

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
INFANTIL DE CUIDADO DIARIO CON SERVICIOS DE CONTROL ON-
LINE UBICADO EN EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**

AUTORES:

**NATALI MARIBEL LOZANO CALVOPÍÑA
CHRISTIAN ISMAEL VEGA CAIZA**

DIRECTORA:

RAQUEL CHICAIZA

Quito, Julio del 2013

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE GRADO**

Nosotros, Natali Maribel Lozano Calvopiña y Christian Ismael Vega Caiza autorizamos a las Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores

Quito, julio del 2013

f) _____
Natali Maribel Lozano Calvopiña
C.I. 1719461798

f) _____
Christian Ismael Vega Caiza
C.I.1720273745

DEDICATORIA

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

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

A mi padre José y hermanas por su apoyo, amor incondicional y consejos oportunos.

A mi hijo Ismael y mi esposo Favio que son las personas que me dan fuerzas y llenan de alegría mi vida.

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

Natali Lozano

El presente proyecto va dedicado en primer lugar a Dios, quien ha sido mi guía e inspiración para poder culminar mi meta en esta carrera.

De la misma manera quiero dedicar todo mi trabajo a toda mi familia, a mi Padre Carlos Ismael Vega y mi Madre Martha Judith Caiza quienes nunca dejaron de sentir orgullo por mi, y a todos quienes con su amor y tolerancia han sabido ser la inspiración en guiar mi camino y darme fuerzas para conseguir mis metas.

Christian Vega

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I ANTECEDENTES.....	2
1.1 Definición del problema.....	2
1.1.1 Formulación del problema	3
1.1.2 Sistematización del problema	3
1.2 Objetivos del proyecto	3
1.2.1 Objetivo general	3
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificación.....	4
1.4 Marco teórico	6
CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1 Objetivo del estudio de mercado.....	10
2.2 Identificación del servicio	10
2.2.1 Naturaleza y diferenciación del servicio	10
2.2.2 Servicios complementarios/sustitutos	11
2.2.2.1 Servicios complementarios	11
2.2.2.2 Servicios sustitutos.....	12
2.2.3 Segmentación de mercado.....	12
2.2.3.1 Características del segmento de mercado:	12
2.3 Análisis de la demanda.....	13
2.3.1 Universo de estudio.....	13
2.3.2 Tamaño de la muestra	14
2.3.3 Diseño de cuestionario	15
2.3.4 Procesamiento de la información	17
2.3.4.1 Análisis de los resultados	18
2.3.5 Demanda actual del producto.....	32
2.3.6 Demanda proyectada.....	33
2.4 Análisis de la oferta.....	33
2.5 Demanda insatisfecha.....	35
2.5.1 Estrategias de marketing mix	35
2.5.1.1 Decisiones estratégicas del servicio	35
2.5.1.2 Decisiones estratégicas del precio.....	36
2.5.1.3 Decisiones estratégicas de la comunicación	36
CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO	39
3.1 Localización	39
3.1.1 Macrolocalización	39
3.1.2 Microlocalización.....	40
3.1.2.1 Recursos propios	40
3.1.2.2 Tamaño de la infraestructura.....	40
3.1.2.3 Diseño interior.....	41
3.1.2.4 Espacios verdes	41
3.1.2.5 Provee garantías	41
3.2 Tamaño del proyecto.....	41

3.2.1	Recursos financieros	41
3.2.2	Recursos humanos.....	42
3.2.3	Insumos	42
3.2.4	Capacidad.....	42
3.3	Ingeniería del proyecto.....	42
3.3.1	Diseño de las actividades del centro infantil.....	42
3.3.2	Descripción del proceso de gestión del servicio	45
3.3.3	Distribución física del centro infantil.....	46
3.3.4	Servicios que brindará el proyecto	49
3.3.4.1	Servicios generales.....	49
3.3.4.2	Servicios específicos por etapa	49
3.4	Estudio organizacional y legal	50
3.4.1	Constitución de la empresa	50
3.4.2	Requisitos legales para constituir compañías de responsabilidad limitada.....	50
3.4.2.1	El nombre	50
3.4.2.2	Solicitud de aprobación.....	51
3.4.2.3	Afiliaciones	51
3.4.2.4	Número de socios.....	51
3.4.2.5	Capital constitutivo	51
3.4.2.6	Requisitos para implantación de la empresa	51
3.4.3	Direccionamiento estratégico.....	52
3.4.3.1	Misión	52
3.4.3.2	Visión.....	52
3.4.3.3	Principios corporativos.....	52
3.4.3.4	Políticas	53
3.4.3.5	Valores	54
3.5	Estructura organizacional.....	55
3.5.1	Organigrama del centro infantil de cuidado diario	55
CAPÍTULO IV ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA		56
4.1	Introducción	56
4.2	Inversión.....	56
4.2.1	Activos fijos tangibles.....	56
4.2.1.1	Adecuaciones	56
4.2.1.2	Muebles, equipos de oficina y equipos de computación.....	57
4.2.1.3	Suministros de oficina y limpieza	59
4.2.1.4	Depreciación	60
4.2.2	Capital de trabajo	62
4.2.2.1	Mano de obra.....	62
4.2.2.2	Gastos administrativos	65
4.2.2.3	Gastos de ventas	65
4.2.2.4	Costos de producción del servicio	65
4.2.3	Inversión total.....	66
4.2.4	Financiamiento.....	67
4.2.5	Presupuesto de egresos.....	68
4.2.6	Ingresos	70

4.2.7	Punto de equilibrio	70
4.2.8	Estados financieros.....	72
4.2.8.1	Balance general	72
4.2.8.2	Estado de resultados	72
4.2.8.3	Flujo neto de caja	74
4.2.9	Evaluación financiera.....	75
4.2.9.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	75
4.2.9.2	Valor actual neto (VAN).....	75
4.2.9.3	Tasa Interna de Retorno (TIR)	77
4.2.9.4	Periodo de Recuperación de Capital	77
4.2.10	Viabilidad del proyecto	78
	CONCLUSIONES	79
	RECOMENDACIONES	80
	LISTA DE REFERENCIAS	81
	ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1.	Población censo 2010-----	14
Tabla N°. 2.	Población al 2012-----	14
Tabla N°. 3.	Pregunta 1-----	18
Tabla N°. 4.	Pregunta 2-----	19
Tabla N°. 5.	Pregunta 3-----	20
Tabla N°. 6.	Pregunta 4-----	21
Tabla N°.7.	Pregunta 5-----	22
Tabla N°.8.	Pregunta 6-----	23
Tabla N°.9.	Pregunta 7-----	24
Tabla N°.10.	Pregunta 8-----	26
Tabla N°.11.	Pregunta 9-----	27
Tabla N°.12.	Pregunta 10-----	28
Tabla N°.13.	Pregunta 11-----	29
Tabla N°.14.	Pregunta 12-----	30
Tabla N°.15.	Pregunta 13-----	31
Tabla N°.16.	Proyección de la demanda-----	33
Tabla N°. 17.	Antecedentes de la oferta-----	34
Tabla N°. 18.	Antecedentes de la oferta-----	34
Tabla N°. 19.	Antecedentes de la oferta-----	35
Tabla N°. 20.	Estrategias de publicidad-----	38
Tabla N°. 21.	Adecuaciones-----	57
Tabla N°. 22.	Muebles y enseres-----	57
Tabla N°. 23.	Equipos de oficina-----	57
Tabla N°. 24.	Equipo de computación-----	58
Tabla N°. 25.	Equipo operativo de vigilancia-----	58
Tabla N°. 26.	Equipo de cocina-----	58
Tabla N°. 27.	Equipo de cocina-----	59
Tabla N°. 28.	Equipo de cocina-----	59
Tabla N°. 29.	Depreciaciones-----	61
Tabla N°. 30.	Resumen capital de trabajo-----	62
Tabla N°. 31.	Nómina año 1-----	63
Tabla N°. 32.	Nómina 3 primeros años a partir del segundo año-----	64
Tabla N°. 33.	Gastos administrativos-----	65
Tabla N°. 34.	Gastos de ventas-----	65
Tabla N°. 35.	Costos de producción del servicio-----	66
Tabla N°. 36.	Total inversión-----	66
Tabla N°. 37.	División de inversión-----	66
Tabla N°. 38.	Tabla de amortización-----	68
Tabla N°. 39.	Egresos-----	69
Tabla N°.40.	Costo unitario-----	70
Tabla N°. 41.	Ingresos-----	70
Tabla N°.42.	Factores punto de equilibrio-----	71
Tabla N°. 43.	Punto de equilibrio-----	71

Tabla N°.44.	Balance de situación Inicial -----	72
Tabla N°. 45.	Estado de resultados -----	73
Tabla N°. 46.	Flujo de caja -----	74
Tabla N°. 47.	TMAR -----	75
Tabla N°. 48.	Costo de oportunidad-----	76
Tabla N°. 49.	VAN -----	76
Tabla N°.50.	TIR-----	77
Tabla N°. 51.	Período de recuperación de capital -----	78
Tabla N°. 52.	Criterios de evaluación -----	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°.1.	Pregunta 1-----	18
Gráfico N°.2.	Pregunta 2-----	19
Gráfico N°.3.	Pregunta 3-----	20
Gráfico N°.4.	Pregunta 4-----	21
Gráfico N°.5.	Pregunta 5-----	22
Gráfico N°.6.	Pregunta 6-----	23
Gráfico N°.7.	Pregunta 7-----	24
Gráfico N°.8.	Pregunta 8-----	26
Gráfico N°.9.	Pregunta 9-----	27
Gráfico N°.10.	Pregunta 10-----	28
Gráfico N°.11.	Pregunta 11-----	29
Gráfico N°.12.	Pregunta 12-----	30
Gráfico N°.13.	Pregunta 13-----	31
Gráfico N°.15.	Localización-----	40
Gráfico N°.16.	Proceso productivo centro de desarrollo infantil-----	43
Gráfico N°.17.	Descripción del proceso de gestión del servicio-----	45
Gráfico N°.18.	Instalaciones-----	47
Gráfico N°.19.	Organigrama-----	55
Gráfico N°.20.	Punto de equilibrio-----	71

RESUMEN

El principal factor motivante para el desarrollo del presente estudio de un Centro Infantil de Cuidado Diario, es porque se ha observado la ausencia de un Centro de Cuidado Infantil en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito Metropolitano de Quito. Sin embargo en los sectores aledaños a la Ciudadela Hospitalaria existen Centros Infantiles que no prestan los servicios de cuidado, desarrollo y control on-line de manera integral.

Este Centro Infantil de Cuidado Diario será una alternativa en el cuidado y protección para las niñas y niños de 6 meses de nacidos hasta los 4 años 11 meses de edad, se les proporcionará una serie de servicios en materia de educación, nutrición y salud, así como la ampliación de una serie de actividades como son el desarrollo de habilidades, la orientación y difusión de la cultura.

ABSTRACT

The main motivating factor for the development of this study of a Child Day Care Center, is because there has been a lack of a Child Care Center in Valley sector Chillos in the Metropolitan District of Quito. However, in the areas surrounding the Ciudadela Hospitalaria Children's Center are not providing care services, development and on-line control holistically.

The Child Day Care Center will be an alternative in the care and protection for children from 6 months old up to 4 years 11 months old, they provide a range of services in education, nutrition and health, and as the expansion of a number of activities such as skills development, guidance and dissemination of culture.

INTRODUCCIÓN

Varios estudios han determinado que la educación comienza desde el período de gestación, definiéndose este proceso como **estimulación temprana**, la cual se desarrolla en los primeros cuatro años de vida del ser humano. Muchos de los centros que se dedican atender y cuidar niños de cero a cuatro años de edad, han optado por esta modalidad de enseñanza.

El objetivo del estudio es para determinar la factibilidad para la creación de un centro infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito Metropolitano de Quito.

En el sector existe una demanda insatisfecha de centros de desarrollo y cuidado infantil de calidad que proporcionen a los padres seguridad y confianza para el infante. Esto crea la oportunidad de implementar un centro que satisfaga dicha demanda y proporcione al inversionista ingresos representativos a futuro.

Este centro infantil de cuidado diario para poder educar, atender, cuidar y vigilar a los niños y niñas que ingresaran a este, se debe cumplir con las siguientes características: físicas, técnicas, administrativas, legales y financieras adecuadas; pudiendo así proveer de cuidado, vigilancia y desarrollo integral. Además se espera con la implementación de estrategias, obtener una rentabilidad ascendente en el tiempo basándonos en la atención y servicios de calidad.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1 Definición del problema

La progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, unido a los menores apoyos asistenciales que la pareja encuentra en el ámbito familiar para compatibilizar el horario laboral con la atención y cuidado de sus hijos, constituyen los factores básicos que han propiciado el desarrollo de nuevos Centros Infantiles.

La existencia de nuevas necesidades familiares está produciendo en los últimos años una importante transformación social que ha favorecido la existencia de una demanda creciente de plazas en los Centros Infantiles.

Concretamente, son tendencias como:

- La progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral (En un periodo de diez años la población económicamente activa femenina ha pasado del 32% al 45% en la Parroquia del Valle de los Chillos. (Censos, 2013)
- El incremento de las familias monoparentales (familias en las que una única persona adulta es responsable de la educación, cuidado, y custodia de los menores)
- La reducción de la solidaridad intergeneracional (menor cercanía y/o disponibilidad de familiares para participar en el cuidado de los menores).

Estas tendencias, más tardíamente, pero con igual fuerza, se están implantando en el medio rural, lo que conlleva la reorientación del equilibrio entre trabajo profesional y doméstico.

A todo ello se une el desfase existente entre los horarios laborales y escolares, que genera la necesidad de contratar un servicio de guardia y ocupación del tiempo libre de libre de los menores.

Por tal motivo mediante los diferentes estudios se logrará demostrar la necesidad de crear un Centro Infantil de cuidado diario con servicio de control online que brinde servicios de cuidado y desarrollo integral en todas las aéreas para niños entre cuatro

meses y cinco años en la Ciudadela Hospitalaria, Valle de los Chillos del Distrito Metropolitano de Quito.

1.1.1 Formulación del problema

¿Es factible la creación de un Centro Infantil de Cuidado Diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?

1.1.2 Sistematización del problema

- ¿Existe mercado potencial para la creación de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?
- ¿Cuáles estrategias de marketing serán necesarias para la captación de mercado de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?
- ¿Cuál es la localización más idónea y los recursos necesarios para la creación de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?
- ¿Cuáles son las bases legales y administrativas que regirán la operatividad de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?
- ¿Será factible financieramente la creación de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito?

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad que tendrá la creación de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la demanda insatisfecha para la creación de un Centro Infantil de cuidado diario con servicios de control on-line ubicado en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito metropolitano de Quito
- Establecer estrategias de comercialización del servicio, y lograr el enfoque necesario para llegar al nicho específico, por medio de una adecuada estrategia de marketing.
- Determinar el lugar y recursos que serán necesarios para la creación y puesta en marcha de la empresa propuesta.
- Determinar y evaluar la factibilidad financiera del proyecto.

1.3 Justificación

En la actualidad, un alto grado de la población infantil del país se encuentra durante ciertas horas del día bajo el cuidado de personas que no son sus padres lo que provee, una gran base de consumo, para las empresas que se dediquen al cuidado infantil, ya que este aumenta día a día.

Los padres llegan a preocuparse tanto de sus hijos que quizás lleguen tarde o se retiren más temprano de sus trabajos para satisfacer ese tiempo a sus hijos, además, ellos realizan llamadas telefónicas para asegurarse del bienestar de ellos, es por esto que los padres le dan un gran valor al cuidado infantil de excelencia y están dispuestos a iniciar la mejor búsqueda de buenos proveedores de este tipo de servicio.

Las empresas lucrativas representan tan solo una de las varias clases de cuidado infantil disponible en la actualidad; cada grupo utiliza alguna de las clases ofrecidas por el mercado de cuidado infantil, lo hacen a domicilio o desde una casa particular. El Centro infantil de cuidado diario está enfocado a este tipo de mercado atendiendo sus necesidades, ya que ellos podrán mirar todo el tiempo a sus hijos por medio del internet, sintiéndose más seguros del cuidado que tendrán sus hijos.

La razón fundamental para iniciar este estudio previo a la creación del Centro Infantil de cuidado diario, es porque se ha observado la ausencia de un Centro de Cuidado Infantil en el sector del Valle de los Chillos en el Distrito Metropolitano de Quito. Sin embargo

en los sectores aledaños a la Ciudadela Hospitalaria existen Centros Infantiles que no prestan los servicios de cuidado, desarrollo y control on-line de manera integral.

Se puede argumentar además, que la creciente participación de la mujer en el ámbito laboral ha dado lugar a cargas adicionales que afectan el cuidado de los niños y por lo tanto, la necesidad de nuevas alternativas de atención. De igual manera la modificación del modelo de familia tradicional, es decir, las familias extensas no son tan comunes como antes, produciendo un déficit de familiares para el cuidado de los niños, en cuyo caso existe una evidencia convincente a favor de iniciativas de Centros de Cuidado Infantil que permita a las mujeres proseguir con sus actividades diarias y su desarrollo personal como profesional

Este Centro Infantil de Cuidado Diario será una alternativa en el cuidado y protección para las niñas y niños de 6 meses de nacidos hasta los 4 años 11 meses de edad, se les proporcionará una serie de servicios en materia de educación, nutrición y salud, así como la ampliación de una serie de actividades como son el desarrollo de habilidades, la orientación y difusión de la cultura, esto abarcaría:

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

- Por lo tanto sus padres siempre estarán al tanto de estos servicios y lo podrán hacer a través de una computadora (vía on-line) que siempre estará junto a ellos en sus horas de trabajo.

1.4 Marco teórico

Mercado

“Se puede definir al mercado como aquel conjunto de personas y organizaciones que tienen alguna participación en la compra y venta de bienes y/o servicios o en la utilización de los mismos” (Gonzales, 2012). Entre los principales tipos de mercado se encuentran los siguientes:

Competencia perfecta: La determinación del precio se produce por la interacción entre oferta y demanda, en este tipo de mercado existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, la cual generalmente es muy similar por lo que existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no existe control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.

Competencia imperfecta: Es totalmente opuesta a la competencia perfecta, en esta una sola persona natural o jurídica de los que intervienen en el mercado o unos pocos manipulan completamente la condición del producto o servicio por lo que pueden afectar directamente a la fijación de los precios.

Monopolio y oligopolio: Monopolio es cuando solo una persona o empresa puede producir determinado bien o servicio. A diferencia del oligopolio es cuando más de una persona o empresa puede producir un producto o servicio de similares características.

Investigación de mercado

Es una herramienta indispensable para el ejercicio del marketing. Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.

La investigación de mercados hace referencia al "proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercadeo.", "Se incluye la especificación de la información requerida, el diseño del método para recopilar la información, la administración y la ejecución de la recopilación de datos, el análisis de los resultados y la comunicación de sus hallazgos e implicaciones". (Burns & Bush, 2001)

Como se ha comprobado, la investigación de mercados se compone de instrumentos y técnicas que al aplicarse generan una información con un alto grado de validez y confiabilidad con respecto a los comportamientos y características de un mercado.

Es el proceso por el cual se adquiere, registra, procesa y analiza la información, respecto a los temas relacionados, como: clientes, competidores y el mercado. La investigación de mercados puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o facilitar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida.

Empresa

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

Las empresas pueden clasificarse según la actividad económica que desarrollan. Así, se encuentran empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Planificación estratégica

(Steinered, 1991), señala que:

Planificar: Es prever y decidir hoy las acciones que se pueden trasladar desde el presente hasta un futuro deseado. No se trata de predecir el futuro sino de tomar las decisiones pertinentes, con la suficiente antelación, para que ese futuro ocurra.

Estrategia: Es un plan de acción, que le permite lograr sus objetivos dentro de cada área funcional de la organización, para lograr su misión en conjunto.

Es un sistema continuo gerencial que se concentra en los objetivos más óptimos y posibles de cumplir dentro de una empresa. Esto se debe realizar siempre mirando hacia las oportunidades y amenazas que se dan en el entorno. Además es importante la formulación de estrategias y el apoyo de acciones cuando sea necesario por los cambios continuos que se dan dentro de una empresa.

La planeación estratégica por medio de la formulación de estrategias busca la ventaja competitiva para una organización. Tiene por finalidad producir cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna.

Su función es la selección del camino más adecuado que debe seguir la empresa para alcanzar los objetivos propuestos, esto se lo realiza a largo plazo y conjuntamente con la formulación de objetivos organizacionales; análisis de las fortalezas y limitaciones de la empresa; análisis del entorno; formulación de alternativas estratégicas.

Estrategia

La estrategia es la determinación de los objetivos generales a largo plazo de una empresa de manera eficaz y eficiente. Además constituye un conjunto integrado de acciones orientadas a conseguir una ventaja competitiva sostenible, una vez realizado un análisis ambiental de la empresa.

La estrategia tiene como función garantizar el cumplimiento del propósito que tiene la organización, sin afectar a la misión y visión de la misma.

Servicio online

1. En redes, un servicio online puede ser cualquier tipo de servicio que se preste a través de una red.
2. Cualquier trabajo que una organización o persona presta a través de internet.
3. Son servicios on line por internet: el correo electrónico, los foros de discusión, la WWW, los buscadores, etc. Los servicios online suelen ser prestados por servidores configurados para tal fin.
4. También son servicios online aquellas actividades o tareas que realizan empresas o particulares que se contratan. Pueden ser tanto pagadas o gratuitas, por ejemplo, servicios SEO, de hosting (alojamiento de un sitio web), de contadores y estadísticas web, de almacenamiento remoto de archivos, etc.
5. Otros ejemplos de servicios online son los cajeros automáticos, los cuales están conectados a una red bancaria. También los dispositivos GPS, en donde la mayor parte de la información está guardada en el dispositivo, pero emplea una red satelital para la ubicación exacta del aparato.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado tiene como objetivo ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor producto o servicio que el que ofrecen los bienes o servicios existentes.” (Baca Urbina, 2007)

2.1 Objetivo del estudio de mercado

Determinar la cantidad de clientes potenciales, quienes tengan la necesidad de adquirir el servicio de la empresa, así como los demás ofertantes del servicio de cuidado diario infantil.

2.2 Identificación del servicio

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 una enorme variedad de instituciones caritativas se ocuparan de ellos mientras las madres trabajaban.

En el Ecuador la primera institución de cuidados de menores y desarrollo Infantil es el INNFA (Instituto Nacional del Niño y la Familia), fundada en 1959, siendo una entidad del Estado que atiende a niños y niñas en sus diversas áreas: educación, salud, etc.

Los Centros de Desarrollo Infantil son Instituciones que a más de prestar atención a niños, también benefician a los padres de familia que por razones de trabajo deben dejar a sus hijos a cuidado de guarderías cercanas a sus hogares. Cabe destacar que el personal que labora en los Centros, debe saber escuchar a cada uno de los niños sus inquietudes con el fin de proporcionarles confianza y hacerles sentir como en familia.

2.2.1 Naturaleza y diferenciación del servicio

Lo que diferencia al servicio que se propone es básicamente el control que pueden tener los padres de familia sobre las actividades de sus niños durante su estadía en el centro infantil, ello mediante una aplicación operada por medio de internet u online, de tal

manera que los padres de familia podrán estar informados en cualquier lugar y a cualquier hora de sus niños.

El valor agregado y diferenciador el cual nos posicionará es el servicio de vigilancia On Line a través de la web del CICD, la cual podrá ser visitada por los padres de familia a cualquier momento que ellos lo deseen, esto se lograra a través de una adecuada red de sistema de vigilancia la cual transmitirá en directo lo que está sucediendo en el CICD, claro esta red será privada y encriptada para que solo los usuarios autorizados o poseedores de las claves puedan acceder a ella; de igual manera se hará un seguimiento post prestación del servicio el cual mostrara el grado de satisfacción del cliente, analizando estos resultados se podrá tomar acciones correctivas que asegure la preferencia del cliente por el CICD.

A continuación se detallan algunas de las características que integrará el servicio online.

- Información sobre cronograma de actividades semanal
- Informe de desarrollo de actividades diario
- Requerimiento de materiales
- Menú de alimentación diario
- Información sobre plantilla de personal parvulario
- Reporte de hora de entrada y salida de los menores

2.2.2 Servicios complementarios/sustitutos

2.2.2.1 Servicios complementarios

“Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida de otro y viceversa. “ (Sagap, 2000)

Para la presente propuesta, se ha determinado como servicio complementario el transporte de los menores desde sus hogares hacia el centro infantil y viceversa.

2.2.2.2 Servicios sustitutos

“Los productos o servicios sustitutos son aquellos que satisfacen una necesidad similar y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del servicio que ofrece el proyecto, si esté subiera de precio.” (Sagap, 2000)

En lo referente al servicio se tienen como sustitutos los siguientes:

- Otros centros infantiles
- Guarderías

2.2.3 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

Estos segmentos son grupos homogéneos, por ejemplo, las personas en el segmento de la presente investigación son similares sobre ciertas variables como:

- Lugar donde habitan (Valle de los Chillos)
- Familias con hijos menores de 5 años
- Clase socio-económica (Media como mínimo)

Debido a esta similitud, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix del servicio que se ofrecerá, mismo que será ofertado a un determinado precio, realizado en una manera determinada y promocionado de una forma específica.

2.2.3.1 Características del segmento de mercado:

Mensurabilidad: En este caso se puede medir el poder adquisitivo, la cantidad de personas, y el perfil de los que componen el segmento.

Accesibilidad: Para brindar el servicio propuesto en el sector determinado, se tiene total accesibilidad, es decir se pueda atender y alcanzar las necesidades de los niños y padres de familia de manera eficaz.

Sustanciabilidad: El segmento de mercado al que estará dirigido el proyecto, es bastante grande y por sus niveles de ingresos o situación socioeconómica puede representar alta rentabilidad.

Accionamiento: Se deberá diseñar programas efectivos para atraer a dichos clientes.

2.3 Análisis de la demanda

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”
(Baca Urbina, 2007)

Para el análisis de la demanda del presente proyecto se va a utilizar una fuente primaria de recolección de información a través de la aplicación de encuestas, se utiliza esta fuente debido a que no existen datos históricos que permitan establecer la demanda del servicio.

Para el cálculo de la muestra para el presente proyecto se ha decidido enfocar el segmento de mercado hacia los habitantes residentes en el Valle de los Chillos y Sectores aledaños, la información se ha obtenido de estudios realizados por la Unidad de Estudios e Investigación del Distrito Metropolitano de Quito según Parroquias y Administración Zonal. Para continuar con el estudio, se reconocerá a la Urbanización y sectores aledaños como Zona de Influencia. La unidad muestral son las madres de familia que desean adquirir el servicio que ofrece el Centro Infantil de Cuidado Diario con servicios de Control on-line.

2.3.1 Universo de estudio

El tamaño del universo de estudio del proyecto está representado por 20.992 mujeres dentro del segmento del mercado determinado, a continuación se presenta la tabla con el listado de parroquias dentro de la zona de estudio con sus respectivas poblaciones meta.

Tabla N°. 1. Población censo 2010

MUJER EDAD FERTIL					
PARROQUIAS	DE 20 A 24 AÑOS	DE 25 A 29 AÑOS	DE 30 A 34 AÑOS	DE 35 A 39 AÑOS	TOTAL
	MUJER	MUJER	MUJER	MUJER	
	ALANGASI	1063	995	1056	
CONOCOTO	3721	736	3389	3125	10971
GUANGOPOLO	150	132	119	102	503
LA MERCED	409	362	335	300	1406
PINTAG	837	777	646	643	2903
TOTAL	6180	3002	5545	5137	19864

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010; INEC

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 2. Población al 2012

AÑOS	MUJER EDAD FERTIL	TC DEMOGRAFICO	PROYECCION
2010	19864	1	19864
2011	19864	0,028	20420
2012	20420	0,028	20992
2013	20992	0,028	21580
2014	21580	0,028	22184
2015	22184	0,028	22805

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010; INEC

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

2.3.2 Tamaño de la muestra

Según datos obtenidos de la población objetivo, se procedió a calcular la muestra, para el efecto se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple, por tener una muestra finita de 20.992 mujeres en edad fértil; para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró un error planificado del 5% con el fin de obtener datos confiables y representativos para el presente estudio.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 \cdot N - 1 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde;

N	Población	20 992
Z	Margen de confiabilidad 95% (1.96 desviación estándar)	1,96
P	Probabilidad de que el evento ocurra	0,9 0,90
Q	Probabilidad de que el evento no ocurra (1-P)	0,1 0,10
E	Error de estimación	0,049
N-1	Factor de corrección por finitud	20 991

Reemplazamos la formula y tenemos el siguiente resultado

$$n = \frac{(1,96^2) 0,9 0,10 (20992)}{0,049^2 20992 - 1 + (1,96^2) 0,90 (0,10)} n = 143$$

2.3.3 Diseño de cuestionario

El cuestionario que se utilizará está diseñado con base en los objetivos que persigue la investigación y las necesidades de información específicas, para conocer el comportamiento de la demanda, sus preferencias, necesidades, deseos y expectativas acerca del servicio propuesto.

Se utilizan técnicas de escalas comparativas y no comparativas con preguntas de tipo cerrado y de selección múltiple.

A continuación se presenta el modelo de encuesta a aplicar:

ENCUESTA

1. ¿Señale su ocupación actual?

- Estudiante Universitaria
- Ama de Casa
- Profesional
- Comerciante / dueña de negocio
- Otros

2. ¿Utiliza los servicios de Guarderías o Centro Infantiles?

- Si
- No

3. Nombre tres guarderías que usted conozca

- _____
- _____
- _____

4. Seleccione dependiendo de su nivel de ingreso familiar

- \$ 0 – 300
- \$ 301 –500
- \$ 501 – 750
- \$ 751 – 1000
- \$ 1001 – 1250
- \$ 1251 - 1500

5. ¿Está satisfecho con el Centro Infantil que utiliza?

- Si
- No

6. ¿Cómo califica al Centro Infantil de su uso?

- Regular _____
- Buena _____
- Muy Buena _____
- Excelente _____

7. Nivel de importancia de atributos: Especifique del 1 (menor importancia), al 5 (mayor importancia) los atributos que debe tener una CICD para que usted utilice este.

- Desarrollo físico, afectivo, social e intelectual _____
- Habilidades motrices básicas _____
- Cuidado por horas durante el horario establecido _____
- Calidad y servicios de primera _____
- Personal capacitado _____

8. ¿Qué servicios cree que deberían tener un CICD?

- Áreas Verdes y Juegos Didácticos _____
- Educación Personalizada _____
- Centro médico _____
- Nutrición _____
- Infraestructura adecuada _____
- Otros (especifique) _____

9. ¿En caso de encontrar un centro infantil con todos estos atributos y servicios usted estaría dispuesto a pagar por horario completo?

- \$100 – \$150
- \$151 – \$250
- \$251 – \$300
- Más de \$301

10. ¿Cómo busca información de un Centro Infantil?

- Radio _____
- Televisión _____
- Hojas volantes _____
- Otros. (cuales)_____

11. ¿Le gustaría monitorear las actividades de su hijo en el CICD a través del internet?

- Si
- No

12. ¿Durante cuánto tiempo mantiene a su hijo en el Centro Infantil?

- Todo el año _____
- Seis meses _____
- Tres meses _____
- Un mes _____

13. ¿Qué problemas usted ha evidenciado que tiene el Centro Infantil de su uso habitual?

- Maltrato infantil
- Mala alimentación
- Falta de áreas verdes
- Falta de personal capacitado
- Otros. (Cuales)_____

2.3.4 Procesamiento de la información

Después de obtener la información en medio físico, se revisan las mismas con el fin de depurar la información y transformarla a medio magnético, es decir, se realiza la tabulación de los datos, que consiste esencialmente en el tratamiento informático de los datos contenidos en los cuestionarios a través del programa Excel.

2.3.4.1 Análisis de los resultados

PREGUNTA 1

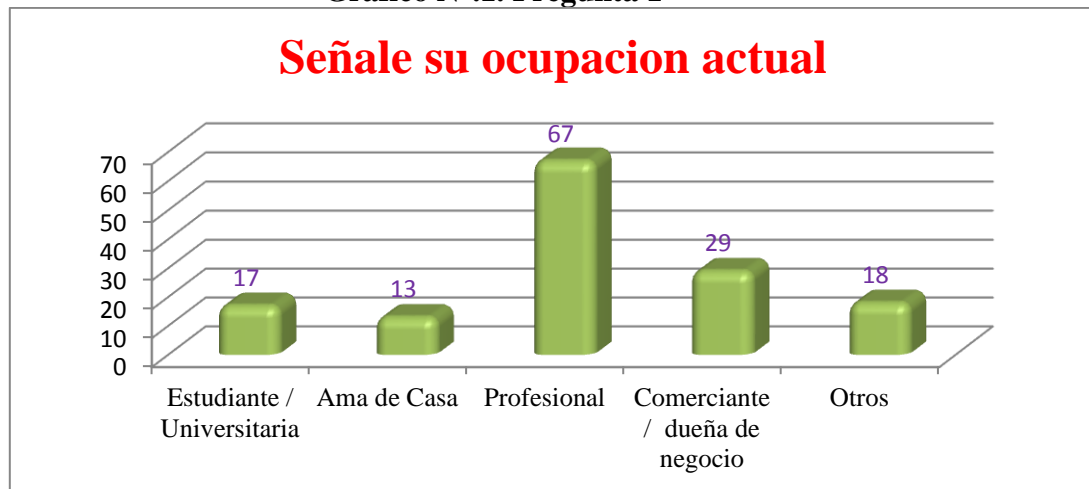
1. ¿Señale su ocupación??

Tabla N°. 3. Pregunta 1

DATOS	FRECUENCIA	%
Estudiante / Universitaria	17	11,81%
Ama de Casa	13	9,03%
Profesional	67	46,53%
Comerciante / dueña de negocio	29	20,14%
Otros	18	12,50%
TOTAL	144	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.1. Pregunta 1



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Como se puede observar en el grafico se constata que la mayoría de personas que se encuentran en el sector son profesionales y comerciantes que requieren de un Centro Infantil en donde puedan dejar a sus hijos con la mayor confianza, además, algunos padres pudieron comunicar que los centros en los que dejaban a sus niños no contaban con horarios completos dificultando para ellos el cuidado de los niños.

PREGUNTA 2

2. ¿Utiliza los servicios de guarderías o centro infantiles?

Tabla N°. 4. Pregunta 2

DATOS	FRECUENCIA	%
Si	120	83,92%
No	23	16,08%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.2. Pregunta 2



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

En el cuadro se observa que el mayor porcentaje de personas encuestadas si utilizan el servicio de guarderías, al contrario de las otras personas que contestaron de manera negativa, si le gustaría que exista un centro infantil pero donde a los padres se les demuestre confianza como para dejar a su hijos en manos de quienes los vayan a cuidar.

PREGUNTA 3

3. ¿Nombre tres guarderías que usted conozca?

Tabla N°. 5. Pregunta 3

DATOS	FRECUENCIA	%
MUNDO DE LUZ	42	22,46%
ARMENIA	27	14,44%
HAPPY DREAM	25	13,37%
LEONIDAS PROANO	19	10,16%
CRECER Y NACER	15	8,02%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.3. Pregunta 3



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Se puede observar que las personas encuestadas conocen varios centros que están ubicados en el valle de los Chillos pero son solo tres los que se encuentran en el Sector de la Cdl. Hospitalaria los cuales será la competencia del Nuevo Centro Infantil.

PREGUNTA 4

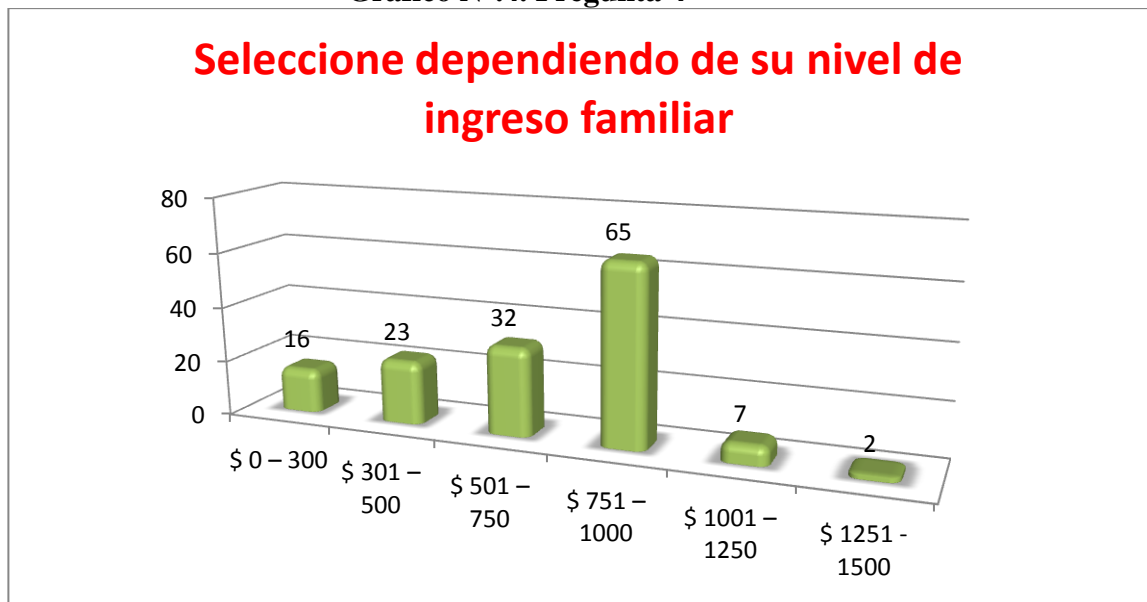
4. Seleccione dependiendo de su nivel de ingreso familiar

Tabla N°. 6. Pregunta 4

DATOS	FRECUENCIA	%
\$ 0 – 300	16	11,03%
\$ 301 –500	23	15,86%
\$ 501 – 750	32	22,07%
\$ 751 – 1000	65	44,83%
\$ 1001 – 1250	7	4,83%
\$ 1251 - 1500	2	1,38%
TOTAL	145	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.4. Pregunta 4



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Con respecto al ingreso familiar tenemos que la mayoría de encuestados obtienen un ingreso superior a los 500 dólares, lo cual es factible para el proyecto, además, hay que tener en cuenta que estas personas trabajan tiempo completo y necesitan de algún centro que cumpla con sus requerimientos para el cuidado de sus hijos.

PREGUNTA 5

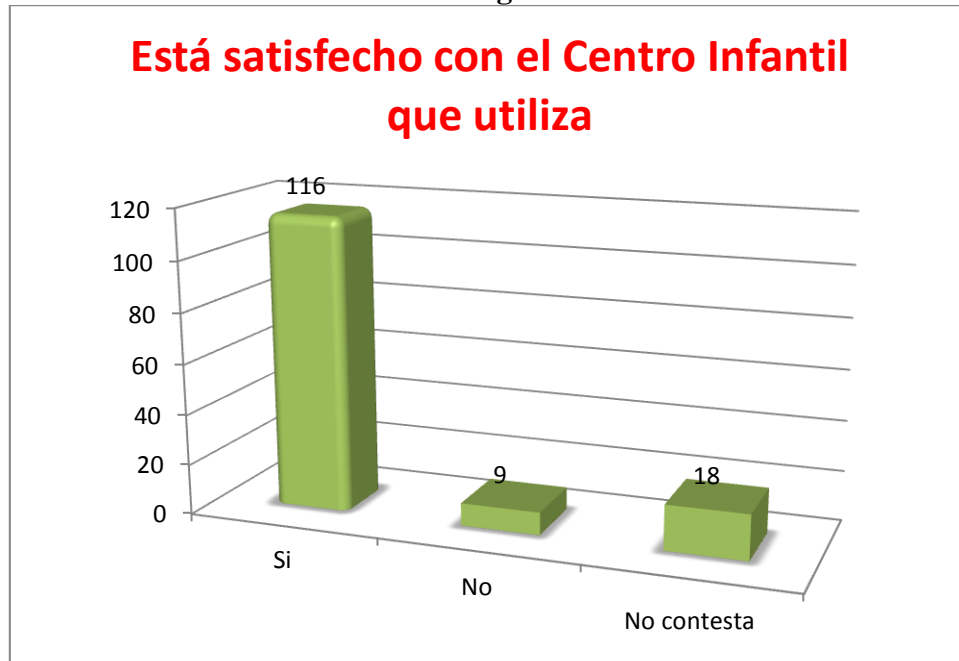
5. ¿Está satisfecho con el centro infantil que utiliza?

Tabla N°.7. Pregunta 5

DATOS	FRECUENCIA	%
Si	116	81,12%
No	9	6,29%
No contesta	18	12,59%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.5. Pregunta 5



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

A la mayoría de las personas que se les hizo la encuesta están satisfechos con estos centros pero nos saben comunicar que es debido a que por sus zonas no existen más lugares en donde puedan dejar a sus niños y más que nada en donde les brinden todos los servicios adecuados para ellos.

PREGUNTA 6

6. ¿Cómo califica a la guardería infantil de su uso?

Tabla N°.8. Pregunta 6

DATOS	FRECUENCIA	%
Regular	7	4,90%
Buena	46	32,17%
Muy Buena	61	42,66%
Excelente	10	6,99%
No contesta	19	13,29%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.6. Pregunta 6



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Las personas que utilizan este servicio tienen un a sus hijos en uno de los centros más recatados y cercanos de sus hogares del Valle de los Chillos, no todos están conformes con los servicios que reciben en dichas guarderías, posiblemente tenga lo básico pero no es lo necesario para los niños que están en esta edad.

PREGUNTA 7

7. Nivel de importancia de atributos: Especifique del 1 (menor importancia), al 5 (mayor importancia) los atributos que debe tener una CCID para que usted utilice este.

Tabla N°.9. Pregunta 7

DATOS	TOTAL
Desarrollo físico, afectivo, social e intelectual	85%
Habilidades motrices básicas	90%
Cuidado por horas durante el horario establecido	76%
Calidad y servicios de primera	88%
Personal capacitado	95%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.7. Pregunta 7



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

El cuidado por horas durante el horario establecido fue de 76% de respuestas, la mayoría en la ciudad son madres de familia y a veces por necesidad de algún asunto del hogar se ven en la necesidad de encargar a sus hijos por horas, siendo esta la manera de ver donde encargar a los niños, entonces si están de acuerdo con este punto.

Mejor calidad y servicio están en un numero de 88% de personas que están de acuerdo, el hecho de que sea una guardería o centro infantil no significa que se van a ocupar de solo lo básico, cuando para la mayoría de los padres de familia lo primordial seria el servicio que brindarían y como atenderían a sus bebes.

Con respecto al Personal Capacitado tiene un 95% de respuestas, donde, los padres creen que es de vital importancia ya que de esto depende como cuiden a sus hijos. Además aportan con ideas de un Centro médico y algunos de los padres estarían de acuerdo con se implemente este servicio, así tendrían más confianza en el centro que se establecería en la ciudad, los otros servicios serian como poder realizar fiestas infantiles, podría ser el cuidado por horas en los fines de semana, etc.

PREGUNTA 8

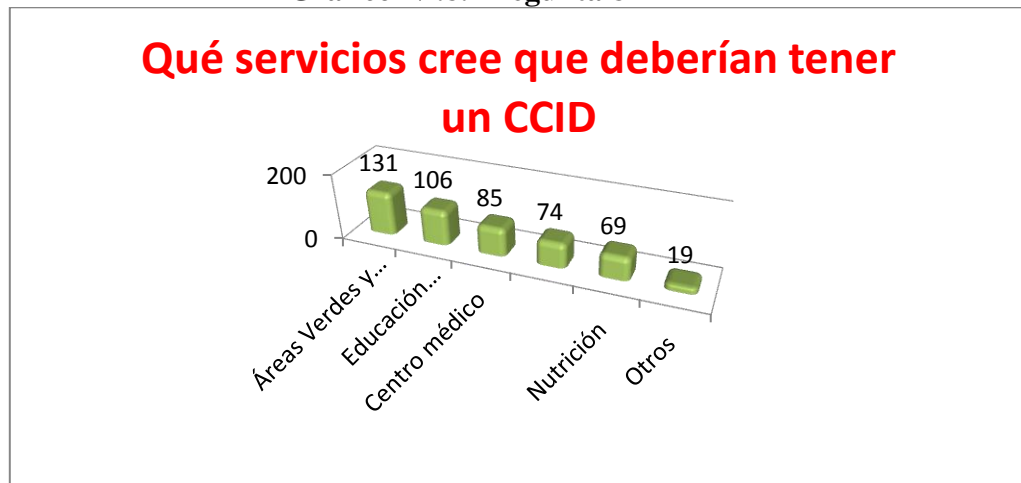
8. ¿Qué servicios cree que deberían tener un CICD?

Tabla N°.10. Pregunta 8

DATOS	FRECUENCIA	%
Áreas Verdes y Juegos Didácticos	131	27,07%
Educación Personalizada	106	21,90%
Centro médico	85	17,56%
Infraestructura adecuada	74	15,29%
Nutrición	69	14,26%
Otros	19	3,93%
TOTAL	484	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.8. Pregunta 8



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

La mayoría de las personas entrevistadas están de acuerdo a que existan los centros infantiles o guarderías completas, sean con todos los servicios básicos y con valores agregados, lo que necesitan es motivación y confianza para poder dejar a sus niños en centros de cuidado infantil, brindando un servicio de calidad para que así los padres con solo dejarlos una sola vez, vean y se sientan conforme con la responsabilidad que se les brinda.

PREGUNTA 9

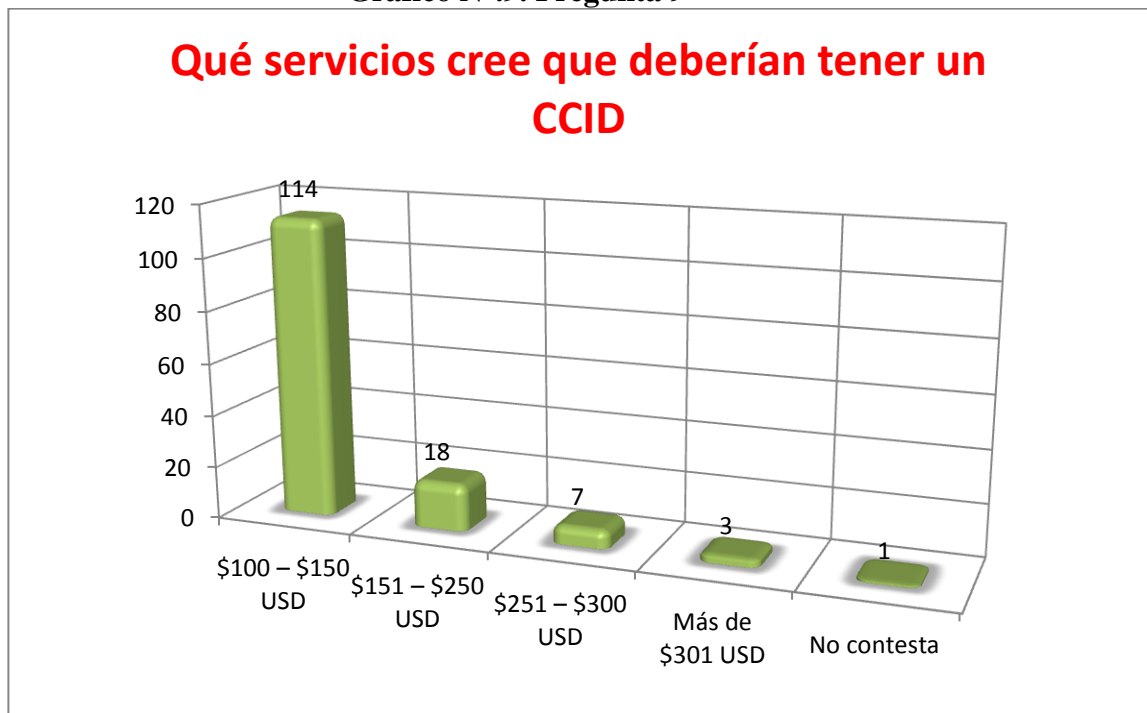
9. ¿En caso de encontrar un centro infantil con todos estos atributos y servicios usted estaría dispuesto a pagar por horario completo?

Tabla N°.11. Pregunta 9

DATOS	FRECUENCIA	%
\$100 – \$150 USD	114	79,72%
\$151 – \$250 USD	18	12,59%
\$251 – \$300 USD	7	4,90%
Más de \$301 USD	3	2,10%
No contesta	1	0,70%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.9. Pregunta 9



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

A las personas entrevistadas están dispuestas a pagar hasta \$100, ya que existiría una guardería con todos los servicios completos estarían dispuestas a pagar más, con tal de que sus niños estén bien cuidados.

PREGUNTA 10

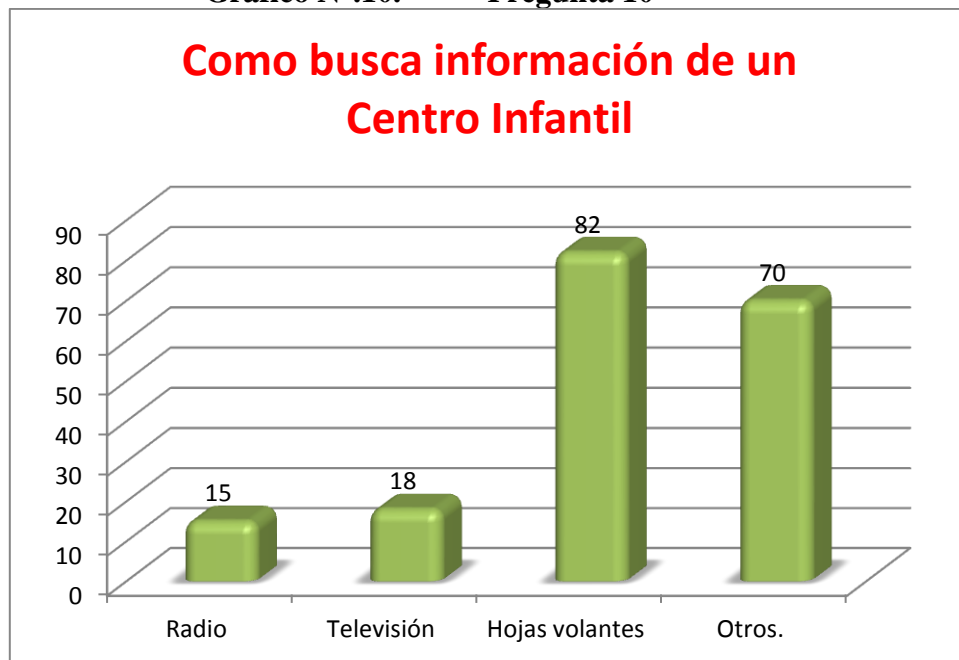
10. ¿Cómo busca información de un centro infantil?

Tabla N°.12. Pregunta 10

DATOS	FRECUENCIA	%
Radio	15	8,11%
Televisión	18	9,73%
Hojas volantes	82	44,32%
Otros.	70	37,84%
TOTAL	185	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.10. Pregunta 10



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

A todas las personas entrevistadas les gustaría informarse sobre el centro infantil nuevo que se creara en la Cdla. Hospitalaria Valle de los Chillos por todos los medios de comunicaciones posibles, mientras más visuales a la gente le llaman mucho la atención, la necesidad ingresa por la vista, todas estas informaciones serian aptas para darnos a conocer y crear una necesidad en la población.

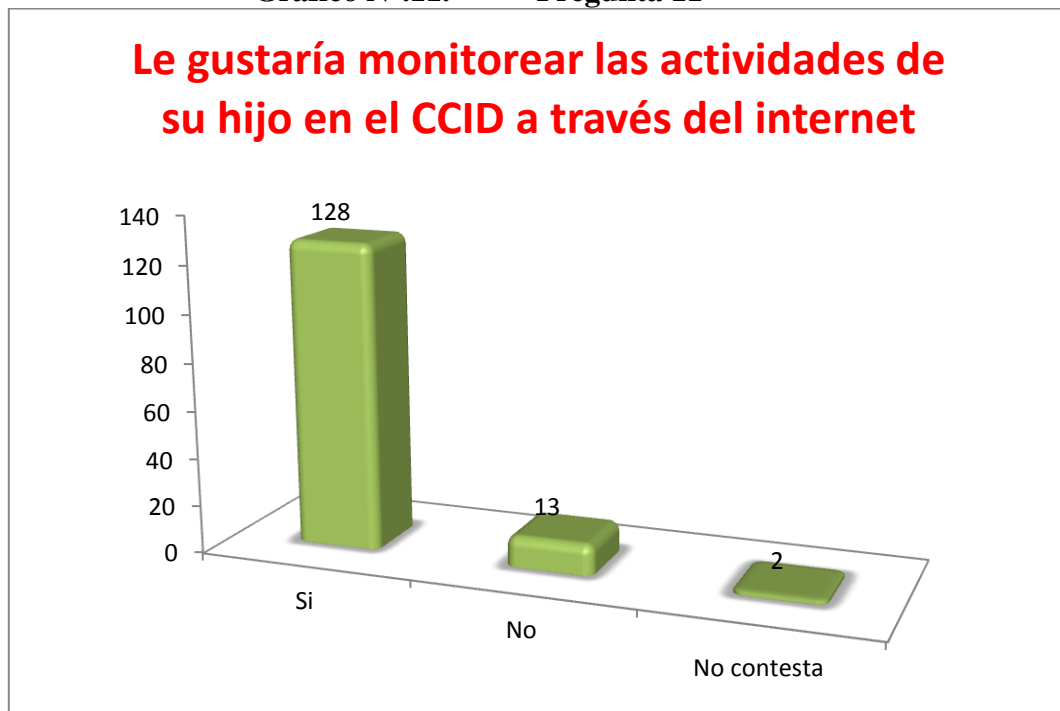
11. ¿Le gustaría monitorear las actividades de su hijo en el CICD a través del internet?

Tabla N°.13. Pregunta 11

DATOS	FRECUENCIA	%
Si	128	89,51%
No	13	9,09%
No contesta	2	1,40%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.11. Pregunta 11



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

En esta pregunta la mayoría de respuestas fueron positivas ya que en sus trabajos cuentan con un computador y acceso a internet lo cual facilita el monitorear las actividades de sus hijos y con esto confiar más en el Centro infantil.

PREGUNTA 12

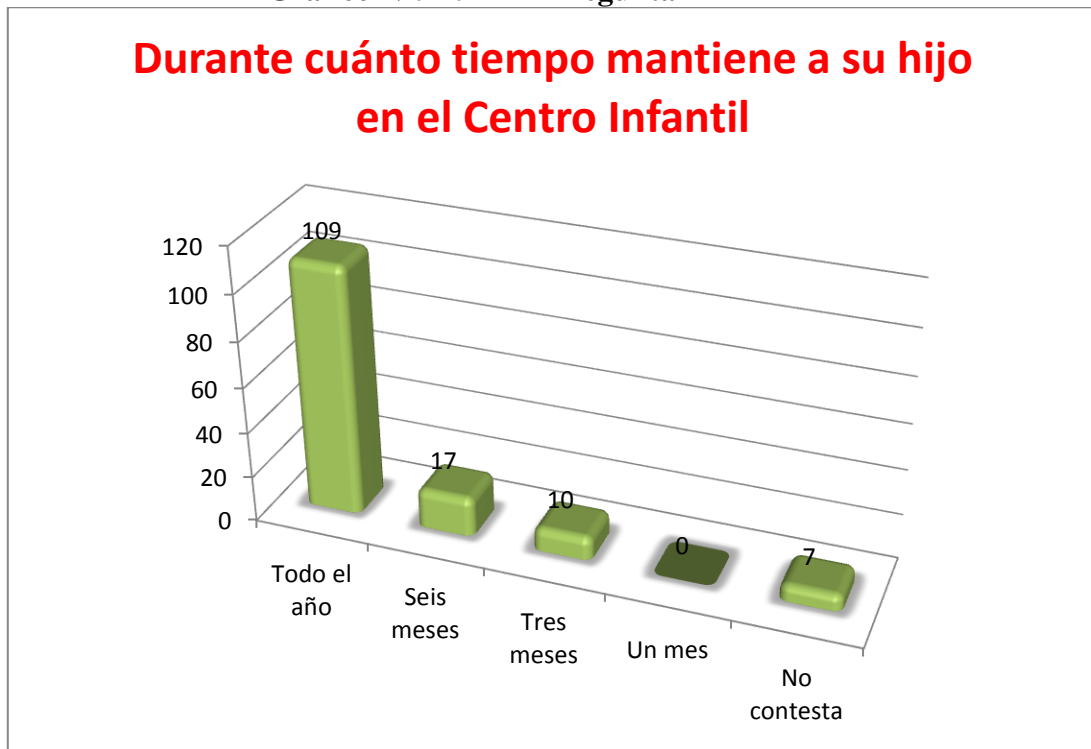
12. ¿Durante cuánto tiempo mantiene a su hijo en el centro infantil?

Tabla N°.14. Pregunta 12

DATOS	FRECUENCIA	%
Todo el año	109	76,22%
Seis meses	17	11,89%
Tres meses	10	6,99%
Un mes	0	0,00%
No contesta	7	4,90%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.12. Pregunta 12



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Es necesario para los padres de familia dejar a sus niños todo el año, ya que así ellos se desenvolverán mejor en el ámbito escolar, y los padres en el ambiente laboral.

PREGUNTA 13

13. ¿Qué problemas usted ha evidenciado que tiene la guardería de su uso habitual?

Tabla N°.15. Pregunta 13

DATOS	FRECUENCIA	%
Maltrato infantil	19	13,29%
Mala alimentación	17	11,89%
Falta de áreas verdes	32	22,38%
Falta de personal capacitado	35	24,48%
Otros.	7	4,90%
No contesta	33	23,08%
TOTAL	143	100,00%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.13. Pregunta 13



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

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

Geográficos:

Parroquia: Valle de los Chillos.
Barrios: Ciudadela Hospitalaria y Sectores aledaños a la misma.

Demográficos:

Edad: Comprendida entre 20 y 39 años.
Género: Mujeres.
Ciclo de vida familiar: Con hijos entre 1 y 5 años o piensen tener niños a corto o mediano plazo.
Clase Social: media alta - alta
Ocupación: Actividad laboral profesional, ama de casa o estudiante universitaria.
Ingresos mensuales: Mayores a \$500.

Psicológicos

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

Conductuales

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

2.3.5 Demanda actual del producto

La demanda actual del servicio se ha determinado por medio de la disposición que manifiestan las personas encuestadas en cuanto al precio del servicio, de tal manera que se ha determinado que existe un 20,29% de encuestados que manifiestan poder pagar entre 151 hasta más de 300 dólares, dicha segmentación se ha realizado basados en la determinación del precio del servicio, que después de los cálculos realizados en el estudio financiero asciende a usd 250.

2.3.6 Demanda proyectada

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se determinó el promedio de crecimiento de la población rural en el Distrito Metropolitano de Quito, misma que según la Dirección Metropolitana de Gestión de Información es de 4,30%, con lo cual se expresa la siguiente tabla.

Tabla N°.16. Proyección de la demanda

TOTAL SEGMENTO	20.992
% SELECCIÓN DE PRECIO	20%
MERCADO POTENCIAL ACTUAL	4.259
% CRECIMIENTO	4,30%
	2012 4.442
	2013 4.633
	2014 4.833
	2015 5.040
	2016 5.257

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

2.4 Análisis de la oferta

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

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

Para determinar la oferta existente en el Valle de los Chillos, en el sector de la Cdla. Hospitalaria, se identificó el número de Centros Infantiles ubicados en la zona y posteriormente se determinó su evolución histórica durante los últimos 3 años.

Existen centros infantiles en el Sector de los cuales se determinó los más importantes que son 3 guarderías. Cada una de ellas tiene un beneficio económico muy diferente, a continuación describiremos cada una de ellas.

La oferta competitiva hace referencia a los competidores directos del nuevo Centro Infantil; para este caso son tres centros que se encuentran específicamente en el sector del Valle de los Chillos, tomando en cuenta que solamente uno está cerca de la zona de influencia y el otro centro está ubicado en la zona central de Conocoto, los datos son presentados en el siguiente cuadro.

Tabla N°. 17. Antecedentes de la oferta

OFERTA	CENTROS INFANTILES ACTUALES			
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DEMOGRAFICO (usuarios)			
	MUNDO DE LUZ	LEONIDAS PROANO	HAPPY DREAMS	TOTAL
2009	16	33	10	59
2010	30	42	14	86
2011	40	54	20	114
2012	35	65	25	125
TOTAL	121	194	69	384

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

A partir de los datos presentados como antecedentes de las empresas competidoras, se ha determinado un índice de crecimiento anual del 21,59%, con dicho dato se ha procedido al cálculo de la oferta proyectada, lo cual se presenta a continuación.

Tabla N°. 18. Antecedentes de la oferta

OFERTA CUBIERTA AL 2012	125
% CRECIMIENTO	21,59%
2012	152
2013	185
2014	225
2015	273
2016	332

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Evidentemente se concluye que cada uno de estos CICD están creciendo con el paso de los años y esto hace referencia al cuadro de crecimiento demográfico el cual muestra la cantidad de niños por año que estuvieron asistiendo a los CICD mencionados, de los cuales el más relevante es Leónidas Proaño el mismo que cuenta con características singulares que lo hace diferenciarse de los otros.

2.5 Demanda insatisfecha

Existe demanda insatisfecha cuando los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios.

A continuación se presenta el cálculo de la demanda insatisfecha en cantidad de demandantes.

Tabla N°. 19. Antecedentes de la oferta

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
2012	4.442	152	4.290
2013	4.633	185	4.449
2014	4.833	225	4.608
2015	5.040	273	4.767

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Como se evidencia en la tabla anterior, existe un alto porcentaje o una brecha muy grande por cubrir, reflejando así una buena oportunidad de mercado para el proyecto en estudio.

2.5.1 Estrategias de marketing mix

Dichas estrategias comprenden la selección y el análisis del mercado, es decir, la elección y el estudio del grupo de personas a las que se desea llegar, así como la creación y permanencia de la mezcla de mercadotecnia que las satisfaga.

2.5.1.1 Decisiones estratégicas del servicio

Las estrategias de servicio son un conjunto de actividades a seguir para lograr satisfacer los requerimientos de los clientes, al tener buenas estrategias de servicio se obtiene como una de los principales resultados la fidelización de los clientes.

El CICD, con el fin de satisfacer a sus clientes aplicará las siguientes estrategias de Servicio:

- Desarrollar una plataforma virtual accesible para los usuarios, con la cual puedan interactuar con el CICD.
- Contar con profesionales calificados y capacitados en las áreas correspondientes a cada servicio requerido.
- Mantener un seguimiento a todas las actividades de los menores.
- Cubrir al máximo las necesidades de los menores y sus padres de familia de manera oportuna

El CICD enfocará sus servicios con el fin de brindar un servicio que integre todo un conjunto de requerimientos basados en la confianza y en la calidad del servicio, otorgando de esta manera beneficios como ahorro de tiempo a los padres de familia ya que no tendrán que asistir a controlar a sus hijos en el centro infantil sino que podrán estar informados a cada momento de las actividades, su desempeño y de cualquier novedad que se presente por medio de un dispositivo portátil como teléfono celular, computador, tablet, etc.

2.5.1.2 Decisiones estratégicas del precio

Según (Sagap, 2000)“El precio se lo puede considerar como aquel valor monetario que en el mercado de la oferta y demanda se acuerda en un bien o un servicio y que el cliente da a cambio de la utilidad que percibe por el producto o servicio que adquiere”.

El CICD. Pondrá en práctica las siguientes estrategias de Precio:

- Se determinará un precio competitivo en relación a la competencia en el mercado y basados principalmente en el análisis de costos por medio del estudio Financiero.

2.5.1.3 Decisiones estratégicas de la comunicación

“La comunicación es básicamente un intento de influir en el público, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario” (Eumed, 2012)

Promoción

Según el autor (Lamb, 1998), La promoción está representada por una serie de estrategias cuyo fin es el incremento del volumen de ventas, ésta permite comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa y las principales ofertas que ahí se realizan. Está relacionado con la información que se le da al cliente y la publicidad del lugar.

Pocos productos o servicios sobreviven sin una promoción efectiva, por ello la importancia de establecer un plan de promoción. La promoción que utilizará el CICD será:

Publicidad

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. A fin de establecer los medios que se utilizarán para la publicidad de la empresa, se presenta a continuación el plan de medios.

Estrategias de publicidad plan de medios

Según (Lamb, 1998), "La planeación de medios es la serie de decisiones que se toman para la selección y uso de los medios, los cuales permiten a la empresa comunicar su mensaje a la audiencia meta de manera óptima y eficiente"

- La publicidad de la empresa se realizará mediante flyers, anuncios en diarios, e Internet.

Tabla N°. 20. Estrategias de publicidad

MEDIO	VENTAJA	UTILIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	COSTO ANUAL
Flyers	Se puede informar detalladamente a cerca del servicio e incluso se puede reforzar con imágenes. Es de bajo costo Con un buen diseño, es de alto impacto	Se elaborarán trípticos en los cuales se presentará los servicios y beneficios que proporciona el Centro Infantil de Cuidado Diarios, dicho material será repartido en las puertas de los hogares y en lugares de concentración masiva de personas.	2500 Unidades	Trimestral	200
Diarios	Por su nivel de circulación tienen una gran cobertura informativa Bajo costo	Se contratarán espacios en diarios donde se anunciarán los servicios y se presentará las ventajas de encontrar estos en un centro infantil de esta categoría.	2 anuncios	Trimestral	200
Internet	Los anunciantes pueden dirigirse a sus audiencias específicas al colocar sus links en Páginas de temas relacionados, puede adquirir un espacio publicitario en páginas relacionadas a esa categoría en los buscadores más importantes Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global.	Se creará una página web a fin de promocionar los servicios del centro infantil, ésta página será animada con imágenes para darle un gran atractivo y además tendrá como característica principal que los usuarios o padres de familia podrán estar informados por medio de la página y podrán interactuar con la institución.	Página Web		800
TOTAL PLAN DE MARKETING					1.200

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es la herramienta que permite definir los requerimientos de recursos del proyecto. Los aspectos que se consideran importantes en el estudio técnico son:

- Localización
- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Aspectos legales

“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, tratando de obtener una mayor utilidad o una minimización de costos” (Miranda J. , 2002)

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

3.1 Localización

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

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

3.1.1 Macrolocalización

Tomando en cuenta los factores globales el proyecto será ubicado en el Valle de los Chillos en el Sector de la Cdla. Hospitalaria.

Gráfico N°.15. Localización



Fuente: Google earth

3.1.2 Microlocalización

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

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

3.1.2.1 Recursos propios

Contar con una casa y área verde (terreno) que tenga las características requeridas para las actividades del Centro Infantil, y que se encuentre ubicada centralmente en la zona de influencia.

3.1.2.2 Tamaño de la infraestructura

La determinación de la capacidad del Centro Infantil es un asunto de extrema importancia para el estado de salud general de los niños y las niñas, y para su bienestar emocional, de acuerdo con el espacio existente y la posibilidad de

satisfacción de las necesidades básicas de los niños se ha considerado un tamaño mínimo de infraestructura para atender a 50 niños/as; definiendo que cada niño ocupará en áreas internas 2.5^{m^2} y 3^{m^2} en áreas externas.

3.1.2.3 Diseño interior

Debe reunir requisitos especiales de higiene y buena iluminación, ventilación, calefacción, debe existir una proporción de espacio en metros cuadrados por niño, establecido por el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

3.1.2.4 Espacios verdes

Dadas las particularidades del desarrollo de los niños y niñas, la permanencia de los niños en las áreas exteriores han de facilitarse en mayor medida, pues es en relación directa con el medio circundante, con el sol, las plantas, el aire natural, que encuentran las mejores condiciones para su actividad y su bienestar emocional.

3.1.2.5 Provee garantías

En aspectos como seguridad privada y un ambiente adecuado para la tranquilidad de sus residentes, garantizar que la construcción y su consecuente organización respondan a las particularidades, necesidades y cuidados de los niños y niñas.

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

3.2 Tamaño del proyecto

Consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deberán tener las instalaciones del centro infantil, así como los requerimientos necesarios para la prestación del servicio.

Para determinar el tamaño del proyecto se consideraron los siguientes factores:

3.2.1 Recursos financieros

El capital que se requerirá para el centro infantil, provendrá de los socios inversionistas en un 60%, y el diferencial 40% se obtendrá por medio de financiamiento en una institución financiera.

3.2.2 Recursos humanos

El recurso humano necesario para el desarrollo y funcionamiento del centro infantil será de 10 personas, entre gerente, secretaria, parvularias, cocineras y limpieza, etc.

El personal se incrementará según las necesidades del centro infantil, es decir según su crecimiento.

3.2.3 Insumos

Los insumos requeridos por el centro infantil están dentro de los parámetros normales tales como, luz, agua, teléfono, internet, etc.

3.2.4 Capacidad

La capacidad como ya se mencionó anteriormente, está dada por la limitación de la infraestructura, por lo cual en un inicio tendrá una capacidad para acoger a 50 niños.

3.3 Ingeniería del proyecto

Particularmente en este aspecto se mencionará todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del Centro Infantil. A continuación se presentan: el diseño de las actividades del centro, la distribución física, los recursos físicos y humanos disponibles en la prestación del servicio.

3.3.1 Diseño de las actividades del centro infantil

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

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

Gráfico N°.16. Proceso productivo centro de desarrollo infantil



Elaborado Por: Christian Vega y Natali Lozano

a. Captación de clientes

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

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

b. Evaluación de clientes

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

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

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

c. Servicio de educación inicial

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

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

d. Evaluación del Servicio

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

- Elaboración de pruebas evolutivas.
- Verificación de que las pruebas son adecuadas para la edad.
- Almacenamiento de la información arrojada por las pruebas.
- Realizar las boletas de evaluación.
- Reunión para conocer el desempeño del personal durante el proceso.

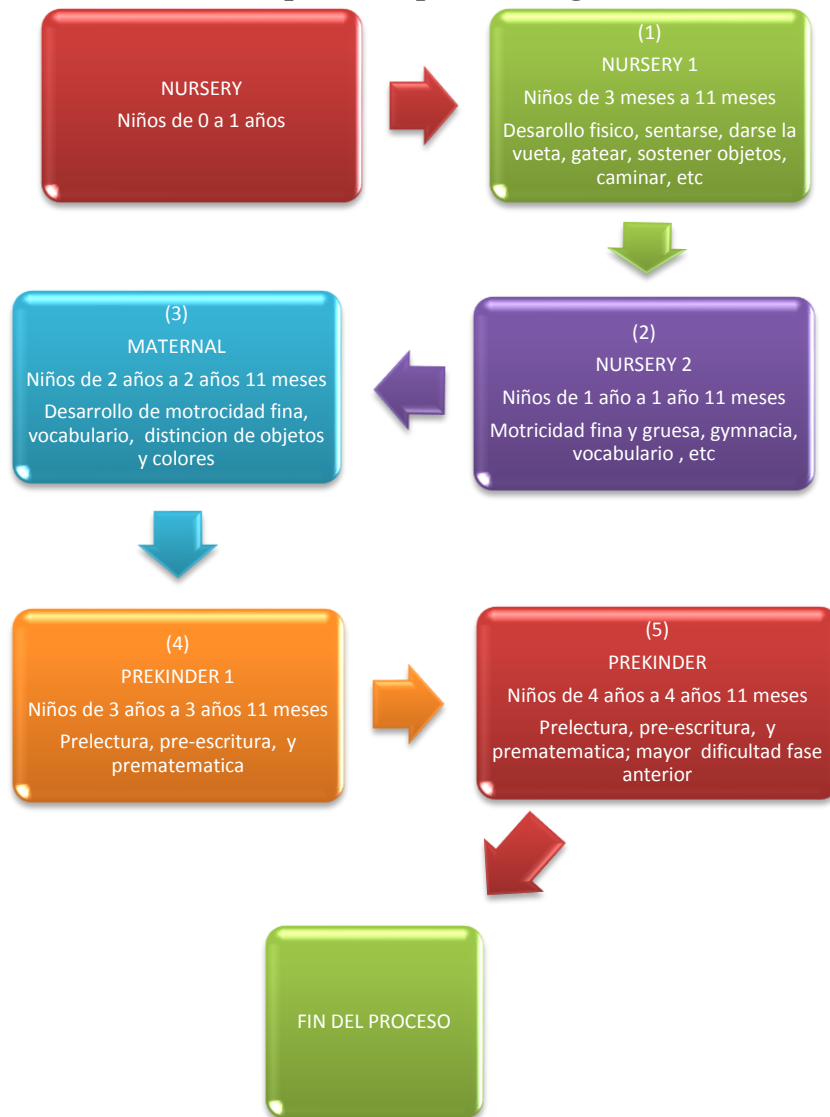
- Evaluación de aciertos y errores cometidos durante el proceso.
- Cierre del período lectivo.

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

3.3.2 Descripción del proceso de gestión del servicio

Los servicios que se prestarán en cada etapa tendrán una gran influencia en el proceso de desarrollo del niño, por lo que en cada etapa, el infante incrementará sus habilidades tanto psicológicas como motoras.

Gráfico N°.17. Descripción del proceso de gestión del servicio



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Es necesario aclarar que el niño debe cumplir con los requisitos descritos en cada etapa para ser promovido a la siguiente, de lo contrario se quedará en la misma fase hasta que desarrolle las capacidades requeridas, las actividades que se proponen para desarrollar las áreas o etapas del proceso se describen a continuación.

3.3.3 Distribución física del centro infantil

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

La distribución interior es un factor importante para el desarrollo de las actividades del Centro Infantil de Cuidado Diario, por lo que se consideró la edad, las características y necesidades de los niños. El espacio físico del Centro Infantil tiene una superficie interna de 150 m², este lugar cuenta con 6 habitaciones, 3 baños, 1 cocina, 1 patio, 1 terraza, 1 comedor y un área adicional de 100m² de espacio verde.

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

Gráfico N°.18. Instalaciones



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

El proyecto debe contar con una infraestructura estrechamente relacionada con los servicios ofrecidos, tales como:

- Tres habitaciones completamente alfombradas: Adecuadas para atender a los niños de 0, 1 y 2 años. Cada una debidamente equipada para brindar comodidad y seguridad a los niños y personal encargado de ellos.
- Dos habitaciones adicionales estarán acondicionadas para atender niños de tres y cuatro años de edad. Una habitación para cada etapa, en las cuales se equiparán para que los niños realicen actividades que desarrollen su motricidad fina como utilizar crayones, lápices, hojas de papel, etc.
- Adicionalmente debe contarse con otras áreas que puedan adaptarse para atender las necesidades de alimentación, primeros auxilios, servicios sanitarios, recreación, bodega, oficina administrativa, etc.
- Zona Docente - Administrativa y de Salud: se encontrará la dirección - secretaría, aula profesores y consultorio médico - psicológico
- Zona de Servicios: conformada por las siguientes áreas:
 - Área de Alimentación: conformada por cocina y comedor.
 - Área de Limpieza: formada por la bodega de limpieza, planchado, lavado y bodega de suministros.
- Jugar es sinónimo de vida y crecimiento, por lo que es indispensable contar con una zona que comprenda varias áreas de juego donde los niños puedan desarrollar sus habilidades motrices y sociales. Además el diseño de las áreas se determinó con la finalidad de entregar un servicio que puedan obedecer a situaciones propias de la labor de dicho centro, de su función y de las particularidades de los niños. A continuación se detalla la distribución de la Zona de Actividades Varias:
 - Área Rincones: Formada por los rincones de gimnasio y rincón del cuento
 - Sala de Audiovisuales: área destinada para distracción de los niños, un lugar donde pueden mirar películas y realizar dramatizaciones. Posee una capacidad para 20 niños

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

Se determinó que el Centro Infantil tendrá una capacidad máxima instalada para 50 niños, considerando que se aplicó el mejor promedio por niño para las diferentes actividades en cada área, de acuerdo a los Estándares de Calidad que maneja el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

3.3.4 Servicios que brindará el proyecto

Los servicios que brindará el CICD están clasificados en generales y específicos, los generales son los que se brindarán en todos los niveles, y los específicos son los que han sido diseñados acorde a cada etapa del niño según sus necesidades y su desarrollo; estos servicios se describen a continuación.

3.3.4.1 Servicios generales

Estos servicios se brindarán en todos los niveles sin excepción y sin costo adicional

- Sistema de vigilancia web en cada ambiente, los cuales servirán tanto para control constante de los niños por sus padres y personal administrativo, como para verificar que las niñeras y maestras están tratando bien a los niños bajo su cargo.
- Enfermería para brindar primeros auxilios de accidentes ocurridos dentro del establecimiento.
- Cocina y comedor, este servicio será para los niños que se quedarán todo el día.
- Cambio de pañales o de ropa según sea la necesidad.
- Juegos infantiles bajo supervisión de un adulto.
- Servicio de recorrido (este si tendrá costo adicional dependiendo de la distancia a recorrer para recoger al niño) lo brindará una empresa independiente al proyecto.
- Cuidado y atención a niños de cero a cuatro años de edad en el horario de seis de la mañana a siete de la noche.

3.3.4.2 Servicios específicos por etapa

Los servicios que se prestarán en cada nivel se adecuan a las necesidades de cada padre, y según solicitud de horario, ya que ellos tendrán varias opciones para escoger según el tiempo que pasen en el CICD (media jornada o jornada completa).

Los niños que estén en jornada completa se les proporcionarán un periodo de almuerzo, refuerzo y retroalimentación de áreas deficientes por la tarde.

3.4 Estudio organizacional y legal

Como el fin del presente proyecto es crear una empresa dedicada al cuidado de niños menores de 5 años, se debe analizar la implantación de una estructura organizacional funcional y sencilla que permita llevar de manera ágil las operaciones del centro infantil.

Para esto se debe comenzar por definir los requerimientos legales que son necesarios para constituir la empresa, con las aportaciones de los socios involucrados y los trámites que se establecen para cumplir con las normativas de la legislación ecuatoriana.

3.4.1 Constitución de la empresa

La constitución de la empresa de un centro infantil de cuidado diario se realizará adoptando la opción más favorable de acuerdo a las modalidades de inversión, por eso deberá constituirse como una compañía de responsabilidad limitada; se realizará mediante escritura pública notariada que se inscribirá en el registro mercantil para finalmente registrarse en la Superintendencia de Compañías, (SRI), e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) con el objetivo de cumplir con los requerimientos legales establecidos.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

3.4.2 Requisitos legales para constituir compañías de responsabilidad limitada

3.4.2.1 El nombre

La razón social que se ha escogido para el Centro Infantil de Cuidado Diario es “DolphinsKidsNetLearning Center”.

3.4.2.2 Solicitud de aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo, previo su inscripción en el registro mercantil del cantón.

3.4.2.3 Afiliaciones

Luego de la inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil se debe tomar en consideración la afiliación voluntaria a la Cámara de Comercio.

3.4.2.4 Número de socios

La empresa se constituirá con tres socios capitalistas cuyas aportaciones se determinan en el estudio financiero.

3.4.2.5 Capital constitutivo

El capital con que se constituirá “DolphinsKidsNetLearning Center”, es de 37.494,01 dólares americanos. Dicho capital está integrado por las aportaciones de los socios en numerario y especies.

3.4.2.6 Requisitos para implantación de la empresa

Para el funcionamiento bajo todos los requerimientos que exige la ley “DolphinsKidsNetLearning Center” deberá cumplir con los siguientes requerimientos:

1. Inscripción en el registro Mercantil
2. Registro en la Superintendencia de Compañías
3. Obtención del Registro Único de Contribuyentes R.U.C. en el Servicio de Rentas Internas.
4. Obtención del Numero patronal (IESS).
5. Obtención de la Patente Municipal.

3.4.3 Direccionamiento estratégico

El direccionamiento estratégico de “DolphinsKidsNetLearning Center” se propone en base a los objetivos y metas de la empresa y se los muestra a continuación:

3.4.3.1 Misión

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

3.4.3.2 Visión

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

3.4.3.3 Principios corporativos

Son el soporte de la visión y la misión de la empresa. Están encargados de establecer el modelo de vida corporativa que va a seguir la organización.

Los principios que debe seguir la empresa son los siguientes:

- **Prosperidad para todos:** La prosperidad en “DolphinsKidsNetLearning Center” debe ser integral, es decir, referirse a todos los aspectos de la existencia: personal, económico y profesional.
- **Excelencia en el servicio:** La satisfacción total de los clientes. Servir con alegría y de una forma estandarizada es lo que diferencia y marca el cambio hacia el éxito.

3.4.3.4 Políticas

Contienen los lineamientos que la organización necesita de gerentes y empleados, las reglas y los procedimientos establecidos para fortalecer las actividades y así poder alcanzar los objetivos anuales planteados. Además son utilizadas de guía para la toma de decisiones, afrontan situaciones que presente el entorno y ayudan a implantar estrategias.

A continuación se definen las políticas que permitirán la consistencia y la coordinación entre los miembros de la organización.

- **PRESENTACIÓN:** Todo empleado debe tener en cuenta que el aseo y la presentación personal son una puerta abierta al éxito. Además recordar que siempre, sin importar el cargo que ocupe ante los demás, está representando a la empresa y por ende a todas las personas que laborarán en ella.
- **DISCIPLINA:** Ninguna empresa podrá sostenerse y mucho menos progresar si en ella todos los empleados pudieran crear sus propios reglamentos o decidir cuándo y a quién obedecer. Al recibir una orden se debe recordar que quién se la está dando sólo cumple con su deber. Si no se entiende alguna orden o indicación es importante solicitar que sea aclarada ya que así ahorrará más tiempo y energía. Por último siempre debe existir la mayor cordialidad y respeto tanto con superiores como con el resto de compañeros de trabajo.
- **PUNTUALIDAD:** Todo el personal que labore en la empresa deberá acogerse a los horarios establecidos tanto de entrada como de salida, además deberá cumplir con sus tareas en los tiempos designados dentro de la jornada de trabajo.
- **RESPONSABILIDAD:** Todo colaborador debe responder por su trabajo, concentrándose para realizar de la mejor manera posible y cumpliendo con las metas que anualmente se plantean dentro de la organización, al mismo tiempo no se puede olvidar que el trabajo que realiza es muy importante para el buen funcionamiento de toda la empresa.
- **ACTITUD POSITIVA:** Es muy importante mantener una actitud positiva en la jornada de trabajo, con predisposición para realizar las tareas de la mejor manera. Para obtener un ambiente de trabajo agradable se debe tratar con respeto a todas las

personas presentes, entrar saludando, pidiendo las cosas de favor, procurar no poner apodosos o utilizar vocabulario impropio.

3.4.3.5 Valores

Los valores son la íntegra muestra de responsabilidad, ética y moral social que presenta cada miembro de la organización en el desempeño de su trabajo.

- **RESPONSABILIDAD:** Capacidad de cumplir con todas las funciones y obligaciones adquiridas dentro del tiempo establecido.
- **CALIDAD:** Cumplir el trabajo dirigido hacia la satisfacción de sus interesados, solucionando requerimientos con actitud positiva.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Contribuir con su trabajo individual pero dentro de un trabajo y objetivo de equipo, ayudando a los otros miembros y apoyando a mantener un buen clima organizacional.
- **RESPECTO Y HUMILDAD:** Respeto al pensamiento de todas las personas, reconocer limitaciones propias y tener disponibilidad para aprender y ser cada vez mejor.
- **HONESTIDAD:** Tener un alto sentido de rectitud, honradez, integridad y decoro en todas las acciones que se realicen.
- **PUNTUALIDAD:** Uno de los principales valores de la organización. Este valor es indispensable para dar un servicio de calidad y oportuno.
- **LIDERAZGO:** Renovar conocimientos y así poder mejorar su propio trabajo y el de su equipo, para lograr los objetivos establecidos, transmitiendo entusiasmo a sus compañeros y colaboradores.
- **PERTENENCIA:** Reconocer que forma parte de la organización con lealtad y compromiso, asumiendo los objetivos y metas planteados.
- **CREATIVIDAD E INNOVACIÓN:** Ser creadores de nuevas metodologías de trabajo dando como resultado el mejoramiento continuo de la organización.

3.5 Estructura organizacional

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

3.5.1 Organigrama del centro infantil de cuidado diario

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

Gráfico N°.19. Organigrama



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

CAPÍTULO IV

ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 Introducción

Como lo menciona (Meneses, 2002) “El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que representa para cumplir con sus obligaciones y finalmente la estructura expresada por el balance general proyectado”

“El análisis de estados financieros es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas.” (Marnie, 2008)

El análisis financiero consiste en la compilación y estudio de los datos contables, así como la preparación e interpretación de razones financieras, tendencias y porcentajes.

4.2 Inversión

En este punto se detallan los activos que requerirá la empresa para la elaboración de los productos, dentro de esta inversión se encuentran los activos tangibles, y capital de trabajo.

4.2.1 Activos fijos tangibles

Se componen de los bienes tangibles y perdurables que adquiere la empresa con el propósito de elaborar un bien o prestar un servicio.

A continuación se detallan la inversión en activos fijos que se requieren para el presente proyecto, esta inversión se encuentra dividida en adecuaciones, muebles, materiales y equipos tanto de cómputo como de oficina.

4.2.1.1 Adecuaciones

Para el levantamiento del centro infantil de cuidado diario se dispondrá de una propiedad arrendada que pertenece a uno de los socios pero será arrendada al centro infantil, sobre dicha propiedad se realizarán las adecuaciones necesarias para la

operatividad óptima, a continuación se muestra el detalle de inversión en adecuaciones y obra civil.

Tabla N°. 21. Adecuaciones

ADECUACIONES			VALOR EN USD	
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Infraestructura	m ²	150	10,00	1.500,00
			TOTAL	1.500,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.1.2 Muebles, equipos de oficina y equipos de computación

Para el equipamiento tanto en muebles como en equipos, se han detallado los siguientes rubros.

Tabla N°. 22. Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Escritorio ejecutivo	3	230	690,00
Sillas	5	65	325,00
Archivadores aéreos	2	75	150,00
Gavetas metálicas	1	130	130,00
Mesa para reunión	1	180	180,00
Sofá de espera	1	120	120,00
Mesa esquinera	1	60	60,00
Pizarrón Tiza Liquida	4	40	160,00
Cartelera	1	40	40,00
Bancas	30	70	2.100,00
Camas literas	15	115	1.725,00
Total			5.680,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 23. Equipos de oficina

Equipos de oficina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Teléfono fax	1	85,00	85,00
Total			85,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 24. Equipo de computación

Equipos de cómputo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Computador de mesa	2	588,39	1.176,78
Computador portátil	1	773,00	773,00
Impresora multifunción	1	129,47	129,47
Total			2.079,25

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 25. Equipo operativo de vigilancia

Equipo Operativo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Kit de vigilancia	1	600,00	600,00
Total			600,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 26. Equipo de cocina

Equipo de cocina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Cocina industrial	1	350	350,00
Refrigerador	1	750	750,00
Microondas	1	110	110,00
Menaje	1	1000	1.000,00
Total			2.210,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.1.3 Suministros de oficina y limpieza

A continuación se detallan los suministros necesarios para el desarrollo íntegro de las actividades.

Tabla N°. 27. Equipo de cocina

SUMINISTROS DE OFICINA				
ITEM	Unidad	Costo	Cantidad	Costo
		Unitario	Año	Anual
Borradores	Unidades	0,20	20,00	4,00
Clips	Caja (50 unidades)	0,30	2,00	0,60
Esferos	Caja (12 unidades)	3,50	1,00	3,50
Lápices	Caja (12 unidades)	3,00	2,00	6,00
Corrector	Unidades	1,25	2,00	2,50
Papel Bond	Resmas	4,00	1,00	4,00
Folder	Unidades	0,27	5,00	1,35
Carpeta plástica	Unidades	1,25	5,00	6,25
Sobre manila	Unidades	0,60	10,00	6,00
Tijera	Unidades	1,20	20,00	24,00
TOTAL		15,57	68,00	58,20

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 28. Equipo de cocina

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
ITEM	Unidad	Costo	Cantidad	Costo
		Unitario	Año	Anual
Desinfectante	Galones	6,00	3,00	18,00
Baldes	Unidad	2,00	1,00	2,00
Basurero	Unidad	7,00	5,00	21,00
Detergente	Unidad	2,25	3,00	6,75
Escobas	Unidad	2,00	1,00	2,00
Fundas de Basura	Paquetes (24 unidades)	1,25	8,00	10,00
Guantes	Pares	1,20	2,00	2,20
Jabón líquido	Galones	5,00	1,00	5,00
Limpia Vidrios	Galones	4,00	1,00	4,00
Papel Higiénico	Paquetes (12 unidades)	5,00	4,00	20,00
Recogedor	Unidad	1,80	1,00	1,80
Tazón plástico	Unidad	3,80	1,00	3,80
Trapeadores	Unidad	3,00	1,00	3,00
TOTAL		44,30	32,00	99,55

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.1.4 Depreciación

Las depreciaciones son las disminuciones del valor de los activos fijos por el desgaste que sufren los mismos en el transcurso del tiempo. Todos los activos fijos, exceptuando los terrenos son susceptibles de depreciación. Las depreciaciones de los activos se consideran gastos no desembolsables que afectan el Estado de Resultados del proyecto y por ende a los impuestos que genera el mismo.

La fórmula para calcular los porcentajes es la siguiente: se divide el 100% del coste del activo entre el número de años que se estima necesarios para que su valor consiga una depreciación total. En el caso en que se desee deshacerse del activo antes de que su valor sea nulo, se puede aplicar los porcentajes de depreciación de igual manera, pero teniendo en cuenta el coste inicial menos el valor que se obtendrá por la venta de dicho activo (valor residual), aún servible.

“El método a aplicarse en las depreciaciones de los activos fijos es el Método de Línea Recta, este es el más adecuado debido a que los activos fijos se desgastan por igual cada período contable. Para el cálculo de la depreciación en línea recta se utiliza la siguiente fórmula”. (Zapata, 1999)

Depreciación = (Valor del Activo Fijo-Valor residual)/Vida Útil

El valor de desecho o salvamento es lo que se espera recuperar por la venta de los activos fijos cuando se liquida el proyecto, para el proyecto se ha determinado un valor de salvamento del 10% sobre el valor del activo.

Tabla N°. 29. Depreciaciones

ACTIVOS TANGIBLES													
Activos	Valor	Vida Útil	Valor Residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Adecuaciones	1.500,00	10	150,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
Muebles y enseres	5.680,00	10	568,00	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20
Equipo operativo	600,00	5	60,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00					
Equipo de cómputo	2.079,25	3	207,93	623,78	623,78	623,78							
Equipo de cocina	2.210,00	3	221,00	663,00	663,00	663,00							
TOTAL	9.859,25			2.040,98	2.040,98	2.040,98	754,20	754,20	646,20	646,20	646,20	646,20	646,20

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.2 Capital de trabajo

“Capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre flujo de ingresos y egresos. Se entiende como la cantidad de dinero necesaria para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera” (Miranda J. , 2002)

Específicamente en el presente proyecto, el capital de trabajo se ha determinado para los 3 primeros meses a partir del inicio de actividades.

Tabla N°. 30. Resumen capital de trabajo

CAPITAL DEL TRABAJO		
Descripción	Valor Mensual	Valor 3 meses
Gastos de Administración	3.340,91	11.642,73
Gasto de Ventas	100,00	300,00
Costo del servicio	5.526,77	16.580,32
Total Capital de Trabajo	8.967,68	28.523,05

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.2.1 Mano de obra

Mano de obra directa “es aquella directamente involucrada en la producción o manufactura de un bien o producto, que puede asociarse con éste con facilidad y que representa un importante costo de mano obra en la elaboración del mismo.” (Backer, Jacobsen, & Ramires, 2006)

Mano de obra indirecta “son todos aquellos trabajadores que no tienen contacto directo con el bien producido.” (Backer, Jacobsen, & Ramires, 2006)

En las siguientes tablas se detalla la necesidad de mano de obra para el desempeño de las actividades del Centro Infantil de Cuidado Diario tanto en los ámbitos de producción del servicio, administración y ventas.

Tabla N°. 31. Nómina año 1

NÓMINA PRIMER AÑO								
PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Administrador	500	500,00	55,75	41,67	26,50	623,92	7.487,00
1	Conserje	320	320,00	35,68	26,67	26,50	408,85	4.906,16
TOTAL		820,00	820,00	91,43	68,33	53,00	1.032,76	12.393,16
PERSONAL OPERATIVO								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
4	Parvularias	320	1.280,00	142,72	106,67	106,00	1.635,39	19.624,64
1	Pediatra	320	320,00	35,68	26,67	26,50	408,85	4.906,16
2	Enfermera	320	640,00	71,36	53,33	53,00	817,69	9.812,32
1	Cocina y Limpieza	320	320,00	35,68	26,67	26,50	408,85	4.906,16
TOTAL		1.280,00	2.560,00	285,44	213,33	212,00	3.270,77	39.249,28

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 32. Nómina 3 primeros años a partir del segundo año

NÓMINA A PARTIR DE SEGUNDO AÑO										
PERSONAL ADMINISTRATIVO										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Administrador	500	500,00	55,75	20,83	41,65	41,67	26,50	686,40	8.236,80
1	Conserje	320	320,00	35,68	13,33	26,66	26,67	26,50	448,84	5.386,03
	TOTAL	820,00	820,00	91,43	34,17	68,31	68,33	53,00	1.135,24	13.622,83
PERSONAL OPERATIVO										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
4	Parvularias	320	1.280,00	142,72	53,33	106,62	106,67	106,00	1.795,34	21.544,13
1	Pediatra	320	320,00	35,68	13,33	26,66	26,67	26,50	448,84	5.386,03
2	Enfermera	320	640,00	71,36	26,67	53,31	53,33	53,00	897,67	10.772,06
1	Cocina y Limpieza	320	320,00	35,68	13,33	26,66	26,67	26,50	448,84	5.386,03
	TOTAL	1.280,00	2.560,00	285,44	106,67	213,25	213,33	212,00	3.590,69	43.088,26

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.2.2 Gastos administrativos

En el siguiente cuadro se detallan los gastos de administración en los que se incurrirá, incluye sueldos, servicios básicos, arriendo, suministros, entre otros como los bienes de control administrativo representado por los rubros de inversión que tienen un nivel de egreso bajo (equipos de oficina); y, para el primer año también los rubros de constitución y puesta en marcha de la empresa.

Tabla N°. 33. Gastos administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos Administración	1.032,76	12.393,16
Arriendo	550,00	6.600,00
Servicios básicos	80,00	960,00
Suministros de limpieza	8,30	99,55
Suministros de oficina	4,85	58,20
Bienes de control administrativo	85,00	85,00
Gasto de constitución	1.000,00	1.000,00
Abogado	400,00	400,00
Patente y permiso Municipal	150,00	150,00
Acuerdo Ministerial	30,00	30,00
TOTAL	3.340,91	20.110,91

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.2.3 Gastos de ventas

En el siguiente cuadro se detalla el gasto de ventas, cabe recalcar que dentro de este punto solamente se ha determinado el rubro del plan de medios comunicativos.

Tabla N°. 34. Gastos de ventas

GASTO DE VENTAS		
Descripción	Mensual	Anual
Plan de Marketing	100,00	1.200,00
TOTAL	100,00	1.200,00

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.2.4 Costos de producción del servicio

A continuación se detallan los costos de producción del servicio, los cuales se han determinado como aquellos costos en los que se incurrirán para el servicio específicamente del cuidado, enseñanza y alimentación de los niños.

Tabla N°. 35. Costos de producción del servicio

COSTOS OPERATIVOS		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos personal operativo	3.270,77	39.249,28
Insumos para alimentación	1.440,00	17.280,00
Insumos infantiles de aseo	288,00	3.456,00
Materiales para el aprendizaje	528,00	6.336,00
TOTAL	5.526,77	66.321,28

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.3 Inversión total

A continuación se presenta una tabla con el resumen de las inversiones que la empresa requerirá para su funcionamiento.

Tabla N°. 36. Total inversión

RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIÓN TOTAL	Valor USD
Activos no Corrientes	12.069,25
Activos Corrientes	28.523,05
Total Inversión Inicial	40.592,30

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Para la inversión se han determinado que existirán 3 socios, lo cual se presenta en la siguiente tabla con los valores de inversión individual, además del financiamiento.

Tabla N°. 37. División de inversión

% INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	24.355,38	60%
Socio 1	8.118,46	
Socio 2	8.118,46	
Socio 3	8.118,46	
Financiamiento	16.236,92	40%
Total	40.592,30	100%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.4 Financiamiento

Luego de haber estimado la inversión total para el proyecto, se realiza un análisis para obtener las fuentes por las que se va a financiar el mismo. Por lo tanto se ha estimado que el préstamo requerido asciende a un monto de \$16.236,92, y se ha escogido a la Corporación Financiera Nacional como organismo crediticio, ya que en comparación a otras entidades su tasa de interés es la más baja en el mercado.

La tasa efectiva ofertada por la CFN actualmente asciende a 11,20% anual, esta tasa es tanto para las personas naturales o jurídicas que desean ampliar o implementar una empresa. Los montos para este tipo de créditos van desde \$3000, estos pueden financiar hasta el 70% de proyectos nuevos.

La deuda se amortizará para 5 años, con una tasa de interés del 11,20%, para lo cual se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$A = R \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

Dónde:

A = Valor del préstamo

I = Interés.

R = Pago periódico.

n = Número de períodos.

A continuación se presenta la tabla de amortización.

Tabla N°. 38. Tabla de amortización

TABLA DE PAGOS				
Periodo de pago:			Anual	Mensual
Monto:			16.236,92	270,62
Plazo (años):			5	60
Periodo de gracia (años):			0	0
Tasa de interés (anual):			11,00%	0,92%
Periodo	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	16.236,92	1.651,84	3.247,38	4.899,22
2	12.989,54	1.288,13	3.247,38	4.535,51
3	9.742,15	924,42	3.247,38	4.171,81
4	6.494,77	560,71	3.247,38	3.808,10
5	3.247,38	197,01	3.247,38	3.444,39

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.5 Presupuesto de egresos

En el presente presupuesto se encuentran los egresos que tendrá la empresa proyectados a 5 años, dentro de los rubros se reflejan los costos de producción del servicio, administración y ventas con sus respectivos componentes.

Para la proyección a 5 años se ha tomado como referente el promedio de inflación de los últimos 12 meses referenciales al estudio, con lo cual se tiene 4,89%.

Tabla N°. 39. Egresos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Descripción					
Costos operativos del servicio	66.321,28	71.483,87	74.978,88	78.644,77	82.489,89
Sueldos personal operativo	39.249,28	43.088,26	45.194,94	47.404,63	49.722,35
Insumos para alimentación	17.280,00	18.124,86	19.011,03	19.940,52	20.915,46
Insumos infantiles de aseo	3.456,00	3.624,97	3.802,21	3.988,10	4.183,09
Materiales para el aprendizaje	6.336,00	6.645,78	6.970,71	7.311,52	7.669,00
Gasto de Ventas	1.200,00	1.258,67	1.320,21	1.384,76	1.452,46
Plan de Marketing	1.200,00	1.258,67	1.320,21	1.384,76	1.452,46
Gastos de Administración	21.775,91	51.183,34	53.685,82	56.310,64	59.063,80
Sueldos Administración	12.393,16	43.088,26	45.194,94	47.404,63	49.722,35
Arriendo	6.600,00	6.922,69	7.261,16	7.616,17	7.988,54
Servicios básicos	960,00	1.006,94	1.056,17	1.107,81	1.161,97
Suministros de limpieza	99,55	104,42	109,52	114,88	120,49
Suministros de oficina	58,20	61,05	64,03	67,16	70,44
Bienes de control administrativo	85,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de constitución	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Abogado	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente y permiso Municipal	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Acuerdo Ministerial	30,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros	1.651,84	1.288,13	924,42	560,71	197,01
Intereses Financiamiento	1.651,84	1.288,13	924,42	560,71	197,01
Total Egresos	90.949,03	125.214,01	130.909,33	136.900,88	143.203,16

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.6 Ingresos

En este punto se determina los ingresos brutos que se obtendrán de la prestación del servicio.

Se ha determinado el costo total unitario del servicio, para ello se determinó en primer lugar el costo variable unitario, de tal manera que se realizó la división del total de costos variables para la cantidad mensual de niños y multiplicado por cada mes del año; de igual manera para el costo fijo unitario, pero en este caso se realiza la división de la totalidad de costos fijos (administración, ventas y financieros)

Tabla N°.40. Costo unitario

	Cvu	Cfu	Ctu
Niños	184,23	68,41	252,64

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Tabla N°. 41. Ingresos

Descripción	Costo promedio por niño al mes	Margen de utilidad	Valor del servicio x niño mensual	Cantidad niños al mes	Ingreso mensual Usd	Ingreso anual Usd
Niño	252,64	26%	318	30	9.542,07	114.504,82
TOTAL			318	30	9.542	114.505

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Para la proyección de los ingresos se ha determinado que se tendrá un crecimiento anual de al menos 15%, lo cual resulta mucho menor al 21,59% de crecimiento sostenido en la competencia directa.

4.2.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos, es decir el punto en que la empresa no pierde ni obtiene utilidad.

A continuación se muestran los datos necesarios para la obtención del punto de equilibrio.

Tabla N°.42. Factores punto de equilibrio

Rubros	Valor
Precio ventas unitario promedio	318
Costo variable unitario promedio	184,23
Costos fijos	23.427,75

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

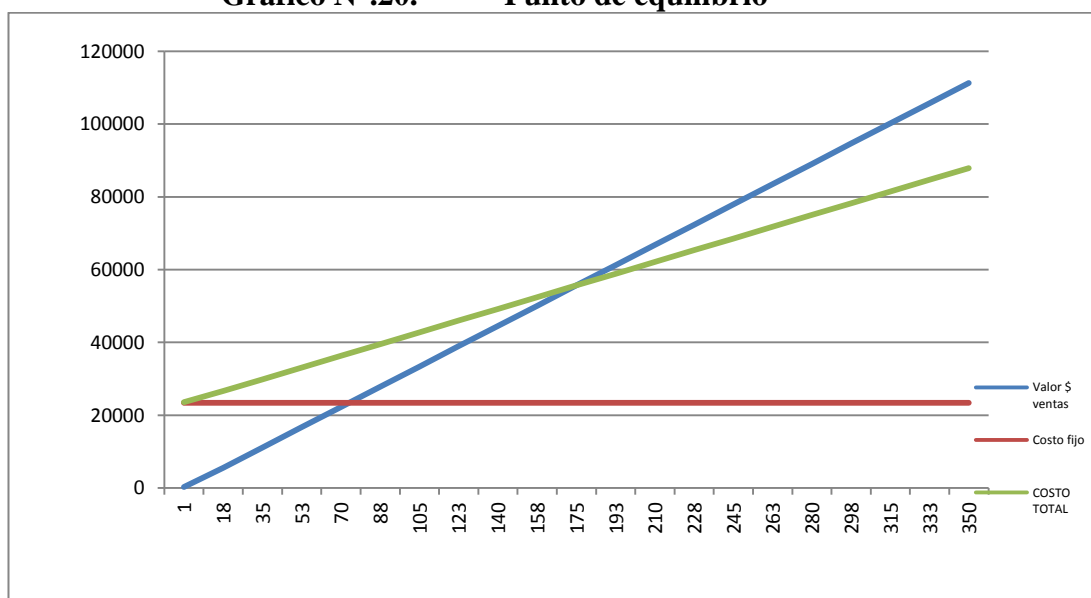
Como se puede observar en la tabla siguiente, el rango en el que se consigue el punto de equilibrio es cuando el Centro Infantil de Ciudad Diario vende el servicio a 175 niños, cabe recalcar que dicha cifra representa también las repeticiones mensuales de cada niño atendido.

Tabla N°. 43. Punto de equilibrio

Niños	175
Valor \$ ventas	55662
Valor costo variable	32.240
Costo fijo	23.428
COSTO TOTAL	55.667
BENEFICIO	-5,19

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Gráfico N°.20. Punto de equilibrio



Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.8 Estados financieros

Los estados financieros son un elemento muy importante dentro de este análisis ya que dan una perspectiva actual y futura de la situación financiera y económica a lo largo de un período, lo cual permitirá tener una visión clara sobre la inversión que se pretende realizar en el proyecto.

4.2.8.1 Balance general

“Es un documento contable que demuestra la situación económica de la empresa al inicio de sus operaciones” (Barreno, 2004). El Balance general refleja la situación patrimonial de una empresa, consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero.

Tabla N°.44. Balance de situación inicial

ACTIVOS			PASIVOS	
Activo Corriente		28.523,05	Pasivo no corriente	16.236,92
Caja/Bancos	28.523,05		Préstamo Bancario	16.236,92
Activo no corriente		12.069,25		
Adecuaciones	1.500,00			
Muebles y enseres	5.680,00			
Equipo operativo	600,00			
Equipo de cómputo	2.079,25			
Equipo de cocina	2.210,00			
			Patrimonio	24.355,38
			Capital Social	24.355,38
TOTAL ACTIVOS		40.592,30	TOTAL PAS.+ PAT.	40.592,30

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.8.2 Estado de resultados

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de costos y gastos. El siguiente estado se muestra proyectado para 5 años, para lo cual ha sido considerado un crecimiento anual de los ingresos con un 15% y de los costos y gastos con el índice de inflación determinado anteriormente.

Tabla N°. 45. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso por ventas	114.504,82	131.680,55	151.432,63	174.147,52	200.269,65
Costos operativos	66.321,28	71.483,87	74.978,88	78.644,77	82.489,89
Utilidad bruta en ventas	48.183,54	60.196,68	76.453,75	95.502,75	117.779,76
(-)Gastos administrativos	21.775,91	51.183,34	53.685,82	56.310,64	59.063,80
(-)Gastos de ventas	1.200,00	1.258,67	1.320,21	1.384,76	1.452,46
(=)Utilidad operacional	25.207,63	7.754,66	21.447,72	37.807,36	57.263,50
(-)Gasto interés	1.651,84	1.288,13	924,42	560,71	197,01
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	23.555,80	6.466,53	20.523,30	37.246,64	57.066,49
(-)15% reparto utilidad trab.	3.533,37	969,98	3.078,50	5.587,00	8.559,97
(=)Utilidad antes de impuestos	20.022,43	5.496,55	17.444,81	31.659,64	48.506,52
(-)23% Impuesto a la Renta	4.605,16	1.209,24	3.837,86	6.965,12	10.671,43
(=)Utilidad antes de reservas	15.417,27	4.287,31	13.606,95	24.694,52	37.835,08
(-)5% Reserva de Capital	770,86	214,37	680,35	1.234,73	1.891,75
(=)Utilidad Neta	14.646,41	4.072,95	12.926,60	23.459,80	35.943,33

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.8.3 Flujo neto de caja

El Flujo Neto de Caja “calcula las entradas y salidas de dinero, durante un periodo; con el objetivo de medir la capacidad de generar dinero en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos” (Sarmiento, 1998), a continuación se presentan los flujo.

Tabla N°. 46. Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO						
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso de operación	0,00	114.504,82	131.680,55	151.432,63	174.147,52	200.269,65
(-)Costos de operación	0,00	94.196,41	128.461,40	134.156,71	140.148,27	146.450,55
(-)Depreciaciones	0,00	2.040,98	2.040,98	2.040,98	754,20	754,20
(-)Costos financieros	0,00	4.899,22	4.535,51	4.171,81	3.808,10	3.444,39
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	0,00	13.368,22	-3.357,34	11.063,14	29.436,96	49.620,51
(-)15% reparto utilidad trab.	0,00	2.005,23	-503,60	1.659,47	4.415,54	7.443,08
(=)Utilidad antes de Impuestos	0,00	11.362,99	-2.853,74	9.403,67	25.021,41	42.177,44
23% Impuesto a la Renta	0,00	2.613,49	-627,82	2.068,81	5.504,71	9.279,04
(=)Utilidad antes de reservas	0,00	8.749,50	-2.225,91	7.334,86	19.516,70	32.898,40
5% Reserva de Capital	0,00	437,47	-111,30	366,74	975,84	1.644,92
(=)Utilidad Neta	0,00	8.312,02	-2.114,62	6.968,12	18.540,87	31.253,48
(-)Capital de trabajo	0,00	28.523,05	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación capital de trabajo	0,00	28.523,05	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación	0,00	2.040,98	2.040,98	2.040,98	754,20	754,20
(-)Inversión	40.592,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Reinversión de activos	0,00	0,00	0,00	4.289,25	0,00	600,00
(+)Valor de rescate de activo	0,00	0,00	0,00	428,93	0,00	60,00
(=)Flujo neto generado	-40.592,30	10.353,00	-73,64	5.148,77	19.295,07	31.467,68

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.9 Evaluación financiera

El objetivo es demostrar la viabilidad del proyecto en las condiciones de financiamiento planteadas y determinar los márgenes de variación de esas condiciones.

4.2.9.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La TMAR consiste en la sumatoria de 3 indicadores económicos del país que son la tasa pasiva, inflación y riesgo país, los cuales deberán mostrar si la inversión crece en términos reales, mediante la comparación de este con la TIR que debe expresar un porcentaje mayor a este valor, para que la inversión sea atractiva.

Tabla N°. 47. TMAR

Indicadores	%
Tasa Pasiva*	4,18%
Tasa de inflación global de la economía*	4,89%
Riesgo del proyecto (mediano) *	5,12%
TMAR :	14,19%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

4.2.9.2 Valor actual neto (VAN)

“Es la sumatoria de los valores actualizados del flujo neto de caja, a una tasa mínima atractiva de rendimiento de capital (TMAR), o una tasa adecuada o pertinente para el inversionista” (Caldas, 2001)

Consiste en descontar al momento actual, todos los flujos de caja proyectados, restando la inversión inicial, para lo cual se necesita de la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^n} - I_0$$

Dónde:

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Es necesario conocer el costo de oportunidad, lo cual se detalla a continuación.

Tabla N°. 48. Costo de oportunidad

Fuente	Valor	Porcentaje	Tasa	Ponderación
Propias	24.355,38	60,00%	14,19%	8,51%
Externas	16.236,92	40,00%	11,20%	4,48%
Total Financiamiento	40.592,30	100,00%		
COSTO PONDERADO DE CAPITAL				12,99%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Para este caso se ha considera un costo de oportunidad de 12,99% que representa lo que se deja de percibir si se hubiera invertido en otras opciones.

Tabla N°. 49. VAN

Tasa descuento	12,99%
Años	Flujos
Inversión	40.592,30
Año 1	10.353,00
Año 2	-73,64
Año 3	5.148,77
Año 4	19.295,07
Año 5	31.467,68
VAN	72.736,08

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Como se puede observar el $VAN > 0$ con un valor de \$72.736,08, con lo cual según este indicador la rentabilidad sería positiva.

4.2.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno ofrece, en términos relativos, la rentabilidad del proyecto, que debe ser única e independiente del coste asumido por los recursos aportados” (Arguedas & Nogueras, 2007). La fórmula para calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Dónde:

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Tabla N°.50. TIR

Años	Flujos
Inversión	-40.592,30
Año 1	10.353,00
Año 2	-73,64
Año 3	5.148,77
Año 4	19.295,07
Año 5	31.467,68
TIR	13,75%

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Mediante la información tomada del estado de flujo efectivo, se obtuvo una TIR del 13,75%, con lo cual se concluye que es una muy buena oportunidad de negocio.

4.2.9.4 Periodo de Recuperación de Capital

“Se define como el tiempo que transcurre para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión. Es establecer un periodo de tiempo en el que se puede recuperar el capital invertido” (Caldas, 2001)

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$PR = \sum_{n=1}^T \left(\frac{C_n}{FTE} \right)$$

Dónde:

T= Inversión inicial

C= Flujo de fondos del año anterior

FTE= Flujo de fondos del año de recuperación

Tabla N°. 51. Período de recuperación de capital

Inversión USD		40.592,30	
Tiempo	Flujo de Fondos	Valor USD	Acumulación de Flujos
Año 1	Flujo de Fondos 1	10.353,00	10.353,00
Año 2	Flujo de Fondos 2	-73,64	10.279,36
Año 3	Flujo de Fondos 3	5.148,77	15.428,12
Año 4	Flujo de Fondos 4	19.295,07	34.723,19
Año 5	Flujo de Fondos 5	31.467,68	66.190,87
PRC 4 AÑOS, 4 MESES			

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

La recuperación del capital, se dará en aproximadamente 4 años y 2 meses.

4.2.10 Viabilidad del proyecto

En el siguiente cuadro se resume los criterios para conocer si el proyecto es viable:

Tabla N°. 52. Criterios de evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN		
Criterios	Evaluación	Resultado
TIR > TMAR	SI	Viable
VAN descontado TMAR > 0	SI	Viable
PRC < 5 años	SI	Viable

Elaborado por: Christian Vega y Natali Lozano

Como se puede observar en el cuadro se ha cumplido los 3 criterios de evaluación en el que la TIR es mayor a la TMAR, el VAN es mayor a 0 y el PRC es menor a 5 años, por lo cual se puede concluir que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

- Mediante la realización del presente Estudio de Factibilidad se ha determinado que existe una demanda insatisfecha muy amplia que puede en parte ser cubierta por la empresa que se propone. Además, se evidenció que las personas en el sector ven como necesidad el cuidado de sus niños para su adecuado desenvolvimiento en sus labores cotidianas, siempre y cuando sea un servicio seguro y garantizado.
- Actualmente existen solamente 3 empresas que ofertan el servicio de cuidados infantiles en el sector del segmento elegido, y éstos laboran de forma tradicional sin la diferenciación que el proyecto pretende dar al servicio para la tranquilidad de los padres de familia.
- Se ha determinado que la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto será de USD 40.592,30, y que en los resultados de la evaluación financiera, se cumplen los 3 criterios de evaluación en el que la Tasa Interna de Retorno es de 13,75% siendo esta mayor a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno de 12,99%, el Valor Actual Neto es de USD 72.736,08, lo cual es mayor a 0, y el Período de Recuperación de Capital se determinó será en 2 años y 6 meses aproximadamente, por lo cual se puede concluir que el proyecto es económicamente factible.

RECOMENDACIONES

- La empresa propuesta en el Plan de Marketing debe poner en práctica las estrategias determinadas, con el fin de captar un nicho en el mercado al cual está dirigido y de esa manera enfocar la visión de la empresa y convertirse en líder en su segmento.
- Con el fin de brindar un servicio eficiente y de calidad se recomienda mantener al personal capacitado en cada uno de sus campos de acción con el fin de mantener la satisfacción del cliente y crecer en el mercado por buenas referencias.
- Realizar una retroalimentación continua, mediante reuniones mensuales del equipo de trabajo donde se traten los problemas y logros alcanzados, a fin de corregir errores y conocer las necesidades de los clientes tanto internos como externos de la empresa, fomentando el involucramiento y la colaboración.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alvarez, m., & José, D. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*.
- Arguedas, R., & Noguerras, M. (2007). *Dirección y Gestión Financiera de Empresas Turísticas*. México: Ramón Areces.
- Baca Urbina, G. (2007). *Evaluación de Proyectos*. México: Interamericana.
- Backer, M., Jacobsen, I., & Ramires, P. (2006). *Contabilidad de Costos. Un enfoque administrativo para la toma de decisiones*. México: McGraw – Hill.
- Barreno, L. (2004). *Compendio de Proyectos*. Quito.
- Bittel, L. (2002). *Enciclopedia del Management*. Barcelona: Océano.
- Burns, A., & Bush, R. (2001). *Marketing research*. London: Prentice Hall.
- Caldas, M. (2001). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Publicaciones H.
- Censos, I. N. (20 de 01 de 2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 11 de marzo de 2013, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- Eumed. (4 de 5 de 2012). *Eumed*. Recuperado el 11 de abril de 2013, de www.eumed.net
- Gonzales, m. (5 de 07 de 2012). *Gestiopolis*. Recuperado el 02 de abril de 2013, de www.gestiopolis.com
- Lamb, C. (1998). *Marketing*. México: Editorial Thomson.
- Marnie, R. (9 de 10 de 2008). Recuperado el 25 de 3 de 2013, de [/finanzas-contaduria/bases-conceptuales-para-el-analisis-economico.htm](http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/bases-conceptuales-para-el-analisis-economico.htm): <http://www.gestiopolis.com>
- Meneses, E. (2002). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito.
- Miranda, J. (2002). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.

Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos: evaluación financiera, económica, social y ambiental*. Bogotá: MM Editores.

promonegocios. (13 de 10 de 2009). *Promonegocios*. Recuperado el 17 de marzo de 2013, de www.promonegocios.net

Sagap, N. (2000). *Preparación y Evaluación de Proyecto*. Chile: McGraw Hill.

Sarmiento, R. (1998). *Contabilidad General*. Quito.

Steinered, G. (1991). *Planificación Estratégica*. México: Continental.

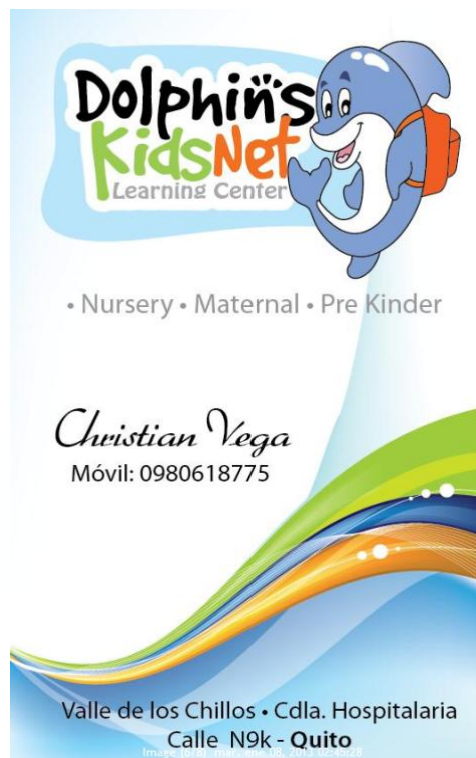
Zapata, P. (1999). *Contabilidad General*. Bogotá: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Logotipo del Centro Infantil



Publicidad del Centro Infantil



Publicidad del Centro Infantil



Publicidad del Centro Infantil



Publicidad del Centro Infantil

- **invertir en infraestructura para hacer más cómoda y satisfactoria la permanencia de los niños dentro del CCID**
- Realizar arreglos y adecuaciones a las instalaciones para hacerlas más acogedoras y reconfortantes para la estada de los niños en los horarios escogidos
- De acuerdo al crecimiento realizar ampliaciones a la infraestructura principal para poder brindar un servicio de calidad y acorde a las

Captar el recurso humano más óptimo en base a profesionalismo y personalidad para establecer educación y servicio de calidad

- Contratar personal que tenga un trayectoria de por los menos un años en instituciones similares
- El mth a contratar deberá certificar estudios de tercer nivel, esto especialmente para lo que se refiere al área administrativa-financiera y puntualidad

Inducir a los padres a estar en contacto continuo con sus hijos a través del uso de tecnología innovadora que permita la tranquilidad y vigilancia de ellos hacia sus niños

- Brindar cursos del uso de la página web a los padres de familia para que puedan estar en contacto con sus hijos a través de este medio y así disminuir las dificultades de utilización de esta tecnología

Crear foros On Line para que los padre puedan hacer sugerencias, observaciones o comentarios de cómo perciben el servicio y así poder hacer una retroalimentación sobre el servicio que estamos ofreciendo

Crear actividades complementarias atractivas y enriquecedoras que permita la interacción de padres hijos y así desarrollen lazos de fraternidad y de valores

- Realizar convivencias mensuales las cuales promuevan la integración entre los distintos padres de familia y sus hijos
- Realizar visitas (técnicas, turísticas, educativas a lugares y centros (museos, centros observatorios, etc) que enriquezcan el conocimiento de los niños

NURSERY 1
Niños de 3 meses a 11 meses
Desarrollo físico, sentarse, darse la vuelta, gatear, sostener objetos, caminar, etc

NURSERY 2
Niños de 1 año a 1 años 11 meses
Motricidad fina y gruesa, gincana, vocabulario, etc

MATERNAL
Niños de 2 años a 2 años 11 meses
Desarrollo de motricidad fina, vocabulario, distinción de objetos y colores

PREKINDER 1
Niños de 3 años a 3 años 11 meses
Prelectura, pre-escritura, y prematemática

PREKINDER 2
Niños de 4 años a 4 años 11 meses
Prelectura, pre-escritura, y prematemática, mayor dificultad para escribir

FIN DEL PROCESO

- Obtener buenos nexos de comunicación entre docentes y padres.
- Detectar oportunamente los diversos problemas que presentan los niños en relación al desarrollo de su aprendizaje y crecimiento emocional, brindando una orientación adecuada al personal docente y padres de familia, así como el tratamiento requerido ante estas dificultades.
- Adaptar un plan de carrera a los docentes a fin de brindar estabilidad laboral.
- Capacitar periódicamente al mth.
- Lograr equidad en cada miembro del CCID.
- Ofrecer a los niños un clima activo y saludable que favorezca a su desarrollo físico, emocional, moral, intelectual y creativo
- Conseguir alianzas estratégicas con instituciones que brinden apoyo a la educación.
- Elaborar un programa de actividades escolares y complementarias
- Seguimiento post prestación del servicio y retroalimentación

PROMOCIÓN

- **PRONTO PAGO**
Acceder a un descuento del valor de la pensión (2%) si el pago se lo realiza durante los cinco primeros días del mes.
- **HERMANOS**
En caso de tener más de un hijo en la institución acceder a un
- **CUPOS DE**
Cupos de descuentos en la matrícula que estarán colocados en los cupos.
- **BECAS**
Becas estudiantiles equivalentes al 10% del total de estudiantes

