversión y cobertura del gobierno nacional en desarrollo infantil integral en el 2013

Tabla 2.

Coordinación de Gestión del conocimiento

COBERTURA DE ATENCIÓN EN DESARROLLO INFANTIL INTEGRAL				
ZONAS	MODALIDAD CENTROS INFANTILES DEL BUEN VIVIR (CIBV)	NÚMERO DE NIÑAS Y NIÑOS ATENDIDOS EN CIBV	MODALIDAD CRECIENDO CON NUESTROS HIJOS (CNH)	NÚMERO DE NIÑAS Y NIÑOS ATENDIDOS EN CNH
ZONA 1	598	17296	1024	51700
ZONA 2	317	7923	262	7129
ZONA 3	881	20371	419	21581
ZONA 4	284	8141	1101	55577
ZONA 5	494	13467	1184	62241
ZONA 6	295	7384	520	25587
ZONA 7	316	5842	865	43234
ZONA 8	198	6800	445	23453
ZONA 9	287	13640	41	2342
TOTAL	3670	100864	5861	292844

Fuente: Tomado del MIES

2.2.2.- Cobertura de la red del Innfa

El INNFA, en el Marco del Sistema Descentralizado de Protección Integral de la Niñez y la Adolescencia, considera a la información como una herramienta poderosa que debe contribuir a la construcción de redes sociales articuladas por el gran objetivo de cumplir y hacer cumplir los Derechos de la Niñez y la Adolescencia aunando esfuerzos y compartiendo responsabilidades frente a la demanda de los niños y niñas.

El INNFA tiene como objetivo producir y promover el uso de la información Nacional e Internacional como insumo para facilitar la conformación de redes locales y el diseño de políticas públicas de protección integral de los niños, niñas y adolescentes.

COBERTURA DE LA RED DE INFORMACIÓN DEL INNFA; 2013



Figura 16. Cobertura de la Red de Información. Adaptado del INNFA (2013)

2.2.3.- Política de desarrollo infantil

Según el MIES (2013), el desarrollo de los niños menores de tres años se puede mejorar si se fomentan políticas, programas y proyectos para ayudar a las comunidades e instituciones a identificar el problema en su verdadera dimensión y aplicar medidas para satisfacer las necesidades y desarrollo básico de los niños y sus familias. Así se explica el objetivo central de la política pública de desarrollo infantil de garantizar el ejercicio de los derechos de los/las menores de 3 años, incidiendo en la calidad de vida de sus familias y las comunidades.

El MIES (2013, p. 7) además demuestra mediante diversos estudios que “la educación en los primeros años de vida es determinante para el desarrollo humano, porque posee efectos 10 significativos sobre el desempeño escolar, lo que implica que los niños/as que participan en programas que incluyan educación inicial, tienen mayores probabilidades de asistencia escolar”.

Igualmente ocurre en la alimentación, si se garantiza una buena nutrición en los primeros años de vida, no solo se crean bases fisiológicas sanas, sino que se transmiten patrones y valores de padres a hijos que en el transcurso de su vida redundará de forma efectiva en el ámbito laboral, por lo que la atención al Desarrollo Infantil Integral trae mayores retornos sociales.

En el caso de Ecuador, el fomentar políticas de desarrollo infantil, a más de ser un beneficio en el desarrollo de los niños, también lo es en la familia al permitirles mejorar sus condiciones de vida, ya que constituye una de las más efectivas medidas para reducir la desigualdad. De esta forma asegura la cobertura especialmente de la población ubicada en los niveles de necesidades básicas insatisfechas y promueve la participación de la familia y la comunidad (MIES, 2013).

2.2.4.- Funciones de un centro de desarrollo infantil (C.D.I)

Dentro de las principales funciones de un Centro de Desarrollo Infantil se encuentran:

(a) Educativa: Proporciona el desarrollo cognoscitivo, socio-afectivo, psicomotor y de lenguaje de los niños usuarios del programa.

(b) Salud y nutrición: A través de los controles periódicos de salud y una alimentación balanceada acorde a la edad y requerimientos de los niños garantizarles el buen estado de salud y nutrición, haciendo uso de los servicios de profesionales de cada ramo.

(c) Proyección a la familia: Facilitar la incorporación de la familia al programa para garantizar que aquella forme parte activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje de sus hijos.

(d) Investigación: A diferencia de los otros centros que se dedican a la atención de niños, el Centro de Desarrollo Infantil, no solo se dedica a la enseñanza y cuidado, sino que es un centro de investigación del desarrollo integral del niño, en donde participan diferentes disciplinas o carreras (en este caso pudiendo ser apoyado por programa de EPS de la USAC) al que pertenece y que se involucran de una manera u otra en estos estudios, con beneficio no solo para el estudiante y docente sino también para el propio centro (UNICEF, 1981).

2.2.5.- Usuarios y agentes

En un centro de desarrollo infantil existen varios tipos de usuarios. Para definir a los usuarios hay que tomar en cuenta dos grupos de personas que pueden ser clasificados de la manera siguiente: (a) usuarios que reciben el servicio y (b) agente que presta el servicio.

Usuarios que reciben el servicio: En estudios realizados acerca del desarrollo infantil se ha determinado algunos niveles para los usuarios de un Centro de Desarrollo Infantil, cuyos principales usuarios son los niños comprendidos entre 43 días de nacidos y seis años de edad.

A continuación, se definen los niveles establecidos en estudios anteriores (Social, 1988)

(a) Lactantes: Subdivididos así: Lactantes 1: Niños de 43 días de nacidos a 6 meses.

Lactantes 2: De 7 meses a 11 meses. Lactantes 3: De 1 año a 1 año con 5 meses.

(b) Maternales: Maternales 1: De 1 año con 6 meses a 2 años. Maternales 2: De 2 años a 2 años con 5 meses. Maternales 3: De 2 años con 6 meses a 2 años con 11 meses.

(c) Preescolares: Preescolares 1: De 3 años a 3 años con 11 meses. Realizan actividades educativas. Preescolares 2: De 4 años a 4 años con 11 meses. Realizan actividades educativas. Preescolares 3: De 5 años a 5 años con 11 meses. Realizan actividades educativas. Preescolares 4: De 6 años a 6 años con 11 meses.

Para esta calificación infantil se tomaron como base los periodos evolutivos que a groso modo atraviesa el niño en la primera infancia y, que parten desde la etapa de lactante, también llamada etapa de autosatisfacción, para luego pasar por la etapa maternal donde su característica principal es una socialización rudimentaria, hasta la etapa de preescolares donde el niño empieza a tener enfrentamientos de su individualidad ante los otros.

El acompañante es la persona encargada y responsable del niño, el que lo lleva al centro como acompañante o bien asiste a los eventos organizados por la institución.

Agentes que prestan el servicio: Con respecto al personal docente y de cuidado se encuentra:

(d) Coordinadora del área pedagógica.

(e) Puericultora por cada grupo de lactantes.

(f) Educadora por cada grupo maternal y preescolar.

(g) Asistente educativa, una por cada 6 niño del nivel de lactantes 1.

(h) Asistente educativa, 1 por cada 7 niños lactantes 2 y 3.

(i) Asistente educativa, 1 por cada 12 niños de maternal.

(j) Maestra por cada grupo preescolar. Personal técnico:

(k) Médico pediatra.

(l) Odontólogo.

(m) Enfermera.

- (n) Psicóloga.
- (o) Trabajadora social.
- (p) Nutricionista
- (q) Auxiliares de cocina.
- (r) Encargada del laboratorio de leche y lactario.

En términos de personal administrativo se encuentra:

- (a) Director(a) del centro.
- (b) Secretaria
- (c) Contadora.

Finalmente, se encuentra el personal de servicios:

- (a) Auxiliar de mantenimiento.
- (b) Auxiliar de lavandería.
- (c) Vigilante/guardián.
- (d) Auxiliar de control, seguridad y mantenimiento.

2.3.- Investigación de mercado

2.3.1.- Análisis PESTA

El correspondiente análisis de PESTA (Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental) permite identificar los siguientes factores relacionados al entorno de la investigación en general, las cuales están relacionadas al actual estudio.

Según Martínez & Milla (2012), en su libro “Análisis del Entorno” dice que las estrategias no deben surgir de la nada. De aquí surge la importancia de realizar un análisis de la situación general del entorno de la sociedad; pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos claves del pasado, presente y futuro de la sociedad, y poder predecir los cambios que se van a producir en su entorno.

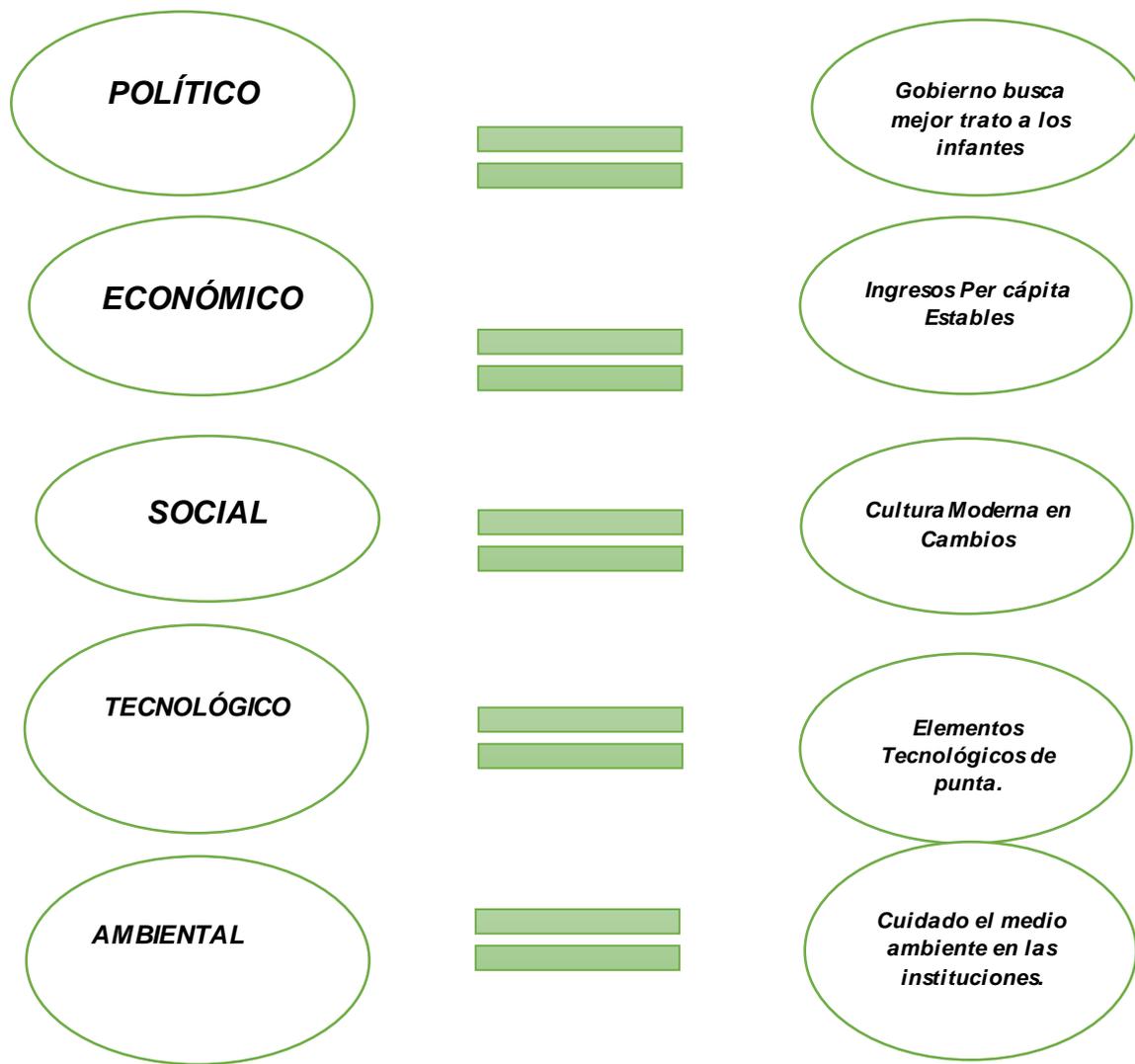


Figura 17. Análisis PESTA

Cabe mencionar que la importancia que se detalla en cada uno de los análisis PESTA es elemental para determinar el posicionamiento del Centro de Desarrollo Infantil, las cuales su principal énfasis es ser atendidos por profesionales estableciendo la diferencia en la atención y cuidado del infante.

2.3.1.1.- Análisis político.

De las principales leyes consideradas en los aspectos políticos, se relacionan con distintas actividades que involucra la obtención de permisos en distintos entes gubernamentales.

El Art. 1 Del Código de la Niñez y la Adolescencia: dispone sobre la protección integral que el Estado, la sociedad y la familia deben garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes que viven en el Ecuador, con el fin de lograr su desarrollo integral y el disfrute pleno de sus derechos, en un marco de libertad, dignidad y equidad. Para este efecto, regula el goce y ejercicio de los derechos, deberes y responsabilidades de los niños, niñas y adolescentes y los medios para hacerlos efectivos, garantizarlos y protegerlos, conforme al principio del interés superior de la niñez y adolescencia y a la doctrina de protección integral (de la Niñez 2008).

La primera acción legal es la legalización de un centro de estudio y capacitación cuyos permisos los da el ministerio de educación a través de la sub secretaria general de educación ubicada en el macro Av. Luis Plaza Dañin. Entre los principales documentos que exige se tomó en consideración las relacionadas directamente con el personal calificado con el que contamos, cronograma de actividades motoras, títulos de los parvularios, contexto de cronograma de actividad que se desarrolla en la guardería. Etc.

Son necesarios también los permisos municipales y de la comisaria pertinente al área de guardería, desarrollando las actividades acordes, al tamaño, tipo de guardería, personal que labora, infraestructura, dimensiones, etc., obteniendo de esta manera los certificados que enmarque la autorización para el funcionamiento.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) inauguró un sistema a través de Internet. A través de la página web se planea reducir el tiempo del trámite hasta solo dos meses. En el caso de los centros privados, luego de que el proyecto se entrega por la página web del Internet, los técnicos del MIES acuden al lugar para revisar su infraestructura y realizaban el informe correspondiente de las novedades. El 96% de los casos el cuidado de los niños y niñas menores de 5 años es responsabilidad de la familia. Y apenas uno de cada 100 recibía cuidado institucional. Luego se emite un informe y, de ser favorable, se aprueba el funcionamiento del lugar. Para crear un centro del buen vivir, se aceptan proyectos de comunidades que se organizan, que cuentan con un espacio y más de 20 niños. Luego de la verificación del lugar, se financia el proyecto.

Las actividades económicas en la guardería se desarrollarán con base en las disposiciones que exige el mandato y las leyes de contratación y de trabajo, entre las principales el personal de parvularios trabajara con todo un sueldo base y todos los beneficios sociales de ley, además se realizarán aportaciones en el seguro social y las respectivas políticas. Con la ejecución de la

educación y el cuidado de menores, para lo cual se podrá contratar por trabajo. La ley en el mandato (permite el libre ejercicio profesional en actividades no relacionadas en este caso con la educación y además nos permite por tener en la guardería, personal en actividades de reparaciones eléctricas, plomería, computación etc., sin embargo, todo el personal de cuidado operativo, administrativo deben de estar legalmente afiliado al IESS.

2.3.1.2.- Análisis económico.

Es importante el factor político en el diagnóstico externo, debido a que las decisiones que se toman afectan directamente al funcionamiento de las organizaciones.

Analistas y organismos nacionales e internacionales, al cierre del año 2016, establecieron que en el Ecuador se registraron cifras negativas en tres trimestres del año pasado (comparación interanual) de -4,1%; -2,2% y -1,6%, según las cifras del Banco Central del Ecuador.

Según fuentes del Banco Central del Ecuador, esta entidad considera que Ecuador crecerá 1,42% del Producto Interno Bruto (PIB) en el 2017, y que el precio del crudo con el que se hizo el cálculo está por sobre los \$ 45, Mientras el Fondo Monetario Internacional (FMI) ha publicado que la economía local cerrará en -2,7%, la CEPAL y el Banco Mundial consideran que sí habrá un crecimiento positivo del 0,3% y el 0,7% y la tasa de desempleo a marzo 2017 se ubicó 5,64% siendo la más baja desde el año 2016 que se incrementó por la recesión económica.

Tabla 3.

Indicadores Económicos

INDICADORES ECONÓMICOS	
DETALLE	%
Deuda Externa Pública como % del PIB (diciembre 2015)	20,40%
Inflación Anual (abril 2017/abril 2016)	1,09%
Inflación Mensual abril 2017	0,43%
Tasa de Desempleo Urbano a marzo 2017	5,64%
Tasa de Interés Activa a mayo 2017	7,37%
Tasa de Interés Pasiva a mayo 2017	4,82%
	49,35
Barril Petróleo (WTI a 18 mayo 2017)	USD
Riesgo País (18-mayo-2017)	675

Fuente: Banco Central del Ecuador (2017)

Un estudio realizado por el INEC (2016) realizado en marzo del 2016 muestra el porcentaje de desempleo en el país. Como se puede observar en la figura a continuación del total de toda la población del país; el 69,6% corresponde a la población en edad de trabajar y el 30,4% corresponde a menores de 15 años. La segunda parte de la figura corresponde al total de la población en edad de trabajar; de la cual el 68,6% corresponde a la población económicamente activa y el 31,4% corresponde a la población económicamente inactiva. La tercera parte de la figura corresponde al total de la población económicamente activa; de la cual el 94,3% están empleados y el 5,7% están desempleados.

Por consiguiente, después de analizar este indicador económico, se puede argumentar que la falta de empleos en el país nos genera la obligación moral de generar fuentes de trabajo, de crear empresas que contribuyan con el desarrollo económico del país y evidentemente de sus habitantes; ya que estos indicadores no solo sirven para analizar la situación actual del país, sino también sirven como herramienta para ayudar a tomar decisiones.

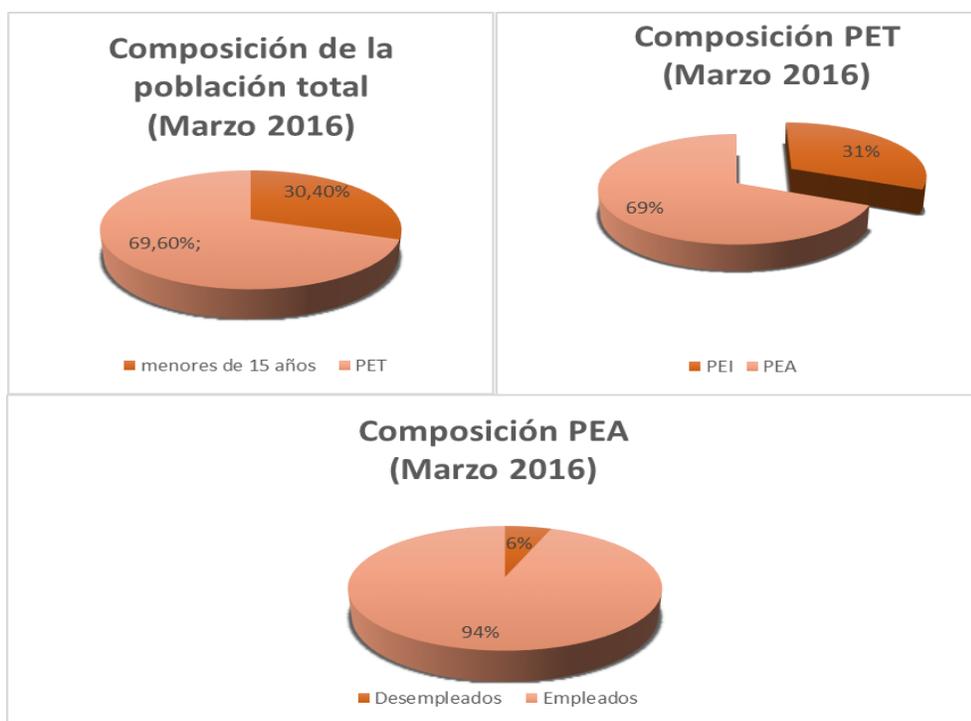


Figura 18. Nivel de desempleo en Ecuador. Adaptado de INEC (2016)

En Ecuador, especialmente en la ciudad de Guayaquil, se ha desarrollado durante los últimos 20 años de manera irregular el desarrollo de nuevos emprendimientos educativos. La

estratificación de la población es cada vez más acentuada, como lo percibe el mercado en los Niveles Socio Económicos (NSE) más altos que aún continúan situados en ciudades hegemónicas como Urdesa, ceibos y la Puntilla.

También se ha acentuado la diferencia entre los niveles socio-económicos, pues en la actualidad con la dolarización, los ingresos se han congelado con incrementos muy leves en comparación con la subida de los precios, una inflación promedio de 1.09% según datos del Banco central del Ecuador a marzo del 2017.

Tabla 4.

Nivel Socio-económico en Guayaquil

NIVEL SOCIOECONÓMICO GUAYAQUIL		
NIVEL MEDIO		
Saiba	Morán Valverde	Naval Sur
Villamil	Acacias	Ordenó
9 de octubre	Sauces 7	Esteros
Sauces 1	Tejas	Samanes
Sauces 2	Atarazana	Urdesa Norte
Vernaza Norte	Kennedy Nueva	Urdesa Central
Ietel	Alborada	Guayacanes
Simón Bolívar	Paraíso	Garzota 2
Cóndor	Bellavista	Miraflores
Álamos	Sauces 5	Fae
Guayaquil	Brisas del Río	Mucho Lote II
Sauces 8	Naval Norte	Mucho Lote 1
NIVEL ALTO		
Garzota 1	Ceibos Norte	La Romanara
Lomas de Urdesa	Girasoles	Jardines del Río
Entre Ríos	Kennedy Norte	Metrópolis I, II
La Puntilla	Bosques del Salado	Veranda
Ceibos Norte	Almendros	Ciudadela del Magisterio
Cimas	Albatros	Santa Cecilia
Olivos	Los Lagos	Aguamarina
Parques del Río	Santa Fe	Colinas de los Ceibos
Puerto Azul	Los Ceibos	Buganvilla

Fuente: Tomado de INEC (2016)

Por lo antes mencionado, se especifica que alrededor de las ciudadelas mencionadas en la segmentación geográfica se espera encontrar núcleos familiares obligados a trabajar, es decir esposos que son económicamente activos y que tienen niños pequeños.

2.3.1.3.- Análisis social.

Los programas de atención temprana para niños en situación de riesgo biológico, social y/o con necesidades especiales, nacen en un contexto educativo, ya que la meta es "el pleno desarrollo de la personalidad" y el logro de un hombre apto para vivir y capaz de participar activamente, consciente y solidariamente en la formación de los procesos necesarios para la transformación social; respaldado con los valores de la identidad nacional.

Por mandato de la Constitución de Montecristi, el Ecuador, Estado soberano y democrático, reconoce y garantiza a todas las personas y colectivos, entre otros derechos, los que se refieren a gozar de: una cultura de paz, integridad personal, seguridad humana; protección integral y armonía con el Buen Vivir.

Así mismo, el país por medio del estado y su compromiso con los derechos de la niñez y adolescencia y a partir de la ratificación de la Convención sobre los Derechos del Niño, garantiza y establece diferentes leyes para cumplir con este vital compromiso con el país. Entre las más importantes se encuentran la nueva Constitución del año 2008, el Código de la Niñez y Adolescencia del año 2003, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, y desde el 13 de octubre 2012 el Presidente Constitucional de la República Ecuador Eco. Rafael Correa Delgado declara al Desarrollo Infantil Integral como Política de Estado (Mies, 2013).

Es de mayor relevancia que los avances visibles con este fin, es que varios países de la región, incluyendo el Ecuador, son conocedores y consciente del estudio básico de la interconexión entre la infancia temprana y los procesos de desarrollo. Y es importante que Ecuador incluso ha asumido el reto de la atención a la Infancia Temprana como política de estado, lo que interviene un desarrollo integral y mirada holística del Desarrollo Infantil Integral, utilizando, desarrollando estrategias y avances en los enfoques sectoriales e intersectoriales bajo visiones de futuro amplias y horizontales.

2.3.1.4.- Análisis tecnológico.

La noción de tecnología es de origen griego Tekne (Técnica y oficio) Logos (Ciencia, conocimientos), y está vinculada al conjunto de los conocimientos que permitan fabricar objetos

y modificar el medio ambiente, que en resumen podríamos traducir como el estudio de algo, o destreza. Puede entenderse, como el conjunto de conocimientos técnicos que facilitan que el ser humano se adapte al medio ambiente generado por la ciencia y que está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

A través del tiempo se han venido dando importantes descubrimientos y avances científicos, conjunto de técnicas, y procesos que sirven para el diseño y construcción de objetos, los mismos que fueron aprovechados por los grandes países, pero, con el desarrollo de las comunicaciones y el internet esos conocimientos se difundieron a otros países generando el desarrollo de estos, actualmente el mercado y la competencia en general, hacen que deban producirse nuevas tecnologías continuamente ayudado muchas veces por la gran transferencia de tecnología.

Luego de investigar en varias ocasiones sobre el uso de tecnología en algunos establecimientos de cuidado de menores (Guarderías), en la ciudad de Guayaquil, dio como resultado que en muchos centros especiales no cuentan con herramientas tecnológicas que ayuden al niño a progresar en sus terapias de rutinas. También se pudo constatar que pocos son los centros que cuentan con plataforma tecnológica actualizada y confiable, ya que esto va a ser de mucha ayuda al negocio en determinar con la misma su crecimiento general.

La guardería tendrá todo lo que los niños necesitan como lo son: (Espacios recreativos, buena alimentación, mobiliario, seguridad). Además, Todo lo que en medicina elemental se requiere para cualquier imprevisto que se presente. Se tendrá la tecnología educativa necesaria para el aprendizaje de los niños (Videos recreativos, computadoras, videojuegos educativos).

2.3.1.5.- Análisis ambiental.

En lo referente a impactos ambientales “El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza y alcanzar las metas establecidas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. (Plan Nacional de la Calidad, Ministerio del Ambiente, año 2015). Lo que denota que el principal objetivo es alcanzar una gestión ambiental adecuada de la calidad del recurso aire para proteger la salud humana (Plan Nacional del Buen Vivir año 2013 – 2017).

Con la Constitución de 2008, Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, como respuesta concluyente al estado actual y alineando todos

sus esfuerzos al respeto integral de su existencia, a su sustentación y a la recreación de sus ciclos vitales y procesos evolutivos (Constitución Política del Ecuador, año 2008 Artículo 71 – 74).

Concientización de provocar el menor impacto posible al medio ambiente, y se buscará el material que mejor convenga para las instalaciones. Los desechos que se originen durante el día tales como: periódicos, revistas, y plásticos se los entregará a una empresa de reciclado para minimizar el impacto al medio ambiente.

Los servicios que brindará el Centro de Desarrollo Infantil, no tendrá ningún impacto negativo al medio ambiente y tampoco tendrá situaciones adversas con su población, al contrario, el desarrollo de los niños está basado en el respeto y cariño a la naturaleza enfocado al desarrollo del buen vivir y a mismo slogan país de Ecuador ama a la vida. Hasta el término de este estudio y en la vida cotidiana no es necesaria una licencia ambiental para la autorización del funcionamiento de esta institución, ya que no tiene ningún impacto con el medio ambiente; más bien tiene articulaciones institucionales como el reconocimiento y la confiabilidad generados en la población permitiendo que se acrecienten las relaciones con diversas organizaciones e instituciones, en particular a nivel territorial.

2.3.2.- Análisis Porter

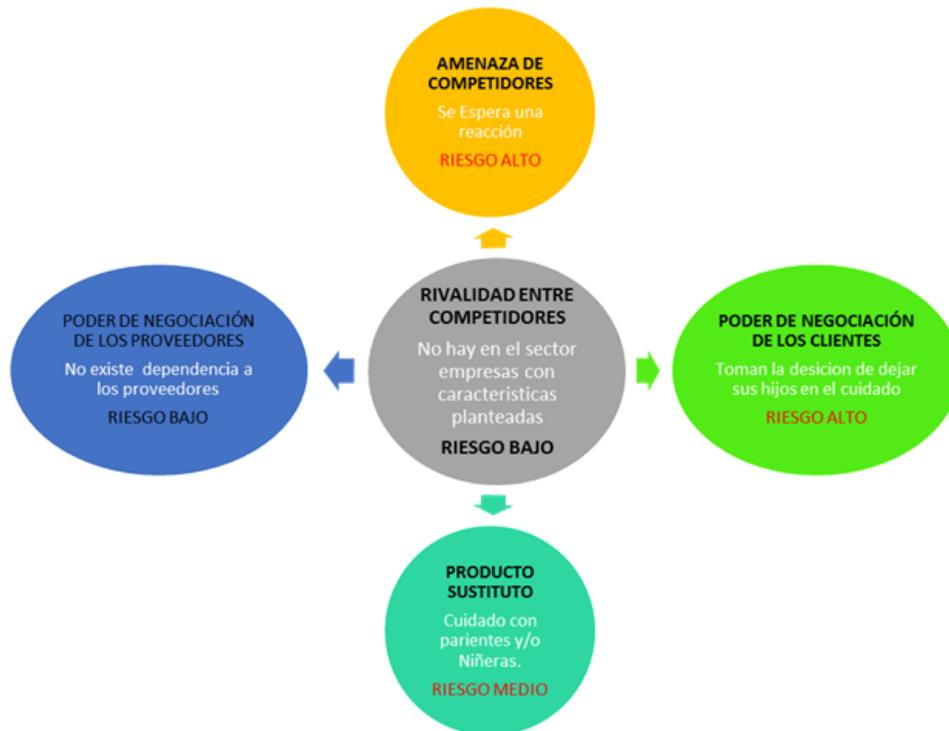


Figura 19. *Matriz de las fuerzas de Porter*

Michael Porter, profesor de Harvard Business School, en uno de sus ilustrados libros titulado "Estrategia Competitiva" nos habla sobre el modelo de las cinco fuerzas el cual nos enseña que una empresa está rodeada de cinco factores fundamentales dentro de una industria y hay que aprender a controlarlos muy bien para sobrevivir en el mercado y tomar buenas decisiones, de tal manera que nos lleven al éxito tomando en cuenta altas tasas de rentabilidad.

2.3.2.1.- Análisis de futuros competidores.

Es sustancial resaltar que la amenaza para la aparición de nuevos competidores es alta. El mercado ecuatoriano y el sector norte de Guayaquil está en auge y es muy codiciado para el ingreso de nuevos centros infantiles. En la actualidad el municipio de Guayaquil está apoyando a las guarderías comunitarias que podrían ingresar al sector ya que Mucho Lote # 2 fue impulsado por la Municipalidad.

Al mismo tiempo el Gobierno ecuatoriano a través del MIESS e INFA sigue en la construcción de los CIBV donde la atención es profesional y gratuita.

Entre las barreras de entrada se destacan las siguientes:

- (a) Diferenciación del Servicio. Los profesionales en el cuidado del menor deber de ser enfermeras profesionales, parvularios y se contara con un médico pediatra.
- (b) Experiencia. Las enfermeras son profesionales con mucha experiencia en el cuidado del infante y razón por la cual tiene una preeminencia en caso de que algún nuevo competidor decida hacerse presente.
- (c) Alta inversión. Para una nueva figura en el mercado le sería muy internar con una nueva marca, porque necesita un importante capital, para poder operar, entre los más importantes podemos citar los siguientes: Capital económico, Capital humano, infraestructura, tecnología de punta, etc.

Tanto como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Inclusión Social, dan algunos lineamientos para la acreditación de los centros infantiles, entre lo más importante para el MIES es un proyecto original del proyecto educativo que se proponga hacer y el personal que tenga títulos profesionales (MIES, 2013) Mientras que el Ministerio de Educación exige una descripción específica de todo equipamiento ya sea mobiliario o material didáctico con sus respectivas fotos, además de convenios con centros de salud especializados en el cuidado y atención para los niños de las edades respectivas (Ministerio de Educación, 2014).

2.3.2.2.- Poder de negociación de los clientes.

Se puede calificar alto este punto. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse (Olmo-Díaz, 2009).

El mercado de servicio en el cuidado de infantes es competitivo y los clientes tienen la opción de elegir entre un sin número de opciones prefiriendo en la mayor parte de los casos aquellas de mejores precios, incentivos y descuentos les ofrezcan o gratuitos. En la ciudad de Guayaquil son pocas las guarderías bien tecnificadas que se especializan en cuidados del niño, Esto hace que el servicio se concentre en pocos centros de atención y el poder de negociación esté de parte de los padres de familias.

Existen centros de salud y servicios relacionados tanto profesional como manera informal. Como los proyectos sociales que implementa el Gobierno como manera privada, pero

cada una de estas están muy dirigida a diferentes nichos de mercado y de personas que pueden acceder a estos servicios.

2.3.2.3.- Poder de negociación de los proveedores.

Amaya, (2005) aseguró que un mercado o segmento del mercado no será atractivo si los proveedores estén bien organizados gremialmente, tengan recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. Según Cajilima, (2012) La situación siempre se complica aún más si los insumos que nos proveen son claves para nuestra empresa, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

Se define que el poder de negociación de los proveedores es bajo. Ya que existen muchos proveedores que expenden los insumos médicos, tecnológicos, educativos, alimenticios, etc. que proveen estos productos.

2.3.2.4.- Amenaza de productos sustitutos.

Un mercado o segmento nunca será atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria (Porter, 1980).

En lo concerniente a los productos sustitutos el riesgo es medio, Existen muchos padres que prefieren dejar el cuidado de sus infantes con los abuelitos, parientes, niñeras o nodrizas que cobran diversos precios por niños.

2.3.2.5.- Rivalidad entre competidores.

Según Porter (1980), para toda empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

No existe en el sector de Mucho Lote 2, empresas que brinden este servicio y que tengan tecnología de punta que puedan que rivalizar entre sí, por lo tanto, el riesgo es bajo.

2.3.3.- Análisis FODA

Por medio de este análisis de factores externos, se determinaron varias oportunidades y amenazas al entrar en esta industria.

El Análisis FODA o Matriz FODA es una metodología de estudio de la situación de una organización o empresa en su contexto y de las características internas (situación interna) de la

misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas (Ballesteros, 2015).

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal Calificado Infraestructura Moderna Actividades extraescolares	Apoyo del Gobierno Crecimiento poblacional Concientizacion por entes Gubernamentales
DEBILIDADES	AMENAZAS
Inicio de actividades con poco personal Falta de conocimiento de la marca Falta de confianza por parte de los clientes	Convenios entre gobierno e instituciones privadas Personal Calificado desempleo

Figura 20. Matriz FODA

2.3.3.1.- Fortalezas.

- (a) Personal calificado como enfermeras y parvularios por lo que se tendrá los conocimientos en educación infantil más modernos.
- (b) Contar con una infraestructura moderna y segura para los niños
- (c) Precios accesibles comparado con la competencia
- (d) Tareas extraescolares dentro de lo que concierne a estudios
- (e) Circunscripción estratégica dentro del sector de estudio
- (f) Servicios adaptados a las necesidades de los padres de familia moderna.

2.3.3.2.- Oportunidades.

- (g) Gobierno: La participación e importancia que el Gobierno le da el sector de la educación y desarrollo integral de los bebés, creando leyes y abriendo la oportunidad que benefician e incentivan a la inversión y emprendimiento.
- (h) Crecimiento poblacional: Aunque la tendencia de la tasa natalidad ha bajado en los últimos años, esta llega casi a 2 hijos por familiar lo cual hace que sea atractivo este negocio con estas características ya que sea el mercado objetivo a quien se le brindaría el servicio siempre está en constante crecimiento. Mientras que la tasa de

crecimiento poblacional es de 1.9% y se estima que se reduzca y se mantenga en una tasa alrededor del 1.1% hasta el 2025 (INEC, 2010).

- (a) Oferta. La existencia de centros infantiles dentro de la ciudad de Guayaquil es amplia, también se brinda servicios de manera muy informal con el nombre de niñeras o nanas; esto se lo puede tomar tanto como una ventaja como desventaja, ya que hay varias ofertas en el mercado y con precios bajos, pero con el extra de servicio a domicilio no existen muchas y no se puede verificar la calidad o conocimientos de las personas que ejercen el servicio.
- (b) Concientización: Tanto como por campañas del Gobierno, organismos internacionales como UNICEF, hacen que las personas busquen este tipo de servicios por los buenos resultados que han tenido en otros lugares y están consciente de la importancia de saber cuidar y desarrollar desde la temprana edad a los niños y de esta manera evitar problemas en el futuro.

2.3.3.3.- Debilidades.

- (a) Inicio de actividades con poco personal limitado.
- (b) Falta de impulsamiento de la marca.
- (c) Falta de credulidad por parte de los clientes potenciales.
- (d) Precio de alquiler cuantioso.

2.3.3.4.- Amenazas.

- (e) Convenios: Se los toma como una amenaza, debido a que si bien se pueden generar fácilmente hacer un convenio con centros de salud que tengan especialidad con el área de niños de 0 a 2 años; estos convenios siempre tienen algún tipo de retribución monetaria, o que algún otro centro de salud y sea contrato de exclusividad.
- (f) Personal: Por el hecho de ser una especialización no tan fácil de encontrar el mercado, ya que la universidad que ofrecen una carrera en parvulario son: Universidad de las Américas, Universidad Tecnológica, Equinoccial, Universidad Internacional, Universidad de Guayaquil; a más de esto su promedio de graduados por promoción es de 7 estudiantes, y los costos para la contratación es mínimo de 800 dólares, por lo que podrían ser más elevados de lo previsto y puede encarecer el precio del servicio y tener un menor margen de ganancia.

(a) Desempleo: Se lo considera una amenaza ya que en la actualidad el país está atravesando por un decrecimiento de la economía y esto ha causado que miles de plazas de trabajos sean cerradas.

2.3.3.5.- Estrategias del foda.

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

Con Profesionales calificado como enfermeras, parvularios y contar con los servicios adaptados a las necesidades de los clientes potenciales cubrirá el precio superior al de la competencia, obteniendo más clientes interesados día a día, lo que a la larga dará a conocer más la marca y por ende les dará más confianza y credulidad a los padres de familia.

Al obtener más credulidad, certidumbre 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.

2.4.- Cadena de valor

Humberto Cantú, (2004) definió que la cadena de valor puede ser descrita como “un conjunto de eslabones que representan los diversos procesos que se llevan a cabo en una organización para proporcionar al consumidor un producto y un servicio de calidad”.

2.4.1.- Actividades de la cadena de valor

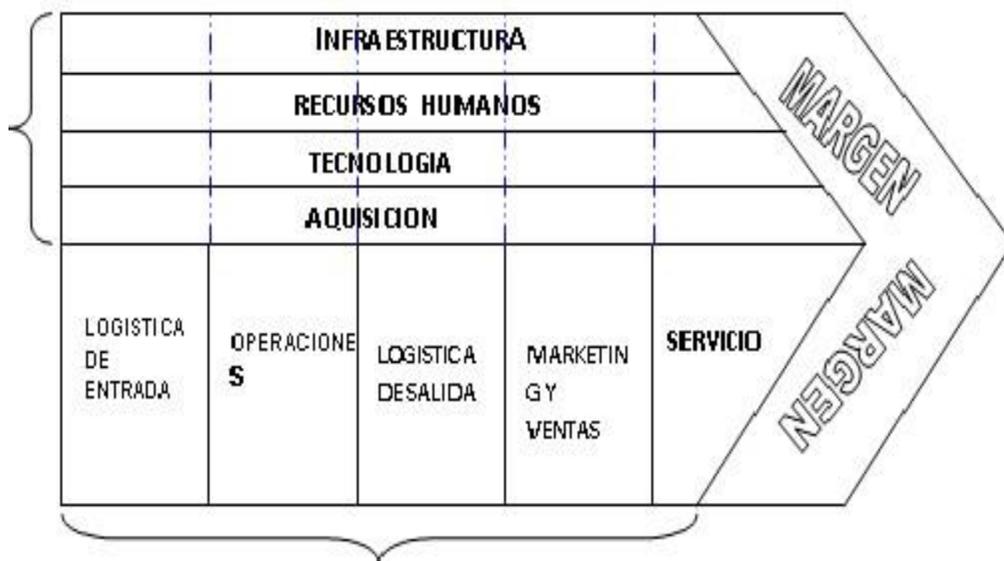


Figura 21. Cadena de Valor

Las cinco actividades primarias son:

- (a) Logística de entrada. Actividades relacionadas con la recepción, almacenaje y control de los insumos necesarios para realizar el desarrollo del servicio, como manejo de materiales, almacenamientos, control de inventario, programa de los vehículos y devoluciones a los proveedores.
- (b) Operaciones. Actividades relacionadas con la transformación de los insumos en el servicio, como capacitación, impresión de manuales y operaciones en general.
- (c) Logística de salida. Actividades relacionadas con la reunión, cronograma en las visitas relacionadas a los organizadores de eventos y patrocinadores involucrados.
- (d) Marketing y ventas. Actividades relacionadas con el desarrollo de un motivo que justifique al servicio que se ofrece la compra de la publicidad promoción, venta, oferta, selección del canal de distribución relaciones con el canal de distribución y precios.
- (e) Servicios. Actividades relacionadas con la provisión de un servicio para realzar o mantener el servicio de la instalación, preparación, formación, suministro de recambios de reajustes del producto.

Las cuatro actividades secundarias son:

- (a) Compras actividades relacionadas con la compra de suministros y otros artículos consumibles, además del equipamiento de laboratorio, equipamiento de oficinas y edificios.
- (b) Desarrollo de tecnología. Actividades relacionadas con la mejora del servicio y/o de los procesos, incluyendo investigación y desarrollo, diseño de procedimientos de servicios, etc.
- (c) Gestión de recursos humanos. Actividades relacionadas con la búsqueda, contratación, formación, desarrollo y compensación del personal.
- (d) Infraestructura de la empresa. Actividades como dirección de la empresa, planificación, finanzas, contabilidad, cuestiones legales, gestión de calidad, etc.

2.4.2.- Cadena de valor centro de desarrollo infantil “ARENITA”

El proceso de logística interna incluye los siguientes dos pasos:

- (a) Recibir al cliente (Padre o Madre de familia)
- (b) Proporcionar información referente al negocio y sus actividades.

Se realiza el proceso de inscripción en los siguientes pasos:

- (a) Recepción de documentos
- (b) Validación
- (c) Clasificación
- (d) Ingreso de información
- (e) Cobro de obligaciones
- (f) Entrega del listado de materiales obligatorios para el ingreso.

El proceso de atención logística incluye las siguientes actividades:

- (a) Ingreso del infante
- (b) Recepción de materiales
- (c) Ubicación al menor
- (d) Alimentación según el horario establecido
- (e) Aseo según la necesidad
- (f) Horario de destrezas
- (g) Tiempo de recreación
- (h) Regreso a casa.

Para el área de publicidad, la promoción será realizada mediante la entrega de hojas volantes con la publicidad de nuestra empresa y serán distribuidas en el sector Mucho Lote 2, afuera de las principales instituciones financieras, comerciales, y hogares, focalizadas a ejecutivos y ejecutivas jóvenes con apariencia entre los 18 y 30 años. Para atraer a futuros clientes se implementará un convenio con empresas cuyo beneficio será entregarles el beneficio de descuentos para hermanos

Otra de las estrategias de promoción es la entrega de dípticos, por medio de convenios con las empresas, con toda la información de la guardería y podamos alcanzar los objetivos propuestos. El costo del servicio será de \$220 mensuales por los 22 días laborables que son de lunes a viernes a partir de 7H00 hasta las 20h00.

En aspectos tecnológicos, se hará uso de los siguientes implementos para el correcto funcionamiento de la guardería:

- (a) Utilización de cámaras IP para videos en tiempo real en los celulares del cliente, contorno y aulas internas.
- (b) Acceso a Internet.

(c) Creación y uso de página web

En temas referentes al abastecimiento, se considerará los siguientes aspectos:

(a) Cuenta para el acceso a Internet.

(b) Adquisición de materiales para el desarrollo del bebe.

(c) Pago de Agua, Luz y Teléfono.

(d) Pago de consumo de cuenta en Internet al Proveedor.

(e) Adquisición de Suministros Varios.

(f) Actividades de los clientes

Por último, para la comercialización y venta del servicio del centro de cuidado infantil se implementarán las siguientes estrategias:

(a) Preparación de ofertas para clientes perennes o Entidades que requieran el servicio en un nivel corporativo.

(b) Negociación con clientes potenciales.

Capítulo 3. Marco Metodológico

De acuerdo con el objetivo principal del proyecto, se preseleccionará un diseño de investigación y una muestra adecuada que permita reunir datos y elaborar un plan de procedimientos, que sirvan como herramientas para evaluar la realidad a capturar.

Hernández et al. (2006, p 101) relatan que los estudios exploratorios sirven para familiarizar con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras y sugerir afirmaciones y postulados.

3.1.- Estudio de mercado

Este estudio se realiza con el fin de conocer y analizar el nicho de mercado para la creación de un centro de Desarrollo Infantil, así como la evaluación de la competencia. El estudio de mercado, además de analizar y determinar la oferta y la demanda, permite predecir situaciones futuras para establecer políticas y procedimientos para ser utilizadas como estrategia comercial.

Adicionalmente, el estudio incluye la realización de una encuesta socio-demográfica a 357 padres de familia y cuidadores de niños menores de 5 años. A su vez, estas personas evidenciaron tener un alto nivel de interés por conocer dónde dejar a sus hijos para el cuidado y el desarrollo inicial y confirman el requerimiento familiar y de la comunidad por la creación de un centro de Desarrollo Infantil que acompañe a la sociedad en general y en especial a los progenitores en pautas de crianza, hábitos y estilos de vida saludables, lenguaje, procesamiento lógico-matemático y entre lo más importante, el cuidado responsable de sus niños, propios y fundamentales en los primeros años de vida del ser humano.

3.2.- Target

Para definir el segmento de mercado fue necesario realizar un exhaustivo estudio del mercado, examinando las diferentes variantes que enmarcan el tema. Analizando la segmentación geográfica, el target estará destinado para los pobladores de la zona norte de la ciudad de Guayaquil, o en su defecto, las familias que viven en el sector mucho lote II, con un nivel socio-económico medio.

Estudiando la segmentación demográfica, los prospectos potenciales son los padres de familia jóvenes que tengan niños o niñas de 2 a 5 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.

3.3.- Informe de la competencia

Analizando cual sería el competidor más fuerte es en realidad una tarea difícil, dado que en el sector norte de Guayaquil existen diversas guarderías de diferentes índoles y actividades es importante el examen exhaustivo de cada una de ellas.

No sólo se considera como competencia a las guarderías cercanas al sector, aunque sea un factor de importancia para el análisis, 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, ofrece jornada completa de 8am a 7pm por \$125, media jornada de 8am a 2pm o de 1pm a 6pm por \$75, por días de 8am a 6pm a \$10 y por horas a \$2, con un servicio para niños de 2 a 4 años.

Otra 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 está el centro de diversión ¡RECÓRCHOLIS!, que si bien es cierto no existe una franquicia en Guayaquil, ni en todo el Ecuador, es una cadena de centros de entretenimiento que tiene mucha acogida en otros países y gracias a la demanda existente sería muy posible su llegada a Ecuador muy fácilmente. Es por esto que es considerada como una competencia fuerte a superar.

La actual investigación científica del presente estudio es descriptiva y de corte trasversal. Así mismo se utiliza un enfoque mixto, es decir, tanto cuantitativa como cualitativa, con el fin de poder comprender, analizar y estudiar en su totalidad a la población objetivo, teniendo en cuenta todas las cualidades como sea posible en el determinado estudio.

3.4.- Técnicas de investigación

Para poder recolectar la información deseada se utilizaron técnicas no experimentales de campo, es decir, un contacto directo con el mercado objetivo.

Los instrumentos de investigación de campo que se utilizaron fueron las entrevistas y grupos focales. La entrevista es la técnica de compilación mediante la cual se puede realizar una conversación y obtener de esta manera información relevante acerca del tema a tratarse y de los temas a investigarse. Es un instrumento 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 de preguntas basadas en un cuestionario.

3.5.- Focus group

Se utiliza la herramienta del focus group con el objetivo de detallar las investigaciones más relevantes, analizar y poder conocer los pensamientos, ideas, percepciones y la conducta de los consumidores acerca de un servicio nuevo y de esta manera tener resultados sobre el tema, permitiendo un enfoque más acertado de la percepción de los prospectos para el mercado.

Con la finalidad de comparar las inclinaciones y/o resultados de dos diferentes grupos de consumidores, prospectos de diferentes rangos de edad, se realizó un focus group de cinco personas. Entre los participantes hay madres con mayor experiencia, conocimientos generales en el cuidado de los niños (abuelas) y madres jóvenes que recién están formando sus hijos, es decir, dos grupos de madres con mentalidades y pensamientos diferentes que pueden aportar sobre el tema a tratarse.

De la misma manera, se empleó el uso de una encuesta cuantitativa rápida, como instrumentos para descubrir el impacto y comportamientos ya sea negativo o positivo del escenario descrito en el focus group, obteniendo una adecuada retroalimentación, criterios cumpliendo con objetivos principales como la expresión, identificación, recopilación, confrontación y profundización.

De igual forma Mediante dos técnicas mencionadas, el estudio asegura la participación de las personas involucradas en el tema durante el transcurso de la investigación, reuniendo y detallando con delicadeza los aportes de las personas interrogadas con su visión de la realidad y de los investigadores con su visión basada en las teorías, escenarios y observaciones de la situación actual, por medio de lo cual que se consigue las respuestas deseadas.

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



Figura 22. *Desarrollo de focus group*

Durante el focus group los prospectos vieron un poco extraño el hecho de dejar a sus niños en un centro de desarrollo infantil, presentaban desconfianza, objeciones 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 referentes a cómo confiar al niño a una persona totalmente desconocida.

Describieron y expresaron 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, certidumbre, 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 que se refiere a seguridad, cuidados de los infantes.

Siendo así, que a medida que imaginaban más el asunto, les iba gustando y hasta daban ideas, consejos y detalles de que tal vez el centro de desarrollo infantil debería contar con una especie de mini farmacia 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.

Luego al final pudieron concluir y hacer una retroalimentación en que sería una buena idea y que ellas si dejarían a sus niños en el centro, dado que contarán con un sistema de

vigilancia en su celular o Tablet en línea, además de tener el beneficio de que sus niños estarían desarrollándose socialmente.

3.6.- Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es no experimental, de naturaleza mixta y de alcance descriptivo, pues permite desarrollar estudios con mucha profundidad mediante la utilización básica que es la observación.

3.7.- Población y muestra

Mucho lote II cuenta con una población de 10.000 familias del proyecto habitacional y está localizado en la parte baja del sector del Cerro Colorado, al noreste de la ciudad de Guayaquil, al pie de la autopista terminal terrestre Pascuales. Se considera como una zona de crecimiento, rodeado de urbanizaciones de primer nivel.

3.7.1.- Delimitación de la población

Para objeto de este estudio se considera a la población económicamente activa, que comprende edades de 20 a 55 años, dando un total de 10.000 familias que viven en el sector, del cual se va a tomar 5.000 familias que existen alrededor del sector donde se creará el centro de desarrollo infantil.

3.7.2.- Tipo de muestra

El tipo de muestra a aplicarse es no probabilístico. Este tipo de muestra se adapta a la presente investigación, ya que los muestreos no probabilísticos son a menudo necesarios e inevitables, porque son más económicos, rápidos y menos complejos.

3.7.3.- Tamaño de la muestra

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.	
en donde,	
N = tamaño de la población	5.000
Z α = nivel de confianza al 95% es:	1,962
p = probabilidad de éxito, o proporción esperada	0,5
q = probabilidad de fracaso	0,5
d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	0,05
$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^2 \times p \times q}$	4.811,81 13,46
n = tamaño de la muestra desconociendo la población =	357
Conclusion:	
Se requeriría encuestar a no menos de 357 viviendas para poder tener una seguridad del 95%.	

Figura 23. Cálculo del tamaño de la muestra

3.7.4.- Proceso de selección

Dado que el tipo de muestra es no probabilístico, se tomará el proceso de selección mediante la muestra por cuota, es decir, mediante la observación se aplicará la encuesta a 357 personas de acuerdo a los resultados de la muestra.

3.8.- Métodos utilizados

3.8.1.- Métodos teóricos

Inductivos: Parte de las observaciones encontrada en el planteamiento de la hipótesis del problema las causas, consecuencias, soluciones que existe en el sector de mucho lote II, lo que ha permitido enfocarse en el estudio de viabilidad del tema planteado.

Deductivo: Este será utilizado al estudio de fenómenos particulares obteniendo el mismo resultado de los antes mencionados.

Síntesis: Este método parte de lo simple a lo complejo e implica la unión de todas sus partes para conocer las causas y efectos lo cual se emitirá el respectivo análisis de tema que está siendo objeto del estudio.

Estadísticos: Para recolectar, organizar e interpretar datos y tabularlos, en base a los resultados el cual nos ayudara a efectuar el análisis y la decisión.

3.8.2.- Métodos empíricos

Observación, este método permitirá examinar de una manera detallada y directa a cerca de los problemas existentes objeto de nuestro estudio lo cual nos vuelve

3.9.- Técnicas e instrumentos

En la propuesta de investigación las técnicas a realizar son:

- (a) Documental: Porque se requiere de la información existente para desarrollar criterios en base a nuestros objetivos que están planteados en el proyecto.
- (b) Encuesta: Permitirá obtener información a través del instrumento del cuestionario de preguntas en este caso cerradas de opinión.
- (c) Cuestionario: Considerada como la herramienta principal y se empleará para recabar datos. Por ende, el diseño de un cuestionario requiere de mucho cuidado, tiempo, trabajo, esfuerzo y personal especializado para su elaboración.
- (d) Observación: Ayuda a desarrollar los conocimientos necesarios del entorno para la formulación de hipótesis.

3.10.- Análisis e interpretación de los resultados

3.10.1.- Análisis de la situación actual

El desarrollo de esta investigación está enfocado al servicio de cuidado de niños/as en la ciudad de Guayaquil sector Mucho Lote II, con respecto al servicio de asistencia requerida en gran demanda por aquellas madres de familia que se encuentran inmersos en el mercado laboral o están culminando una carrera profesional. Por lo tanto, se ven en la necesidad de solicitar a personas profesionales o empresas que brinden un excelente servicio, para de esta manera sentirse tranquilas y desempeñarse de forma óptima en el ámbito que se desenvuelven.

El servicio de cuidado de niños/as es una actividad que se ha venido dando desde la prehistoria de una manera informal, aquellas personas que ofrecían este tipo de servicios eran muy conocidas como nodrizas, las mismas que solo se dedicaban al cuidado personal mas no intelectual. En la actualidad, este tipo de asistencia ha venido innovando de muchas maneras; es decir que también brindan orientación en todas las actividades correspondientes a los niños/as como tareas escolares, actividades de recreación, obligaciones en el hogar si fuese necesario, etc.

Con el fin de conocer las causas de la problemática planteada se han planteado varias hipótesis generales y particulares, las mismas que se verificarán a continuación en el proceso de encuesta.

3.10.2.- Modelo de encuesta

Como parte fundamental antes de iniciar las encuestas se le realizo a las personas unas series de preguntas y observaciones:

- 1.- Género
- 2.- ¿En su hogar tiene niños entre 3 meses y 5 años de edad?
- 3.- ¿Actualmente se encuentra trabajando o estudiando?
- 4.- ¿Tiene con quien dejar a sus hijos mientras trabaja o estudia?
- 5.- ¿Cómo califica el servicio que brindan los actuales centros de desarrollo Infantil en la ciudad de Guayaquil?

Para evaluar la demanda de un centro de educación inicial cercano a las viviendas del sector, se realizó un sondeo a 357 padres de familia con niños y/o niñas entre 03 meses a 4 años de edad, a quienes se aplicó la pregunta:

- 6.- ¿Cree usted que las personas que brindan el servicio de cuidado de niños en los Centros infantiles son profesionales capacitados?
- 7.- ¿Cómo califica las estructuras utilizadas en el cuidado de los niños en los centros de desarrollo infantiles?
- 8.- ¿Cree usted que mejoraría la calidad de la atención en los centros infantiles si el personal al cuidado fueran enfermeras profesionales?
- 9.- ¿Antes de solicitar el servicio del cuidado de los niños, a cuáles de estos factores le da mayor prioridad?
- 10.- ¿Cómo considera la utilización de materiales didácticos en el proceso de enseñanza-aprendizaje del niño?
- 11.- ¿Considera necesario la educación inicial en los centros infantiles?

12.- ¿Cree usted que las actividades de recreación ayudan en el desarrollo psicomotriz del niño?

13.- ¿Cuándo ha solicitado los servicios de cuidado infantil su nivel de satisfacción es:

14.- ¿Estaría usted de acuerdo, que la educación de sus niños la imparta una profesional en párvulos?

15.- ¿Considera usted que los niños al cuidado en los centros de desarrollo infantil tienen una atención de calidad?

16.- ¿Si existiera un centro de desarrollo infantil que cuente con todas las características que usted desea estaría dispuesto a solicitar sus servicios?

17.- ¿Considera usted que recibe buen trato los niños de parte de los profesionales en los centros infantiles?

18.- ¿Cree usted que, los niños bajo el cuidado de niñeras, nodrizas o familiares, serán atendidos de igual forma que lo hace una persona profesional?

19.- ¿Considera Usted, que cuando los niños presentan enfermedades al cuidado de guarderías, son atendidos inmediatamente por un profesional de la salud?

Capítulo 4. Resultados

4.1.- Investigación de campo y plan de mercado

En el mundo actual unos de los elementos básicos y fundamentales para afianzar el éxito en el proyecto que cualquier individuo proponga es el fundamentalmente estudio de mercado. Este relevante estudio de mercado detalla el medio donde se fundamentará el servicio o producto. El cual permite realizar un exhaustivo análisis del mercado o entorno global sobre la oferta, la demanda, el marketing mix, el precio, los medios de distribución y la publicidad.

4.1.1.- Segmentación del mercado potencial

La segmentación del mercado consiste en identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares. Existe cierto consenso en la literatura especializada: Kotler Armstrong (1998), Cobra (1997), Lindon et. al. (2000) y Yanaze (2011), acerca de ciertos tipos y grados de segmentación, entre las que destacan: geográficos, demográficos psicográficos y de comportamiento. En esta perspectiva, el presente trabajo tiene como objetivo general identificar y analizar las características más llamativas del criterio de segmentación de mercado a través de psicográficos, así como establecer un paralelo con la segmentación de comportamiento (Ciribeli & Miquelito, 2015).

Una de las pautas más importantes es desarrollar las estrategias comerciales y de marketing para enfocarlas a grupos con características similares y que posean comportamientos semejantes del marketing mix con respecto a un bien, productos o servicios. Los diferentes segmentos de mercados se deben caracterizar por ser homogéneos y por la heterogeneidad en consideración de los demás. En concordancia, se muestran los parámetros por lo que se puede segmentar el mercado.

- (a) Las variables geográficas, donde son utilizadas para segmentar el mercado en unidades geográficas; por ejemplo, países, regiones, provincias, pueblos, recintos entre otras,
- (b) Las variables demográficas, por medio de estas variables permiten dividir el mercado en conjuntos similares respectivamente con el sexo, la edad, ocupación, ingresos, raza, entre otros,

- (c) Las variables socioeconómicas, así mismos, son las que sé que se utilizan para dividir a la población según su estatus social (Clases sociales, Target)
- (d) Las variables psicográficas, Son muy importantes ya que pertenecen al conjunto de personas formados a partir de su clase social, personalidad y estilo de vida.
- (e) Las variables conductuales, siendo las que conforman de grupos en función de la posición de los clientes hacia el producto como conocimiento, actitud y el uso.

Las variables a tener presente en el estudio serán las siguientes:

- (a) Variable geográfica. Una de las actividades también fundamentales será ofrecer el servicio en las casas de los clientes, se brindará en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, zona norte urbana, Parroquia Pascuales sector Mucho Lote 2. La dirección de la oficina principal se encontrará en la Urbanización Victoria del Rio, Calle principal.
- (b) Variable demográfica. Los servicios que se ofrecen son el de cuidado y enseñanza infantil se ofertara principalmente a los padres de familias que tengan niños de 0 a 5 años. Las madres o padres podrán estar laborando o en cualquier actividad. El horario debe ser flexible y adaptado al interés de los padres.
- (c) Variable socioeconómica. Actualmente unos de los puntos relevantes en el estudio es también el estatus laboral de las madres que percibirán el servicio será desde la clase media y media-alta con un salario sustentable.

4.1.2.- Análisis de mercadeo (marketing mix) o mezcla de marketing

Así mismo el mercadeo o usualmente denominado marketing, así, va a contar necesariamente con estas dos etapas: el marketing estratégico y el marketing operativo dentro del cual se encuentra el marketing mix. El mix se concreta en la planificación de las denominadas 4ps (en inglés, product, price, place, promotion) a partir del modelo formulado por J. E. McCarthy. El marketing mix es la mezcla o combinación de elementos operativos de una organización para llegar a su público y alcanzar los objetivos planteados (Marcial, 2015 p.65).

El marketing mix es la mezcla de cuatro elementos que van a suponer la efectiva ejecución de una estrategia de marketing. Su papel en este es crucial ya que en esencia se trata de crear productos y servicios que satisfagan a los consumidores de forma tal que el precio, distribución y promoción se conciban como un todo. El marketing mix se estructura en base a

dos modelos esencialmente, el tradicional y el ampliado por lo que resulta conveniente adoptar un enfoque con relación a los ingredientes que integran el mix (Marcial, 2015 p.66).

En el mundo actual se llega a errores de confundir el término de marketing con las actividades de publicidad y promoción, también otros inferen que se refiere a diseñar productos y delinear técnicas de venta. El concepto de marketing es muy importante porque abarca mucho más que esto, pues estas son solo fases o técnicas para su implementación. Su definición ha pasado los límites de las estrategias, también ha transitado por diferentes enfoques a través de los cuales se ha desarrollado la actividad de intercambio.

El concepto de marketing mix lleva a reflexionar sobre algunas cuestiones de importancia metodológica. En primer lugar, es necesario comprender que, dentro del marketing, las 4Ps será aquel conjunto de variables que están bajo el control de una unidad de información, a diferencia de los elementos del entorno que son analizados en la parte estratégica (Marcial, 2015 p.67).

Para hacer un estudio más amplio y profundo es transcendental el elemento central a considerar es que el mix se planifica de acuerdo con las características del target o público objetivo. Por tanto, investigación de mercado, segmentación, posicionamiento y mix son conceptos interrelacionados entre sí. Por otra parte, el término mix, mezcla, presupone que todos los elementos que lo integran están relacionados de forma dinámica. Ello implica que debe existir una coherencia entre los cuatro elementos y además que la modificación de los rasgos de un elemento incide en el resto (Marcial, 2015 p.67).

En el mundo moderno existe un equipo de herramientas y estrategias de comunicación que integran el marketing mix y que se usan para que el producto o servicio que se ofrece, llegue al cliente de la mejor forma posible. Esencialmente, se suelen combinar cuatro variables, las cuales son usualmente reconocidas como las 4P's del mercadeo: (a) el producto; (b) el precio; (c) la plaza, que implica la distribución; y (d) la promoción, o tal como se la conoce ahora, comunicación (Kotler & Armstrong, 2013, p. 63).

El creciente desarrollo de los servicios en el marco de una sociedad postindustrial planteó la necesidad de reformular los conceptos y fundamentos del marketing. Así, en la década de los ochenta destaca la contribución de Booms y Bitner (1981 citado por Rafiq y Ahmed, 1995) con el denominado marketing mix extendido o ampliado. En la propuesta de estos autores se define el mix basado en 7Ps que suma a los cuatro elementos anteriores otros tres, personas

(participants), elementos tangibles (physicalevidence) y procesos (process). Estos elementos del mix consustanciales a la naturaleza del servicio, van a considerar a las personas que participan en el servicio, esto es personal y usuarios; los elementos materiales que rodean al servicio y que abarcan desde la señalización a las tecnologías; y los procesos asociados a la organización del servicio (Marcial, 2015 p.66).



Figura 24. *Combinación de las 4P del Marketing*

4.1.2.1.- Producto.

En el mundo moderno se frecuenta catalogar al producto como aquel bien específico disponible en el mercado que tiene como función la satisfacción de determinadas necesidades, las que se pueden denominar como: servicios, lugares, objetos, organizaciones e ideas. Por lo general, el consumidor o consumidores tienen la percepción de que el producto está formado por un conjunto de beneficios que deben satisfacer una específica necesidad. Para la elaboración o fabricación de un producto es relevante tener en cuenta las necesidades de los posibles consumidores y de cómo se logra su satisfacción a largo plazo (Kotler & Armstrong, 2013).

De acuerdo a Kotler y Armstrong (2013), expresan que *“dado que los consumidores se inclinan hacia los productos con mayor calidad, mejor desempeño y características innovadoras*

las organizaciones deberán enfocarse en ofrecer productos con mejoras continuas que satisfagan las exigencias del cliente”.

Para poder solventar con éxito estrategias que permitan desarrollar y posicionar el producto respectivo en el mercado, Kotler y Armstrong (2013) hacen énfasis a algunos aspectos a considerar: adicionar al producto nuevas características, ventajas, beneficios, mejoras, funciones y atributos que maximicen su utilidad y uso. Así mismo, hace relevancia en la necesidad de optar por cambios en el diseño del producto, su empaque, etiqueta, colores, logotipo, que prevalezca en mostrar una presentación diferente. De igual forma menciona el ampliar el portafolio del producto, realizando producciones diferentes, desarrollar una nueva marca, sin la necesidad de exterminar del mercado la existente, es decir, una marca diferente para el mismo tipo de producto, pero orientada y enfocada a un público con mayor poder adquisitiva.

Para el Centro de Desarrollo Infantil “ARENITA” el producto radica en la prestación de servicios de cuidado y enseñanza infantil, bajo el eslogan de “Cuidamos con amor”. El establecimiento ofrecerá e impartirá los servicios o productos en diferentes horarios en base a las necesidades que requieran y demanden los clientes.

A continuación, se muestra el logo del Centro de Desarrollo Infantil “Arenita”.



Figura 25. Logo del centro de desarrollo infantil “Arenita”

El color Trigo representa a las enfermeras y parvularios, quien con empeño y eficacia dedicará su tiempo a los niños. El color naranja simboliza la alegría y creatividad de los niños. El arco hace referencia al domicilio donde se ofrecerá el servicio como un lugar seguro, mientras que la superficie verde significa la responsabilidad y amor que se dará al cuidado de los niños.

4.1.2.2.- Precio.

Una de las cambiantes más importantes es el precio que compila la información suficientemente necesaria para concretar el precio de productos o servicios propios de una empresa y que se encuentran disponibles en el mercado. Representando la única manera capaz de generar ingresos. Existen muchas variables a tener en cuenta para precisar el precio, como por ejemplo el análisis del mercado para obtener información sobre los métodos y estrategias de la competencia (Kotler & Armstrong, 2013).

De la misma forma, para establecer precios, se necesita identificar el mercado objetivo y proyectar el nivel de posicionamiento que tendrá el producto o servicio. Así mismo, también es necesario definir estrategias de promoción y distribución del producto, así como realizar un análisis exhaustivo de la influencia de la demanda para establecer un precio competitivo. Sin embargo, un punto importante es determinar precios teniendo en cuenta un margen de utilidad partiendo del cálculo de costos y gastos asociados a la producción.

En la actual investigación, el precio se ajusta a los diferentes horarios y tiempos en que las parvularias prestarán los servicios de cuidado y enseñanza a los infantes en concordancia con la demanda o necesidades de los clientes, que estará oscilando entre \$220 mensuales, de acuerdo con el rango horario requerido o demandado.

4.1.2.3.- Plaza.

De igual forma como parte relevante de este proyecto el marketing ha llegado a convertirse en un elemento imprescindible para el éxito empresarial. La evolución del marketing ligada a la estrategia empresarial conduce al desarrollo de lo que actualmente conocemos como plan de marketing. A través del plan de marketing puede verse reflejado el estudio de mercado que se ha realizado, la justificación del mercado-segmento al que se dirige, el tipo de producto o servicio con el que la empresa a través de su lanzamiento al mercado va a tratar de satisfacer las necesidades de sus clientes, partiendo de un producto servicio base y tratando de aumentar su valor añadiéndole las características que se crean oportunas hasta llegar al producto aumentado (Cruz-Gómez, 2016 p.6).

También la plaza o distribución examina los canales que permite que el producto llegue a manos del consumidor. En tal estructura se analizan factores relevantes como es el caso de puntos de ventas, almacenaje, relación entre intermediarios, y otros aspectos fundamentales.

Del mismo modo, Hernández, Uribe y Barrera (2018), definen plaza como el lugar de acceso para desarrollar la presencia de productos y servicios que son lanzados al mercado (Ettenson, Conrado, Knowles, 2013). No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, etc. (Ettenson, et. al, 2013)

Para el adecuado funcionamiento de esta variable, los diferentes canales de distribución del cual el cliente podrá tener acceso y beneficiarse del producto o servicio que se ofrece es dado por los agentes relevantes como los intermediarios latentes, La tecnología es parte importante como una página web que muestre y detalle los verdaderos beneficios del producto o servicio, así mismo otro medio es la utilización de correo electrónico, redes sociales, etc. Además, se incluye el modo de visita de puerta a puerta, se encuentran también los puntos de ventas o de atención, además utilizar las estrategias de distribución intensiva-selectiva y exclusiva permiten lograr mayor cobertura del producto (Kotler & Armstrong, 2013).

Este es el caso del Centro de Desarrollo Infantil, se abrirá un centro de atención a los clientes como una oficina para la plena atención eficiente los prospectos, con una especialista de atención a los usuarios. Por igual manera, se desarrollara una página web para ofrecer toda la , detalles y circunstancias de información necesaria y dar publicidad a los servicios que se ofrecerá, utilizando el marketing electrónico. Se ofrecerá un servicio de calidad a las familias que posean niños menores de 5 años y dentro de sus necesidades sean el cuidado y enseñanza para que así ellos puedan realizar diferentes actividades laborales u otras formas de trabajo.

4.1.2.4.- Promoción.

Una de las también partes relevantes en esta investigación es la variable promoción o comunicación que es la de mayor relevancia en utilizar estrategias con el fin de hacer publicidad para el producto o servicio de los cuales la mejor vía para llegar a los prospectos a través de la venta. El efecto resultante de esta variable es vital importancia de cómo se emplea, a quiénes va dedicado y dirigidamente y cómo se lo hace. En lo que respecta a la palabra promoción representa el desarrollo de influencia hacia el público destino, y que por ende se considera relevante el uso de algunas estrategias y técnicas que apoyen el área de la publicidad a través de un portafolio promocional para los productos y servicios. En el mundo actual se utiliza y se

maneja la promoción, publicidad, Merchandising, relaciones públicas, marketing relacional y fuerzas de ventas. La mejor forma en la que una empresa realiza las respectivas promociones, es la manera por la cual ésta se comunica directamente y eficientemente con los clientes o consumidores potenciales.

Conceptuando sobre el único hilo conductor sobre los conceptos planteados por Kotler y Armstrong, en donde las principales estrategias que deben perfeccionarse y priorizarse para impulsar un producto o servicio de manera eficiente y eficaz se encuentran realizar descuentos especiales, sorteos, concursos o rifas, obsequiar presentes a los clientes potenciales y habituales, ejecutar promociones dos por uno, entregar volantes y folletos en los espacios públicos, así mismo el pautar publicidad por prensa y redes sociales es vital para difundir el portafolio de productos o servicios que la organización tiene para ofrecer a sus consumidores o clientes.

Siendo así, el centro de desarrollo infantil implementara estrategias promocionales, marketeras con el fin de que el servicio o producto sea de total agrado, aceptación y certidumbre para los padres que necesiten utilizar los servicios de dicha empresa, dando a conocer los métodos, portafolios de servicios y vías para educar a los infantes.

4.1.3.- Análisis de la oferta, demanda y proyecciones

Las actividades más importantes también en un proyecto o investigación es la oferta y la demanda siendo así las fuerzas indispensables que hacen que las economías del mercado funcionen. La planificación y cuantificación de la cantidad o presupuestos que se debe producir de cada bien o servicio y el precio para expender al consumidor para la venta se aprecia determinadamente a través del estudio de las características de la oferta y la demanda definitivamente.

4.1.3.1 Análisis de la demanda.

Definitivamente usual que para realizar el exhaustivo análisis de la demanda, se consideraron como base las respuestas obtenidas en la pregunta número 15 de la encuesta sobre la disposición a utilizar los recursos necesarios y servicios de una empresa que brinde cuidado y enseñanza infantil de calidad. Que se determinó de una muestra de 357 padres de familias de niños menores de cinco años que habitan en la zona de impacto del proyecto donde se prestarán los servicios de dicha empresa. Los resultados indican que el 94% de los encuestados están interesados en utilizar los servicios que preste el centro infantil. Que detalladamente se observa

que el proyecto se esforzara a satisfacer las necesidades de la demanda potencial que ofrece el mercado.

Teniendo un resultado detallado de las siguientes maneras, el 94% de 5.000 madres de familia u hogares es 4.700 familias que pudiera inferirse que requerirán los productos y servicios que ofrece el Centro de Desarrollo Infantil, de igual forma las cifras únicas determinadas se puede detallar como la cantidad de padres de familias o clientes que demanden estos servicios, analizando que soliciten como mínimo el 10% del promedio del potencial del mercado al mes.

Para evaluar la proyección de la demanda, se considera como base la información que brinda la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, sobre las proyecciones de crecimiento parroquiales, donde en Guayaquil se estima una tasa de crecimiento del 1,07%. Existe relación directa entre algunos factores tales como el crecimiento de la población y el aumento de la calidad de vida de los habitantes. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SNP, 2010).

Para realizar el cálculo de la demanda se utilizó el método geométrico denominado también exponencial:

$$Dt = D(1+i)^n$$

En donde:

Dt = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

n = 5: Potencia relativa al número de años por los que estará en vigor la investigación.

De este modo, se procede a delimitar el valor de la demanda total en un período de 5 años de investigación (se debe recordar que la demanda estimada está compuesta por la población futura).

$$Dt = 5000 (1+1,07\%)^5$$

$$Dt = 5000 (1+0.0107)^5$$

$$Dt= 5053,50$$

Para hacer una proyección de los valores de la demanda total relativas al crecimiento de la población de acuerdo a las familias dispuestas a solicitar los servicios en el período de tiempo previsto para esta investigación, se aplica la misma fórmula reemplazando el exponencial por el número del año en cuestión.

Tabla 5.
Proyección de la demanda

PROYECCION DE LA DEMANDA				
2017	2018	2019	2020	2021
5000	5054	5108	5162	5217

También es necesario considerar una cifra general, una demanda de 223.239 niños en el cantón Guayaquil entre 0 a 4 años de edad, para tener una relación de cuánto es la demanda de niños. La figura siguiente demuestra el total de la demanda del cantón Guayaquil, considerando el crecimiento poblacional de 1,07% anuales.

Tabla 6.
Proyección de la demanda en la ciudad de Guayaquil

DEMANDA GUAYAQUIL NIÑOS ENTRE 0-4 AÑOS				
2017	2018	2019	2020	2021
223239	225628	228042	230482	232948

4.1.3.2.- Análisis de la oferta.

Especificando la oferta, el presente estudio debe enfocarse en la cantidad de empresas en la zona norte de Guayaquil que brindan los servicios de cuidado y enseñanza infantil. Siendo así que no teniendo respectivamente datos referenciales basados en estudios recientes, se proyecta la oferta con respecto a la cantidad de guarderías físicas existentes en la ciudad de Guayaquil.

Detallando los últimos datos estadísticos que brinda el Instituto Nacional de la Niñez y la Familia (INNFA), Guayaquil cuenta con alrededor de 200 guarderías, que admiten como promedio referencial un total de 40 niños. Actualmente, según esa institución, se calcula que existen unos 2.000 establecimientos, de los cuales menos del 10% funcionan con permiso (Universo, 2012).

Virtud a los datos relevantes, concierne estimar la oferta, siendo que los planteles tienen la misma actividad diferenciando sólo del sentido de trabajo que ofrecen. Las más comunes habitualmente son instituciones físicas y que se dedican sólo al cuidado o sólo como jardín, mientras que la idea de este proyecto de investigación detalla un servicio diferenciado y de valor agregado. Realizando la estimación de la oferta se usa la tasa de crecimiento poblacional determinada para el cantón de Guayaquil, que es del 1.07% enunciada con anterioridad.

Tabla 7.
Proyección de la oferta

PROYECCION DE LA OFERTA				
2017	2018	2019	2020	2021
33872	34234	34601	34971	35345

Tomando como referencia la tabla 7, existe una oferta para 33.872 niños en el cantón Guayaquil, pero hay que considerar que en el Sector Mucho Lote II no existen guarderías, jardines o centros infantiles públicos o privados algunos, por lo que se considera que esta oferta es indiferente ya que no afecta directamente al Centro de Desarrollo Infantil.

Diario el Telégrafo en su sección Guayaquil en cifras, indica que en el cantón Guayaquil existen 676.842 niños de entre 0 a 14 años de edad y que los niños entre 0 y 4 representa el 33%, donde las parroquias Tarqui y Febres cordero concentran la mayor parte de su población.

Tabla 8.
Población de niños menores e iguales a 4 años de edad

Código	Ciudad	Programa INFA (CNH, CDI, Wawa kamayul)	Minde Educ	Centro Infantil Privado	Centro Infantil Público	Otro	Le cuida	Paga a
090150	GUAYAQUIL	12.766	1.215	15.551	4.340	6.382	172.312	5.582
170150	QUITO	6.900	1.213	26.578	6.639	3.049	96.063	5.800
TOTAL		266.460	24.376	107.891	59.360	33.902	984.178	28.620

Fuente: Tomado de Ecuador en Cifras

Según datos de Ecuador en Cifras existen en la Ciudad de Guayaquil (Tabla 8), existen 12.766 niños incluidos en programas del INFA, 1.125 en programa del Ministerio de Educación, 15.661 niños en Centros Infantiles Privados, 4.340 en programas públicos (Municipio, Gobierno Central, Prefectura), 6382 niños en otros programas (Fundaciones), 17.312 son cuidados por los

padres o madres o familiares gratis y 5.582 niños paga a una persona para el cuidado de su infante. Del mismo modo, la tabla siguiente exhibe la participación de cada grupo.

Tabla 9.

Participación de niños menores e iguales a 4 años de edad en programas

Código	Nombre de la Parroquia	Programa INFA (CNH, CDI, Wawa)	Programa del	Centro Infantil Privado	Centro Infantil Público de	Otro	Le cuida	Paga a
090150	GUAYAQUIL	6,0%	0,6%	7,3%	2,0%	3,0%	80,4%	2,6%
170150	QUITO	4,8%	0,8%	18,6%	4,6%	2,1%	67,1%	4,1%
TOTAL		18,2%	1,7%	7,4%	4,1%	2,3%	67,3%	2,0%

Fuente: Tomado de Ecuador en Cifras

Como se puede observar, la población de niños menores o igual a 4 años de edad por participación en programas está representado por los siguientes porcentajes: Programa INFA 6%, Programa del Ministerio de Educación 0,6%, Programa Centro Infantiles privados el 7,3%, Programa de Centros infantiles municipales, Estado y Prefectura representa el 2%, otros programas con una participación es de 3%, Niños que los cuidan familiares gratuitamente representa el 80,4% y los que pagan a una persona (Niñeras, Nodrizas o familiares) representa el 2,6%.

Haciendo referencia ambas proyecciones, es eficiente determinar los valores de la demanda insatisfecha, que se detalla con mucho interés la que el mercado ha sido incapaz de acaparar y que una masa o la totalidad, pudiera ser prospectada de manera eficiente siendo el nuevo proyecto, en conclusión. De tal manera, el Centro de Desarrollo Infantil ejecutara planes estratégicos adecuados con el fin de sustituirla. En el siguiente párrafo, se detallan los cálculos de la demanda insatisfecha, siendo proyectada para cinco años.

Tabla 10.

Demanda insatisfecha en la ciudad de Guayaquil

DEMANDA INSATISFECHA NIÑOS 0-4 AÑOS GUAYAQUIL			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	223239	33872	189367
2018	225628	34234	191394
2019	228042	34601	193441
2020	230482	34971	195511
2021	232948	35345	197603

Fuente: Tomado de Centro de Desarrollo Infantil

Es válido aclarar que este negocio estará ubicado en el sector de Mucho Lote II, considerando la demanda que existe en la Ciudad de Guayaquil. En la zona antes mencionada no existe ninguna entidad gubernamental o privada que ofrezca el servicio de cuidado infantil. Además, se tiene como referencia la población de 5.000 que representa el 2,23% del total población de niños que viven en la Ciudad de Guayaquil, denotado como demanda insatisfecha, visible en la tabla siguiente.

Tabla 11.

Demanda insatisfecha en Mucho Lote II

DEMANDA INSATISFECHA MUCHO LOTE II				
2017	2018	2019	2020	2021
5000	5054	5108	5162	5217

4.2.- Análisis de los resultados

La encuesta se realizó a 357 padres que viven en el sector de Mucho Lote II. A continuación, se exponen los resultados de estadística descriptiva a partir de las preguntas del cuestionario estructurado.

Tabla 12.

Género de los participantes

GENERO			
Nº	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	FEMENINO	245	69%
2	MASCULINO	112	31%
	TOTAL	357	100%



Figura 26. *Gráfico circular del género de los participantes*

La figura ilustra una muestra de 357 padres encuestados, de los cuales el 69% es de género femenino y el porcentaje restante pertenece a los participantes de género masculino.

Tabla 13.
Respuestas a la pregunta 1

¿En su hogar tiene niños entre 3 meses y 5 años de edad?			
N°	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	292	82%
2	NO	65	18%
TOTAL		357	100%

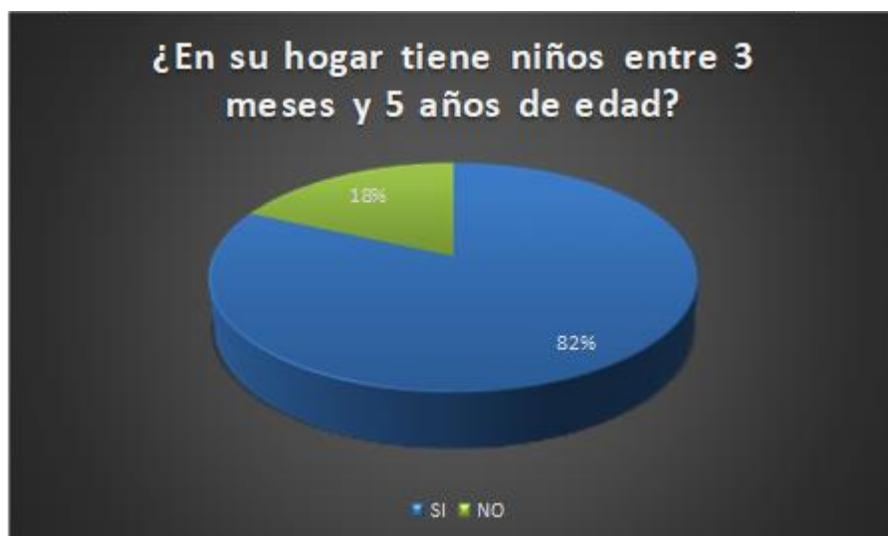


Figura 27. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 1

De acuerdo a los resultados, el 82% del total de encuestados tienen hijos entre 3 meses y 5 años de edad, obteniendo así una media de un niño por hogar para el numero de encuestados totales.

Tabla 14.
 Respuestas a la pregunta 2

¿Actualmente se encuentra trabajando o estudiando?			
N°	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	TRABAJA	216	61%
2	ESTUDIA	90	25%
3	NO ESTUDIA, NO TRABAJA	51	14%
TOTAL		357	100%



Figura 28. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 2

Por otro lado, el 61% de la muestra encuestada de Mucho Lote II son parejas que se encuentran trabajando. Un 25% de la muestra estudia, lo que sugiere que la suma de estos dos grupos pueden ser clientes potenciales para el servicio de guardería y que no disponen de personas cercanas para confiar el cuidado de sus hijos. Un 14% restantes indicaron estar al cuidado de sus hijos porque no están laborando o estudiando actualmente.

Tabla 15.

Respuestas a la pregunta 3

¿Tiene con quien dejar a sus hijos mientras trabaja o estudia?			
N°	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	110	31%
2	NO	247	69%
TOTAL		357	100%



Figura 29. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 3

De acuerdo a los resultados detallados, un 69% de este grupo están obligados a buscar un servicio de guardería, pues no disponen de personas cercanas para confiar el cuidado de sus hijos.

Tabla 16.

Respuestas a la pregunta 4

¿Cómo califica el servicio que brindan los actuales centros de desarrollo Infantil en la ciudad de Guayaquil?					
MUESTRA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	TOTAL
357	35	70	67	185	357
%	10%	20%	19%	52%	100%

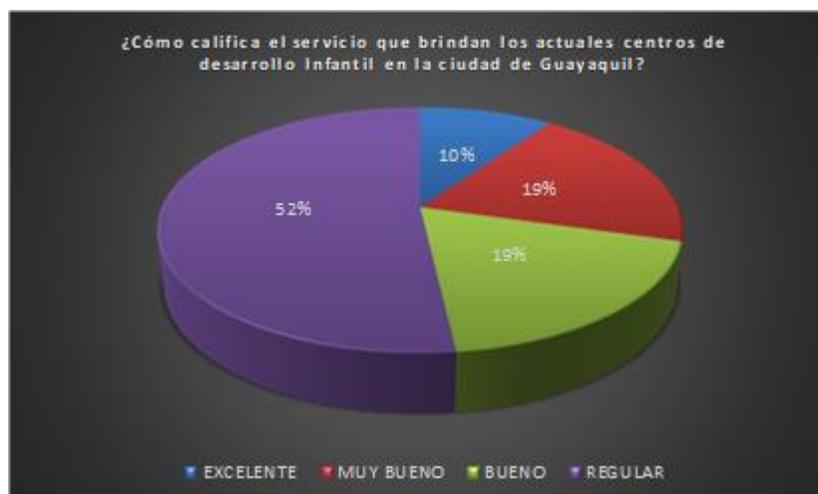


Figura 30. *Gráfico circular de respuestas a la pregunta 4*

Según la investigación de campo realizada, el 52% de los padres encuestados considera que los actuales centros infantiles de la ciudad de Guayaquil brindan un servicio regular, el 19% lo considera bueno y un escaso 10% indica que el servicio es excelente.

Tabla 17.

Respuestas a la pregunta 5

¿Cree usted que las personas que brindan el servicio de cuidado de niños en los Centros infantiles son profesionales capacitados?					
MUESTRA	SI	NO	TALVEZ	NO SABE	TOTAL
357	80	157	117	3	357
%	22%	44%	33%	1%	100%



Figura 31. *Gráfico circular de respuestas a la pregunta 5*

Dentro de la encuesta de factibilidad, 157 de los padres que fueron encuestados indican que las personas que brindan el servicio en las guarderías no son profesionales, es decir, el 44% de los participantes, seguido de un 33% de los encuestados que intuyen que tal vez sean profesionales.

Tabla 18.

Respuestas a la pregunta 6

¿Cómo califica las estructuras utilizadas en el cuidado de los niños en los Centros de Desarrollo Infantil?					
MUESTRA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	TOTAL
357	60	45	37	215	357
%	17%	13%	10%	60%	100%

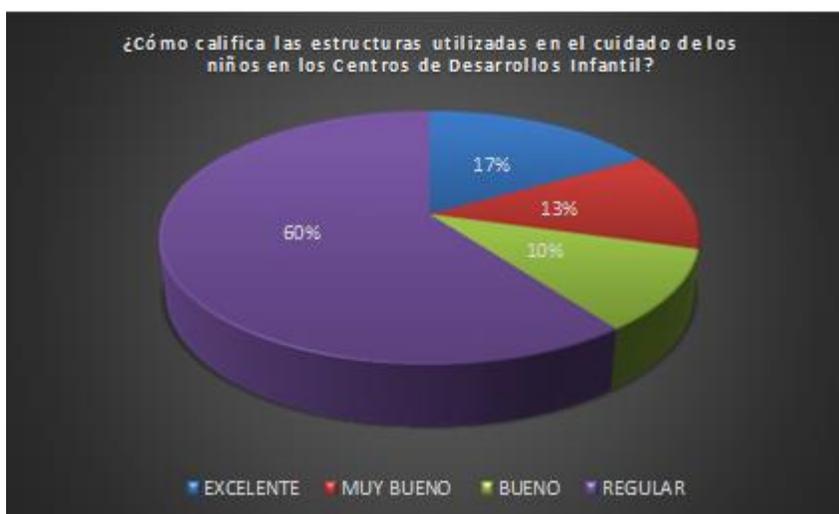


Figura 32. *Gráfico circular de respuestas a la pregunta 6*

De los 357 padres, el 60% de los encuestados manifestaron que las infraestructuras de los establecimientos que actualmente brindan el servicio de cuidado de infantes no son las adecuadas. Cabe mencionar que el gobierno central exige que estos espacios tengan las debidas instalaciones para poder brindar esta clase de servicios.

Tabla 19.
 Respuestas a la pregunta 7

¿Cree usted que mejoraría la calidad de la atención en los centros infantiles si el personal al cuidado fueran enfermeras profesionales?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	AVECES	NUNCA	TOTAL
357	209	80	47	21	357
%	59%	22%	13%	6%	100%



Figura 33. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 7

Dentro de la encuesta de factibilidad, 209 de los padres que fueron encuestados indicaron que la presencia de enfermeras profesionales al cuidado de sus hijos mejoraría la calidad en atención, representado en un 59% de respuesta. Además, un 22% también hacen referencia que casi siempre mejora la calidad del servicio la presencia de personas profesionales al cuidado de los infantes.

Tabla 20.

Respuestas a la pregunta 8

¿Antes de solicitar el servicio del cuidado de los niños, a cuales de estos factores le da mayor prioridad?					
MUESTRA	IMAGEN	INFRAESTRUCTURA	EXPERIENCIA	PERSONAL CALIFICADO	TOTAL
357	64	80	129	84	357
%	18%	22%	36%	24%	100%



Figura 34. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 8

De los 357 padres encuestados, el 36% indica que la experiencia es uno de los factores de mayor relevancia al momento de solicitar el servicio de cuidado de infantes, así como la infraestructura en un 22%, imagen en un 24% y personal en un 8%. Independientemente de las respuestas de los encuestados, es importante que estos factores sean considerados en esta clase de organizaciones, puesto que de ello depende la calidad del servicio.

Tabla 21.

Respuestas a la pregunta 9

¿Cómo considera la utilización de materiales didácticos en el proceso de enseñanza-aprendizaje del niño?					
MUESTRA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MEDIANAMENTE IMPORTANTE	NO IMPORTANTE	TOTAL
357	174	142	31	10	357
%	49%	40%	9%	3%	100%

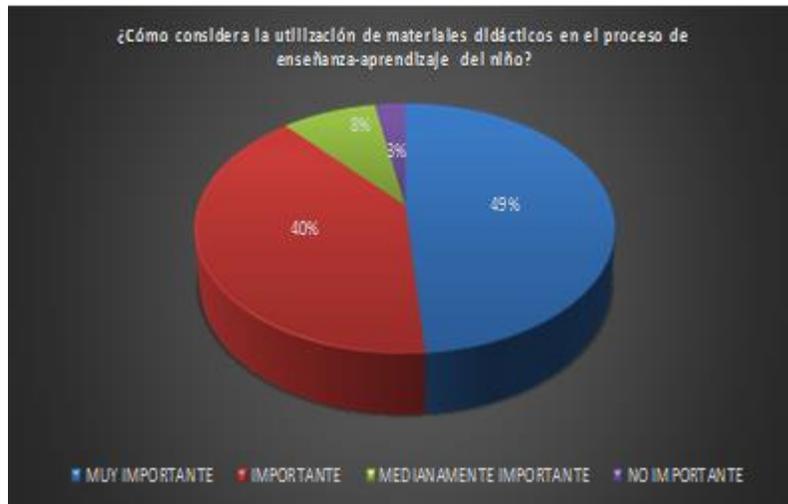


Figura 35. *Gráfico circular de respuestas a la pregunta 9*

Al momento de realizar la encuesta de factibilidad, se preguntó a los padres de familia si consideran la utilización de los materiales didácticos en los procesos de enseñanzas de sus hijos. El 49% de los encuestados considera que es muy importante y el 40% señala que es de vital importancia en la enseñanza y el aprendizaje de los infantes.

Tabla 22.

Respuestas a la pregunta 10

¿Considera necesario la educación inicial en los centros infantiles?					
MUESTRA	TOTALMENTE NECESARIO	NECESARIO	MEDIANAMENTE NECESARIO	INNECESARIO	TOTAL
357	200	113	40	4	357
%	56%	32%	11%	1%	100%



Figura 36. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 10

Tanto el 56% como el 33% de los encuestados indicaron que la educación inicial es totalmente necesario en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los menores. Los materiales didácticos en los centros infantiles son necesarios en la educación de los menores, puesto que de esa manera podrán desarrollar sus habilidades y destrezas.

Tabla 23.

Respuestas a la pregunta 11

¿Cree usted que las actividades de recreación ayuda en el desarrollo psicomotriz del niño?					
MUESTRA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	MEDIANAMENTE DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTAL
357	197	142	12	6	357
%	55%	40%	3%	2%	100%

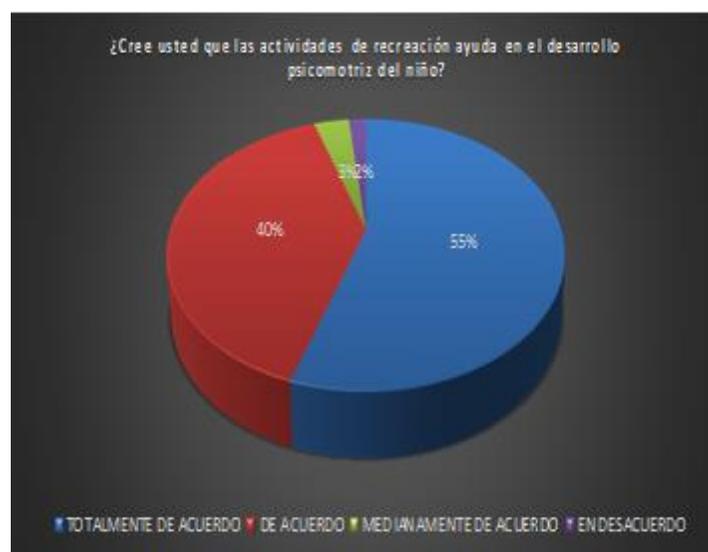


Figura 37. *Gráfico circular de respuestas a la pregunta 11*

De los 357 padres de familias que viven en el sector de Mucho Lote II, el 55% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que las actividades de recreación en el cuidado infantil son muy necesarias, puesto que a través de estos se podrá darle al menor un entretenimiento adecuado y sobre todo contribuir al desarrollo de sus habilidades intelectuales.

Tabla 24.

Respuestas a la pregunta 12

¿Cuándo ha solicitado los servicios de cuidado infantil? su nivel de satisfacción es:					
MUESTRA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	TOTAL
357	30	35	140	152	357
%	8%	10%	39%	43%	100%



Figura 38. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 12

De los 357 padres de familias que tienen hijos de 0 a 5 años, se observa que 152 padres, representados por un 43% de la muestra, manifestaron que cuando han solicitado los servicios de cuidado infantil, su nivel de satisfacción es regular, seguido por un 39% que evaluó el servicio como bueno y apenas un 9% que lo consideran excelente. Esto demuestra que el servicio que actualmente brinda este sector no satisface las expectativas de los padres.

Tabla 25.

Respuestas a la pregunta 13

¿Estaría usted de acuerdo, que la educación de sus niños la imparta una profesional en parvulos?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
357	186	122	43	6	357
%	52%	34%	12%	2%	100%



Figura 39. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 13

Al momento de realizar la encuesta de factibilidad, se preguntó a los padres de familia si estaban de acuerdo que la educación de sus hijos la impartiera un profesional experto en párvulos. De acuerdo a los resultados, el 52% de los encuestados manifestaron que es necesario e indispensable que sus hijos sean educados por personas expertas en la materia, mientras que una porción minúscula indica que no es necesario. Cabe mencionar que esta clase de trabajos deben ser dados por personas altamente calificadas.

Tabla 26.

Respuestas a la pregunta 14

¿Considera usted que los niños al cuidado en los centros de desarrollo infantil tienen una atención de calidad?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
357	27	15	128	187	357
%	8%	4%	36%	52%	100%



Figura 40. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 14

Para los padres es vital que sus hijos reciban un cuidado y atención de calidad. No obstante, el 52% de los participantes indica que nunca son atendidos con excelencia en los servicios, un 36% de los encuestados también hacen referencia que a veces son atendidos con calidad. Es importante resaltar que la calidad de los servicios en los centros infantiles es el principal objetivo del gobierno pero que actualmente, según las encuestas de factibilidad, los padres no consideran un servicio de calidad recibida.

Tabla 27.

Respuestas a la pregunta 15

¿Si existiera un centro de desarrollo infantil en el sector de Mucho Lote 2, que cuente con todas las características que usted desea estaría dispuesto a solicitar sus servicios?			
MUESTRA	SI	NO	TOTAL
357	334	23	357
%	94%	6%	100%

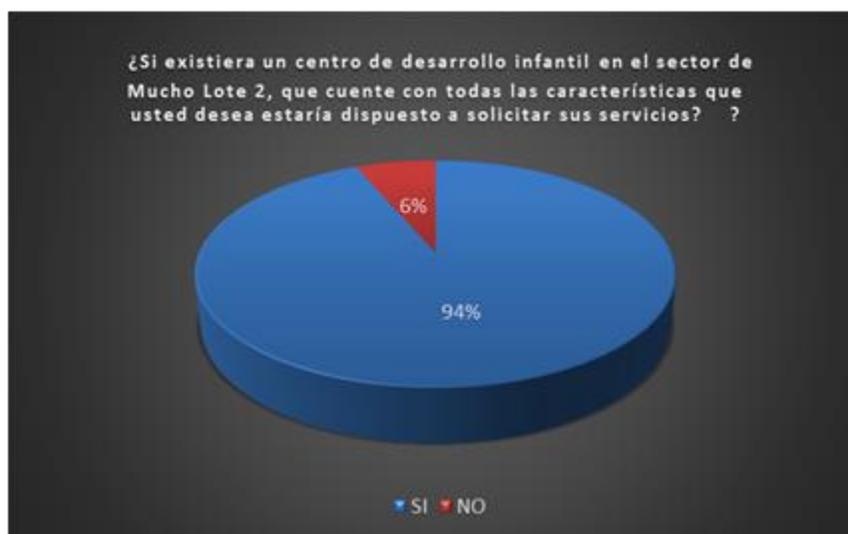


Figura 41. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 15

De los 357 padres de familias que conforman la muestra, 334 corresponde al 94% de los encuestados manifestaron que si existiera una guardería que cuente con todas las características estarían dispuestos a solicitar sus servicios. La información demuestra que la implementación de este tipo de organizaciones contará con un alto nivel de aceptación.

Tabla 28.

Respuestas a la pregunta 16

¿Considera usted que recibe buen trato los niños de parte de los profesionales en los centros infantiles?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
357	90	18	245	4	357
%	25%	5%	69%	1%	100%



Figura 42. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 16

La figura demuestra que el 69% tiene una percepción que a veces los niños reciben buen trato por parte de los profesionales en los centros infantiles. También hay padres, representados en un 25% de la muestra, que manifiestan que siempre son bien tratados. Cabe resaltar que todo niño tiene derecho a recibir un buen trato de quienes están al cuidado. También es posible apreciar que existe un mayor margen de padres que se sienten insatisfecho con referencia al trato de los infantes.

Tabla 29.

Respuestas a la pregunta 17

¿Cree usted que, los niños bajo el cuidado de niñeras, nodrizas o familiares, serán atendidos de igual forma que lo hace una persona profesional?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
357	35	33	166	123	357
%	10%	9%	46%	34%	100%



Figura 43. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 17

Los resultados de la encuesta de factibilidad reflejan que el 47% de los padres indicaron que los encargados del cuidado de sus hijos suelen ser vecinos o gente cercana a su domicilio y que a veces los cuidan mejor que un profesional. Otro 34% indica que los niños nunca serán cuidados mejor como lo hace un profesional, mientras que el 10% restante deja a sus hijos al cuidado de hermanos mayores, tíos, abuelos o niñeras e indican que los cuidan de igual manera que una personal experta en el tema. De esta forma, se infiere que los padres confiarían dejar sus hijos al cuidado de profesionales expertos en infantes.

Tabla 30.

Respuestas a la pregunta 18

¿Considera Usted, que cuando los niños presentan enfermedades al cuidado de guarderías, son atendidos inmediatamente por un profesional de la salud?					
MUESTRA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
357	56	90	207	4	357
%	16%	25%	58%	1%	100%



Figura 44. Gráfico circular de respuestas a la pregunta 18

La última pregunta evalúa aspectos relacionados con enfermedades. De los padres de familia encuestados, el 58% manifestaron que a veces una guardería cuenta con médicos de planta que puedan dar asistencia inmediata cuando los niños presenten alguna enfermedad. La información demuestra que la implementación de departamentos médicos en este tipo de organizaciones contará con un alto nivel de aceptación por los padres.

Capítulo 5. Propuesta de investigación

5.1.- Procedimiento de la aplicación de los resultados de la investigación

5.1.1.- Antecedentes

Uno de los temas relevantes y principal de generar servicios de calidad con el correcto cuidado infantil es de mucha importancia en la sociedad, tiempo atrás y más aún en la actualidad, que es tan importante el estudio y dedicación en todo el campo infantil. De igual manera es posible brindar un eficiente servicio a la sociedad y de calidad, con características complementarias que se conviertan en un benefactor fundamental y de vital importancia en el cuidado y desarrollo de los niños y niñas.

La crisis económica de la década de los 80 y 90 por la instauración de un sistema neoliberal competitivo de fronteras abiertas llamada globalización, que permitió la movilización y dinamismo de los factores de producción y la optimización del pleno empleo, generó una crisis económica de supervivencia en países en vía de desarrollo, donde todos los miembros en edad productiva debían ocuparse para poder complementar el ingreso y de este modo satisfacer sus necesidades básicas. Esto desencadenó en un mayor tiempo laboral y desatención a los hijos, buscando alternativas de gestión que reemplacen o ayuden en la atención, seguridad y desarrollo integral de los niños y niñas. Esta problemática de tipo histórico rige en la actualidad con más fuerza, pues se entiende que el servicio no sólo está enfocado al cuidado infantil si no en mejorar y extender los servicios a los padres y la familia en sí.

Para toda familia, el cuidado de los niños y niñas se convierte en un tema de gran importancia y discusión, en saber en qué manos se va a destinar el cuidado y al mismo tiempo qué tipo de beneficios o perjuicios aparecerán al dejar dicha responsabilidad a terceras personas. Por tanto, es importante tomar como referencia aspectos de gran interés en este tipo de negocios como la confianza, calidad de servicio, gente especializada, ahorro de tiempo y un buen servicio. La evolución y búsqueda de un mejor nivel de vida exige un servicio cada día mejor en el cuidado infantil, enmarcado no únicamente en el cuidado, si no dándole un valor agregado y sentido futurista.

5.1.2.- Introducción de la propuesta

La presente investigación busca estudiar la viabilidad de la creación de un Centro de Desarrollo Infantil con el objetivo de contribuir en varios aspectos, como ayudar a los padres de

familia con su labor paterna al brindarles un establecimiento donde puedan dejar a sus hijos en manos de expertos mientras realizan sus obligaciones laborales o actividades de entretenimiento; también se busca ofrecer un espacio sano de esparcimiento que fomente la creatividad y el desarrollo de las habilidades de los niños con actividades apropiadas como juegos.

De acuerdo a Sierra y Del Río (2015), la posibilidad de que organismos públicos o empresas desarrollen propuestas vinculadas con la educación, bajo la creación de escuelas o centros infantiles, es una realidad que va cobrando cada vez más fuerza. El presupuesto de partida es la conciliación de la vida familiar y laboral, formando parte de las políticas de igualdad de género, que cobran una especial relevancia en el contexto actual caracterizado por altas tasas de actividad entre las mujeres más jóvenes, que incluye la educación y crianza de los pequeños y una maternidad ahora más tardía en comparación con épocas históricas.

5.1.3.- Estudio técnico

Es de vital importancia generar un estudio técnico para llevar a cabo un proyecto de inversión, en la cuales se definen observaciones imprescindibles que sustentan y reflejan la base de la planificación de recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Y del igual forma se efectúa cuando se haya concluido el estudio de mercado. El principal objetivo es determinar el lugar donde se instalará el proyecto, de igual forma definir el requerimiento tanto de recursos materiales como humanos, explícitamente, la mano de obra calificada para cumplir con el objetivo trazado y garantizar la subsistencia de la empresa. Esta herramienta sustenta el camino a seguir para la puesta en marcha del proceso productivo o prestación de servicios y satisfacer la demanda de los clientes según la proyección diseñada.

Un estudio técnico bien realizado detalla aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto que se desea poner en marcha, que debe responder a las interrogantes del cómo, cuándo, dónde y con qué se va a elaborar un producto o prestar un servicio (Baca, 2010).

5.1.4.- Datos generales

A continuación, se detallan ciertos aspectos generales relacionados con la propuesta de investigación, que incluye el nombre de la institución, localización, horario de atención, entre otros.

5.1.4.1.- Nombre de la institución.

Centro de desarrollo infantil “Arenita”

5.1.4.2.- Dirección.

Mucho Lote II, Av. Narcisa de Jesús Martillo

5.1.4.3.- Horario de atención.

El Centro de Desarrollo Infantil prestará atención a partir de las 7h00 hasta las 22h00.

5.1.4.4.- Teléfonos y contacto.

Teléfono: 3884092

Email: arenita@yahoo.com

5.1.5.- Localización de la empresa

5.1.5.1.- Macro localización.

El Centro de Desarrollo Infantil se localizará en la ciudad de Guayaquil, provincia Guayas. Esto permitirá la captación de un mayor número de niños dado los datos sobre la oferta y demanda del servicio. El lugar donde se establecerá este Centro está dotado de los servicios necesarios para un adecuado funcionamiento, con todos los servicios básicos.

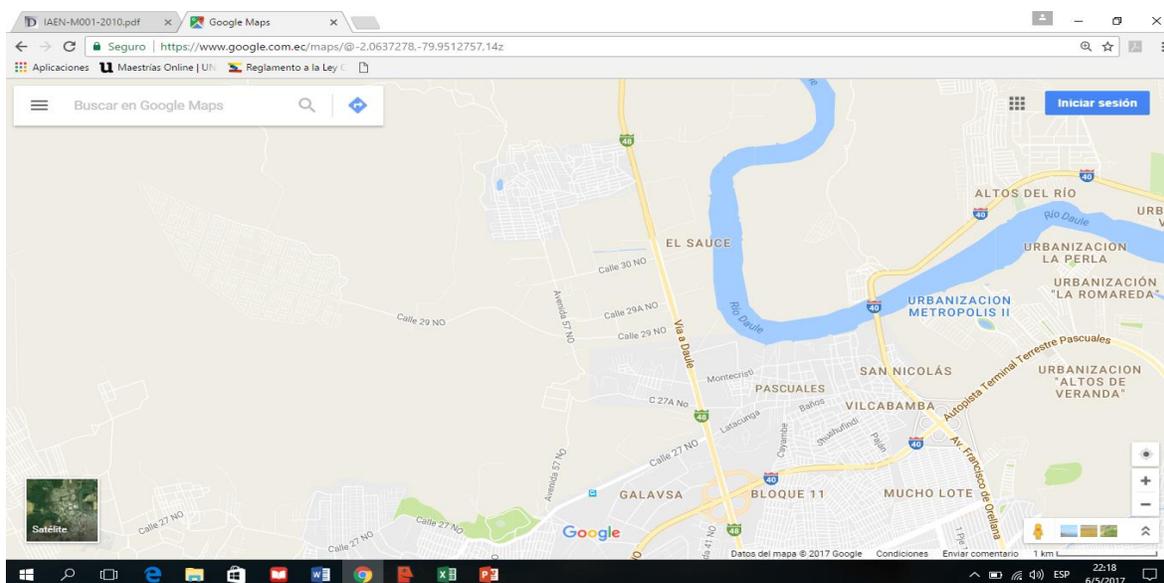


Figura 45. Macro localización del centro de desarrollo infantil

5.1.5.2.- Micro Localización.

El Centro de Desarrollo Infantil brindará el servicio en la Parroquia Pascuales, Sector Mucho Lote II, ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil en la calle principal Av. Narcisa de

Jesús Martillo. La edificación donde funcionará es de propiedad de una socia de la empresa, con excelente ubicación. Este factor constituye una ventaja por su bajo costo y la factibilidad de realizar las adecuaciones que convengan.

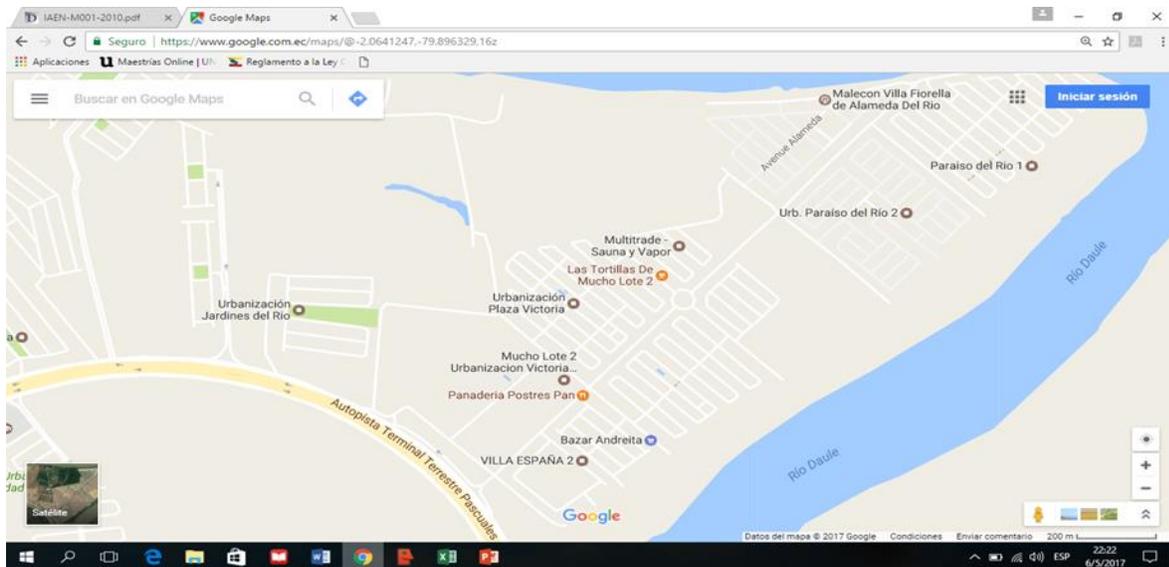


Figura 46. Micro localización del centro de desarrollo infantil

5.1.6.- Plan administrativo y estratégico

5.1.6.1.- Nombre de la empresa.

Centro de desarrollo infantil “Arenita”.

5.1.6.2.- La emprendedora.

Arellys Ana León Cedeño, Licenciada en Enfermería y actual maestrante de la Maestría en Gerencia en Servicios de la Salud de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, bachiller en ciencias Químico – Biólogo en el Colegio Franciscano de María Inmaculada. Es una persona perseverante, responsable y honesta; capaz de superar cualquier obstáculo que se interponga para alcanzar sus objetivos, el cual su proyecto es vital para su carrera profesional.

5.1.6.3.- Idea del servicio.

El Centro de Desarrollo Infantil “Arenita” se concentra en el cuidado eficiente de los niños con todas las seguridades y cuidados debidas, cumpliendo las normas de salud y respetando los derechos de los mismos; proporcionando un servicio de alta calidad, eficiencia como si fueran cuidados en casa, además de estimularlos y educarlos en el ámbito social y motriz.

En la institución, los niños lograrán aprender nuevos valores como la cooperación, la generosidad, el respeto, entre otros, que serán inculcados y participados por el personal mediante juegos y formas divertidas de aprendizaje. Así mismo podrán disfrutar de diferentes áreas según los gustos y preferencias que tenga cada niño para su total educación.

También contarán con paredes invisibles serán de vidrio, con facilidad de visualización y observación para los padres de familia, permitiendo de esta manera controlar, visualizar o vigilar a sus infantes y a la vez realizar sus actividades de ocio.

5.1.6.4.- Idea del negocio.

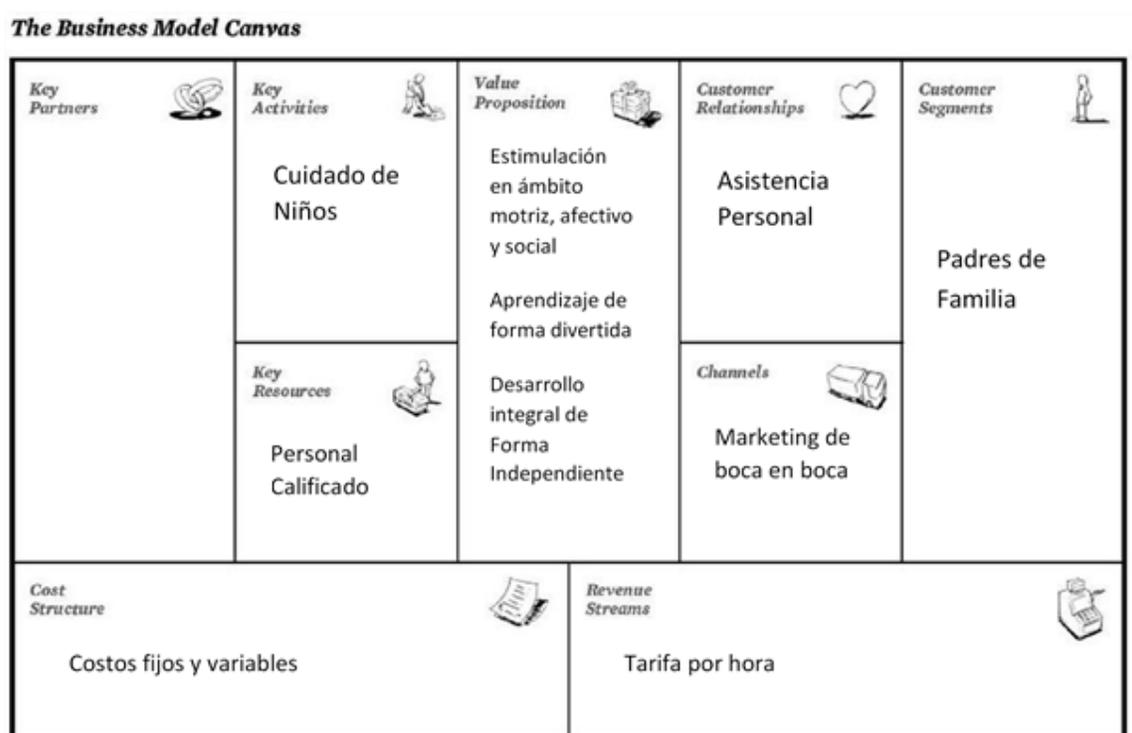


Figura 47. Modelo CANVAS para la propuesta de negocio

El Centro Infantil “Arenita” radica en un centro de Desarrollo Infantil para el cuidado de los niños, donde los padres 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, educación de calidad y alimentación sana.

La principal diferencia de las demás guarderías de la propuesta es la selección especial y personalizada de enfermeras, pediatras, parvularios y personal especializado, garantizando así la calidad de servicio eficiente.

La propuesta que detalla diferenciación y valor tiene base en el desarrollo, capacidad intelectual de los menores por si solos, es decir, no se admitirá el ingreso de los padres de para que los niños puedan hacerse independientes y saber reaccionar ante situaciones y/o resolver problemas por ellos mismos, hacer sus necesidades consideradas básicas por sí solo.

La forma de pago de los servicios puede ser de contado, cheque o por medio de tarjetas de crédito en el caso de realizar pagos mensuales, También se ofrecerá el servicio de cuidados por hora, si se pasa el tiempo de cuidado previsto por el padre o madre, se cobrará un proporcional, el sistema calculará automáticamente el valor proporcional a cancelar. Adicionalmente, habrá paquetes promocionales o combos económicos para la adquisición del servicio, así como tarjetas recargables, promociones, descuentos, días gratis, entre otros.

5.1.7.- Tipo de empresa

El centro de desarrollo infantil será tipo empresa de sociedad anónima que es la figura donde la responsabilidad es circunscrita, 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 que aportan dinero para formar un capital con el cual se pueda realizar operaciones que de modo individual sería imposible.

5.1.8.- Accionista

La accionista mayoritaria es la Lcda. Arelys Ana León Cedeño con fondos propios.

5.1.9.- Administración

Refiriéndose a la administración se describe a la gerencia, a los beneficios, actividades y responsabilidades administrativas a los cuales tiene que responder el negocio.

La empresa es una sociedad anónima conformada por 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 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 07h00 a 22h00, donde se brindará un espacio de cuidado, diversión, aprendizaje y alimentación cada tres horas.

El gerente general representará legalmente y judicialmente a la compañía, además de estar a cargo de la administración, dirección y gestión de la sociedad en fin del cumplimiento de las metas establecidas, responsable por la toma de decisiones, desarrollando estrategias, proyectadas en nuevas oportunidades para el crecimiento del negocio y así hacer subsistir a la

empresa en el tiempo. Deberá estar presente asimismo 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 para el crecimiento sostenible de la Empresa.

Con respecto a la remuneración del gerente, gozará de un sueldo de \$1500 más 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 09:00 a 18:00 horas de lunes a viernes con una hora para el respectivo almuerzo.

Así mismo, dentro de las responsabilidades del gerente general será el encargado de la contratación del personal debidamente calificado para el cuidado de los niños con la participación de recurso humano o en este caso bajo la coordinación con la pediatra, estos serán los parvularios que cumplan con todas las cualidades mencionadas anteriormente, que puedan proporcionarle y transmitirles sus valores, hábitos y buenos modales a los menores, además de orientar a todo el equipo en la búsqueda de la mejora continua del servicio.

5.1.10.- Administración y organización de la empresa

5.1.10.1 Misión.

La Misión del Centro de Cuidado Infantil “Arenita” es prestar servicios de cuidado y formación al infante desarrollando las competencias y aptitudes en los niños desde muy pequeños, pioneros a contribuir en la formación tanto de aprendizaje, moral, cultural, hogar entre otros, logrando satisfacer las expectativas de los padres.

5.1.10.2.- Visión.

Ser un Centro de desarrollo infantil, líder en el servicio del cuidado de bebés y niños/as para el año 2019, realizando actividades con lealtad, excelencia y responsabilidad, brindando un servicio de calidad en beneficio de la Comunidad Mucho Lote II

5.11.- Base filosófica de la empresa

Fundamentalmente el concepto y base filosófica de la institución es la formación basada en principios de valores, responsabilidad y lealtad para lograr la excelencia.

5.1.12.- Valores

Es fundamental en la formación de los individuos, la sociedad y la vida en general, especialmente en los niños.

5.1.12.1.- Responsabilidad.

La principal es cumplir con las obligaciones de enseñanza para con las familias y por ende de los niños.

5.1.12.2.- Lealtad.

Fiel cumplimiento con el compromiso con la sociedad y las familias que confían sus hijos a la institución, logrando la satisfacción y calidad en los servicios dado a los mismos.

5.1.12.3.- Excelencia.

Con determinación y veracidad un trabajo eficaz y así aportar al desarrollo del bebé tanto física como emocionalmente.

5.1.12.4.- Principios.

- (a) Eficiencia y eficacia en la prestación de servicios.
- (b) Fiel con los principios de relevancia hacia el cliente tanto interno como externo.
- (c) Trabajo en equipo con profesionalismo y comunicación eficaz
- (d) Trabajo participativo y en conjunto.
- (e) Fundamentar y gestionar el tiempo que los padres de familia no comparten con sus hijos, a través de actividades de aprendizaje, juegos y actividades.

5.1.13.- Administración del centro de cuidado infantil

Dentro de la organización del Centro de Cuidado Infantil Arenita es pertinente tomar en cuenta los parámetros emitidos por El Ministerio de Inclusión Económica y Social relacionados con la inclusión económica y social de los niños del país. También es importante considerar las condiciones establecidas por el Concejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia, asumiendo que el centro de cuidado infantil mantiene diferencia marcada con la creación de cualquier otro producto o servicio. En este sentido, al hablar de cuidado y educación para niños, se hace referencia a respetar sus derechos e involucrarse en un tema de mucho compromiso, en tales circunstancias es de suma importancia los parámetros reales necesarios para la creación de nuestro Centro de Cuidado.

5.1.14.- Tipo de empresa (sector, actividad)

Es fundamental que el Centro de Desarrollo Infantil se enmarca dentro de la clasificación según la actividad y el tipo de capital.

El proyecto descrito se iniciará como una empresa cuya propiedad sea de sus fundadores es decir Compañía asociada. De igual forma en base al crecimiento de la operación, los

propietarios tomaran decisiones del registrarse como sociedad de responsabilidad limitada o una corporación, siendo adaptable las necesidades futuras del negocio.

(a) Según su actividad: De servicios, el Centro de Desarrollo infantil "Arenita" entrega un servicio de educación, cuidado y protección a los niños de 3 meses a 5 años de edad de forma muy profesionalizada y de responsabilidad.

(b) Según su capital: Privada, el Centro de Desarrollo infantil "Arenita" está detallado por el capital del propietario y por recursos propios.

5.1.15.- Forma jurídica

La elección de la forma jurídica es muy importante, pues de ella dependen tanto los trámites que se han de realizar para constituir la empresa como las obligaciones fiscales y laborales que el empresario debe cumplir. Antes de elegir una forma jurídica para el negocio es necesario considerar los siguientes factores:

(a) Tipo de actividad a desarrollar: la actividad a ejercer puede ser determinante en la elección de la forma jurídica a adoptar en aquellos casos en que la propia normativa aplicable exija una forma concreta.

(b) Número de socios: el número de promotores o socios que pretenden iniciar la nueva empresa puede condicionar la elección de la forma jurídica, ya que cada tipo de Sociedad exige un número mínimo de socios.

(c) Responsabilidad: según el tipo de forma jurídica elegida, el promotor asume un grado de responsabilidad diferente. Ésta puede estar limitada al capital aportado o puede ser ilimitada, afectando a todo su patrimonio.

(d) Capital inicial: determinadas formas jurídicas exigen un capital mínimo para su formalización siendo capital propio.

(e) Obligaciones fiscales: la carga fiscal (IESS, IVA, e Impuesto sobre Sociedades) que el beneficio empresarial tendrá que soportar varía según la forma jurídica adoptada.

5.1.16.- Organización administrativa

Uno de los principios básicos fundamentales de toda empresa es el fiel desempeño de las funciones. Es evidente como Centro de Desarrollo infantil va a alinearse por el principio de Unidad de los Objetivos, que describe que una estructura organizacional es eficaz sólo si el personal contribuye al cumplimiento de las metas y objetivos y es comprometido con una misión y visión los objetivos globales que sustenta la empresa.

5.1.17.- Estructura orgánica

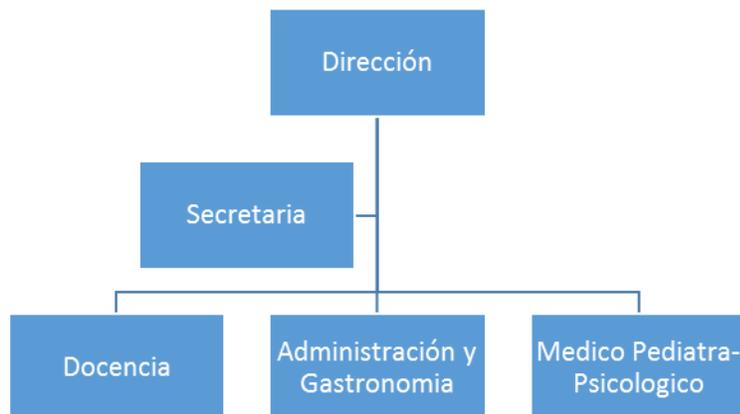


Figura 48. Estructura orgánica de la empresa

Consigniente a los grupos detallantes y sus interrelaciones forman la estructura de la organización. Siendo la administración estructural del Centro de Desarrollo infantil deberá implementarse atendiendo las tareas y responsabilidades que depara cada puesto. Con estos objetivos detallados se define la estructura orgánica del Centro, conformada por dos relevantes unidades de negocio que son:

(a) Administrativo. Su estructura será básicamente de administrar el capital de la empresa, diseñar y presupuestar un proyectado anual basado en el pronóstico o presupuesto de ventas, así mismo trabajará en las citas previas con el personal pedagógico.

(b) Pedagógico. integrada por el pediatra, y personal Parvulario, quienes serán encargados de coordinar todas las actividades con la Administradora en cuanto a pedagogía se refiere.

(c) Junta General de Accionistas. Es un órgano de administración, diseño, dirección y fiscalización dentro de la institución, donde se toman las decisiones fundamentales y clave para la buena marcha y funcionamiento de la misma, siendo quienes han aportado con capital, recursos materiales y económicos para el desarrollo del Centro de Cuidado Infantil.

(d) Recurso departamental de Gastronomía. El centro de Cuidado Infantil contará con una cocinera/nutricionista, quien se encargará del manejo de los procesos de la alimentación de los infantes.

Así mismo de establecer las unidades de negocios del Centro, es de vital importancia definir una división jerárquica que permitan entender la manera de cómo se relacionan los niveles de autoridad y operación:

(a) Alta dirección. tiene habilidades de conceptualización y diseño que le permiten identificar problemas y buscar soluciones.

(b) Nivel Operativo. Es importante que tenga habilidades técnicas, es decir tienen los conocimientos, experiencias y destrezas en trabajos que suponen la aplicación de procesos.

5.1.18.- Mercado

5.1.18.1.- Mercado meta.

El mercado potencial es de 10.000 viviendas u hogares que existen que el sector Mucho Lote II. De estos, se ha considerado un total de 5.000 hogares que representa el 50% de las familias que tienen hijos menores de 5 años. Presentándose como un nicho de mercado atractivo para la implementación e inversión. Así mismo si se quisiera alcanzar un 4,4% de la cuota total de este mercado y detallando que de esas viviendas las familias tienen en promedio 1 niño comprendido en las edades de 0 meses a 5 años, se atenderían a 220 niños.

Para el caso del Centro de Desarrollo Infantil Arenita la macro segmentación son los padres de familia que tiene la necesidad de dejar a sus hijos en un centro de cuidado infantil.

5.1.18.2.- Micro- segmentación.

El mercado objetivo de, se realizó por situación demográfica, geográfica y psicográfica:

(a) Demográfico: Padres con niños con edades entre 0 a 5 años

(b) Geográfica: Guayaquil Parroquia Pascuales, Sector Mucho Lote 2

(c) Psicográfica: Estilo de vida clase media, media alta.

5.1.18.3.- Definición de servicio.

Centro de Cuidado y Desarrollo Infantil “Arenita” será una empresa que brindará servicios de cuidado, educación infantil con actividades esencialmente, de cuidado, educación y formativas; además se velará por una apropiada nutrición, de igual forma estimularlos apropiadamente y profesionalmente desde el punto de vista de su desarrollo rodeados de cariño, amor y afectividad, favoreciendo así a su proceso de socialización, educación y crecimiento.

5.1.18.- Publicidad

Se realizará publicidad directa, a través de la entrega de trípticos, tarjetas, en viviendas cercanas a nuestro centro, así como en lugares de trabajo de la zona escogida, también se colocarán vallas publicitarias por el sector.

A más se realizará publicidad a través de anuncios en los medios de comunicación, como son periódicos más leídos de la ciudad, cuñas publicitarias.

5.1.19.- Servicios a ofertar

Entre los servicios destacados que ofrecemos se encuentran:

(a) Comedor. Los menús, variados y con un estilo muy casero, están diseñados y supervisados por nutricionistas infantiles. La elaboración de estos es llevada a cabo por los profesionales en alimentación infantil con los que cuenta el servicio de cocina de nuestro espacio.

Para la alimentación de los bebés se siguen las pautas marcadas por sus pediatras. El momento de la comida se aprovecha además para potenciar hábitos ligados a la alimentación y fomentar su autonomía, por medio de una serie de pautas como: (a) Animarle a comer solo, (b) utilizar los útiles de forma adecuada, (c) lavarse las manos antes y después de cada comida y (d) permanecer sentado a la mesa hasta haber acabado.

(b) Webcam. El Espacio está dotado de un sistema de webcam donde a través de las cámaras instaladas en las aulas y en el comedor, la familia podrá ver en todo momento como es la actividad en el centro desde sus celulares o Tablet, y dada la naturaleza informativa este sistema se accede por medio de un nombre de usuario y contraseña, que será personal e intransferible.

(c) Información individualizada diaria. La comunicación entre espacio infantil y familia es algo fundamental para que haya una cohesión entre las rutinas de casa y los hábitos del espacio infantil. Por ello, tenemos dos vías de información para la familia, bien a través de la web, donde podrán recibir una información diaria individualizada, o por medio de la agenda escolar.

(d) Psicomotricidad. Centrada en el desarrollo de las habilidades motrices que ayudan a descubrir, conocer y controlar gradualmente el propio cuerpo, provocando que el niño actúe progresivamente más autónomo. Estas actividades son un instrumento válido para observar y explorar el entorno inmediato, así como para representar y evocar diferentes aspectos de la realidad vividos. Además, ayudan a utilizar el lenguaje de forma ajustada y a enriquecer y diversificar las posibilidades expresivas del niño, así como a desarrollar su capacidad de socialización.

(e) Inglés. Dada la importancia de iniciarse en una segunda lengua y teniendo en cuenta que los primeros años de vida son decisivos para su adquisición, el Espacio Infantil del Palacio contará con una educadora bilingüe que actuará como referente de la

lengua inglesa y que hará que los más pequeños vayan familiarizándose con este idioma.

- (f) Música. La música es una parte fundamental en el desarrollo cognitivo del niño y, por ello, el Espacio Infantil del Palacio concederá especial importancia a este aspecto, formando parte de muchos momentos del día, como la realización de talleres de audición o discriminación de sonidos, o simplemente utilizándola en momentos de relajación o de juego.
- (g) Escuela de padres. En la educación de los más pequeños es fundamental el papel de los padres, pues éstos, junto con la educadora, son los referentes educativos del niño; por este motivo desde el Espacio Infantil pretendemos ayudarlos a resolver todas las dudas que se os puedan presentar, a través de la Escuela de Padres, donde profesionales especializados en temas referentes al mundo infantil podrán aclarar todas vuestras preguntas.
- (h) Servicio de pediatría y cuidados de enfermería. En la salud de los niños se realizará control de niño sano, se vigila y fomenta permanentemente la salud de los niños y niñas, midiendo y pesando a cada uno de ellos, con el fin de monitorear su desarrollo y consulta de Pediatría dentro del Centro Infantil.
- (i) Parking. El centro contará con parqueo propio gratuito para todos los clientes.
- (j) Horarios de Atención: Horario de atención de 7H00 a 22H00 y Horarios extendidos.

5.1.20.- Precio

Cabe destacar lo más importante que por tratarse de una empresa de índole educativa, los precios de cobro tanto por conceptos de admisión, matrícula y pensiones son regulados por la Junta Provincial Reguladora del Costo de la Educación Particular adscrita al Ministerio de Educación en el Ecuador, la misma que realiza investigaciones y estudio en base a una serie de parámetros técnicos. De los cuales, los precios los puede fijar cada institución, así mismo debe enviarlos a la Junta Provincial para su referente regulación.

Es una estimación cuantitativa de la aceptación o no del cliente frente a un servicio. Considerando los precios ofertados por la competencia en el mercado de las guarderías, sumando a todo aquello que el Centro de Desarrollo Infantil es nuevo en el negocio, se ha estimado un precio por pensión mensual de \$220.00, asumiendo que el tener una niñera en casa generaría

gastos por el sueldo básico de 375 más beneficios de ley que suman alrededor de \$514,37 dólares mensuales, sin contar con las horas extras.

5.1.20.1.- Análisis de precios.

Al existir varios centros de cuidado infantil en la ciudad de Guayaquil, se logró determinar los que tienen mayor preferencia, con servicios similares a los que ofrecería el Centro Infantil. Estos oscilan entre \$ 180.00 y \$ 250.00. Este valor depende de los servicios extras que brindan los Centros de Cuidado Infantil, el tipo de comida refrigerio que brindan los niños, tres comidas en el día, que comprenden el almuerzo y dos colaciones uno en la mañana y otro en la tarde.

5.1.21.- Estrategias de ventas y comercialización

Para la determinación de las estrategias que utilizará el centro infantil se realizó previamente un análisis de las estrategias genéricas de Porter: Liderazgo en Costos, Enfoque o Alta Segmentación y Diferenciación. El mismo que se presenta a continuación.

5.1.21.1.- Estrategias genéricas.

La estrategia competitiva es el conjunto de acciones que utiliza una empresa para alcanzar una posición que le permita obtener ventajas dentro de un sector industrial. Por otra parte, estas acciones permitirán a la empresa obtener la mayor rentabilidad posible y desarrollar con éxito sus actividades frente a las cinco fuerzas competitivas. Como lo señala Michael Porter en su libro “Estrategia Competitiva” existen tres estrategias genéricas que le permiten a una empresa desenvolverse de una forma más exitosa que las demás empresas de un sector industrial. A continuación, se analiza una por una.

5.1.21.2.- Liderazgo total en costos.

El liderazgo en costo permite que la empresa obtenga utilidades mayores en relación con las demás empresas del sector.

Una empresa alcanza liderazgo en costos principalmente en los siguientes casos:

- (a) Cuando aprovecha su capacidad instalada al máximo (Economías de escala)
- (b) Cuando obtiene reducción de costos en la elaboración del producto debido a la experiencia adquirida a través del tiempo.
- (c) Cuando controla de una manera rígida tanto los costos como los gastos indirectos de fabricación

(d) Cuando reduce el presupuesto destinado a investigación y desarrollo, servicio, fuerza de ventas, publicidad entre otras.

5.1.21.3.- Enfoque o alta segmentación.

Mediante esta estrategia, la empresa se dirige hacia un grupo específico de consumidores o usuarios. El enfoque al fijar un grupo exclusivo de clientes, hace que la empresa sea capaz de servir a los mismos, obteniendo un mayor grado de satisfacción de ellos que el obtenido de las empresas que presten el mismo tipo de servicio a un mercado más amplio.

Cuando una empresa se enfoca a un grupo específico de clientes, esto le permite conocer más detalladamente sus preferencias, deseos y necesidades. Al tener un conocimiento profundo de sus clientes y satisfacer sus expectativas, la empresa puede lograr una mayor diferenciación dentro de este segmento.

5.1.21.4.- Diferenciación.

Este tipo de estrategia consiste en hacer que un producto o servicio sea percibido en el mercado como único. Para alcanzar la diferenciación se puede recurrir a varios métodos dentro de los cuales podemos mencionar: diseño o imagen de marca, tecnología, servicio al cliente, cadenas de distribución, entre otros.

Luego de analizar las tres estrategias por las que una empresa puede optar para obtener una mayor rentabilidad en el mercado, la estrategia que más se adapta a los objetivos del Centro Infantil es la estrategia de diferenciación.

5.1.22.- Diferenciación

Con el fin de alcanzar diferenciación dentro del segmento al que se dirigirá, el Centro se concentrará en la diferenciación basada en el servicio brindado por profesionales capacitados y con experiencia en el sector de enfermería, médicos, educación preescolar, alimentación, ubicación y seguridad, ya que los mismos fueron considerados entre las necesidades y expectativas reales de nuestros clientes potenciales.

El centro de desarrollo infantil estará afiliado a la red de centros infantiles de la comunidad europea, por lo que gozará de los beneficios y deberá cumplir con estándares determinados por ésta. Esta red también ofrece la denominada Parents' School Internacional que promueve campamentos en verano para padres e hijos, los cuales por ser asociados tendrán un costo mínimo de transporte y estadía y se realizarán anualmente en países como Inglaterra,

Francia, Bélgica entre otros. Esta red incluye también como beneficio adicional un modelo de estimulación temprana comprobado.

5.1.23.- Estrategia de promoción y publicidad

Como el Centro Infantil es completamente nuevo se realizará la inauguración del local una vez terminada su construcción y adecuación de áreas. Se invitará a todas las familias habitantes de Mucho Lote II que entran en el target.

Considerando los resultados de la encuesta, se realizarán campañas diferentes para cada segmento. Para el primer segmento, el mensaje hará énfasis en el servicio personalizado y capacitado, basado en la experiencia y formación de las parvularios. Considerando que ambos padres son los que deciden en que institución poner a sus hijos y que su círculo de referencia es el Club de Padres de las Urbanizaciones, se invitará a estos a participar en una conferencia que informe las características y beneficios del nuevo Centro Infantil.

Para el segundo segmento, se hará énfasis en la seguridad. Se considerará como factor importante en la negociación la estimulación temprana brindada en dos horas, tres veces por semana en compañía de los padres, con el fin de desarrollar al máximo las capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales del niño (Duración 3 meses). Considerando que en este segmento es la madre o ambos padres quienes deciden donde poner a sus hijos, invitaremos a estos a que participen con sus hijos en una clase práctica, para que puedan palpar el beneficio de la educación temprana en sus niños.

Para el tercer segmento el mensaje que se enfatizará es la ubicación central en Mucho Lote II. También se considerará que es un servicio de cuidado infantil por 8 o 12 horas se dará la opción de que las familias de acuerdo con sus necesidades escojan o no transporte. También se ofrecerá servicio de alimentación. En este segmento, son las madres quienes deciden el centro donde poner a sus hijos y como estas trabajan de lunes a viernes se les invitará con sus familias a una mañana deportiva, en las instalaciones del Centro para exponer todos los beneficios que brindará el centro.

Como parte de una estrategia de relaciones públicas el centro dictará talleres gratuitos para abuelos sobre el cuidado y motivación temprana de los niños, lo que permitirá que los abuelos se transformen en aliados del centro. Generando potenciales usuarios para el mismo.

5.1.24.- Ventaja competitiva y de mercadeo

La principal ventaja es que el Centro Infantil contará con personal capacitado con experiencia y mantendrá variedad de horario para la atención, ya sea por la mañana, tarde, noche o jornadas completa

Tendrá instalaciones adecuadas según los requisitos exigidos por el Ministerio de Inclusión Social para la seguridad y protección de menores.

Capítulo 6. Estudio de factibilidad

6.1.- Inversiones

En el diseño de un proyecto es de vital importancia realizar una óptima planificación presupuestaria de los recursos necesarios e indispensables. Y así mismo, se analizan, de la misma condición, los recursos, materiales, humanos, financieros para la implementación en la etapa inicial del proyecto, indispensablemente se detalla el presupuesto de inversiones. En el cual detalla la proyección de las partidas que incidirán desde la visión holística económica y financiera para un periodo de tiempo determinado. El presupuesto proyectado se determina en base a datos, análisis históricos, criterios, estrategias y visiones a largo plazo de especialistas con alto nivel de experiencia en el sector.

Visualizando los pronósticos de inversiones, donde lo describe como inversión fija que integra el total de activos o bienes adquiridos relevantes para la implementación del proyecto. En las cuentas de bienes se tiene: los equipos de computación, los muebles y enseres, y otros equipos. De igual forma, se focalizan los activos fijos intangibles, del cual se encuentra el software adquirido para la gestión de los servicios y administración.

Por otro lado, como parte importante se detallan los gastos diferidos como los estudios de factibilidad realizados para evaluar, analizar el proyecto en su etapa de inicialización, así como gastos de constitución, en donde se detallan trámites para inscripciones y legalización de documentos. Por otra parte, se detallan los gastos de publicidad, por concepto de creación e implementación de una página web, también la contratación de una valla publicitaria para informar a los prospectos sobre los servicios que ofrece la empresa.

Este paso es de vital importancia, pues a través de ella se realiza el respectivo análisis de factibilidad previo a la puesta en marcha del centro infantil, permitiendo determinar si es conveniente trabajar con capital propio o recurrir a un financiamiento.

6.1.1.- Inversión inicial

Según Bu (1981), calcular el dinero necesario para poner en marcha un negocio por medio de la correcta estimación de la inversión inicial, permite detectar las necesidades de financiamiento, reevaluar el proyecto o guiar los gastos reales del negocio que requiere cierta investigación del mercado local y el esbozo de un plan de negocios que refleje las decisiones que impactarán en los números.

6.1.2.- Requerimiento de terrenos, edificios, equipos, mobiliarios, implementos de cocina, didácticos

Generalmente cuando requiere implementar un proyecto es de vital importancia realizar un estudio para diagnosticar el requerimiento de recursos, los cuales van a formar parte de la inversión. Siendo en estos casos donde se analizan los equipos y mobiliario de oficina, tales como equipos de computación, muebles y enseres y otros equipos. Así mismo, se nombran liberalmente al terreno y el local donde se alzar  el Centro de Desarrollo Infantil como terrenos y edificios.

Tabla 31.

Inversi3n inicial de terrenos y edificios

TERRENOS Y EDIFICIOS			
UNIDADES	DESCRIPCI3N	PRECIO UNITARIO	TOTAL
600	Terreno	\$ 80,00	\$ 48.000,00
800	Edificio	\$ 250,00	\$ 200.000,00
TOTAL			\$ 248.000,00

En la tabla 31 se describe una parte de la inversi3n inicial, como la adquisici3n del terreno y construcci3n del edificio del Centro de Desarrollo Infantil.

Tabla 32.

Inversi3n Inicial activos fijos tangibles e intangibles, Gastos diferidos

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
VEHÍCULOS			
Furgoneta	\$ 13.000,00	1	\$ 13.000,00
Subtotal			\$ 13.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadora	\$ 400,00	5	\$ 2.000,00
Impresora	\$ 100,00	2	\$ 200,00
Laptop	\$ 500,00	1	\$ 500,00
Subtotal			\$ 2.700,00
MUEBLES Y ENSERES			
Mesa de escritorio	\$ 110,00	5	\$ 550,00
Silla de ejecutivo	\$ 60,00	2	\$ 120,00
Silla giratoria con brazo	\$ 80,00	7	\$ 560,00
Silla giratoria sin brazo	\$ 45,00	12	\$ 540,00
Archivador	\$ 100,00	3	\$ 300,00
sofa de 3 plazas	\$ 130,00	2	\$ 260,00
Subtotal			\$ 2.330,00
OTROS EQUIPOS			
Televisor 50"	\$ 700,00	2	\$ 1.400,00
Teléfono celular	\$ 120,00	3	\$ 360,00
Teléfono fijo	\$ 40,00	4	\$ 160,00
Aire acondicionado	\$ 700,00	4	\$ 2.800,00
Subtotal			\$ 4.720,00
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
Software	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
Software webcam	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
Subtotal			\$ 2.200,00
GASTOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitucion	\$ 900,00	1	\$ 900,00
Pagina Web y dominio	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
Publicidad	\$ 800,00	1	\$ 800,00
Subtotal			\$ 2.900,00
TOTAL GENERAL			\$ 27.850,00

La tabla 32 describe la inversión en activos fijos tangibles e intangibles, junto con los gastos diferidos para la creación del centro de Desarrollo Infantil.

Tabla 33.

Inversión Inicial en activos fijos

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
PEDIATRIA			
Tanque de oxigeno	\$ 226,00	1	\$ 226,00
Fonendoscopio	\$ 35,50	1	\$ 35,50
Tensiometro	\$ 40,00	1	\$ 40,00
Biombo de 3 cuerpos	\$ 70,00	1	\$ 70,00
Camilla	\$ 230,00	1	\$ 230,00
Cuna	\$ 200,00	1	\$ 200,00
Cunero	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Lampara cuello de ganzo	\$ 80,00	1	\$ 80,00
Balanza electronica	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Subtotal			\$ 1.181,50
COCINA Y LIMPIEZA			
Aspiradora	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Lavadoras	\$ 600,00	1	\$ 600,00
Escalera de Aluminio	\$ 45,00	1	\$ 45,00
Cocina Industrial Inducción	\$ 700,00	1	\$ 700,00
Horno Microonda	\$ 100,00	1	\$ 100,00
Refrigeradora	\$ 900,00	1	\$ 900,00
Congelador	\$ 600,00	1	\$ 600,00
Licuada	\$ 90,00	2	\$ 180,00
Batidora	\$ 40,00	1	\$ 40,00
Juegos de Vajillas	\$ 50,00	3	\$ 150,00
Juegos de ollas	\$ 60,00	2	\$ 120,00
Otros Implementos cocinas	\$ 400,00	1	\$ 400,00
Subtotal			\$ 3.985,00
AREA PEDAGOGICA			
Colchonetas	\$ 45,00	10	\$ 450,00
Juego Mesa escritorio tipo triangulo	\$ 100,00	25	\$ 2.500,00
Sillas para parvulos	\$ 45,00	200	\$ 9.000,00
Camas cunas	\$ 105,00	80	\$ 8.400,00
Juego Comedor 20 puestos	\$ 210,00	10	\$ 2.100,00
Mesa para computadoras para niños	\$ 45,00	10	\$ 450,00
Bañera con cambiador para bebe	\$ 75,00	5	\$ 375,00
Corral para bebe	\$ 100,00	40	\$ 4.000,00
Anaquele madera 15 divisiones	\$ 175,00	10	\$ 1.750,00
Juego Mesas de maderas hexagonales	\$ 100,00	25	\$ 2.500,00
Pizarron de tiza liquida	\$ 50,00	5	\$ 250,00
Juegos Multiples (Resbaladera, columpio, Caminito)	\$ 700,00	2	\$ 1.400,00
Sube y baja de 3	\$ 450,00	2	\$ 900,00
Caballo Brincador para niños de 3 años	\$ 115,00	3	\$ 345,00
Piscina pelota plasticas	\$ 120,00	3	\$ 360,00
Tunel de gateo (Maternal y Nursey)	\$ 125,00	3	\$ 375,00
Anaquele para material didactico	\$ 100,00	4	\$ 400,00
Material didactico (Rompecabezas, Legos, Juguetes)	\$ 600,00	1	\$ 600,00
50 metros cesped sintetico	\$ 600,00	1	\$ 600,00
Silla pequeña Platicos	\$ 10,00	100	\$ 1.000,00
Subtotal			\$ 37.755,00
TOTAL GENERAL			\$ 42.921,50

En este proyecto el capital de trabajo es fundamental y se considera parte de la inversión inicial, constituido por el monto en efectivo relevante para iniciar las actividades previstas para el funcionamiento y adecuamiento de la empresa en su inicialización. De igual forma, Se proyecta un capital de trabajo para la compra de implementos, instrumentos y equipos de Pediatría, Cocina y limpieza, así mismo, para el área de pedagógica, que tendrá una inversión de \$49.921,50 como se describe en la tabla 33.

6.2.- Fuentes de financiamiento

Indiscutiblemente cuando se proyecta la inversión para desarrollar un proyecto, sus accionistas no tienen el capital necesario que cubra la inversión total, por tanto, es necesario acudir a alguna institución financiera, bancos, cooperativas, etc., que proporcione facilidades de prestación para poder cubrir el monto faltante. En este proyecto, el 76% del financiamiento lo asumirán los propietarios con fuentes de financiamiento propio, mientras que el resto, es decir, el 24% será a través de préstamos.

Tabla 34.

Fuente de financiamiento

INVERSIÓN TOTAL		
FINANCIAMIENTO	MONTO	%
Prestamo	\$ 100.000,00	24%
Capital Propio	\$ 318.771,50	76%
TOTAL	\$ 418.771,50	100%

6.3.- Proyección de costos y gastos

Con mayor relevancia en este proyecto también se detalla el presupuesto de costos y gastos está compuesto por: los costos directos e indirectos, entre los que se encuentran además los gastos de administrativos y los gastos financieros.

Siendo los gastos más representativos y que genera mayor desembolso de dinero está dado por los gastos de salario de los trabajadores y trabajadoras, en donde se detallan como gasto de mano de obra. Adicional a esto se tiene el costo directo y el más relevante está dado por los gastos de mano de obra directa, los cuales están relacionados por la remuneración que perciben los trabajadores y trabajadoras relacionadas directamente con la actividad productiva o la prestación de servicios de la empresa. En este caso, los profesionales que tiene contacto y acceso directo con la prestación del servicio son las enfermeras profesionales, técnica en Enfermería o auxiliares enfermeras, parvularias, pediatra. Que de igual forma se considera como desembolso directo la alimentación de los bebés.

Tabla 35.

Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA										
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL UNITARIO	TOTAL MES	SUELDO ANUAL
5	Lcda. En Enfermería	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 31,25	\$ 74,97	\$ 100,35	\$ 37,50	\$ 1.219,07	\$ 6.095,35	\$ 73.144,20
10	Técnicas de Enfermería	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 37,49	\$ 50,18	\$ 18,75	\$ 625,16	\$ 6.251,60	\$ 75.019,20
3	Parvularia	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 37,49	\$ 50,18	\$ 18,75	\$ 625,16	\$ 1.875,48	\$ 22.505,76
1	Pediatra	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 31,25	\$ 83,30	\$ 111,50	\$ 41,67	\$ 1.351,05	\$ 1.351,05	\$ 16.212,60
TOTAL		\$ 2.800,00	\$ 233,33	\$ 125,00	\$ 233,24	\$ 312,20	\$ 116,67	\$ 3.820,44	\$ 15.573,48	\$ 186.881,76

La tabla 35 detalla el sueldo de todo el personal que labora directamente en el cuidado de los niños con una proyección anual, que incluye materiales directos y alimentación que serán utilizados en la adquisición de alimentos e implementos didácticos para el cuidado, educación y alimentación de los niños, descrito en la tabla 36 y 37 respectivamente.

Tabla 36.

Materiales directos

MATERIALES DIRECTOS SEMESTRAL						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL	
Materiales Didacticos	Kit	\$ 100,00	\$ 6,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00	
Módulos de Juguetes	Kit	\$ 100,00	\$ 9,00	\$ 900,00	\$ 1.800,00	
TOTAL					\$	3.000,00

Tabla 37.

Presupuesto de alimentación

ALIMENTACION						
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Colación	Porción	200	\$ 0,75	\$ 150,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Almuerzo	Porción	200	\$ 2,00	\$ 400,00	\$ 8.000,00	\$ 96.000,00
Refrigerio	Porcion	200	\$ 0,50	\$ 100,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
TOTAL		600	\$ 3,25	\$ 650,00	\$ 13.000,00	\$ 156.000,00

También los costos indirectos están integrados por los gastos de comercialización o de ventas (Tabla 38 y 39), compuestos el sueldo del vendedor, materiales publicitarios y otros medios promocionales necesarios para desarrollar la imagen corporativa de la empresa y así mismo hacer visibles socializando los servicios a la mayor parte de la población de la zona, además de la movilización para que el agente de ventas pueda movilizarse a visitar los prospectos para poder captarlos.

La tabla 38 detalla el sueldo del vendedor o asesor comercial, bajo la figura de un sueldo base más los beneficios de ley, proyectados anualmente. También se considera una comisión por ventas proyectadas que se deducen directamente del estado resultados como gastos de comisiones.

Tabla 38.

Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS										
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL UNITARIO	TOTAL MES	SUELDO ANUAL
1	Asesor Comercial	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 559,17	\$ 559,17	\$ 6.710,04
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL		\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 559,17	\$ 559,17	\$ 6.710,04

Tabla 39.

Gastos de comercialización

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
Volante Publicitarios	2.000	\$ 0,07	\$ 140,00	\$ 1.680,00	
Medios Publicitarios	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00	
Movilizacion	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00	
TOTAL			\$ 590,00	\$ 7.080,00	

Además, existen gastos por concepto de operaciones donde se considera tercerizar los gastos de limpieza, de oficina, el uso de combustible y papelerías y los servicios básicos, tal como se detalla en la tabla 40 y 41.

Tabla 40.

Gastos generales

SERVICIOS BASICOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL		
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00		
Energía Eléctrica	\$ 74,00	\$ 888,00		
telefonía Celular y fija	\$ 60,00	\$ 720,00		
Internet	\$ 24,00	\$ 288,00		
Servicio Sistema Webcam	\$ 22,00	\$ 264,00		
TOTAL	\$ 210,00	\$ 2.520,00		

Tabla 41.

Gastos de operación

GASTOS DE OPERACIONES				
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL		
Servicio de Limpieza	\$ 400,00	\$ 4.800,00		
Combustible	\$ 100,00	\$ 1.200,00		
Papelerías	\$ 100,00	\$ 1.200,00		
TOTAL	\$ 600,00	\$ 7.200,00		

Otro gasto indirecto es la depreciación. Para la propuesta de negocio se calcula el gasto indirecto a través del método de línea recta. Y que hace representación al desgaste de los activos fijos tangibles durante su vida útil. A continuación, la siguiente tabla muestra los datos, análisis para su cálculo, costo inicial, los años de vida útil y el porcentaje que deprecian año por año.

Tabla 42.

Depreciación

DEPRECIACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL	%	VALOR ANUAL
Vehículos	\$ 13.000,00	5	20%	\$ 2.600,00
Equipos de Computación	\$ 2.700,00	3	33,33%	\$ 900,00
Muebles y enseres	\$ 7.050,00	10	10%	\$ 705,00
Edificios	\$ 200.000,00	25	4%	\$ 8.000,00
Otros equipos	\$ 42.921,50	10	10%	\$ 4.292,15
TOTAL				\$ 16.497,15

El concepto de depreciación aplica para los activos fijos intangibles, indudablemente aquellos que carecen de presencia física, y se analizan y detallan utilizando el mismo procedimiento del cálculo de la depreciación. Para este proyecto se presentan gastos por concepto de estudios de factibilidad, gastos de constitución, imprevistos y gastos publicitarios como se describe en la tabla 43.

Tabla 43.

Amortización

AMORTIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL	%	VALOR ANUAL
Software	\$ 1.200,00	5	20%	\$ 240,00
Software webcam	\$ 1.000,00	5	20%	\$ 200,00
Gastos de Constitucion	\$ 900,00	5	20%	\$ 180,00
Pagina Web y dominio	\$ 1.200,00	5	20%	\$ 240,00
Valla Publicitaria	\$ 800,00	5	20%	\$ 160,00
TOTAL				\$ 1.020,00

Los gastos por conceptos de sueldos, remuneraciones del personal administrativo, donde se expresa siguiente tabla:

Tabla 44.
Gastos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN											
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL UNITARIO	TOTAL MES	SUELDO ANUAL	
1	Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 31,25	\$ 124,95	\$ 167,25	\$ 62,50	\$ 2.010,95	\$ 2.010,95	\$ 24.131,40	
1	RRHH Y Administración	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 31,25	\$ 58,31	\$ 78,05	\$ 29,17	\$ 955,11	\$ 955,11	\$ 11.461,32	
1	Contador	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 31,25	\$ 58,31	\$ 78,05	\$ 29,17	\$ 955,11	\$ 955,11	\$ 11.461,32	
1	Guardia de seguridad	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 559,17	\$ 559,17	\$ 6.710,04	
1	Asistente en general	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 559,17	\$ 559,17	\$ 6.710,04	
TOTAL		\$ 3.700,00	\$ 308,33	\$ 156,25	\$ 308,21	\$ 412,55	\$ 154,17	\$ 5.039,51	\$ 5.039,51	\$ 60.474,12	

Pero hay que hacer análisis y considerar que el proyecto incurre en gastos para pago de intereses, lo que representa el desembolso de dinero a causa de la amortización de la deuda por el préstamo detallado con una institución financiera, correspondiente al 60% de la inversión inicial, a una tasa del 8 % anual de acuerdo con la tasa vigente en el Banco Central de Ecuador.

A continuación, la tabla 45 y 46 muestra la tabla de amortización de manera mensual.

Tabla 45.

Datos para amortizar el préstamo

DATOS	VALOR
MONTO	\$100.000,00
TASA DE INTERES	8,00%
PLAZO	5
PERIODICIDAD	12

Tabla 46.

Amortización del préstamo

RESULTADOS							
MESES	DIVIDENTOS	PAGO INTERES MENSUAL	PAGO CAPITAL MENSUAL	AMORTIZACIÓN ACUMULADA DEL CAPITAL	CAPITAL PENDIENTE	PAGO DE INTERES ANUAL	PAGO DE CAPITAL ANUAL
0					100.000		
1	2.028	667	1.361	1.361	98.639		
2	2.028	658	1.370	2.731	97.269		
3	2.028	648	1.379	4.110	95.890		
4	2.028	639	1.388	5.499	94.501		
5	2.028	630	1.398	6.896	93.104		
6	2.028	621	1.407	8.303	91.697		
7	2.028	611	1.416	9.719	90.281		
8	2.028	602	1.426	11.145	88.855		
9	2.028	592	1.435	12.581	87.419		
10	2.028	583	1.445	14.025	85.975		
11	2.028	573	1.454	15.480	84.520		
12	2.028	563	1.464	16.944	83.056	7.388	16.944
13	2.028	554	1.474	18.418	81.582		
14	2.028	544	1.484	19.902	80.098		
15	2.028	534	1.494	21.395	78.605		
16	2.028	524	1.504	22.899	77.101		
17	2.028	514	1.514	24.413	75.587		
18	2.028	504	1.524	25.936	74.064		
19	2.028	494	1.534	27.470	72.530		
20	2.028	484	1.544	29.014	70.986		
21	2.028	473	1.554	30.569	69.431		
22	2.028	463	1.565	32.133	67.867		
23	2.028	452	1.575	33.709	66.291		
24	2.028	442	1.586	35.294	64.706	5.981	18.350
25	2.028	431	1.596	36.891	63.109		
26	2.028	421	1.607	38.498	61.502		
27	2.028	410	1.618	40.115	59.885		
28	2.028	399	1.628	41.744	58.256		
29	2.028	388	1.639	43.383	56.617		
30	2.028	377	1.650	45.033	54.967		
31	2.028	366	1.661	46.694	53.306		
32	2.028	355	1.672	48.366	51.634		
33	2.028	344	1.683	50.050	49.950		
34	2.028	333	1.695	51.745	48.255		
35	2.028	322	1.706	53.450	46.550		
36	2.028	310	1.717	55.168	44.832	4.458	19.873
37	2.028	299	1.729	56.897	43.103		
38	2.028	287	1.740	58.637	41.363		
39	2.028	276	1.752	60.389	39.611		
40	2.028	264	1.764	62.152	37.848		
41	2.028	252	1.775	63.928	36.072		
42	2.028	240	1.787	65.715	34.285		
43	2.028	229	1.799	67.514	32.486		
44	2.028	217	1.811	69.325	30.675		
45	2.028	205	1.823	71.148	28.852		
46	2.028	192	1.835	72.983	27.017		
47	2.028	180	1.848	74.831	25.169		
48	2.028	168	1.860	76.691	23.309	2.809	21.523
49	2.028	155	1.872	78.563	21.437		
50	2.028	143	1.885	80.448	19.552		
51	2.028	130	1.897	82.345	17.655		
52	2.028	118	1.910	84.255	15.745		
53	2.028	105	1.923	86.178	13.822		
54	2.028	92	1.935	88.113	11.887		
55	2.028	79	1.948	90.061	9.939		
56	2.028	66	1.961	92.023	7.977		
57	2.028	53	1.974	93.997	6.003		
58	2.028	40	1.988	95.985	4.015		
59	2.028	27	2.001	97.986	2.014		
60	2.028	13	2.014	100.000	-	1.022	23.309
TOTAL	\$121.658,37	\$21.658,37	\$100.000,00			\$21.658,37	\$100.000,00

6.3.- Proyección de ventas

Por otro lado, El presupuesto y pronósticos de ventas se describen que los ingresos por concepto de los servicios prestados en este caso, el cuidado y enseñanza de niños, en el que se obtienen en un período determinado con el fin de cubrir los gastos. El Centro de Desarrollo Infantil Arenita, comenzará a funcionar inicialmente con Lcda. en Enfermería, Auxiliares en enfermería, Pediatra y las parvularios, en inmediatez, con exhaustivos detalles que se obtuvieron, analizaron y pronosticaron a través de las técnicas e instrumentos aplicados como gestión a la investigación, esencialmente una investigación de mercado entre las guarderías, centros infantiles, con el mismo fin, en donde se implementara una estrategia de diferenciación vs la competencia, con un monto a pagar 220,00 USD por mes como detalla la tabla 47.

Tabla 47.

Proyección de ventas

INGRESOS			
CANTIDAD DE NIÑOS	PRECIO SERVICIO	TOTAL MES	TOTAL AÑO
240	\$ 220,00	\$ 52.800,00	\$ 633.600,00
TOTAL			\$ 633.600,00

Se estimó una proyección a 5 años con un crecimiento anual del 10%, considerando que hay un mercado potencial de 5.000 familias que tienen niños menores de 5 años. A continuación, la tabla 48 exhibe la proyección de ingresos que presenta el Centro de desarrollo Infantil.

Tabla 48.

Ingresos totales proyectados

% CRECIMIENTO ANUAL	DESCRIPCIÓN	INGRESOS TOTALES									
		CANT NIÑOS	AÑO 1 (\$)	CANT NIÑOS	AÑO 2 (\$)	CANT NIÑOS	AÑO 3 (\$)	CANT NIÑOS	AÑO 4 (\$)	CANT NIÑOS	AÑO 5 (\$)
10%	SERVICIOS	240	\$ 633.600,00	264	\$ 696.960,00	290	\$ 766.656,00	319	\$ 843.321,60	351	\$ 927.653,76
TOTAL			\$ 633.600,00		\$ 696.960,00		\$ 766.656,00		\$ 843.321,60		\$ 927.653,76

Las proyecciones son cruciales para las operaciones en curso de este negocio según lo refleja la tabla 48. Estos documentos ayudan a identificar un aumento progresivo del 1 al 10% de acorde a las proyecciones de ventas y sus diferentes cantidades de niños o clientes a captar.

Los costos también nos ayudan a gestionar adecuadamente los ingresos para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa. Capacidad para identificar, cuantificar y presupuestar los ingresos, costos y gastos de la etapa operativa del proyecto.

6.4.- Estados financieros

Es de vital importancia los estados financieros que permite evaluar el comportamiento de la situación económica y financiera de la empresa en un período determinado a corto y a largo plazo. Pronosticar, Proyectar y analizar los estados financieros al inicio de un proyecto proporciona eficientemente a los propietarios de una visión del comportamiento del negocio.

6.4.1.- Panel financiero

El análisis que se refleja en la tabla 49 detalla cada variable que representa el estudio de factibilidad con el que el Centro de Desarrollo Infantil proyecta tanto sus ingresos como los costos sobre el producto a comercializar. El crecimiento se analiza en base a su venta real, precio, costo unitario y los diversos márgenes brutos en la proyección, donde la inversión inicial es fundamental para la factibilidad del proyecto. A continuación, se detalla el flujo de caja proyectado en el panel financiero.

Tabla 49.

Flujo de caja libre

DESCRIPCION	FCL									
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5				
(+)INGRESOS	\$	633.600,00	\$	696.960,00	\$	766.656,00	\$	843.321,60	\$	927.653,76
(-)COSTO DE VENTAS	\$	345.881,76	\$	380.469,94	\$	418.516,93	\$	460.368,62	\$	506.405,48
(=)UTILIDAD BRUTA	\$	287.718,24	\$	316.490,06	\$	348.139,07	\$	382.952,98	\$	421.248,28
(-) GASTOS DE VENTAS	\$	13.790,04	\$	15.169,04	\$	16.685,95	\$	18.354,54	\$	20.190,00
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	60.474,12	\$	66.521,53	\$	73.173,69	\$	80.491,05	\$	88.540,16
(-) GASTOS GENERALES	\$	2.520,00	\$	2.772,00	\$	3.049,20	\$	3.354,12	\$	3.689,53
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	\$	7.200,00	\$	7.920,00	\$	8.712,00	\$	9.583,20	\$	10.541,52
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$	7.387,66	\$	5.981,32	\$	4.458,25	\$	2.808,76	\$	1.022,37
(-) DEPRECIACIÓN	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15
(-) COMISIONES	\$	12.672,00	\$	13.939,20	\$	15.333,12	\$	16.866,43	\$	18.553,08
(-) AMORTIZACIÓN	\$	17.964,01	\$	19.370,35	\$	20.893,43	\$	22.542,91	\$	24.329,30
(=)TOTAL GASTOS	\$	138.504,98	\$	148.170,60	\$	158.802,78	\$	170.498,17	\$	183.363,11
(=)UAI	\$	149.213,26	\$	168.319,46	\$	189.336,29	\$	212.454,81	\$	237.885,17
(-) 15% PARTICIP. TRABAJADORES	\$	22.381,99	\$	25.247,92	\$	28.400,44	\$	31.868,22	\$	35.682,78
(=)UTILIDAD DESPUES DE PART. TRABAJ	\$	126.831,27	\$	143.071,55	\$	160.935,85	\$	180.586,58	\$	202.202,39
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$	27.902,88	\$	31.475,74	\$	35.405,89	\$	39.729,05	\$	44.484,53
NOPAT	\$	98.928,39	\$	111.595,81	\$	125.529,96	\$	140.857,54	\$	157.717,87
(+) AMORTIZACIÓN	\$	17.964,01	\$	19.370,35	\$	20.893,43	\$	22.542,91	\$	24.329,30
(+) DEPRECIACIÓN	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15	\$	16.497,15
(+) RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO									\$	54.078,51
(-) INVERSIÓN INICIAL	\$	-318.771,50								
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$	-37.493,80	\$	-3.570,62	\$	-3.929,68	\$	-4.324,80	\$	-4.759,62
(=)FLUJO DE CAJA LIBRE	\$	-356.265,30	\$	129.818,93	\$	143.533,63	\$	158.595,74	\$	175.137,98
ACUMULADO	\$	-356.265,30	\$	-226.446,37	\$	-82.912,73	\$	75.683,00	\$	250.820,98

6.4.2.- Factibilidad financiera

6.4.2.1.- Periodo de recuperación (payback) valor actual neto(van), tasa interna de retorno (tir).

El actual estudio de factibilidad financiera considera valores propicios para la inversión y la viabilidad del presente proyecto, en este caso, el VAN es mayor a 0 y la TIR superior a la tasa de descuento como requisito fundamental para los inversionistas. Por otro lado, el año de recuperación es el tercero de la proyección (ver tabla 50).

Se concibe como la ganancia obtenida en dinero a valor actual. El VAN es la cantidad de dinero obtenido en términos netos. El VAN sigue una relación inversa con la tasa de interés, es decir, a mayor interés menor VAN y viceversa, esto implica que los retornos en proyectos se reducen cuando los costos de capital aumentan.

El VAN tiene una gran potencia como indicador de rentabilidad de las inversiones a realizar o realizadas.

Hay diversos criterios para medir la rentabilidad de una inversión, los indicadores más conocidos son el período de recuperación (PR), el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 50.

Cálculo VAN, TIR y Payback

(=)FLUJO DE CAJA LIBRE	\$	-356.265,30	\$	129.818,93	\$	143.533,63	\$	158.595,74	\$	175.137,98	\$	252.622,83
ACUMULADO	\$	-356.265,30	\$	-226.446,37	\$	-82.912,73	\$	75.683,00	\$	250.820,98	\$	503.443,81

TASA DE DESCUENTO COK	18,88%
VAN	\$ 142.994,96
TIR	34%
PAYBACK	3 AÑOS

6.5.- Punto de equilibrio financiero

Entender el concepto del punto de equilibrio que es un indicador financiero que permite tener una visión acertada de una representación gráfica de las líneas con los valores que se

estudian. Sus cambios dependen del nivel de oscilaciones que presenten los costos fijos totales, costo variable unitario y precios de venta o servicio (Vaquero, 2013).

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que el Centro de Desarrollo Infantil debe realizar para no perder, ni ganar. De acuerdo a lo detallado en la tabla 51, el punto de equilibrio mediante los 2 factores marca los siguientes resultados:

Precio unitario

VAN = 0

BASE = \$220,00

PE = 198,69

RENDIMIENTO = 90%

Cantidad de niños

VAN = 0

BASE = 240

PE = 216

RENDIMIENTO = 90%

Tabla 51.

Punto de equilibrio financiero

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO					
FACTOR	VARIABLE	VALOR	BASE	VAN	
0,90	PRECIO SERVICIO	\$ 198,69	\$ 220,00	0	
0,90	CANTIDAD DE NIÑOS	216	240	0	

Los diferentes escenarios de análisis reflejan un punto de equilibrio positivo en relación al rendimiento del proyecto de inversión, tanto en el precio unitario y como en unidades proyectadas, que guardan un margen óptimo para el cumplimiento de los objetivos y desarrollo del mismo.

6.6.- Flujo de caja accionistas

Este es un instrumento que muestra el dinero indispensable que determina las necesidades de efectivo que una empresa tenga a corto plazo y largo plazo, de acuerdo con ello, planear su financiamiento. La tabla detalla los gastos desembolsables y los gastos diarios proyectados a 5

años requeridos para que la operación sea de acuerdo al proyectado. Del mismo modo se observa el incremento del capital de trabajo.

Tabla 52.

Flujo de caja accionista

FLUJO DE CAJA DE ACCIONISTA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DESEMBOLSABLES		\$ 449.925,58	\$ 492.773,03	\$ 539.929,13	\$ 591.826,74	\$ 648.942,14
GASTOS DIARIOS		\$ 1.249,79	\$ 1.368,81	\$ 1.499,80	\$ 1.643,96	\$ 1.802,62
CAPITAL DE TRABAJO NETO		\$ 37.493,80	\$ 41.064,42	\$ 44.994,09	\$ 49.318,89	\$ 54.078,51
INCREMENTO CAPITAL DE TRABAJO	\$	37.493,80	\$ 3.570,62	\$ 3.929,68	\$ 4.324,80	\$ 4.759,62

6.7.- Análisis de sensibilidad

Como se ha venido detallando en el proceso del proyecto, El estudio y descripción analítica de la sensibilidad de un estudio proyectado, se entorna a mostrar que tan sensible es el presupuesto de efectivo a determinados cambios, variables o estados de la naturaleza que puedan aparecerse, como cambios imprevistos, fluctuaciones, comportamientos y notablemente cambios de las cuentas de ingresos y costos, a raíz de la disminución o aumento de ingresos y/o costos.

La tabla siguiente detalla el escenario base en el que se basa el estudio de factibilidad financiera.

Tabla 53.

Análisis de sensibilidad

ESCENARIO BASE			
Factor	Variable	Valor	Van
1	Precio	\$ 220,00	\$ 144.389,52
1	Unidades	240	
1	Costo de ventas	120,10	

Por otro lado calcular la incidencia de fluctuación se analiza que se debe tomar como base la incidencia del 5% en base al precio, unidades y costo de ventas.

En el escenario optimista, la tabla 54 consideró el 5% para el margen de ganancia, unidades y una reducción del mismo porcentaje en el costo de ventas. Este resultado permite

apreciar cómo el VAN presenta resultados positivos, la TIR tiene valores superiores a la tasa de descuento del 49% y el flujo es positivo desde el primer año, por lo que las ganancias serían recuperadas en el segundo año.

Tabla 54.

Incidencia de fluctuación

ESCENARIO OPTIMISTA						
Factor	Variable	Valor	Van	TIR		
1,05	Precio	\$ 231,00	\$ 297.188,58	49%		
1,05	Unidades	252				
0,95	Costo de Ventas	114,10				
(=)FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ -356.265,30	\$ 129.818,93	\$ 143.533,63	\$ 158.595,74	\$ 175.137,98	\$ 252.622,83
ACUMULADO	\$ -356.265,30	\$ -226.446,37	\$ -82.912,73	\$ 75.683,00	\$ 250.820,98	\$ 503.443,81

En el análisis de sensibilidad se ha considerado, para el escenario pesimista, un decrecimiento de un 15% en el margen de ganancias, un 15% en las unidades y un incremento del 5% del costo de ventas, lo que da como resultado que el VAN es negativo, la TIR con valor cero y que se obtendrían pérdidas en los cinco años.

Tabla 55.

Análisis de sensibilidad

ESCENARIO PESIMISTA			
Factor	Variable	Valor	Van
0,85	Precio	\$ 187,00	\$ (955,93)
0,85	Unidades	204	
1,05	Costo de Ventas	126,11	

Al revisar el comportamiento de las fluctuaciones de los indicadores financieros del VAN y TIR, hay que considerar respectivamente las variaciones de ingresos y costos y usando como base la proyección inicial, en donde no observan cambios de importancia. Por tanto, no aceleran los resultados financieros del proyecto. asegurando la estabilidad del proyecto y su relevancia de

vital importancia para poder identificar cambios profundos que se vayan a presentar en la actualidad o el futuro.

Conclusiones

Al concluir el desarrollo del marco teórico, se pudo evaluar conceptos relevantes para la creación de un centro infantil y las estrategias definidas por medio de los estudios del mercado. De esta forma, es posible asegurar el desarrollo infantil de manera óptima en temas referentes a la nutrición, salud, educación inicial y el cuidado diario del infante.

El desarrollo de un marco teórico adecuado permitió conocer los diferentes estándares internacionales acerca de los centros de desarrollo infantil con la finalidad de implementar uno en Ecuador para el buen vivir de los niños y por ende dar un servicio de calidad y calidez.

El conocimiento del marco referencial y metodológico sobre las historias de las guarderías en diferentes países denotó el fomento de altos niveles de competitividad, que con lleva a los individuos a formarse profesionalmente para poder optar por mejores fuentes de trabajo.

El marco metodológico permitió planificar, analizar y buscar estrategias, cambios, decisiones, generar políticas, instaurar programas, desarrollar proyectos que ayuden a las comunidades e instituciones a detectar la problemática real dimensión y desplegar medidas para satisfacer las necesidades y el desarrollo básico de los infantes y sus familias.

El estudio del mercado permitió analizar el comportamiento de la oferta y la demanda acerca del servicio de cuidado y enseñanza infantil en la zona norte de Guayaquil, determinando que no existen competidores formales o directos que preste este servicio. Esto constituye un punto de partida muy importante para la implementación de este proyecto, así como también la opinión de la gente en cuanto al servicio que se ofrecerá. Los resultados indicaron, en síntesis, que es un proyecto muy viable porque tiene la capacidad de ofrecer diversos servicios por parte de un solo proveedor y que la gente estaría satisfecha con un servicio como el propuesto en el presente estudio.

El estudio técnico cumplió con las expectativas pronosticadas para la creación del Centro de Desarrollo Infantil. Este contará con recurso humano capacitado en el cuidado y enseñanza de párvulos. Por otro lado, la disponibilidad de recursos propios y el incremento de la población económicamente activa forman un ambiente favorable para la puesta en marcha del proyecto.

La planificación adecuada de los recursos materiales, financieros y humanos permitieron establecer la inversión necesaria para la creación del centro de desarrollo infantil. Este análisis se

basa en el resultado que proyecta el estudio financiero, donde el valor actual neto (VAN) es positivo de USD 144.389,22 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) da como resultado un porcentaje de 34%, demostrando que el proyecto genera beneficios y garantiza el retorno de la inversión en tres años aproximadamente.

Recomendaciones

Para lograr la adecuada implementación del centro infantil y que este llegue a ser una empresa con éxito, es necesario seguir las siguientes recomendaciones:

- (a) Manejar un marketing relacional con los moradores del sector mucho lote II.
- (b) Mantener la calidad del servicio a lo largo plazo.
- (c) Lograr nuevas formas de atraer a los clientes de manera permanente.
- (d) Implementar un plan de publicidad basándose en las visitas domiciliarias.
- (e) Incrementar las horas de atención del centro infantil.
- (f) Contar con un médico pediatra en el centro infantil a fin de evitar cualquier tipo de inconvenientes en cuanto a la salud.

Bibliografía

- Acevedo Borrego, A., Linares Barrantes, C., & Cachay Boza, O. (2010). Modelo de análisis y formulación estratégica. Empleando herramientas matriciales. *Industrial Data*, 13(1).
- Adamson, P. (2008). El cuidado infantil en los países industrializados: transición y cambio. Una tabla clasificatoria de la educación y los cuidados durante la primera infancia en los países económicamente avanzados (No. inreca08/24). Recuperado 22-03-2018. Pag web; <https://ideas.repec.org/p/ucf/inreca/inreca08-24.html>
- Aguirre, R. (2005). Los cuidados familiares como problema público y objeto de políticas. En: Políticas hacia las familias, protección e inclusión sociales-LC/L. 2373-P-2005-p. 291-300.
- Amar Amar, J. J. (2015). Desarrollo infantil y prácticas de cuidado. Universidad del Norte. Recuperado 07/12/2017, https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=frFCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Moliner,+2011+centro+de+desarrollo+infantil&ots=h_x_7rfVnd&sig
- Amar Amar, J., Martínez González, M., & Utria Utria, L. (2011). Nuevo abordaje de la salud considerando la resiliencia. *Salud Uninorte*, 29(1).
- Amar Amar, J., Martínez González, M., & Utria Utria, L. (2013). Nuevo abordaje de la salud considerando la resiliencia. *Salud Uninorte*, 29(1).
- Araujo, M. C., & López-Boo, F. (2015). Los servicios de cuidado infantil en América Latina y el Caribe. *El trimestre económico*, 82(326), 249-275.
- Armijo, M. (2011). Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Cepal.
- Arriagada, I., & Moreno, M. (2011). La constitución de las cadenas globales de cuidado y las condiciones laborales de las trabajadoras peruanas en Chile. *Mujeres inmigrantes en Chile.¿ Mano de obra o trabajadoras con derechos*, 149-192.

- Arriagada, I., & Todaro, R. (2012). El papel de las migrantes peruanas en la provisión de cuidados en Chile. Santiago de Chile, ONU Mujeres. Recuperado 18/03/18, pag web: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38757578/cadenas_Chile.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1521434133&Signature=P36KRSLVA9g7oXdjhwDn5f4ZwXE%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_papel_de_las_migrantes_peruanas_en_la.pdf
- Asamblea Nacional. (2010). *Segundo Suplemento del Registro Oficial N° 294 Año 2010*. Quito.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Banús, S. (2012). *Psicodiagnostics. es: Psicología infantil y juvenil. La timidez y el niño*.
- Barudy, J (2012). *Los buenos tratos a la infancia: parentalidad, apego y resiliencia*. Editorial Gedisa.
- Batthyány, K. (2004). *Cuidado infantil y trabajo: ¿ un desafío exclusivamente femenino?: una mirada desde el género y la ciudadanía social*. Montevideo: CINTERFOR.
- Batthyány, K. (2004). *Usos del tiempo y cuidado infantil: análisis de los hogares de Montevideo1. EL URUGUAY DESDE LA SOCIOLOGÍA II*, 153.
- Batthyány, K. (2009). *Parte II Cuidado de personas dependientes y género. Las bases invisibles del bienestar social*, 87.
- Batthyány, K. (2009). *Parte II Cuidado de personas dependientes y género. Las bases invisibles del bienestar social*, 87. Recuperado 18/03/18, pag web: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/21713/1/2_las_bases_invisibles_del_bienestar_social.pdf#page=88
- Batthyány, K. (2015). *Las políticas y el cuidado en América Latina: Una mirada a las experiencias regionales*. Recuperado 05-03-2018. Pag Web: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37726/S1500041_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bethany M. (2012). *Empatía en el cuidado del paciente: antecedentes, desarrollo, medición y resultados*. Editorial El Manual Moderno.

- Bott, E., y Spillius, EB (Eds.). (2014). *Familia y red social: Roles, normas y relaciones externas en familias urbanas comunes*. Routledge.
- Bravo Valdivieso, M. (2008). *Contabilidad General 8va edición*. Quito: Nuevo Día.
- Brealey, R., Myers, S. C., & Marcus, A. J. (1995). *Fundamentals of Corporate Finance* (p. 69). McGraw-Hill, New York.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2012). *Principios de finanzas corporativas*. España: McGraw Hill.
- Bu, R. C. (1981). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Editorial Limusa. Recuperado 16/08/17 <https://books.google.es/books?hl>
- Cáceres, C., Pérez, L., & Benítez, S. (2001). *La Educación Inicial: Nuestra Responsabilidad*. Quito, Marzo.
- Cagnolati, A. (2011). El origen de las guarderías infantiles en Bolonia (1836-1850). *Foro de Educación*, 9(13). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/4475/447544588007/>
- Cardona, C. R., & Salazar, M. D. P. R. (2016). *Fundamentos de administración*. Ecoe ediciones.
- Censo, I. (15 de mayo de 2010). *INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo)* Obtenido de Ecuador Ama la Vida - INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión de futuro*, 19(1), 0-0. Recuperado 07-04-2018, pag web: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082015000100002
- Clarke-Stewart, A. (1984). *Guarderías y cuidado infantil* (Vol. 15). Ediciones Morata.
- Clarke-Stewart, A. (1984). *Guarderías y cuidado infantil* (Vol. 15). Ediciones Morata
- Coca Carasila, A. M. (2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 14(2).
- compañía, P. p. (s.f.). www.educarecuador.ec/transparencia/informacionlegal.html.

- Conrad L. (2009). Marketing de guerrilla. Morgan James Publishing.
- Cruz-Gómez, P. J. (2016). Marketing mix. Recuperado 07-04-2018. Pag. Web:
<http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/2412/1/PEDRO%20JOS%C3%89%20CRUZ%20G%C3%81MEZ.pdf>
- De Kluyver, C. A. (2001). Pensamiento estratégico: una perspectiva para los ejecutivos. Pearson Educación.
- de la Niñez, C. (2008). Adolescencia. Plan de Protección Integral a la niñez y adolescencia del cantón Cuenca, 2010. Recuperado 22-03-2018. Pag web: <http://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/1545641.pdf>
- Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de marketing: teoría y experiencia. Ediciones Granica SA. El Comercio. (6 de Noviembre de 2013). Elegir guardería para los hijos. Sociedad, pág. 6.
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). Fundamentos de administración financiera. Pearson Educación, Recuperado 27/11/2017, pagina Web:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=isR9DyNXdDwC&oi=fnd&pg=PR19&dq=Emery,+Finnerty+%26+Stowe,+&ots=yjoPUBgWl6&sig=I7K>
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.
- Escribano, G. (2011). Gestión financiera. Editorial Paraninfo. Recuperado 17/12/2017, libro pág. web
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DWfiueP3ImsC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Escribano+2011&ots=H4KxG6wcO9&sig=Osh92V8409ah2U27HqfnvPVJwq0#v>
- Escribano, G. (2011). *Gestión financiera*. Editorial Paraninfo.
- Eslava, J. (2010). Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. ESIC Editorial. Obtenido de:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=04I0fgwMCD0C&oi=fnd&pg=PA89&dq=Eslava&ots=K8zucNYp6g&sig=h0iYdTTP5R-xVC7klt6_5HBtT
- Española, R. A. (1992). Real academia española. Perlado, Páez.
- Espinosa, R. (2015). MARKETING MIX: LAS 4PS.

- Espinoza, S. F. (2010). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Editorial Tecnológica de CR.
- Familys and Work Institute. (2014). Pampers. Quien cuidará a nuestros hijos. Pampers.
- Ferrer, G. G. (2016). Investigación comercial 4ª ed. Esic Editorial.
- Franco, M. A. (2017). Finanzas y educación financiera en las empresas familiares Pymes. *Sinapsis*, 8(1), 99-118.
- Franklin, E. B. (2007). Auditoria administrativa: gestión estratégica del cambio. Pearson educación.
- García, M. J. N. (1980). Guarderías infantiles en Madrid y separación materna (Doctoral dissertation).
- Giménez, D. M. (2003). Género, previsión y ciudadanía social en América Latina (Vol. 46). United Nations Publications.
- Gitman, L. J. (2003). Principios de administración financiera. Pearson Educación.
- Gitman, L. J., & Pulido, M. M. A. C. (1978). *Fundamentos de administración financiera* (Vol. 12). Harla.
- González, B., Rivero, A., & Puche, M. (2015). Planificación estratégica de marketing en empresas del sector comercial del municipio Cabimas. *Impacto Científico*, 8(2).
- González, B., Rivero, A., & Puche, M. (2015). Planificación estratégica de marketing en empresas del sector comercial del municipio Cabimas. *Impacto Científico*, 8(2).
- Gonzalez, J. (2012). Obtenido de A la guardería, sin miedo: <http://www.serpadres.es/1-2-anos/educacionestimulacion/articulo/a-la-guarderia-sin-miedo>
- González, M. J., Domínguez, M., & Baizán, P. (2010). Cuidado parental en la infancia y desigualdad social: un estudio sobre la Encuesta de Empleo del Tiempo en España. Documento de trabajo, 158, 2010.
- Gualoto, A., & Xavier, C. (2014). Rediseño de la Red Multiservicios de la Dirección Provincial de Pichincha del Instituto de la Niñez y la Familia MIES-INFA (Bachelor's thesis, QUITO/EPN/2014), recuperado 18/03/2018.

- Guardería Pegueños Traviesos. (11 de Noviembre de 2010). Introducción de las guarderías en el Ecuador. Obtenido de <http://guarderiapequeostraviesos.blogspot.com/2010/11/introduccion-de-las-guarderias-en-el.htm>
- Hernández, A. D., Uribe, E. G. G., & Barrera, M. A. O. (2018). Estrategias de Marketing y ventajas competitivas en las pymes Mueblera. Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 10(1). Recuperado 07-04-2018. Pag web: <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1315/984>
- Hernández, S. (21 de Enero de 2011). Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje. Obtenido de Método Montessori: <http://eestrategias.blogspot.com/2011/01/metodo-montessori.html>
- Hurtado, D. (2008). Principio de administración. Itm. Recuperado 07/11/2017, Libro web: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1Fp55-1oXv8C&oi=fnd&pg=PA11&dq=hurtado+gestion+administrativa&ots=5rcPWM1ZaI&sig>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011). Reporte Anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs). Quito: Ecuador en Cifras, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. d. (2010). www.inec.gob.ec.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (11 de Diciembre de 2015). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico. Recuperado el 30 de Abril de 2016, de <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/encuesta-deestratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- Iturralde, T., Sandiás, A. R., & Jainaga, T. I. (2007). Modelización Financiera Aplicada. Delta Publicaciones.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2008). Cómo dominar el sistema de gestión. Harvard Business Review América Latina, 1-17.
- Kotler, P. (2011). El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados. Paidós.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). Dasar-Dasar Pemasaran: Principles of Marketing 7e Jilid 1.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Marketing. México: Pearson.

- Kotler, P., & Caslione, J. A. (2009). *Chaotics: The business of managing and marketing in the age of turbulence*. AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de marketing*. Pearson educación.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara Ibáñez, D., & Cruz Roche, I. (2004). *Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Lacarte, J. (2012). *Finanzas Corporativas Aplicadas: Cuanto Vale Una Empresa?*. Manuel Lacarte.
- Larrea, C., Landín, R., Larrea, A. I., Wrborich, W., & Fraga, R. (2008). *Mapas de pobreza, consumo por habitante y desigualdad social en el Ecuador: 1995-2006; metodología y resultados*.
- Leñero, J. (2010). *Programa de manejo de proyectos*. IICA Biblioteca Venezuela.
- León, G. (2012). *Análisis comparativo de los métodos tradicionales de valoración aplicado a la simulación de un proyecto de inversión*. *EconPapers: Dimensión Empresarial*, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://econpapers.repec.org/RePEc:col:000461:010598>. Obtenido de *EconPapers: Dimensión Empresarial*:
- Levitt, W. (1950). *El plan de mercadeo*. Editorial Norma.
- Lobo, L. F. B., Aragón, K. B., & Miranda, P. P. (2015). *MERCADEO, EN FUNCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD CON UN ENFOQUE CONCEPTUAL*. *Liderazgo Estratégico*, 3(1).
- López Gil, M. (2009). *El rol de cuidador de personas dependientes y sus repercusiones sobre su calidad de vida y su salud*. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 2(7), 332-339.
- López, G. (2013). *Finanzas Corporativas un enfoque latinoamericano*. Argentina: Alfa omega Grupo editor.
- Lopez, J. (2002). *Diseño de un sistema administrativo para dar asistencia técnica a las micro y pequeñas empresas organizadas bajo la 104 metodología grupo solidario*. El Salvador.
- Marcial, V. F. (2015). *Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto*. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, (11), 64-78. Recuperado 07-04-2018. Pag

Web: <file:///C:/Users/Mariana/Downloads/Dialnet-MarketingMixDeServiciosDeInformacion-5704542.pdf>

Meixueiro Garmendia, J., & Pérez Cruz, M. A. (2008). *Metodología general para la evaluación de proyectos*. México: Cepep (Centro de Estudios para la Preparación y Evaluación Socioeconómica de Proyectos). Obtenido de CEPEP: http://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/documentos/metodologia_general.pdf

Membrillo, A., Fernández, M., Quiroz, J. R., & Rodríguez, J. L. (2008). *Familia: Introducción al estudio de sus elementos*. México: Editores de textos Mexicanos SA.

México, DF: Paidós.

MIES (2013) <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Libro-de-Pol%C3%ADticas-P%C3%ABlicas.pdf>

Ministerio de Educación de Ecuador. (15 de Noviembre de 2014). Ministerio de Educación de Ecuador. Recuperado el 5 de Mayo de 2014, de http://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/03/MinEduc_respuesta_oficial_CSE_2013.pdf

Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014). *Normas Técnicas de desarrollo infantil Integral*

Ministerio de Inclusión Económica y Social (30 de JULIO de 2014). *Acuerdo Interministerial*

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). *Inauguración del Centro de Desarrollo Infantil del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/inauguracion-centro-desarrollo-infantildel-buen-vivir-ungui/>

Minuchin, S., Fishman, H. C., & Etcheverry, J. L. (1984). *Técnicas de terapia familiar*.

Miranda, J. J. M. (2008). *Gestión de proyectos*. MMEditores.

Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87.

- Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87.
- Moreno Preciado, M. (2012). Del cuidado de la diversidad a la diversidad del cuidado. *Index de Enfermería*, 15(55), 7-8.
- Moreno, A. (1989). Metaconocimiento y aprendizaje escolar. *Cuadernos de Pedagogía*, 173, 53-58.
- Newman, B. M. (1986). *Manual de psicología*.
- Niemann, S., & Jacob, N. (1 de Agosto de 2012). La niñez: descripción básica. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de http://hesperian.org/wpcontent/uploads/pdf/es_hcwb_2002/es_blind_2002_fm.pdf
- Niemann, S., & Jacob, N. (2012) La niñez: descripción básica.
- NIIF A-3. (2014). *Necesidades de los usuarios y objetivos de la información financiera*.
- Ogliastri, E. (2004). *Manual de planificación estratégica. Siete modelos para hacer un plan estratégico*.
- Ogliastri, E. (2004). *Manual de planificación estratégica. Siete modelos para hacer un plan estratégico*.
- Padilla, M. C. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Palacio, D. R. (2012). Empresas sociales: aproximación empírica a su dirección estratégica. El caso valenciano. *CIRIEC-Espana*, (75), 199.
- Pampers. (Enero de 2014). *Cuidados del niño*. Obtenido de Cuidados del niño: <http://www.pampers.com/globalsplash>
- París, J. A. (2017). *Marketing esencial: un enfoque latinoamericano*. ERREPAR.
- Pedraza, J. C. Q. (2009). *Planificación financiera. Contribuciones a la Economía*, (2009-10). Recuperado 24/10/2017
- Pedraza, J. C. Q. (2009). *Planificación financiera. Contribuciones a la Economía*, (2009-10).
- Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Análisis del entorno*. Ediciones Díaz de Santos.

- Pérez, C. (2008). Definición de Familia: una visión del Institut Universitari de Salut Mental Vidal i Barraquer. *La reveu du redif*, 1, 9-13.
- Pope, J. L. (2002). *Investigación de mercados*. Editorial Norma.
- Ramírez A. y Ramírez J. (2012). *Planificación estratégica y propuesta de políticas de control interno para la empresa general Logistic and Services S.A. basadas en el objetivo estratégico y operativo de administración de riesgo empresarial*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Ramírez, G. (2008). PORTER 5 FUERZAS Y DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD. obtenido el, 4(04), 2008.
- Ramirez, J. (3 de Julio de 2013). Guarderías infantiles: lo que debes saber. Obtenido de http://suite101.net/article/guarderias-infantileslo-que-debes-sabera42391#.VVY8Kvl_Oko
- Ramírez, J. (3 de Julio de 2013). Guarderías infantiles: lo que debes saber. Obtenido de http://suite101.net/article/guarderias-infantileslo-que-debes-saber-a42391#.VVY8Kvl_Oko
- Ramírez, J. F. G. (2013). *Elegir la guardería y el colegio: guía para seleccionar un buen centro*. Edimat Libros.
- Rincón, C. A., & Fernando, V. V. (2016). Recuperado el 12/09/2017. Libro Web: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=06IwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=rincon+gestion+administrativa&ots>
- Román, C. L. R. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. *Red Tercer Milenio*.
- Salazar, (2001). *Estudio de factibilidad para la regeneración de la playa La Puntilla*. Santa Fé. Ciudad de la Habana. Informe inédito. Instituto de Oceanología.
- Sallenave, J. P. (2002). *Gerencia y planificación estratégica*, editorial Norma.
- Scott, J. (1993). La mujer trabajadora en el siglo XIX. *Historia de las mujeres*, 4, 425-461. Recuperado 22-03-2018, pag web; https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40909565/2JScott1993_La_mujer_trabajadora_en_el_S._XIX.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Exp

res=1521782870&Signature=zbRXQH%2FwAnIm%2FfwmFup3dybrg6E%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D1993_La_mujer_trabajadora_en_el_S._XIX_.pdf

- Sierra, J. M. O., & del Río, O. M. G. (2015). Infancia e investigación: unir teoría y práctica. El caso de la Escuela Infantil de la Universidad de Cantabria. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 131. Recuperado 08/08/17
- Soler, P. (2001). Investigación de mercados. Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- Steinfels, M. (1973). Who's minding the children? En *The History of day care in America*.
- Steinfels, MO (1973). ¿Quién le está importando a los niños? La historia y la política de la guardería en Estados Unidos (Nueva York, 1973), 67-70.
- Stephen, S. G., & Terry, G. R. (1996-2000). Principios de administración. Compañía.
- Thompson Jr, A. A., & Strickland III, A. J. (2005). Administración estratégica: Conceptos y casos. McGraw Hill.
- Thompson, S. (2013). Livestrong. Obtenido de Ventajas y desventajas de las guarderías: http://www.livestrong.com/es/ventajas-desventajas-guarderias-lista_16749/
- Torres, C. A. B. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson educación.
- UNICEF, F. d. (2014). Derechos Fundamentales de los niños, niñas y adolescentes. Quito, Ecuador. Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la Investigación, Para administración, Economía, Humanidades y Ciencia Sociales. Mexico: Person Educación.
- Unicef. (2008). El cuidado infantil en los países industrializados: transición y cambio. Una tabla clasificatoria de la educación y los cuidados durante la primera infancia en los países económicamente avanzados. Report Card Innocenti. Madrid: UNICEF.
- Unicef. (2011). Estado mundial de la infancia 2011-Resumen Ejecutivo: La adolescencia una época de Oportunidades. UNICEF.

- UNICEF. (2014). Convención de los derechos de los niños, Unicef. (07 de 02 de 2014). Quienes Somos. Obtenido de Unicef: http://www.unicef.org/about/who/index_introduction.html
- Urbina, G. B., & Castellanos, M. Á. T. (2006). *Evaluación de proyectos* (Vol. 3). McGraw-Hill. Recuperado 16/08/17.
- Urbina, G. B., Soto, P. F. S., & Gonzaga, E. A. (2014). Administración informática I: análisis y evaluación de tecnologías de información. Grupo Editorial Patria. Recuperado el 12/11/2017 de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-XhBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Urbina,+Soto+y+Gonzaga+tmar&ots=DZvTThuY&sig>
- Valdivia (2011). Segmentación laboral, educación y desigualdad salarial en México. *Revista mexicana de sociología*, 73(1), 139-175.
- Valencia Villarreal, C. (2012). Evaluación de los roles parentales en la actualidad, en familias en las que trabajan padre y madre, y los efectos que esta circunstancia tiene en sus hijos. Estudio realizado con 8 familias con niños entre 5 a 10 años (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2012.).
- Vallejo, J. (29 de Agosto de 2014). Ecuador entre los 10 países con mayor crecimiento de turismo en el mundo. *El ciudadano*, págs. 2-3.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.
- Vaquiroy, J. (2010). Periodo de recuperación de la inversión-PRI. *Revista Pymes futuro*, 1(01), 45-92. Recuperado 16/08/2017. http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf
- Vaquiroy, J. D. (5 de dic de 2013). *Pymesfuturo.com*. Obtenido de Periodo de recuperación de la inversión - PRI: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf
- Varela Loyola, J. A., & Flores Ávila, E. (2014). Prácticas administrativas que promueven la innovación en las empresas. *Universidad & Empresa*, 16(27).

- VIVIR-CIBV, P. D. (s.f.). PROCESO DE LA JORNADA DIARIA. Obtenido de
file:///F:/GUARDERIA/Protocolo-de-la-JORNADA-DIARIA-DE-LA-NIÑA-Y-NIÑO-
CIBV.pdf
- Vizcaíno, G. L., & Peña, L. M. P. (2016). La familia y las familias: algunos elementos sobre su evolución y su relación institucional. *Hojas y Hablas*, (9), 47-58. Recuperado 05-03-2018, Pag Web:
<http://virtual.fum.edu.co/publicaciones/index.php/hojasyhablas/article/view/35/23>
- Watson, J. (1988). Ciencia humana y cuidado humano: una teoría de enfermería. *National League for Nursing*, 9-30.
- Weston, J. F., Brigham, E. F., & Mont, J. G. (1987). *Fundamentos de administración financiera*. Nueva Editorial Interamericana.
- Weston, J. F., Brigham, E. F., & Mont, J. G. (2006). *Fundamentos de administración financiera*. Nueva Editorial Interamericana.
- YMCA. (2014). A different kind of experience. Recuperado el 03/08/17, de A different kind of experience: <http://www.crs.ymca.org/programs.html>
- Young Men's Christian Association [YMCA]. (enero de 2014). A Different kind of experience. Obtenido de A Different kind of experience:<http://www.crs.ymca.org/programs.html>
- Young Men's Christian Association [YMCA]. (enero de 2014). *A Different kind of experience*. Obtenido de A Different kind of experience: <http://www.crs.ymca.org/programs.html>
- Zamora Paul. (26 de diciembre de 2010). Problema de la niñez Ecuatoriana. *Diario Hoy*, págs. 13-14.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Staines, G. M., & Quiñones, A. D. (1998). Investigación de mercados.

GLOSARIO

CDI: Centro de Desarrollo infantil

INEC: Instituto Nacional Estadísticas y Censos.

MIES: Ministerio de Inclusión Economía y Social

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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, León Cedeño Arelis Ana, con C.C: # 0922431176 autor(a) del trabajo de titulación: *Creación de un centro de cuidado infantil en el norte de la ciudad de guayaquil, sector mucho lote II* previo a la obtención del grado de **MAGISTER EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de junio de 2018

f. _____

Nombre: León Cedeño, Arelis Ana
C.C: 0922431176

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Creación de un centro de cuidado infantil en el norte de la ciudad de Guayaquil, sector mucho lote II.		
AUTORA:	Lcda. León Cedeño, Arelis Ana		
TUTOR	Econ. Arévalo Vecilla, Danny Xavier		
REVISORA:	C.P.A. Vera Salas, Laura		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia en Servicios de la Salud		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Gerencia en Servicios de la Salud		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de junio 2018	No. DE PÁGINAS:	173
ÁREAS TEMÁTICAS:	Sistemas de Información, Desarrollo de Sistemas (referente al enfoque de su proyecto)		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Guardería, Administración, Factibilidad, Marketing, Salud		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente trabajo está orientado en ofertar al mercado una infraestructura organizacional con profesionales altamente calificados para la prestación de servicio de cuidado infantil, con un horario de atención accesible a las necesidades de las madres de familia. Siendo así, que el desarrollo infantil es una realidad latente y única para propiciar el desarrollo humano, entendiendo este como un conjunto de condiciones y actividades que deben ser puestas al alcance de todo ser humano, tales como la salud, educación, desarrollo social y desarrollo económico. Por tal motivo, adquiere relevancia la propuesta de una guardería, con personal con titulación en Enfermería, parvularios, médicos, etc. y la preparación necesaria para cada puesto de trabajo. Los formadores se caracterizarán por la responsabilidad y creatividad, con capacidades de organización y planificación, funcionando en conjunto como un verdadero equipo al servicio de la educación y bienestar de los niños, y sobre todo que permita a los padres de familia continuar con sus ocupaciones habituales y dejar a sus infantes en un lugar fiable y adyacente de ellos.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-3884092/ 0996566861	E-mail: arelis.leon@cu.ucsg.edu.ec /arelyleonc@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lapo Maza, María del Carmen		
	Teléfono: +593-9-42206950 / 0999617854		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			