



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA
OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
ATENCIÓN INFANTIL EN EL KM 15 DE LA VÍA A DAULE”**

AUTORA:

LISBETH NARCISA CONFORME PÉREZ

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

ING. HENRY LAVAYEN

GUAYAQUIL, FEBRERO DEL 2018

 <p>Presidencia de la República del Ecuador</p>	 <p>Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes</p>	 <p>SENESCYT Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación</p>
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
Ficha de registro estudio de tesis		
TÍTULO: “Plan de negocios para la implementación de un centro de atención infantil en el km 15 de la vía a Daule”		
AUTORA: Lisbeth Narcisca Conforme Pérez	TUTOR: Ing. Henry Lavayen REVISOR: Abg. Eduardo Guadalupe Coronel.	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administrativas	
CARRERA: Ingeniería en Gestión Empresarial		
FECHA DE PULICACIÓN: 15 enero 2018	NO. DE PÁGS: 104 páginas	
ÁREA TEMÁTICA: Proyecto de Investigación		
PALABRAS CLAVES: guardería, estimulación temprana, plan de negocios, factibilidad, estudio de mercado.		
RESUMEN: El cuidado de los niños es una tarea comprometida por el grado de atención que requieren, y se vuelve más complicada cuando los padres de familia no cuentan con el apoyo de niñeras o familiares a quienes puedan encargar el cuidado de sus hijos, mientras éstos deben trabajar o dedicarse a labores cotidianas como las compras en supermercados, tiendas de ropa, almacenes de suministros, entre otros; convirtiéndose en una necesidad imperiosa la oferta de centros de entretenimiento infantil que colaboren con los padres de familia a fin de que puedan desarrollar de una forma adecuada sus actividades personales. (Paraninfo, 2013). Es por ello que a través del desarrollo de esta propuesta, padres de familia, niños y empresa, estarían ganando ya que, el padre de familia puede realizar sus labores diarias de manera adecuada, los niños pueden divertirse sanamente y la empresa para la que trabajan incrementa su productividad al tener personas que se sienten más seguras del cuidado de sus hijos. El desarrollo del presente trabajo de investigación tiene como propósito analizar la factibilidad de llevar a cabo la creación de un establecimiento que preste servicios de guardería y entretenimiento infantil, que básicamente sirva de apoyo a los padres de familia que tengan hijos cuyas edades oscilen entre 1 y 5 años, para delegar su cuidado a profesionales capacitados en ramas de la educación para párvulos y estimulación temprana.		
N° DE REGISTRO (en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN: N°	
DIRECCIÓN URL (estudio de caso en la web)		
ADJUNTO URL (estudio de caso en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES: Lisbeth Conforme Pérez	Teléfono: 099 770 9667	E-mail: lisbethconforme@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: Secretaria de la Facultad	
	Teléfono: 3-2848487 ext 123	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado **ING. HENRY LAVAYEN YAVAR**, tutor del trabajo de titulación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO D ATENCION INFANTIL EN EL KM 15 DE LA VIA A DAULE”**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **LISBETH NARCISA CONFORME PEREZ**, con C.I. No. **0924753551**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **ING. EN GESTION EMPRESARIAL**, en la Carrera/Facultad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ING. HENRY LAVAYEN YAVAR
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

CERTIFICACIÓN DE URKUND

The screenshot displays the Urkund software interface. On the left, a document analysis summary is shown:

- Document:** TESIS LIBETH CONFORME - 01 DE FEBRERO 2018 (1).docx (038692307)
- Submitted:** 2018-02-16 17:39 (-05:00)
- Submitted by:** mauricio.villarresca@ug.edu.ec
- Receiver:** mauricio.villarresca@ug.edu.ec
- Message:** TUTOR LAVAYEN. Show full message
- Analysis:** 5% of this approx. 24 pages long document consists of text present in 7 sources.

On the right, a table lists the sources identified by the software:

Sources	Highlights
QUEZADA, BRIGITTE;QUEZADA, BRIGITTE - avance.docx	
TESIS FINAL CASTRO CASTILLO (2).ABRIL.2017.docx	
http://www.soaex.org/laguaderia.htm	
TESIS BAUTISTA ANZULES (2017)0726.pdf	
http://www.etelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/00_guayaquil-srece-hacia-a-aurea-y-lavayen-...	

Below the sources table, the main document content is displayed, showing a 92% match with the following text:

Urkund's archive: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / TESIS FINAL CASTRO CASTILLO (2... 92%

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO
 DE INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
 TEMA: PLAN
 DE NEGOCIOS PARALA

IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ATENCIÓN INFANTIL EN EL KM.15 DE LA VÍA A DAULE"

AUTORA: LIBETH CONFORME
 TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN: ING. HENRY LAVAYEN
 GUAYAQUIL, FEBRERO 2018
 Empresa Cliente final

ING. HENRY LAVAYEN YAVAR
 TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

CERTIFICADO DE SISTEMA ANTIPLAGIO

En calidad de tutor de Titulación, nombrado por el consejo Directorio de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, con respecto al trabajo de titulación previo para optar por el título de Ingeniero en Gestión Empresarial presentado por la egresada:

Lisbeth Narcisa Conforme Pérez

C.I. No. 0924753551

Cuyo tema:

“Plan de negocios para la implementación de un centro de atención infantil en el km 15 vía a Daule”

Certifico haber revisado el informe arrojado por el software de Antiplagio URKUND el cual dio un resultado del 5% y que las fuentes detectadas por el mismo trabajo en mención se encuentra debidamente citadas de acuerdo a las Normas APA vigentes por lo que el presente Trabajo de Titulación es de su total autoría.

ING. HENRY LAVAYEN YAVAR
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Lisbeth Narcisa Conforme Pérez**, con C.I. No. **0924753551**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es titulación **“Plan de negocios para la implementación de un centro de atención infantil en el km 15 de la vía a Daule”**, son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 144 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Lisbeth Narcisa Conforme Pérez
C.I. No. 0924753551

* CÓDIGO ÓRGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (registro Oficial n. 899-Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Dedicatoria

Este trabajo se los dedico a ustedes, mis preciosos y amados hijos Ezequiel y Elías.

Este proyecto fue pensado totalmente en base a ustedes, fueron mi motivación y la serán siempre, anhelo que puedan comprender que todo esfuerzo junto de la mano de nuestro padre Jehová, es logrado a mayor satisfacción.

Yo, me gozo de despertar y de tenerlos a mi lado, con vuestra llegada mi vida mejoro en todo aspecto y diariamente lucho para que ustedes puedan encontrar en mi un ejemplo de bien, de compasión y humildad, deseo que en mis imperfecciones puedan divisar en todo momento y circunstancia el amor infinito que siento por ustedes.

Recuerden que están destinados a algo más que grande, son valientes, son esforzados, son fuertes, son inteligentes y amables; toda situación atenuante es la oportunidad para luchar y salir a delante y en toda etapa estaré junto a su papi apoyándolos en todo lo que podamos.

Dios los bendiga siempre y Gracias por tanta alegría brindada.

Los amo con todo mi corazón

Atentamente,

Su mami

Lisbeth Conforme Pérez

Agradecimiento

Jehová, Padre de la Gloria, como tu hija, es mi deber agradecerte a ti primero por haberme proveído de tu amor y misericordia, por haberme guardado en salud y protección cada día y noche en esta etapa estudiantil, por haber renovado mis fuerzas en momentos extenuantes y por medio de aquellas pruebas asentar el valor de la perseverancia.

Gracias padre por haberme permitido conocerte y saber que todo lo que disfruto hoy, en su justa medida es lo que tu deseas con amor para mí. Reconozco tu gran fidelidad, que a pesar de mis iniquidades no has soltado mi mano y me has permitido volver a ti. Mi vida no alcanza para devolverte un poco de lo que me has suplido en bendición.

Agradezco a mi maravilloso y amado esposo Josué Alejandro, por su soporte y apoyo incondicional, por sus consejos, por sus palabras de aliento para seguir con este proyecto, pero sobretodo y más que nada por tu amor y por siempre darme lo mejor de ti. Te amo.

A mi mami, Lic. Beatriz Pérez Rojas, que con su ejemplo de lucha y tenacidad, me inculco grandes valores y supo guiarme hacia el buen camino, por su confianza y amor que la hizo mantenerme bajo sus brazos cálidos y protectores en todo momento. Te amo.

A mis suegros, Jorge Alejandro y Betty Lastre por ser mis segundos padres, por siempre brindarme de su cariño sincero y ayuda incondicional en todo momento de mi vida.

A mis familiares cercanos, a mis amigos más fieles que estuvieron pendientes de esta etapa brindándome sus consejos y compañía.

A mi tutor y maestro, Ing. Henry Lavayen por compartirme de su vasto conocimiento.

Lisbeth Conforme Pérez

Resumen

El cuidado de los niños es una tarea comprometida por el grado de atención que requieren, y se vuelve más complicada cuando los padres de familia no cuentan con el apoyo de niñeras o familiares a quienes puedan encargar el cuidado de sus hijos, mientras éstos deben trabajar o dedicarse a labores cotidianas como las compras en supermercados, tiendas de ropa, almacenes de suministros, entre otros; convirtiéndose en una necesidad imperiosa la oferta de centros de entretenimiento infantil que colaboren con los padres de familia a fin de que puedan desarrollar de una forma adecuada sus actividades personales. (Paraninfo, 2013). Es por ello que a través del desarrollo de esta propuesta, padres de familia, niños y empresa, estarían ganando ya que, el padre de familia puede realizar sus labores diarias de manera adecuada, los niños pueden divertirse sanamente y la empresa para la que trabajan incrementa su productividad al tener personas que se sienten más seguras del cuidado de sus hijos. El desarrollo del presente trabajo de investigación tiene como propósito analizar la factibilidad de llevar a cabo la creación de un establecimiento que preste servicios de guardería y entretenimiento infantil, que básicamente sirva de apoyo a los padres de familia que tengan hijos cuyas edades oscilen entre 1 y 5 años, para delegar su cuidado a profesionales capacitados en ramas de la educación para párvulos y estimulación temprana.

Palabras claves: guardería, estimulación temprana, plan de negocios, factibilidad, estudio de mercado.

Abstract

Caring for children is a task compromised by the degree of attention they require, and it becomes more complicated when parents do not have the support of nannies or relatives to whom they can entrust the care of their children, while they must work or dedicate themselves to everyday work such as purchases in supermarkets, clothing stores, supply stores, among others; The offer of children's entertainment centers that collaborate with parents so that they can adequately develop their personal activities becomes an imperative. (Paraninfo, 2013). That is why through the development of this proposal, parents, children and business, would be winning since, the father can perform their daily tasks properly, children can have fun and the company they work for Increases your productivity by having people who feel more secure in the care of their children. The purpose of this research work is to analyze the feasibility of carrying out the creation of an establishment that provides daycare and children's entertainment, which basically serves as support for parents with children between 1 and 5 years, to delegate their care to professionals trained in branches of early childhood education and stimulation.

Keywords: daycare, early stimulation, business plan, feasibility, market study.

Tabla de Contenido

Ficha de registro estudio de tesis	ii
Resumen	ix
Palabras claves: guardería, estimulación temprana, plan de negocios, factibilidad, estudio de mercado.....	ix
Abstract.....	x
Tabla de Contenido.....	xi
Índice de Tablas.....	xvi
Índice de Figuras	xviii
Índice de Apéndices.....	xx
Introducción.....	1
Capítulo 1	2
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Sistematización.....	3
1.4. Objetivos General	3
1.5. Objetivos específicos.....	3
1.6. Justificación.....	3
1.7. Delimitación del problema	4
1.8. Hipótesis y variables.....	5
Capítulo 2	5
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.1.1. Necesidades laborales.....	5
2.1.2. Necesidades educativas.	6
2.1.3. Necesidades afectivo-sociales.	6

2.1.4. Necesidades sanitarias	6
2.2. Marco teórico.....	8
2.2.1. Centros de atención infantil.....	8
2.2.2. Centros Infantiles del Buen Vivir.....	10
2.2.3. El plan de negocios.....	13
2.2.4. El Análisis PEST	14
2.2.5. Estudio de mercado.	16
2.2.6. Análisis FODA	18
2.2.7. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	19
2.3. Marco Contextual	21
2.4. Marco Legal.....	23
2.4.1. Instituciones que regulan a los centros de atención infantil	23
2.4.2. Código de trabajo – artículo 156	23
2.4.3. Economía Popular y solidaria.....	24
2.4.4. Ley Orgánica de Educación Superior	26
2.4.5. Código de la Niñez y Adolescencia.....	26
Capítulo 3	27
3.1. Diseño de investigación.....	27
3.2. Métodos de investigación	27
3.3. Instrumentos de recolección de información.....	28
3.4. Población y muestra	28
3.5. Presentación de resultados.....	30
3.6. Conclusiones.....	40
Capítulo 4	41
4.1. Descripción del negocio	41

4.1.1. Misión.....	42
4.1.2. Visión	42
4.1.3. Objetivos generales y específicos.....	42
4.1.4. Descripción de las líneas de productos y/o servicios	42
4.1.5. Cadena de valor	43
4.1.6. Análisis FODA	45
4.1.7. Análisis de la empresa	45
4.1.7.1. Información histórica	45
4.1.7.2. Productos – Mercados.....	46
4.1.7.3. Clientes	46
4.1.7.4. Posición tecnológica	47
4.1.7.5. Relaciones hacia arriba y abajo en los canales	47
4.1.7.6. Recursos operativos	47
4.1.7.7. Competidores	48
4.1.7.8. Factores claves de éxito	49
4.2. Plan de marketing	49
4.2.1. Análisis sectorial	49
4.2.1.1. Aspectos políticos	50
4.2.1.2. Aspectos Económicos	50
4.2.1.3. Aspectos Sociales	51
4.2.1.4. Aspectos tecnológicos.....	52
4.2.2. Las fuerzas competitivas	53
4.2.2.1. Poder de negociación con los proveedores	53
4.2.2.2. Amenaza de ingreso de posibles competidores en el sector	53
4.2.2.3. Poder de negociación con los clientes	53

4.2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.....	54
4.2.2.5. Rivalidad entre competencia existente.....	54
4.2.3. Acciones de los competidores	54
4.2.4. Impulsores de los cambios.....	55
4.2.5. Mercados meta. Posicionamiento	56
4.2.5.1. Mercados meta.....	56
4.2.5.2. Posicionamiento.....	56
4.3. Estrategias de marketing.....	57
4.3.1. Objetivos de marketing y ventas. Marketshare	57
4.3.2. Políticas de precios: Precios de introducción, operación, mecanismo para fijar el precio de venta (costos, competencia o mercado), créditos, descuentos, planes.	57
4.3.3. Estrategia de ventas y comunicación: Imagen, logotipo, publicidad, medios,	58
4.3.4. Estrategia de distribución: Canales de distribución, PDV, ubicación y cobertura de la empresa	59
4.4. Plan financiero.....	60
4.4.1. Variables para los escenarios financieros.....	60
4.4.2. Inversión Total.....	61
4.4.3. Financiamiento	61
4.4.4. Presupuesto de Costos de Operación.....	63
4.4.5. Presupuesto de Gastos de Operación.....	63
4.4.6. Presupuesto de Ingresos	65
4.5. Proyecciones Financieras	66
4.5.1. Estado de Situación Financiera.....	66
4.5.2. Estado de Resultados Integral	67
4.5.3. Flujo de Caja proyectado.....	68

4.5.4. Punto de equilibrio	69
4.5.5. Evaluación financiera	69
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	72
Referencias Bibliográficas.....	73
Apéndices	77

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Datos de los CIBV</i>	11
Tabla 2. <i>Actividad que realiza</i>	30
Tabla 3. <i>Niños que tienen los padres</i>	31
Tabla 4. <i>Edad de los niños</i>	32
Tabla 5. <i>Personas con las que quedan los niños</i>	33
Tabla 6. <i>Conocimiento de otra guardería en el sector</i>	34
Tabla 7. <i>Opinión sobre apertura de una guardería en el sector</i>	35
Tabla 8. <i>Nivel de confianza en una guardería</i>	36
Tabla 9. <i>Características deseadas en la guardería</i>	37
Tabla 10. <i>Nivel de ingresos</i>	38
Tabla 11. <i>Precio a pagar</i>	39
Tabla 12. <i>Medio para realizar pagos</i>	40
Tabla 13. <i>Descripción de líneas de servicios</i>	43
Tabla 14. <i>Clientes potenciales</i>	46
Tabla 15. <i>Estrategias de posicionamiento</i>	57
Tabla 16. <i>Variación de los sueldos</i>	60
Tabla 17. <i>Variables macroeconómicas</i>	60
Tabla 18. <i>Inversión total</i>	61
Tabla 19. <i>Estructura del financiamiento del proyecto</i>	61
Tabla 20. <i>Condiciones de financiamiento del capital ajeno</i>	61
Tabla 21. <i>Amortización del préstamo bancario</i>	62
Tabla 22. <i>Presupuesto de materiales</i>	63
Tabla 23. <i>Presupuesto de mano de obra</i>	63
Tabla 24. <i>Presupuesto de gastos administrativos</i>	64

Tabla 25. <i>Presupuesto de gastos de ventas</i>	64
Tabla 26. <i>Presupuesto de gastos de depreciación</i>	64
Tabla 27. <i>Estimación de la venta mensual</i>	65
Tabla 28. <i>Proyección de las ventas a cinco años</i>	65
Tabla 29. <i>Cálculo del punto de equilibrio</i>	69
Tabla 30. <i>Flujos de caja del proyecto</i>	69
Tabla 31. <i>Cálculo de la tasa de descuento del proyecto</i>	70
Tabla 32. <i>Análisis de rentabilidad</i>	70

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Implementación de CIBV directos y bajo convenios	12
<i>Figura 2.</i> Logros de los CIBV	12
<i>Figura 3.</i> Modelo de Plan de Negocios	14
<i>Figura 4.</i> Elementos del Análisis PEST	15
<i>Figura 5.</i> Elementos del Análisis FODA	18
<i>Figura 6.</i> Las 5 Fuerzas de Porter	20
<i>Figura 7.</i> Ubicación Km. 1.5 vía a Daule	22
<i>Figura 8.</i> Fórmula estadística para hallar la muestra de poblaciones finitas.	29
<i>Figura 9.</i> Cálculos estadísticos para hallar la muestra	30
<i>Figura 10.</i> Actividad que realiza	30
<i>Figura 11.</i> Niños que tienen los padres	31
<i>Figura 12.</i> Edad de los niños	32
<i>Figura 13.</i> Personas con las que quedan los niños	33
<i>Figura 14.</i> Conocimiento de otra guardería en el sector	34
<i>Figura 15.</i> Opinión sobre apertura de una guardería en el sector	35
<i>Figura 16.</i> Nivel de confianza en una guardería	36
<i>Figura 17.</i> Características deseadas en la guardería.....	37
<i>Figura 18.</i> Nivel de ingresos	38
<i>Figura 19.</i> Precio a pagar	39
<i>Figura 20.</i> Medio para realizar pagos	40
<i>Figura 21.</i> Gasto de consumo en el Ecuador	51
<i>Figura 22.</i> Índice de Confianza del Consumidor	52
<i>Figura 23.</i> Uso de dispositivos electrónicos en Ecuador 2013-2014	52
<i>Figura 24.</i> Identificador visual del negocio	58

<i>Figura 25.</i> Propuesta de volante.....	59
<i>Figura 26.</i> Can de distribución directo.....	59

Índice de Apéndices

Apéndice A. Formato de encuestas	77
Apéndice B. Detalle de los activos fijos y diferidos	79
Apéndice C. Proyección de los sueldos y beneficios sociales.....	80
Apéndice D. Evolución de la inflación.....	81
Apéndice E. Evolución del riesgo país	82
Apéndice F. Evolución de la tasa de interés pasiva.....	83

Introducción

El cuidado de los niños es una tarea comprometida por el grado de atención que requieren,. Cuando los padres deben trabajar y comprendiendo que las necesidades de los adultos y niños son diferentes, se genera una situación problemática que afecta a ambas partes. Por un lado, el niño espera realizar actividades de recreación que satisfagan su hiperactividad y deseo de jugar; Mientras que, los padres de familia necesitan realizar actividades planificadas. Es por esto que resultan necesarias soluciones que permitan que ambas partes reciban lo que requieren de acuerdo a sus necesidades.

Para efectos de la presente investigación, se ha determinado que en el km 15 de la vía a Daule, no se encuentran localizados centros de atención infantil. Siendo este lugar una zona industrial, sus trabajadores presentan dificultades al momento de dejar encargados a sus hijos. Esta situación ha generado situaciones negativas en sus áreas de trabajo o renunciar para cumplir con sus responsabilidades parentales. Actualmente, lo mencionado es una necesidad no satisfecha en el sector.

De acuerdo con las condiciones económicas de las personas que laboran en el sector mencionado, resulta una necesidad la implementación de una guardería. Esta debe ser un centro que ofrezca entretenimiento sano, aprendizaje y atención personalizada. Para lo cual contará con prácticas lúdicas que estimulen el desarrollo físico y cognitivo de los niños (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2013). Esto permitirá garantizar a los padres de familia la confianza de dejar a sus hijos al cuidado de profesionales en ramas de educación para párvulos, pedagogía, estimulación temprana y carreras afines, con el propósito de que puedan realizar con mayor tranquilidad su trabajo.

Capítulo 1

1.1. Planteamiento del Problema

El siguiente estudio se realizó enfocado a los empleados-padres de familia de niños de 0 a 5 años de edad, que laboran en el sector industrial de la ciudad de Guayaquil. Estos trabajadores presentan factores como déficit de compromiso y productividad, así como dificultad para cumplir su horario de entrada. Esto se origina por la falta de seguridad al salir de sus hogares y dejar a sus hijos al cuidado de niñeras no profesionales. Es por esto por lo que surge la idea de crear una guardería dirigida a satisfacer las necesidades de cuidado de los niños cuyos padres laboran en distintas empresas.

Las empresas requieren contar con un personal que se encuentre estable emocionalmente en todo momento. Esto solo puede lograrse si, en el caso de padres de familia, sus hijos se encuentran bien cuidados mientras estos laboran. Puesto que en caso de que no sea esto posible, las personas podrían disminuir su nivel de productividad laboral. En base a lo expuesto previamente, se puede considerar que la presencia de una guardería representaría un beneficio directo para las empresas que posean personal con hijos (Muñoz Orozco, 2013).

El lugar analizado dentro del presente estudio es el kilómetro 15 de la vía a Daule. El sector mencionado reúne a varias empresas manufactureras y de otras índoles. Sin embargo, no existe ninguna guardería o negocio similar, por lo que se puede considerar que hay una oportunidad de negocio a ser llevada a cabo. En base a los problemas que representan tanto para las empresas, así como para los trabajadores, es la carencia de guarderías en la zona mencionada, por lo que se propone la creación de un centro de cuidado para los niños cuyos padres laboren en estas organizaciones.

1.2. Formulación del problema

¿Es viable la implementación de un centro de atención infantil en el km15 de la vía a Daule?

1.3. Sistematización

- 1) ¿Qué fundamentos teóricos se relacionan con la elaboración de un análisis de viabilidad de un centro de atención infantil?
- 2) ¿Cuál es la situación actual de los trabajadores del km 15 de la vía a Daule, respecto al cuidado de sus hijos y su desempeño laboral?
- 3) ¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para llevar a cabo la propuesta de un centro de atención infantil en el km 15 de la vía a Daule?

1.4. Objetivos General

Diseñar un plan de negocios para la creación de un centro infantil en el km 15 de la vía a Daule.

1.5. Objetivos específicos

- 1) Determinar los fundamentos teóricos se relacionan con la elaboración de un análisis de viabilidad de un centro de atención infantil.
- 2) Diagnosticar la situación actual de los trabajadores del km 15 de la vía a Daule, respecto al cuidado de sus hijos y su desempeño laboral.
- 3) Establecer un centro de atención infantil en el km 15 de la vía a Daule, bajo los estándares de los Centros Infantiles del Buen Vivir.

1.6. Justificación

El sector del kilómetro 15 de la vía a Daule no se cuenta con guarderías en la actualidad, dicha situación fue identificada en el planteamiento del problema. Esto genera una necesidad a ser satisfecha, lo que se traduce en una oportunidad de negocio. La oportunidad estaría dirigida a las empresas de la zona, permitiendo que los empleados de

estas pasen por la guardería de camino a sus trabajos. El negocio se justifica en que estaría configurado de acuerdo a las características socioeconómicas de los trabajadores de los niños que ingresarían a las instalaciones a recibir los servicios de cuidados infantiles.

Resulta importante destacar que el negocio contará con profesionales altamente capacitados en temas de estimulación física y mental. Esto generará un alto nivel de atractivo para la empresa, ya que el servicio contará con alto nivel en cuanto a calidad. Lo cual permite mejorar ciertas áreas de su comportamiento y personalidad en una mayor medida que si únicamente se encontrarán al cuidado de familiares o amigos de la familia (Paris, 2011). Las características propias del negocio, así como su novedad en el sector serían los principales aspectos que le permitirían destacar en el mercado.

Es así, que se pretende con la creación de una guardería un resultado de ganar-ganar. Situación que se podría dar tanto para empresas como para empleados, aumentando la productividad y un cuidado apropiado a sus hijos respectivamente. El negocio además contribuiría con la visión estatal para el cuidado de los niños y su desarrollo integral. Por lo expresado previamente se puede indicar que la creación de una guardería en el sector del kilómetro 15 de la vía a Daule estaría plenamente justificado.

1.7. Delimitación del problema

La investigación se llevará a cabo en el kilómetro 15 de la vía a Daule en la ciudad de Guayaquil. La cual tendrá el objetivo principal de determinar el nivel de atractivo del negocio para los empleados de las empresas cercanas. Las empresas están ubicadas en el sector industrial especificado, la primera empresa es una corporación muy reconocida que produce una bebida de moderación muy popular (cerveza), la segunda es una fábrica de pinturas con larga trayectoria y la tercera es una compañía multinacional que produce snacks de todo tipo. Cabe destacar que sólo se realizarán las entrevistas y encuestas al

personal de las empresas mencionadas, las cuales poseen en nómina a alrededor de 500 empleados, aunque también hay otras de menor tamaño.

1.8. Hipótesis y variables

El diseño de un centro de atención infantil mejorará el desempeño de los trabajadores del km 15 de la vía a Daule.

- Variable Independiente: Creación del centro de atención infantil.
- Variable Dependiente: Viabilidad del proyecto de creación de un centro de atención infantil.

Capítulo 2

2.1. Antecedentes de la investigación

Actualmente, debido a las exigencias en cuanto a necesidades económicas que impone la sociedad, padres y madres deben trabajar. Dicha situación ha ocasionado que los niños queden al cuidado de familiares o amigos. Siendo en muchos casos negativo para los niños, puesto que reciben información que podría no representarles una gran ayuda en cuanto a su crecimiento integral. Bajo este contexto, la psicóloga clínica María Dolores Roperó (2014) establece que las guarderías fueron constituidas como respuesta a las necesidades de la sociedad actual diferenciadas en los siguientes aspectos:

2.1.1. Necesidades laborales

Cada vez es más común que en los trabajos se requiera una formación continua por parte de sus trabajadores. Esto genera que deben contar con tiempo extra luego de la jornada regular durante varios días. Es por ello que se dispone de una menor cantidad de tiempo para el cuidado de sus hijos. Las guarderías se encaminan hacia la posibilidad de contar con un horario amplio y flexible que pueda adecuarse a las necesidades de las familias, salvaguardando la posibilidad de que el niño establezca sus necesarias rutinas y hábitos, a través de un amplio repertorio de servicios (Roperó, 2014).

2.1.2. Necesidades educativas.

La guardería responde a esto cumpliendo una función estimuladora de los procesos de maduración y del desarrollo evolutivo del niño. Es posible esto, ya que se dan modelos de guía para su aprendizaje. Es importante que respondan a tendencias pedagógicas que persiguen la participación activa del infante (Roper, 2014). Lo indicado previamente debe complementarse también con refuerzos positivos que los motiven a actuar en su entorno.

2.1.3. Necesidades afectivo-sociales.

El desarrollo afectivo y emocional se encuentra relacionado al descentramiento cognitivo y a la posibilidad de establecer relaciones con otros. Siendo la infancia la etapa en que se establecen las bases para la vida adulta. Los niños durante sus distintas interacciones deben acaparar la mayor cantidad relaciones afectivo-sociales saludables (Roper, 2014). Esto es de gran importancia, ya que esta es una necesidad de las niñas/os en su crecimiento.

2.1.4. Necesidades sanitarias

En ciertas ocasiones, las guarderías se emplean para conducir campañas relacionadas con el área de la salud. El uso de vacunas, charlas informativas, así como nutrición infantil son los temas de mayor relevancia (Roper, 2014). Al ser necesidades básicas, es importante que en los hogares, los padres refuercen estas acciones hasta formar hábitos. El cuidado de los niños en aquellos momentos en los cuales sus padres efectúan acciones referentes a sus empleos recae principalmente en sus familiares. Las guarderías se vuelven opciones para familias que cuentan con los recursos necesarios. Sin embargo, estos centros no únicamente son sitios de hospedaje temporal, sino que contribuyen con el aprendizaje y desarrollo de los niños (Roper, 2014). La importancia radica en que, en ocasiones, los tratos adecuados no son recibidos en casa, por lo que la guardería se vuelve un colaborador importante en la vida de los niños.

La interacción que se da con los niños en las guarderías es muy positiva, ya que efectúa entre niños de edades similares. Mientras que, en el caso de la interacción con adultos, esta se da con aquellos con conocimientos adecuados en cuanto a que información requieren los infantes. Situación que en los hogares en muchos casos se da de manera aleatoria, dando la posibilidad a la presencia de situaciones negativas para el niño (Roper, 2014). A continuación se presentan los principales beneficios que los niños reciben al ingresar en guarderías:

- Aprenden reglas de conducta.
- Aprenden reglas de convivencia.
- Estimulación motriz.
- Desarrollo del lenguaje.
- Relación con otros niños.

En ocasiones se genera un sentimiento de malestar en los padres al dejar a sus hijos al cuidado de otras personas. Lo cual se da por la carencia de conocimientos que permitan que los niños reciban información positiva para su desarrollo. Esta situación en las guarderías con personal altamente calificado no se presenta (Cruz, 2015). Los aspectos mencionados previamente se pueden desarrollar en los tres campos presentados a continuación:

- **La importancia del juego:** La guardería es sinónimo de diversión para los niños, ya que se realizan bailes, juegos y actividades al aire libre. El juego compartido favorece el intercambio de sentimientos y aprendizaje. Todas las actividades deben ser supervisadas por profesionales para así definir objetivos a cumplirse (Cruz, 2015). El juego es un factor crucial para que el niño aprende y se divierta.
- **Relaciones con otros niños:** La guardería permite que los niños amplíen sus relaciones interpersonales. El sentimiento de pertenencia a un grupo es

desarrollado, además de que acatan reglas y horarios. La educación fuera del entorno familiar le permite al niño evidenciar que no es el centro de todo (Cruz, 2015). De esta forma los niños pueden compartir y superar la etapa de los problemas por poseer un juguete solo para su uso.

- **Desarrollo de la comunicación:** Los niños se comunican entre sí en su propio lenguaje. Esto se da al emplear gestos y registros propios ya que emplean otro tipo de registros y gestos. Cuando los niños se comunican entre ellos, su manera de actuar se modifica, de igual forma que sucederá al hacerlo con un adulto (Cruz, 2015). Al definir los niños su forma de actuar en distintas situaciones, entonces se pueden reducir la presencia de conflictos por expresarse de manera equivocada según el contexto en el que lo hacen.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Centros de atención infantil

En la actualidad resulta muy común que tanto hombre y mujer que conformen una pareja requieran trabajar, esto para contribuir con una mayor cantidad de recursos económicos para su hogar, es por esto, que cada vez resulta más común que las madres se encuentren en la necesidad de dejar a su hijo o hijos en las manos de otra persona que pueda cuidarlos durante su ausencia por varias horas.

Regularmente se acude a los familiares de los niños, situación que no siempre puede llevarse a cabo, ya que los familiares no siempre se encuentran disponibles para brindar su apoyo en este sentido, por lo que la posibilidad de requerir una guardería o centro de atención infantil aumenta considerablemente, sitios que además de dar los cuidados básicos en cuanto a salud o alimentación, proveen una estimulación de forma correcta de acuerdo a la edad del niño, favoreciendo así su proceso de socialización.

La guardería no únicamente contribuye con resolver el aspecto social de la incorporación de la mujer en el campo laboral, sino que además brinda una garantía a los padres sobre que su niño se encuentra seguro y que además está recibiendo nuevos conocimientos en ámbitos cotidianos de la vida; este centro de atención infantil inicia al niño en atender sus necesidades básicas, como la alimentación equilibrada, la higiene personal, vestimenta, control de esfínteres, entre otras (Paris, 2011).

Las ventajas y desventajas que poseen los centros de atención infantil son presentadas a continuación:

Ventajas

- El niño comenzará su etapa de socialización previo a su entrada al colegio, pudiendo este hacer nuevos amigos, comer a las horas indicadas y al final de las horas reencontrarse con su familia.
- Las instalaciones son seguras, brindando condiciones aptas en cuanto a higiene y seguridad física para los niños.
- Personal calificado y formado, cuya función principal es la de educar y vigilar a los niños para que no sufran accidentes durante su estancia en las instalaciones de la entidad.
- Los padres no deben preparar comidas para que sus hijos se alimenten en el centro de atención.
- Se realizan actividades variadas.
- La guardería no se cierra.
- Los padres pueden generar ingresos económicos sin descuidar la salud de sus hijos.

Desventajas

- Los niños corren el riesgo de enfermarse con mayor frecuencia al encontrarse rodeados de otros niños.

- En el caso de los bebés, se recomienda que los centros de atención infantil tengan experiencia en situaciones que pudiesen presentarse.
- Resulta complicado conseguir por parte de los padres guarderías públicas de calidad.
- Algunas guarderías pueden ser ruidosas, lo que para niños de más de dos años no es problema, pero si para uno de tres meses, edad en la cual la tranquilidad y la calma son muy importantes.
- En ocasiones los niños no tienen el suficiente desapego para asistir a una guardería, por lo que su estancia en esta puede volverse una situación incómoda para ellos y para los demás niños (TopNanny, 2015).

2.2.2. Centros Infantiles del Buen Vivir

Los Centros Infantiles del Buen Vivir o también conocidos como CIBV son una estrategia desarrollada por el Ministerio de Inclusión Económica para garantizar en todo momento el desarrollo integral de los niños y niñas del Ecuador, esto por medio de una buena nutrición y estimulación temprana.

Es un servicio gratuito para las familias de escasos recursos económicos o para las madres y padres de familia que debido a sus distintas ocupaciones no se encuentran en la capacidad de atender a sus hijos de manera idónea; estos centros cumplen diferentes estándares de calidad como un ambiente educativo y protector, una infraestructura adecuada, educadoras altamente capacitadas con una formación continua y una alta profesionalización, además de brindar alimentación nutricional y salud preventiva e higiene (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015).

Los objetivos que persiguen los Centros Integrales del Buen Vivir son los presentados a continuación:

- Satisfacer las necesidades nutricionales

- Mantener y/o mejorar el estado nutricional
- Promover a la economía popular y solidaria
- Incrementar la seguridad que se da en los centros de cuidado infantil
- Fomentar prácticas alimentarias basadas en la calidad.

En el país existen los Centros Infantiles del Buen Vivir presentan los siguientes

datos en cuanto a cobertura y unidades:

Tabla 1.
Datos de los CIBV

DATOS DE LOS CIBV	
UNIDADES	COBERTURA
64 CIBV de atención directa	4,711 niños y niñas atendidos por CIBV de manera directa
2,290 CIBV por medio de convenios	101,211 niños y niñas atendidos por CIBV por medio de convenios

Los Centros Infantiles del Buen Vivir poseen un total de 2.354, los cuales brindan atención de manera directa y por medio de convenios, obtenido de (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015).

Los Centros Infantiles del Buen Vivir se basan en el desarrollo infantil integral, el cual posee los siguientes aspectos:

- Crecimiento, maduración y desarrollo de las capacidades de niños y niñas.
- Impartir distintos conocimientos dentro de un entorno familiar, social, educativo y comunitario.
- Busca satisfacer las necesidades afectivo-emocionales, así como culturales.

En el Ecuador la implementación de CIBV ha ido en aumento durante los últimos años, para lo cual se muestra el índice de incremento que se ha dado en el año 2014 según el Ministerio de Inclusión económica y Social (2015), cifras que han pasado de 21 centros en junio a 98 al finalizar el año.



Figura 1. Implementación de CIBV directos y bajo convenios
Desde junio a diciembre del 2014 la implementación de Centros Infantiles del Buen Vivir ha ido en constante aumento, obtenido de (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015).

Mientras que en la figura anterior se pueden apreciar los principales logros de los centros Infantiles del Buen Vivir:

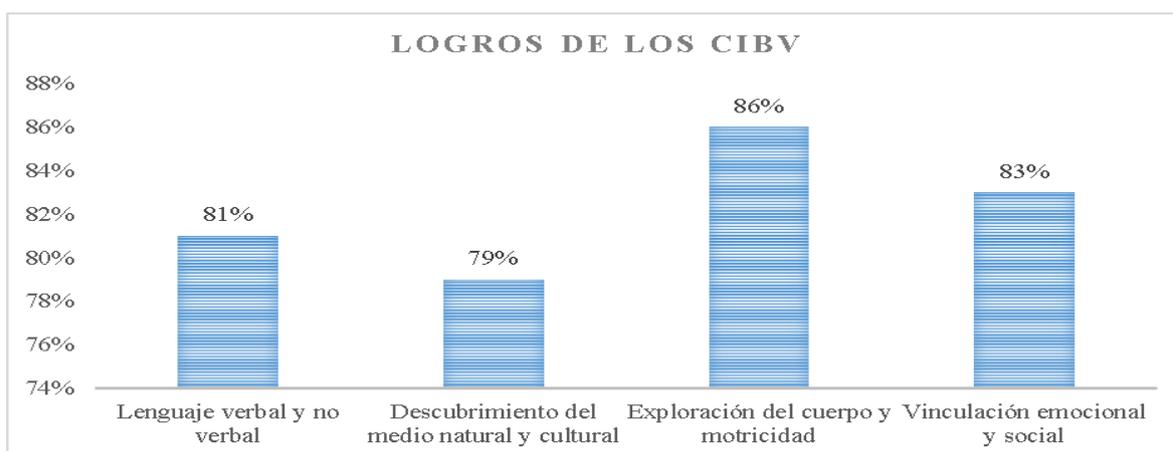


Figura 2. Logros de los CIBV
Se pueden evidenciar los altos porcentajes de incremento en varias áreas de los niños que acuden a los CIBV, obtenido de (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015).

El 86% de los niños han mejorado su área de exploración del cuerpo y motricidad, mientras que el 83% ha visto un incremento en lo referente a su forma en que se vincula emocional y socialmente, las áreas de lenguaje verbal y no verbal, así como de descubrimiento del medio natural y cultural presentaron mejoras del 81% y 79% en cada uno de los casos (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015).

2.2.3. El plan de negocios

El Plan de Negocios es una herramienta que se fundamenta en la creación de un documento detallado y ordenado que permite describir la trayectoria operacional y financiera que un negocio que se desea emprender, siendo un proyecto dinámico que permite describir la forma en que se operará y desarrollará el negocio deseado durante un periodo de tiempo que se haya establecido con anterioridad. El plan de negocio se convierte en una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como un punto de partida para un desarrollo en el campo empresarial, este se efectúa mayormente por personas en el campo del emprendimiento con el fin de plasmar ideas, indicando objetivos que posteriormente se alcance y las estrategias que deben desarrollarse.

La importancia del Plan de Negocios se basa en que es muy útil para inversionistas y administradores de un negocio, ya que pueden comprender en gran medida a la empresa, así como la clase de productos o servicios que se ofrece al mercado. El objetivo principal de un Plan de Negocios es la consecución de que las acciones para un adecuado desarrollo de actividades, logrando que sean más fáciles para su realización (Berry, 2012). Para elaborar un Plan de Negocios no se dispone de una estructura definida, sino que esta puede adoptar la forma que el emprendedor considere más conveniente de acuerdo a las necesidades y objetivos que se desean alcanzar, pero es necesario que siempre exista un orden y que sea un documento altamente entendible para toda persona que lo lea y que tenga alguna injerencia en el negocio.

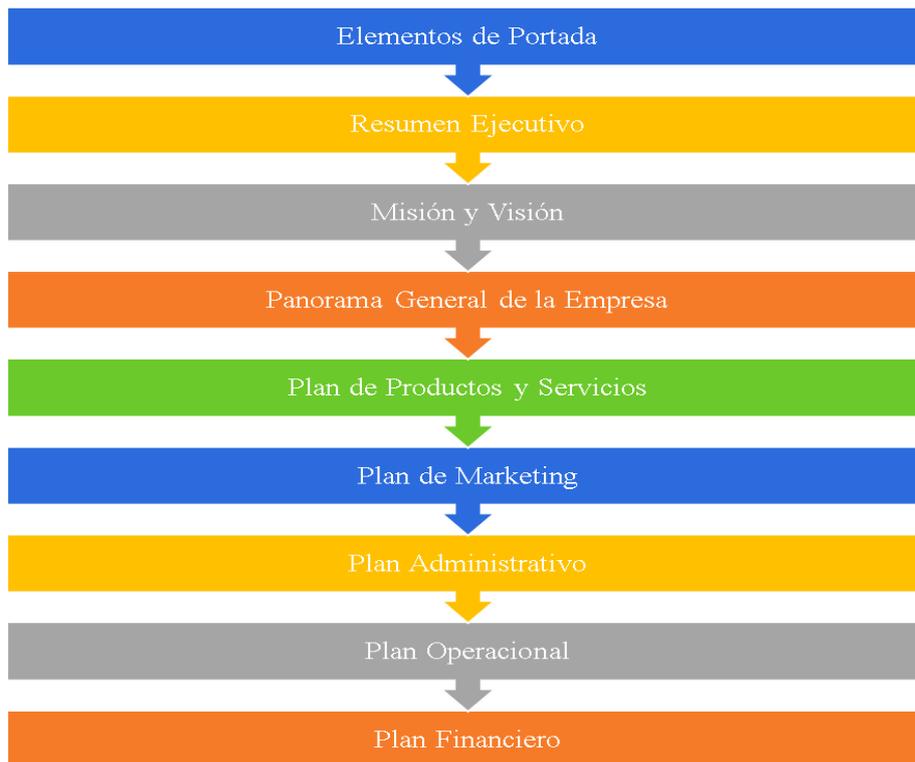


Figura 3. Modelo de Plan de Negocios

Un modelo de Plan de Negocios posee varios pasos, los cuales van desde aspectos para crear una empresa, establecer sus objetivos y desarrollar el negocio, obtenido de (Berry, 2012).

Es de gran importancia que se indique que los Planes de Negocios se consideren como elementos de una trascendental importancia para el campo emprendedor, ya que permite que nuevos negocios se creen de manera correcta, pero también es importante para empresas establecidas, ya que pueden mejorarlas y lograr una expansión hacia nuevos mercados (Hernández, 2010).

2.2.4. El Análisis PEST

El análisis PEST puede considerarse como una herramienta de gran importancia y utilidad para realizar estudios estratégicos que sirvan para definir el contexto en el que una empresa desea desarrollarse o ya se encuentra funcionando, esto debido a que cuenta con las características para efectuar estudios de factores externos, así como medir el nivel de influencia que tienen en el normal desempeño de una organización. Es un análisis necesario para identificar todos los aspectos que se requieren para validar la realización de

un Plan de Negocios propuesto previamente (Sanjuan, 2011). Los aspectos que se toman en consideración dentro de un análisis PEST son los presentados a continuación:

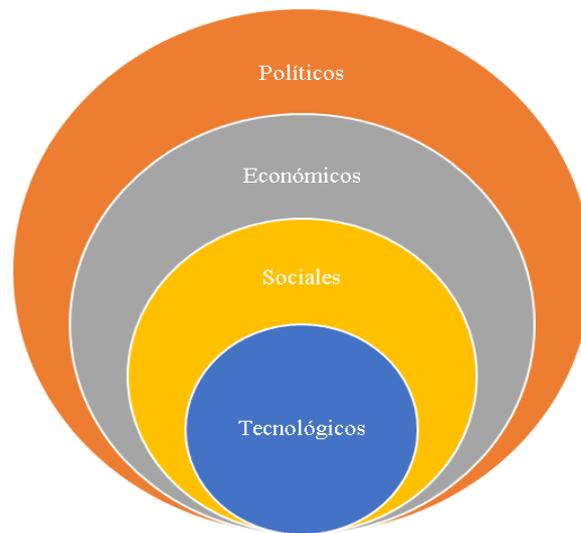


Figura 4. Elementos del Análisis PEST

El Análisis Pest posee elementos que abarcan la totalidad de los aspectos que pueden influir en un negocio desde varios enfoques, obtenido de (Jiménez, 2014).

- **Políticos:** Son todas las características que posee una nación en lo que respecta a su clase política y que podrían en algún grado afectar negativa o positivamente al desarrollo normal de un negocio, para esto se consideran factores como las políticas fiscales, las políticas gubernamentales y los cambios que se dan y se podrían dar por parte de un gobierno.
- **Económicos:** Son aquellos factores necesarios para considerar, estudiar y analizar las cuestiones de tipo económicas que se presentan en un mercado, así como de prever aquellas que en un futuro se podría dar. Las variables que se analizan mayormente son los ciclos económicos, la inflación, tasas de interés, tasa de desempleo, el tipo de cambio y las políticas de índole económica de un gobierno, así como la totalidad de los factores macroeconómicos que se presentan en una nación.
- **Sociales:** Se toma en consideración los elementos que posee una sociedad y que de una u otra forma generarían una influencia para el consumo de un producto o servicio que se ofrece por parte de la empresa que se pretende desarrollar o que ya

se encuentra activa; esto permite que se identifiquen las distintas preferencias de los potenciales consumidores de lo ofertado por la organización.

- **Tecnológicos:** Son los factores que sirven para definir la forma en que una nación desarrolla sus procesos tecnológicos en general, así como los diferentes procesos tecnológicos que se encuentran asociados con el giro de negocio de la empresa a desarrollar. También se analiza la manera en la que se da la inversión en el campo tecnológico, así como la posibilidad de que nuevas tecnologías sean aplicadas debido al impulso por parte de un gobierno y así mejorar su nivel en el área tecnológica (Jiménez, 2014).

2.2.5. Estudio de mercado.

El Estudio de mercado es el proceso de planificar, recabar, analizar y comunicar información relevante sobre el tamaño, poder adquisitivo de consumidores, disponibilidad de distribuidores y perfiles del consumidor con la finalidad de contribuir a los responsables del área de marketing para la toma adecuada de decisiones y así controlar las diferentes acciones de marketing en un situación de mercado particular (Kotler, Bloom, & Hayes, 2013). Los estudios de mercado pueden ser de dos tipos:

- **Estudios cuantitativos:** Son útiles para medir y numerar información, este tipo de estudios permite definir cantidades de individuos que compran o prefieren un producto o servicio, así como la frecuencia de compra que poseen; inclusive se pueden dar estudios sobre actitud y motivación, esto es posible cuando se investiga el porcentaje de personas que asumen cierta actitud frente a una situación o problema particular dentro e un contexto. Son estudios que se basan principalmente en una muestra aleatoria, cuyos resultados pueden proyectarse a una población más amplia, lo cual es posible por medio de la realización de encuestas.

- **Estudios cualitativos:** Se emplean al iniciar un proyecto, en el momento en que se desconoce mucho acerca del tema de estudio; se emplean entrevistas detalladas e individuales, así como debates con pequeños grupos, lo que permite analizar los diferentes puntos de vista, así como la actitud de las personas de manera menos estructurada, pudiendo así permitir que los encuestados se puedan expresar en sus propios términos. Los datos resultantes de los métodos cualitativos se pueden considerar como fascinantes y ricos, pudiendo servir como hipótesis para empezar nuevas investigaciones; regularmente son de naturaleza exploratoria y no pueden proyectarse a poblaciones más amplias, ya que fueron elaborados de manera específica para las características de grupos objetivos.

De acuerdo a Geoffrey (2003) el proceso del estudio de mercado posee cuatro etapas básicas, las cuales son presentadas a continuación:

1. **Establecer los objetivos de estudio y definir el problema:** En este primer paso es necesario que se definan cada uno de los objetivos, los cuales deben estar basados en el problema central.
2. **Realización de una investigación exploratoria:** Previo a la realización de un estudio formal, los investigadores deben desarrollar estudios secundarios, los cuales observen conductas y se realicen entrevistas informales a distintos grupos para lograr una mejor comprensión de la situación de estudio.
3. **Búsqueda de información primaria:** Se efectúa de las siguientes formas:
 - Investigación basada en la observación
 - Entrevista grupal
 - Investigación experimental
 - Investigación basada en encuestas
 - Entrevistas cualitativas

- 4. Análisis de datos y presentación de un informe:** En esta etapa final se debe desarrollar una información específica, extrayendo conclusiones significativas para así presentar al responsable de las decisiones de mayor importancia.

2.2.6. Análisis FODA

La Matriz FODA se constituye como una herramienta útil para evaluar el ambiente interno y externo de una organización, pudiendo así definir los distintos aspectos que se relacionan con la manera en la que esta debe prepararse para así afrontar los cambios que se lleguen a presentar en el entorno, haciendo uso esta de sus fortalezas para superar sus debilidades (Báez & Cerrato, 2017). Dentro de un plan de negocios es necesario que se lleve a cabo un Análisis FODA, ya que al conocer los factores propios de la empresa, así como aquellos que se encuentran en su entorno, entonces se podrá desarrollar está a largo plazo conforme a una adecuada administración estratégica, así como en todo lo inherente al campo empresarial (Robbins & Coulter, 2009).

Conforme a lo indicado previamente, se puede evidenciar que la importancia del Análisis FODA yace en definir las principales herramientas de una empresa para superar conflictos con sus competidores, así como aprovechar las oportunidades del mercado para no verse tan afectados por las debilidades. De acuerdo a Espinosa (2013), el análisis FODA cuenta con cuatro aspectos fundamentales, los cuales son los siguientes:

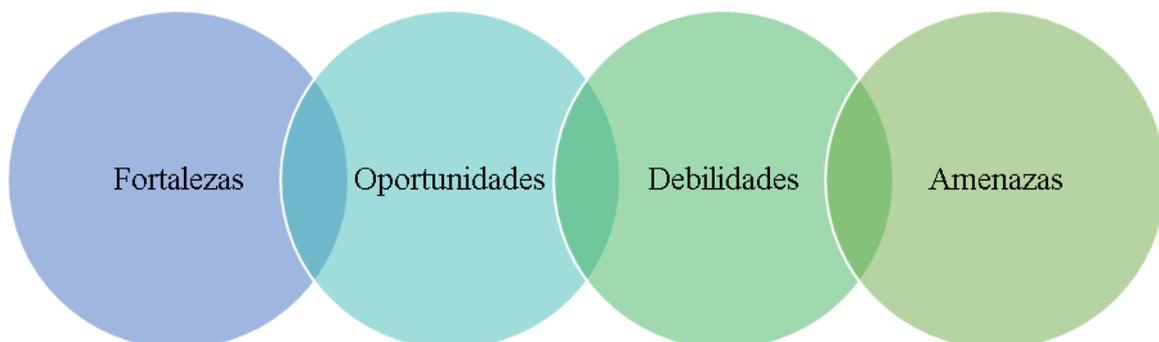


Figura 5. Elementos del Análisis FODA

Los factores internos y externos son los que se analizan por medio de un análisis FODA, obtenido de Espinosa, 2013.

- **Fortalezas:** Son los aspectos que permiten a la organización mantenerse firme en una posición, debiendo empleárselas para así lograr mejorar la ubicación en la mente del consumidor.
- **Oportunidades:** Son todos los aspectos que se encuentran dentro de un mercado y que se pueden aprovechar por parte de una organización por medio de las fortalezas con las que cuenta.
- **Debilidades:** Son los puntos considerados como débiles que tiene una entidad y que pueden verse mejorados con el objetivo de evitar que la organización pierda posición en el mercado.
- **Amenazas:** Son las situaciones que de llegar a presentarse generarían distintas clases de problemas para la empresa.

2.2.7. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Michael Porter (1980) definió que para la creación de un negocio y su posterior desarrollo se requiere explotar una ventaja competitiva en particular, para que esto permita que la institución destaque en el Mercado, para lo cual es necesario estudiar varios factores, los cuales no únicamente se encuentran dentro de la organización, sino mayormente colocando el enfoque en la competencia, así como en las condiciones del mercado de acuerdo a políticas o normas establecidas por un gobierno. Es así, que en la presente figura se muestran los 5 participantes de las Fuerzas de Porter, los cuales pueden afectar a una empresa al momento de desear ingresar a un mercado o mantenerse dentro de este:

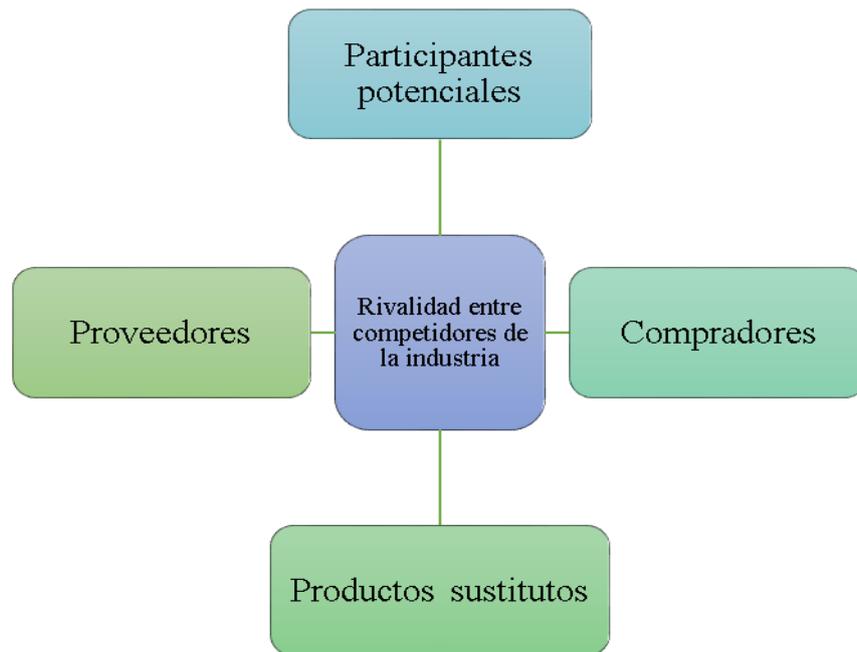


Figura 6. Las 5 Fuerzas de Porter

Los clientes y proveedores, así como las barreras del Mercado y los competidores definen el atractivo de un sector para ingresar a este, obtenido de (Porter 1980).

Como puede observarse, existe una relación entre las fuerzas que se encuentran en la parte externa de la figura, las cuales generan una quinta, la cual se llama “rivalidad entre los competidores”, siendo esta la que determina el potencial beneficio que un mercado puede dar a la empresa que se planea crear, mientras que el nivel que posean las fuerzas dominantes brinda la posibilidad de definir el potencial que existe en cuanto a competitividad que se da en un mercado (Porter 1980).

Lo mencionado se traduce en el nivel de atractivo que posee un mercado y así determinar si una empresa debe o no acceder a este en condiciones favorables que le permitan a esta obtener réditos económicos que posteriormente se traduzcan en el fortalecimiento de la entidad dentro de un mercado (Porter 1980). A continuación, se presentan cada una de las fuerzas competitivas que se dan dentro de este análisis:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Es el nivel de dificultad que posee un mercado para que nuevos participantes puedan ingresar a él, lo que se traduce en las barreras de ingreso con las que cuenta un sector, siendo así, que si

estas son difíciles de superar, las empresas ya establecidas se encontrarán en una posición favorable en relación a los nuevos participantes (Porter 1980).

- **Poder de negociación de los compradores:** Se mide por medio de la manera en que los compradores de un determinado bien o servicio se encuentran organizados, puesto que, si se llegan a encontrar en un alto nivel organizativo, entonces podrían contar con una ventaja al momento de negociar los precios con la empresa (Porter 1980).
- **Poder de negociación de los proveedores:** De presentarse el caso de que los proveedores de un bien indispensable para brindar el servicio o producto que la empresa desea, entonces sería complicado negociar con estos y se pagarían valores mayores, afectando el precio final al público (Porter 1980).
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** En caso de que en un mercado existan varios productos sustitutos o una gran posibilidad de que ingresen al mercado, entonces el mercado será menos atractivo y podría suponer una pérdida de clientes para las empresas del sector (Porter 1980).
- **Rivalidad entre competidores:** Cuando en un mercado existen varios competidores ya posicionados de manera adecuada o una gran cantidad de empresas, así como un mercado de costos fijos elevados, entonces se puede catalogar al mercado como altamente competitivo para lograr ingresar al mismo. Situación que generalmente acarrea una guerra de precios en la cual las nuevas empresas son las que se ven mayormente afectadas (Porter 1980).

2.3. Marco Contextual

El sector del kilómetro 15 de la vía a Daule cuenta con varias empresas que poseen una gran cantidad de empleados. Esto se traduce en una potencial cifra de padres de familia, los cuales verían con agrado la presencia de negocios enfocados a ellos. Es

entonces que se podría tomar en consideración únicamente a las empresas con una considerable cercanía geográfica. Es por esto que se ha tomado en consideración a las siguientes:

- Inproel
- Cervecería Nacional
- Pinturas Unidas
- Aje Ecuador
- Centro de distribución Pronaca
- Colgate Palmolive
- Industrias Alimenticias Ecuatorianas

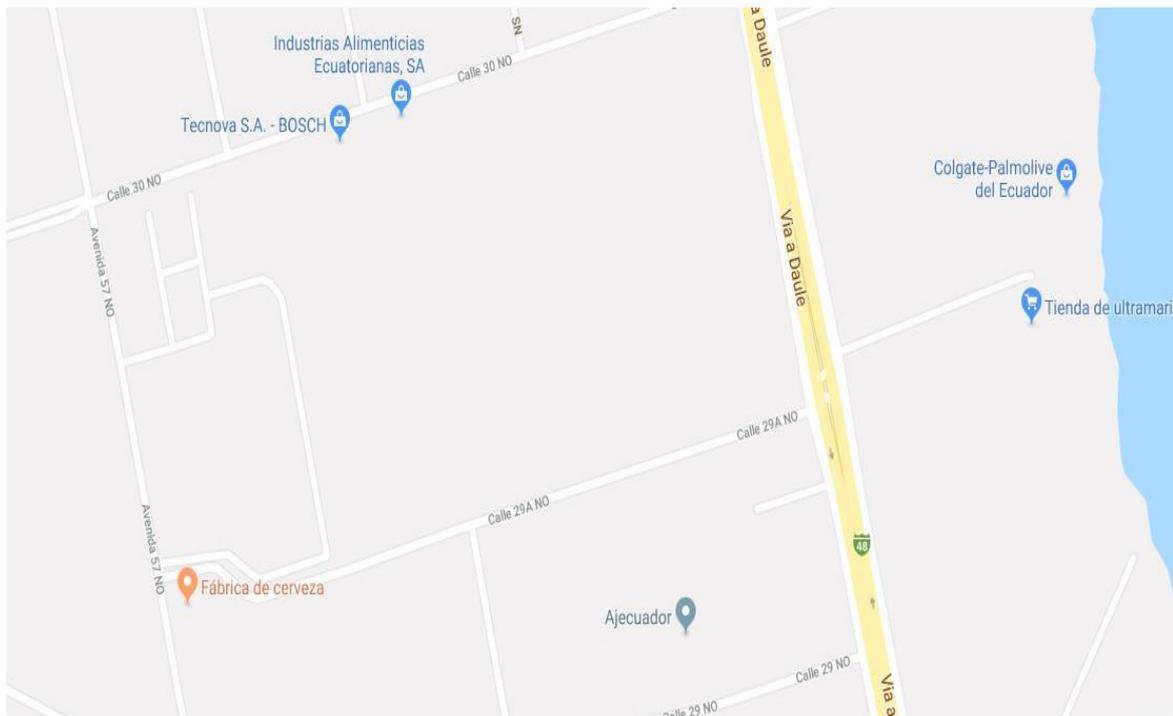


Figura 7. Ubicación Km. 1.5 vía a Daule

Las empresas de este sector son principalmente manufactureras, obtenido de (Google Maps, 2017)

El crecimiento de Guayaquil en esta y otras zonas como los cantones vecinos de Samborondón, Durán y vía a Salitre se ha dado debido a tres factores principales, los cuales son:

- Falta de oferta de conjuntos habitacionales en la zona central de la ciudad
- Inseguridad en los sectores más populares y tradicionales de la ciudad.
- Dificultad para acceder a créditos hipotecarios para la adquisición de viviendas en urbanizaciones en sectores considerados como exclusivos.

2.4. Marco Legal

2.4.1. Instituciones que regulan a los centros de atención infantil

En el país, los Centros de Desarrollo Infantil (CDI) o Centros de Atención Infantil, deben ser regulados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), así como el Instituto de la Niñez y la Familia (INFA). Dichas instituciones son las encargadas de realizar operativos de notificación para el cierre temporal o acreditación, dependiendo de la documentación pertinente que legalice su funcionamiento. La medida se basa en la resolución administrativa 40 de la Constitución Política de la República del Ecuador, la cual autoriza al MIES-INFA a emitir permisos y proceder al cierre de los CDI cuando no cumplan el reglamento. Para abrir uno de esas entidades se debe cumplir con las normas básicas: de espacio técnico, personal capacitado -cuya cantidad dependerá del número de niños- y un programa curricular. Debido a que el MIES-INFA se demora cerca de cuatro meses en emitir el permiso de funcionamiento, a los CDI se les entregará un acta provisional que señalará que el proceso está en trámite hasta que obtengan la definitiva (El Telégrafo, 2011).

2.4.2. Código de trabajo – artículo 156

De acuerdo con el reglamento para la aplicación del artículo 156 del Código de Trabajo, establece que: El servicio de Guardería Infantil que deben brindar las empresas permanentes en que trabajen 50 o más trabajadoras, tiene como finalidad proteger a la madre trabajadora que tiene hijos bajo su cuidado, a fin de que pueda cumplir sus tareas, de forma idónea, sin descuidar sus obligaciones familiares de crianza de sus descendientes.

Cada guardería tendrá dos Secciones: a) la sala maternal o de lactancia, en la que se atenderá a infantes desde las seis semanas hasta el año de edad, y a la cual se permitirá el ingreso de las madres durante los horarios de lactancia; y, b) la sala de guardería en la que se atenderá a los infantes mayores de un año hasta los siete años, y en la cual no se permitirá el ingreso de los padres de familia durante el horario de funcionamiento. Los locales en que funcionen las guarderías deberán contar con áreas para descanso, salas de juego, comedor, baños, espacios verdes con juegos infantiles, área administrativa y de servicio social, adecuada al número y edades de los menores que deben ser atendidos en dicho establecimiento. El empleador podrá también cumplir su obligación contratando ese servicio con Guarderías Estatales o Privadas de la localidad, cuyo funcionamiento esté legalmente autorizado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (Asamblea Nacional, 2016).

2.4.3. Economía Popular y solidaria

El Art. 1 de la ley de economía popular y solidaria (2011) establece “que este sistema de gestión asocia a todos aquellos que conforman el sector popular de forma individual o colectiva, donde sus integrantes producen, intercambian, comercializan y financian bienes o servicios para suplir las necesidades del pueblo” (p.6) afianzando una relación de solidaridad, colaboración y equidad. De esta manera la ley de economía popular y solidaria respalda el desarrollo de los procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para suplir las necesidades del pueblo y generar ingresos, todo esto basado en una relación con el cliente de protección, cooperación y justicia priorizando el talento humano por encima de la riqueza y utilidad. A continuación se detallan los principales objetivos de esta ley basados en el Art. 3 del mismo:

- Identificar, promover y dinamizar la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en la práctica de sus funciones y su nexo con los actores de la sociedad públicos y privados.
- Estimular las actividades de la economía popular y solidaria que se ejecutan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades con la finalidad de obtener el buen vivir.
- Implementar una estructura jurídica para todos aquellos que deban someterse a la estructura económica popular y solidaria
- Impulsar un sistema de derecho que establezca las responsabilidades y favores de las entidades que responden a esta ley.
- Instaurar la institucionalidad pública de la ley por medio de su dirección ordenanza y derecho que la avala.

En el mismo sentido, el Art. 4 detalla los fundamentos básicos de la ley, a la que tanto personas naturales como jurídicas deben sujetarse:

- Desarrollo de las potencialidades del trabajador con la finalidad de obtener el buen vivir y el bien común
- La preferencia del trabajo sobre el lucro y de los fines colectivos por encima de los individuales
- Negociaciones ecuanímes, bajo lineamientos morales comprometidos con la solidaridad y justicia.
- Igualdad de género
- El reconocimiento y consideración a la identidad cultural
- La autogestión
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas

- La repartición ecuánime y responsable de la abundancia (Asamblea Nacional, 2011).

2.4.4. Ley Orgánica de Educación Superior

En lo que concierne a la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) en su artículo 12, establece que son principios del sistema, promover la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencia, tecnología, la técnica y la cultura. En este mismo sentido, el literal c del artículo 12, propone la formación de académicos, científicos y profesionales responsables, éticos y solidarios, comprometidos con la sociedad, debidamente preparados para que sean capaces de generar y aplicar sus conocimientos y métodos científicos, así como la creación y promoción cultural y artística.

Bajo este contexto, los párvulos que laborarán en el centro de atención infantil, podrán poner en práctica sus conocimientos adquiridos durante su carrera universitaria, tratando de articular el conocimiento académico con el práctico, a fin de permitirle desarrollar nuevas metodologías de trabajo, mientras están cuidando a los niños (Asamblea Nacional, 2010).

2.4.5. Código de la Niñez y Adolescencia

De acuerdo con el artículo 48 de este Código, los niños tienen derecho a la recreación, al descanso, al juego, al deporte y más actividades propias de cada etapa evolutiva. Es obligación del Estado y de los gobiernos seccionales promocionar e inculcar en la niñez y adolescencia, la práctica de juegos tradicionales; crear y mantener espacios e instalaciones seguras y accesibles, así como programas y espectáculos públicos adecuados, seguros y gratuitos para el ejercicio de este derecho. Los establecimientos educativos, así como aquellos encargados del cuidado de los niños, deberán contar con áreas deportivas, recreativas, artísticas y culturales, y destinar los recursos presupuestarios suficientes para desarrollar estas actividades (Congreso Nacional, 2003).

Capítulo 3

3.1. Diseño de investigación

Se empleó la investigación descriptiva, misma que permite determinar las diferentes características que posee una población en particular, las cuales determinan el comportamiento, proceder o los distintos hábitos que poseen y desarrollan diariamente, lo que a la postre permite definir el perfil con el que cuentan y así realizar una adecuada toma de decisiones, siendo estas las más acertadas (Meyer & Dalen, 2006).

Este tipo de investigación tiene una gran importancia para realizar investigaciones en mercados o poblaciones de las cuales se desconocen muchos aspectos, generando información final para la elaboración de conclusiones. La investigación descriptiva en conjunto que métodos como el inductivo o el deductivo logran analizar de manera correcta un tema ampliamente desconocido.

Finalmente, este tipo de estudio cuenta con un proceso que inicia en la identificación del problema que se plantea tratar, para posteriormente dar paso a la creación y desarrollo de una hipótesis, posteriormente se efectúa una recolección de datos mediante distintos instrumentos para este fin y así al finalizar el proceso, se pueden elaborar teorías basadas en la verificación de los datos que se hayan recabado en primera instancia. Es así, que este tipo de investigación dentro del presente contexto permite conocer la forma de proceder de los habitantes que realizan distintas actividades en el sector del kilómetro 15 de la vía a Daule.

3.2. Métodos de investigación

Mientras que en lo relacionado a los métodos de investigación, fueron dos los seleccionados, ya que poseen características diferentes que en conjunto permiten comprender de mejor manera un problema en particular; a continuación se detallan cada uno de los métodos que fueron elegidos:

- **Método inductivo:** El método inductivo es de gran utilidad para a partir de la particularidad de los hechos para configurar conclusiones generales que a la postre se establecerán como fundamentos teóricos para futuras investigaciones (Torres, 2006). Mientras que por medio de este método se pudo determinar el estado actual del sector en relación con la necesidad de la presencia del servicio ofrecido en la propuesta.
- **Método deductivo:** Este método brinda la posibilidad de por medio de la toma de conclusiones generales, generar explicaciones particulares, las cuales permiten definir un problema en específico (Torres, 2006). Es así, que por medio de este método se pudo definir la manera en que el mercado objetivo receptoría el servicio a ser proporcionado, es decir, las guarderías.

3.3. Instrumentos de recolección de información

Mientras que la técnica de recolección de datos es la encuesta, la cual tiene la función de recabar información precisa y clara de manera escrita u oral sobre una población en particular, así como preferencias sobre un determinado producto o servicio, pudiendo sumar o restar características para lograr que el nivel de aceptación sea mayor en beneficio de una propuesta determinada (Muñoz, 2010).

Las encuestas fueron aplicadas a las personas que realizan actividades dentro del sector denominado como kilómetro 15 de la vía a Daule, esto por medio de un formulario de preguntas cerradas.

3.4. Población y muestra

Para efectos del presente estudio, se entiende como población a un conjunto de individuos que tienen características similares y cuyas opiniones son pertinentes para cumplir con los objetivos de la investigación. Mientras que, la muestra constituye solo una porción que es lo suficientemente representativa para realizar el estudio. De esta forma, se

aplicó un muestro a través del cálculo estadístico de poblaciones finitas, tal como se describe a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Figura 8. Fórmula estadística para hallar la muestra de poblaciones finitas.

En donde:

- Z = es la desviación estándar que se obtiene según el nivel de confianza estimado. Para este análisis se utilizó 95% de nivel de confianza, ya que es el porcentaje estandarizado. Este valor se lo divide para dos, dando como resultado 0.475 el cual es revisado en la tabla de distribución “z” para definir la desviación estándar, que en este caso corresponde a 1.95.
- P y Q = son proporciones a favor y contra de la investigación. Normalmente se utiliza 50% y 50% para ambos casos, ya que una persona tiene dos probabilidades, es encuestada o no.
- N (mayúscula) = es la representación de la población estadística, la cual se define como 700 empleados localizados en la zona del kilómetro 15 de la vía a Daule.
- E = es el máximo error permitido. En este caso, corresponde a 5% ya que previamente se utilizó un nivel de confianza del 95%.
- n (minúscula) = Es el resultado del cálculo estadístico, es decir la muestra. De esta forma, luego de reemplazar los valores, se obtuvo que la muestra estadística más idónea debería ser 247 personas encuestadas.

n/c=	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
z=	1.95		
p=	50%		
q=	50%		
N=	700	n =	$\frac{(1.95)^2 (0.50) (0.50) (700)}{(700 - 1) (0.05)^2 + (1.95)^2 (0.50)(0.50)}$
e=	5%		
n=	?		
		n =	$\frac{665.44}{2.70}$
		n =	247

Figura 9. Cálculos estadísticos para hallar la muestra

3.5. Presentación de resultados

1. Qué actividad realiza en el kilómetro 15 de la vía a Daule?

Tabla 2.
Actividad que realiza

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja medio tiempo	29	12%
Trabaja por horas	13	5%
Trabaja tiempo completo	205	83%
Total general	247	100%

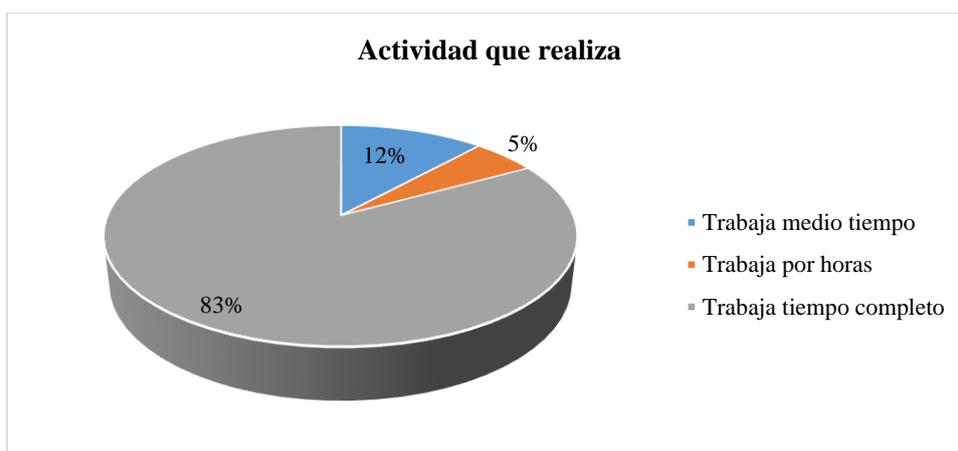


Figura 10. Actividad que realiza

El 83% de los encuestados trabaja a tiempo completo dentro de las distintas empresas de la zona, por lo que al tener hijos, estos estarían al menos 8 ocho horas sin su cuidado; el 12% trabaja a medio tiempo, esto quiere decir que alrededor de 4 horas la persona se

encuentra en su puesto de labores y el restante 5% trabaja por horas, siendo así que un día pueden estar 8 horas, mientras que otro día las horas podrían no superar las 4, por lo que requerirían que a sus hijos los cuiden por distintos periodos de tiempo a lo largo de la semana.

2. ¿Cuántos niños tiene hasta la edad de 12 años?

Tabla 3.
Niños que tienen los padres

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 niño (a)	56	23%
2 niños (a)	159	64%
3 niños (a)	14	6%
Más de 3 niños (a)	18	7%
Total general	247	100%

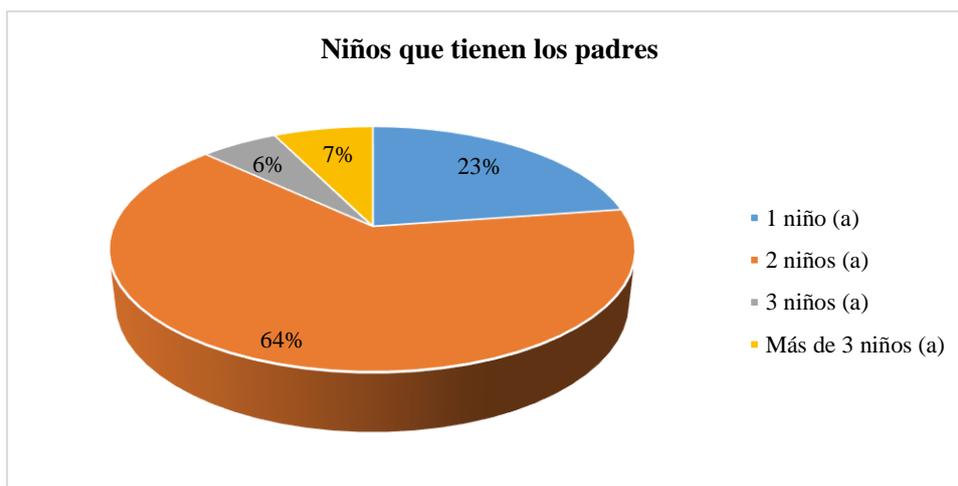


Figura 11. Niños que tienen los padres

El 64% de los padres de familia que laboran en el sector del kilómetro 15 de la vía a Daule posee dos niños, los cuales no superan los 12 años de edad, siendo así que este sería la cantidad principal a la cual la guardería estaría dirigida, pudiendo darse el caso de que dos hermanos estén dentro de las instalaciones, aunque en áreas diferentes debido a su edad; el 23% posee un solo hijo; mientras que el 7% y 6% respectivamente tienen a su cargo más de tres niños y tres niños respectivamente.

3. ¿Qué edad tienen sus hijos?

Tabla 4.
Edad de los niños

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 3 años	192	78%
Entre 10 y 12 años	15	6%
Entre 3 y 5 años	18	7%
Entre 5 y 10 años	21	9%
Menos de 1 años	1	0%
Total general	247	100%

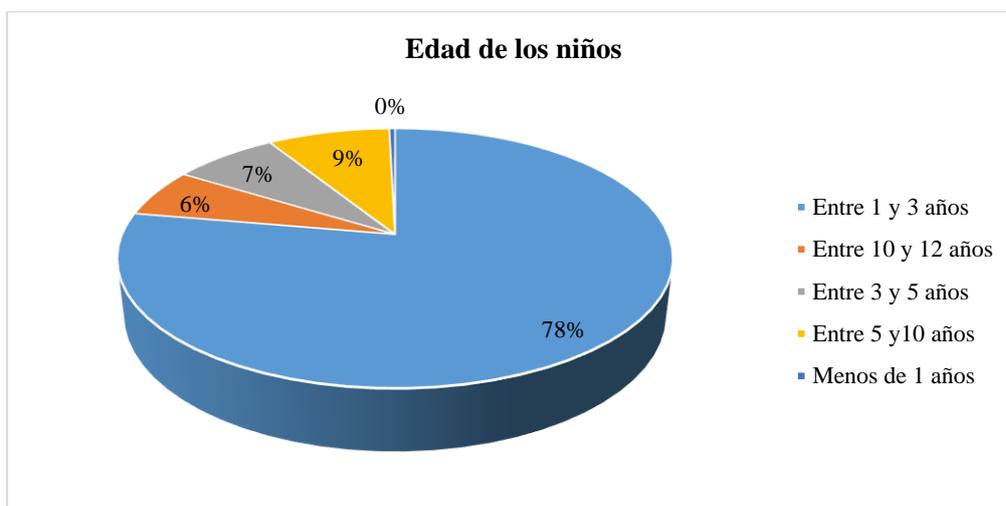


Figura 12. Edad de los niños

El rango de edad que se da en mayor medida es el de los niños que tienen entre 1 y 3 años, esto debido a que el 78% así lo ha manifestado, por lo que se debe poner mayor atención a este sector del mercado para definir actividades y una infraestructura que satisfaga sus necesidades; el 9% tiene niños que poseen edades entre los 5 y 10 años; el 7% cuenta con hijos de edades entre los 3 y 5 años y finalmente, el 6% de los padres encuestados tiene hijos de entre 10 y 12 años. Es importante que las instalaciones cubran las necesidades de todas las edades consultadas, esto ya que los niños crecerán y los padres los podrían mantener al cuidado de la guardería.

4. Actualmente sus hijos quedan al cuidado de:

Tabla 5.

Personas con las que quedan los niños

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Amistades	21	9%
Empleada	34	14%
Familiares	174	70%
Los lleva a donde va	18	7%
Total general	247	100%

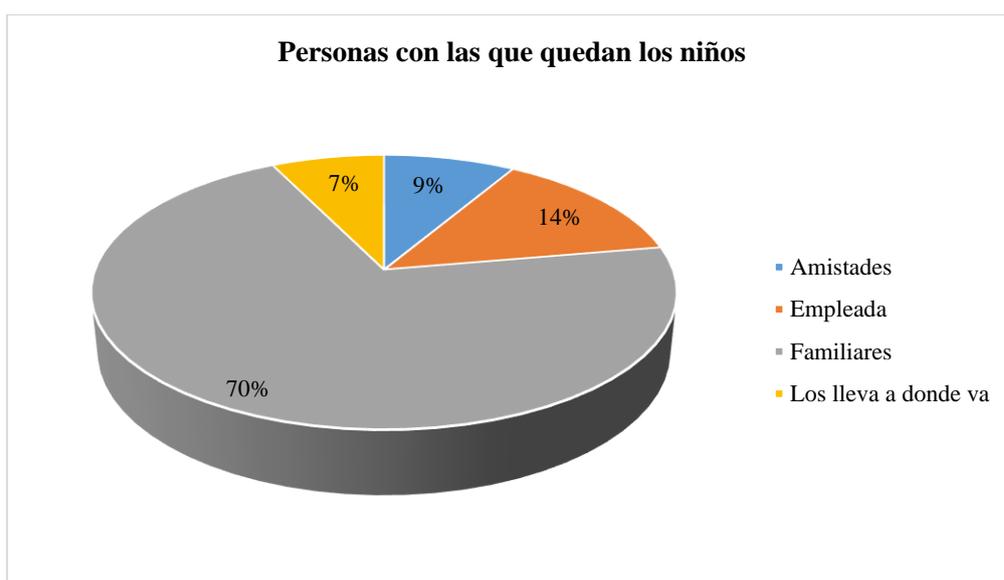


Figura 13. Personas con las que quedan los niños

Los padres actualmente, al no contar con una guardería en el sector han optado por dejar a sus hijos al cuidado de familiares, así se expresó el 70% de los padres encuestados; el 14% prefiere dejar a sus hijos al cuidado de sus empleadas domésticas; el 9% ha optado por dejar a sus hijos con amistades de confianza que pueden cuidar a sus hijos, ya que poseen niños de edades similares y finalmente, el 7% tiene la posibilidad de llevarlos a su trabajo, esto debido a que existen áreas informales en las cuales los niños pueden permanecer por algunas horas en las instalaciones.

5. ¿Conoce actualmente una guardería cercana a la zona del kilómetro 15 de la vía a Daule?

Tabla 6.
Conocimiento de otra guardería en el sector

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	247	100%
Total general	247	100%



Figura 14. Conocimiento de otra guardería en el sector

El resultado de esta pregunta es total, ya que el 100% de los encuestados ha indicado que desconoce si existe alguna guardería en el kilómetro 15 de la vía a Daule, motivo por el cual el mercado resulta abierto a la posibilidad de que un negocio de este tipo ingrese y se posicione rápidamente en la mente de los potenciales clientes, además de que hay una necesidad insatisfecha, la cual es el cuidado de los niños e los trabajadores de la zona.

6. ¿Qué tan de acuerdo estaría con la apertura de una guardería en el sector?

Tabla 7.

Opinión sobre apertura de una guardería en el sector

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	34	14%
Parcialmente de acuerdo	1	0%
Parcialmente en desacuerdo	1	0%
Totalmente de acuerdo	210	85%
Totalmente en desacuerdo	1	0%
Total general	247	100%

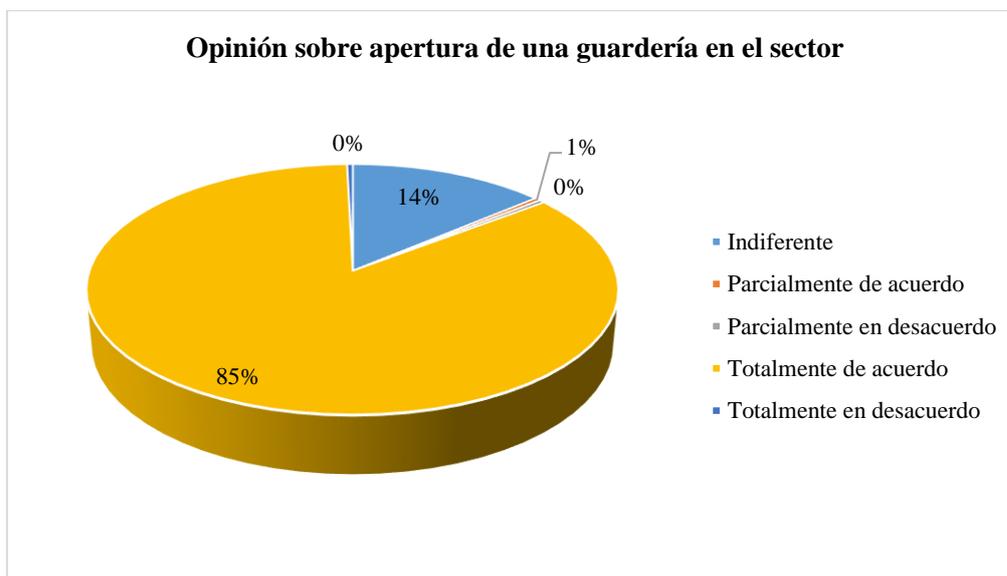


Figura 15. Opinión sobre apertura de una guardería en el sector

En la relación con la pregunta anterior, el 85% estará totalmente de acuerdo de que exista una guardería en la zona del kilómetro 15 de la vía a Daule, el 14% se indiferente, siendo este porcentaje el de aquellas personas que prefieren dejar a sus hijos al cuidado de familiares, amigos o asistentes domésticas debido a diferentes aspectos como el económico o por la confianza. Estos porcentajes muestran lo receptivo que se encuentra este mercado actualmente para este tipo de negocios.

7. ¿Usted confiaría en una guardería privada?

Tabla 8.
Nivel de confianza en una guardería

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	154	62%
De acuerdo	59	24%
Indiferente	34	14%
Parcialmente en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total general	247	100%

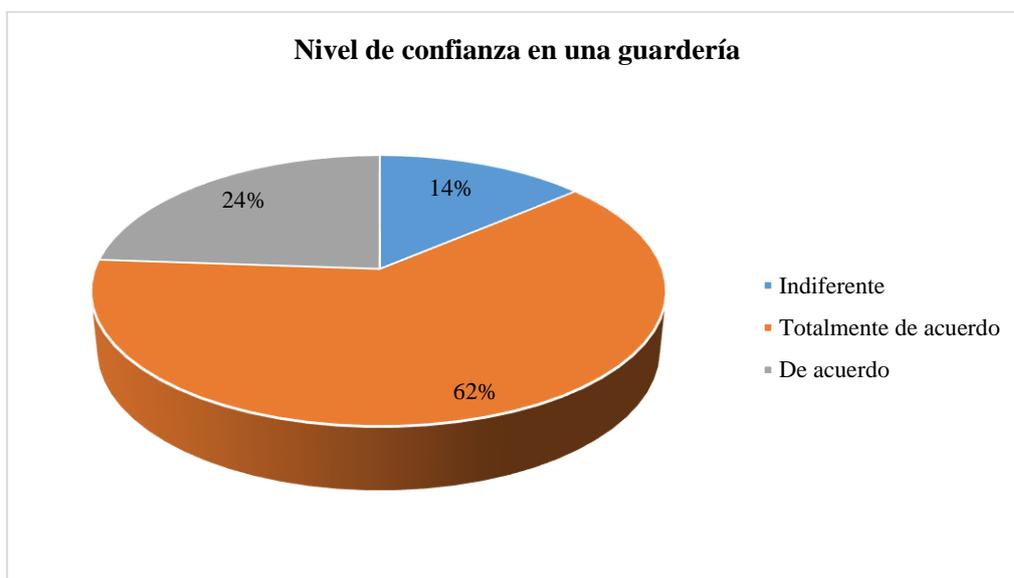


Figura 16. Nivel de confianza en una guardería

El nivel de confianza de las personas en una guardería privada es del 62%, puesto que así lo ha manifestado la mayor parte de los encuestados, indicando que está totalmente de acuerdo; el 24% está de acuerdo y únicamente el 14% se ha mostrado indiferente; los porcentajes resultantes de la pregunta realizada muestran que la idea de negocio es atractiva para el mercado objetivo de la propuesta.

8. ¿Qué características desearía que la guardería posea?

Tabla 9.

Características deseadas en la guardería

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Áreas para varias edades	20	8%
Desarrollo de actividades complementarias para los niños	211	85%
Espacios amplios	1	0%
Facilidades de pago	15	6%
Total general	247	100%

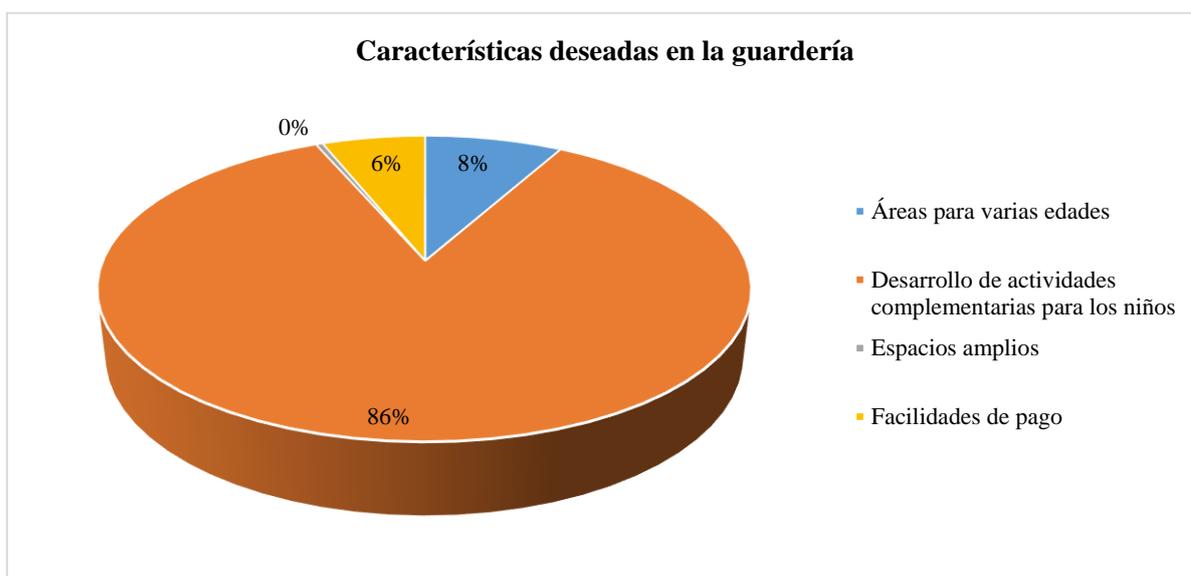


Figura 17. Características deseadas en la guardería

La principal característica que los padres de familia desean que la guardería cuente para así dejar a sus hijos al cuidado de los profesionales de esta es que se desarrollen actividades complementarias a las que se hacen en los centros educativos o aquellas pedagógicas según su edad, así lo indicó el 86% de los encuestados; el 8% desea que se dividan las áreas por edades y el restante 6% quisiera que existiesen facilidades de pago que se adapten a sus capacidades en cuanto a días de cobros.

9. Indique su nivel de ingresos mensuales:

Tabla 10.

Nivel de ingresos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 400 y 500 dólares	196	79%
Entre 500 y 700 dólares	34	14%
Más de 700 dólares	1	0%
Menos de un sueldo básico	16	6%
Total general	247	100%

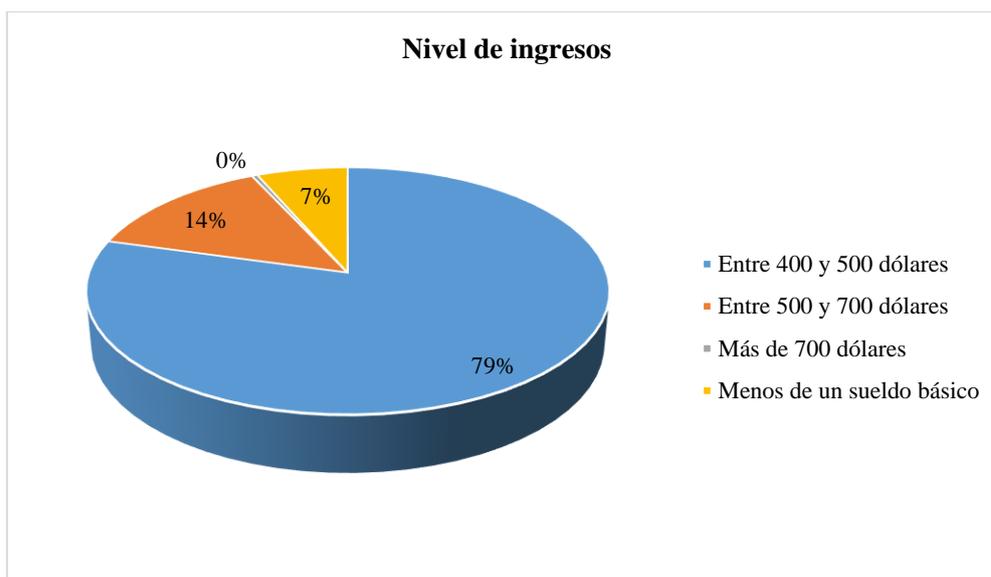


Figura 18. Nivel de ingresos

El 79% de los padres de familia posee ingresos mensuales entre los 400 y 500 dólares, lo cual es un rango no muy elevado en cuanto a capital para gastos; el 14% logra contar con sueldos entre los 500 y 700 dólares y el 7% restante no alcanza el valor de un sueldo básico; es importante mencionar que ninguno de los encuestados indicó que gana valores que superen los 700 dólares por mes. Es de esta forma que los valores con los que la guardería cuenta deben adaptarse a sueldos de entre 400 y 500 dólares.

10. Precio que estaría dispuesto a pagar sería:

Tabla 11.
Precio a pagar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De \$201 - \$250	160	65%
De \$251 - \$300	1	0%
Entre \$150 – \$200	71	29%
Más de 700 dólares	15	6%
Total general	247	100%

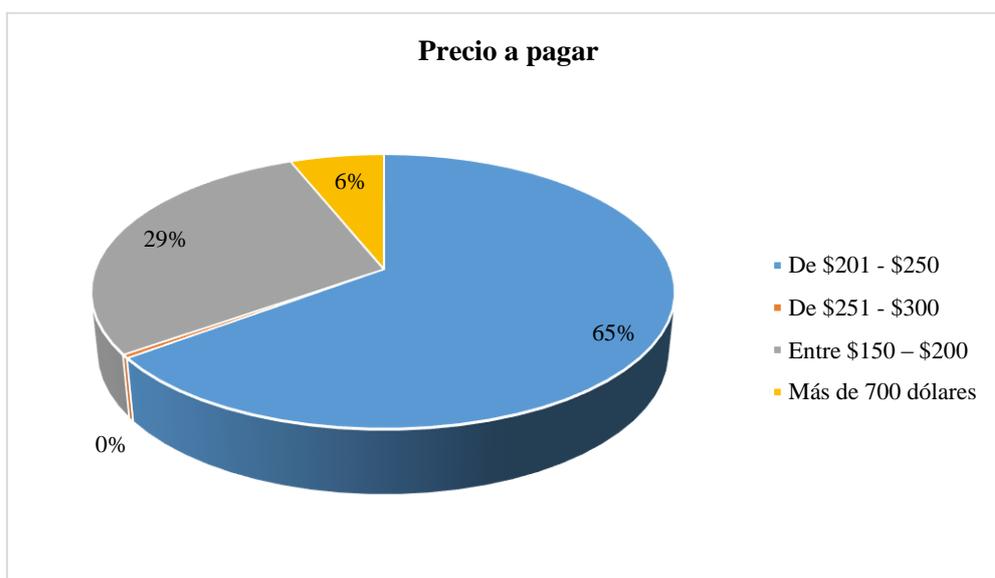


Figura 19. Precio a pagar

Es así que, en complemento con la interrogante anterior, la presente pregunta permite definir el precio que los padres estarían dispuestos a pagar por un servicio de 5 días a la semana por 1 mes, siendo con el 65% valores que oscilen entre los 201 y 250 dólares; el 29% quisiera pagar únicamente entre 150 y 200 dólares y el restante 6% entre 251 y 300 dólares, no existiendo selecciones para cancelar valores por encima de los 700 dólares, lo que es lógico, ya que ninguna persona encuestada gana estos valores.

11. ¿Por qué medios quisiera realizar sus pagos?

Tabla 12.

Medio para realizar pagos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Descuento a cuenta bancaria	34	14%
Descuento en rol de pago	25	10%
Pago en efectivo	188	76%
Total general	247	100%

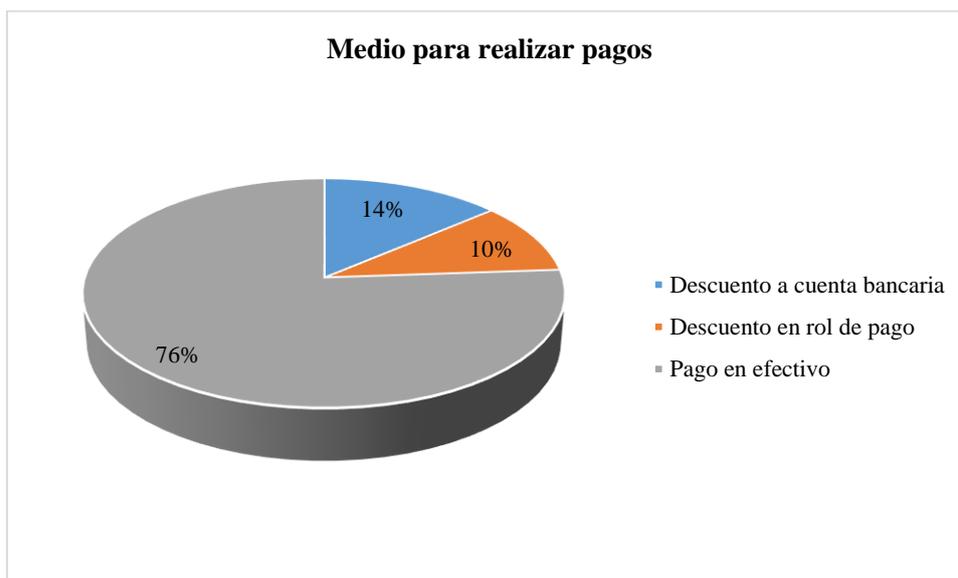


Figura 20. Medio para realizar pagos

El medio predilecto por medio del cual los padres de familia quisieran pagar por el servicio de la guardería es según el 76%, el pago en efectivo, esto ya que los encuestados consideran que les resulta más fácil de efectuar; el 14% preferiría inscribir una cuenta bancaria y que los cobros se hagan a esta, ya que cuentan con fondos para el pago de distintos servicios básicos y el 10% quisiera registrarlo en su empresa y que se debite directamente de su sueldo, evitando la responsabilidad de recordad realizar el pago.

3.6. Conclusiones

- El 85% de los encuestados se encuentra de acuerdo de que exista una guardería en el kilómetro 15 de la vía a Daule, esto debido a que poseen hijos y las soluciones para su cuidado son dejarlos al cuidado de familiares, amigos o para aquellos que

se encuentran en la posibilidad, bajo la responsabilidad de sus asistentes domésticas; esto muestra que el sector mencionado es un mercado a ser atendido y que hasta el momento no ha sido cubierto por otra empresa.

- En caso de que exista una guardería, los padres le dan una mayor importancia a que esta posea actividades que complementen el desarrollo de los niños de acuerdo a sus distintas edades, esto lo expresó el 86% de los padres de familia que fueron encuestados, mientras que el 8% desearía que las instalaciones cuenten con las facilidades para colocar a los niños en áreas separadas de acuerdo a rangos de edad.
- El precio que los padres de familia estarían dispuestos a cancelar por el servicio es de entre 201 y 250 dólares al mes en caso de que dejen a sus hijos en la guardería por alrededor de 8 horas durante los 5 días de la semana, lo cual fue expresado por el 65% de los encuestados.
- Mientras que el medio requerido para pagar por el servicio de guardería es “en efectivo”, lo cual fue seleccionado por el 76% de los padres de familia, siendo esto elegido porque los encuestados indicaron que se les facilitaría al extraer su dinero para ciertas labores cotidianas e irlo a pagar cuando dejen a sus hijos los primeros días de cada mes.

Capítulo 4

4.1. Descripción del negocio

El negocio por desarrollar es un centro de atención infantil para niños de entre 0 y 5 años de edad, los cuales serían los hijos de los trabajadores de las empresas del sector del kilómetro 15 de la vía a Daule de la ciudad de Guayaquil, brindándoles una solución al momento de mantener a sus niños al cuidado de personas capaces mientras deben llevar a cabo sus diferentes actividades laborales.

4.1.1. Misión

Brindar los mejores servicios de cuidado y educación infantil para niños de edades entre los 0 y 5 años en el kilómetro 15 de la vía a Daule, pudiendo dar una solución a los padres de familia al momento de requerir el cuidado de sus hijos en momentos en los cuales no pueden hacerlos por ellos mismos.

4.1.2. Visión

Convertirnos en la mejor guardería de la ciudad de Guayaquil, la cual beneficie a las familias y padres de familia principalmente que trabajen en la zona del kilómetro 15 de la vía a Daule.

4.1.3. Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Establecer la creación de un centro de atención infantil en el kilómetro 15 de la vía a Daule de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Describir cada una de las características del negocio, así como el contexto en el cual se desarrollará.
- Diseñar estrategias de marketing en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Definir cada uno de los recursos materiales y humanos necesarios para el funcionamiento del negocio.
- Establecer el estado financiero actual y futuro de la empresa y así evidenciar la rentabilidad a lograr.

4.1.4. Descripción de las líneas de productos y/o servicios

A continuación se presentan cada uno de los servicios que la empresa ofrecerá al mercado:

Tabla 13.
Descripción de líneas de servicios

LÍNEAS DE SERVICIOS	
Servicio por horas	Los padres pueden dejar a sus hijos desde 1 hora hasta el momento en que el negocio cierra sus puertas.
Paquete por días	Los niños permanecen en las instalaciones del negocio los días que los padres laboren, pudiendo optar por este servicio en caso de que sus turnos no se den en días consecutivos.
Paquete por semanas	Mientras que este paquete está enfocado en padres con turnos consecutivos, es decir, de lunes a viernes o de 5 días a la semana con dos días libres. Este paquete puede ampliarse de acuerdo al pago del padre por un mes, tres meses, seis meses o un año.

4.1.5. Cadena de valor

Las actividades principales o primarias del centro de atención infantil propuesto son las siguientes:

- **Logística Interna:** Se incluyen actividades como la recepción y cuidado de los niños, tomando en consideración cada uno de los momentos en los cuales los niños ingresan, permanecen y terminan por salir luego de cumplir la totalidad de las horas estipuladas por sus padres.
- **Recepción:** Comprende las actividades de recibimiento de los niños, para luego ser identificados e ingresados a la sala de actividades para que permanezcan hasta la llegada de sus padres.

- **Sala de actividades:** Incluye las actividades relacionadas con el servicio principal que brinda el negocio, el cual es el cuidado de los niños, para lo cual cada profesional deberá tener conocimientos parvularios.
- **Comercial y Marketing:** Engloba todos los medios necesarios para promocionar el centro de atención infantil; estos medios son la publicidad, la hospitalidad, la fuerza de ventas, las políticas de precios y el control en las ventas.
- **Servicio Post-Venta:** Consiste en la obtención de medios para elevar o mantener el valor añadido del centro de atención infantil, lo cual se puede dar por medio de políticas de fidelización, base de datos, así como atención personalizada y demás servicios adicionales.

Mientras que las denominadas actividades de apoyo o auxiliares se presentan en cuatro grandes grupos, los cuales son recursos humanos, tecnología, infraestructura y compras.

- **Infraestructura:** Las actividades de infraestructura comprenden la dirección del negocio, planificación, finanzas, contabilidad, control de costes, la gestión de la calidad y los temas legales y fiscales.
- **Recursos Humanos:** Comprende aspectos relacionados con el personal del negocio, tales como la selección, formación, retribución o motivación.
- **Tecnología:** Son aquellas actividades cuya misión es mejorar los procesos, lo que implica por un lado las tecnologías necesarias para el cuidado y recepción de los niños, así como para las actividades de captación y fidelización de clientes.
- **Compras:** Las actividades de compras están encaminadas a buscar los mejores productos en las mejores condiciones posibles, esto para que los niños puedan durante el tiempo que están en las instalaciones, rodeados e interactuar con artículos inofensivos para su salud.

4.1.6. Análisis FODA

Por medio del siguiente análisis FODA se podrá determinar los factores internos y externos que podrían afectar a la empresa al momento de desarrollar cada una de sus actividades comerciales.

Fortalezas

- Producto nuevo en el área identificada.
- Profesionales altamente capacitados.
- Ingreso al mercado con un precio atractivo

Debilidades

- Desconocimiento por parte del mercado.
- Necesidad de invertir en publicidad sumas considerables.
- Sector alejado de otros con mayor flujo comercial.

Oportunidades

- Crecimiento de la demanda e interés los servicios de la empresa.
- Fomento del gobierno para la creación de nuevos negocios.
- Nuevas empresas en el sector y por ende nuevos empleados.

Amenazas

- Presencia de competencia en sectores cercanos.
- Imposibilidad de las personas en contratar un servicio como el propuesto.
- Cierre de empresas del sector.

4.1.7. Análisis de la empresa

4.1.7.1. Información histórica

Según lo presentado en capítulos previos, se ha podido identificar la necesidad de la presencia de un centro de atención infantil, puesto que desarrollan actividades varias

empresas desde hace muchos años, debiendo los padres de familia dejar a sus hijos al cuidado de familiares o amigos. Al ser una empresa nueva, esta carece de información histórica, sin embargo, se enfocará en ofrecer el servicio de cuidado de niños de 0 a 5 años por medio de un centro de atención infantil, el cual contará como valor agregado el de ubicarse a cortas distancias de los lugares de trabajo de sus principales clientes.

4.1.7.2. Productos – Mercados

- **Producto:** El producto a ofrecer es el cuidado de los niños durante las horas que los padres lo consideren necesarios, mayormente durante las 8 horas laborables, así como por periodos superiores en caso de la necesidad de la realización de horas extras.
- **Mercado:** El mercado principal a atender serán los padres de familia que trabajan en las empresas del sector del kilómetro 15 de la vía a Daule, por lo que los niños que son hijos de estos serían los principales beneficiarios del servicio del negocio.

4.1.7.3. Clientes

Los clientes serán los padres de familia que laboren en empresas del sector del kilómetro 15 de la vía a Daule en la ciudad de Guayaquil, para lo cual no se requerirá de distribuidores de ninguna clase.

Tabla 14.
Clientes potenciales

Clientes



El servicio será dirigido principalmente a los trabajadores de las distintas empresas del kilómetro 15 de la vía a Daule, presentándose como una solución cercana para el cuidado de sus hijos, pudiendo dejarlos en las instalaciones de la empresa al inicio de su jornada laboral y retirarlos al finalizar esta.



Otro tipo de cliente serán las personas que al vivir en sectores aledaños y debido a la calidad del servicio brindado, deseen colocar a sus hijos dentro del negocio, logrando así la empresa expandirse en el mercado y posteriormente abrir nuevas sucursales.

4.1.7.4. Posición tecnológica

Debido al giro del negocio y la localización del sector, se puede considerar que la posición tecnológica es baja, sin embargo, se pueden tomar acciones de corte tecnológico como alertas por medio de mensajes de texto o la creación de una app web en la que se puedan realizar distintas acciones como el pago del servicio o preguntas en tiempo real a los profesionales de la empresa.

4.1.7.5. Relaciones hacia arriba y abajo en los canales

La relación hacia arriba serían los proveedores de la empresa, siendo esta un negocio que brinda un servicio, únicamente sus proveedores serían los necesarios para configurar cada una de las áreas físicas del negocio, no requiriéndoselos hasta una renovación, de igual forma en lo que se refiere en los canales hacia abajo, ya que el trato con los clientes será directo y no se requiere de canales de distribución.

4.1.7.6. Recursos operativos

La empresa requerirá únicamente de personal para cada una de las áreas existentes, pudiendo de esta forma realizar un proceso eficiente, para lo cual se colocarán empleados en las siguientes áreas:

Recepción: Se procederá a recibir a los niños, registrándolos de manera física y digital, lo cual permitirá que los niños sean fácilmente identificados por cada uno de los

miembros del negocio, además de mantener constancia del ingreso y salida de los mismos, evitando así extravíos u otros inconvenientes.

Área de cuidado de niños: Existirá un profesional cada 10 niños, además de un ayudante, el cual tendrá la función de contribuir con la supervisión de los niños y efectuar tareas como acompañar en el momento en que los infantes requieran efectuar sus necesidades biológicas o cualquier otra actividad durante su estadía en el negocio.

Área de Contabilidad: Existirá un encargado de llevar las cuentas del negocio, esto en lo relacionado con el cobro a los padres de familia, así como por la compra de nuevos implementos o el reemplazo de los mismos, además para el mantenimiento del lugar y el pago de nómina de los diferentes profesionales.

Área de ventas: El profesional encargado de esta área tendrá como responsabilidad la promoción del servicio que el negocio ofrece, para lo cual podrá hacer uso de e mails, llamadas telefónicas y redes sociales, lo cual también se relaciona con el proceso de post venta y monitoreo de satisfacción de los clientes, evitando que por motivos de inconformidad deseen no mantener un vínculo con la empresa.

Área de limpieza: Se requerirá de un miembro de limpieza el cual esté disponible para distintas situaciones que podrían presentarse por parte de los niños, manteniendo así un área totalmente limpia en todo momento, evitando de esta manera la proliferación de gérmenes o virus y mantener controlada la presencia de enfermedades, situación que es muy común en los niños y afecta en mayor medida a los de menores edades.

4.1.7.7. Competidores

La razón principal para la creación del negocio en el sector del kilómetro 15 de la vía a Daule es que dentro del mismo no existe una empresa ni grande ni pequeña que brinde el servicio de un centro de atención infantil, por lo que dentro de este numeral se puede asegurar que en cuanto a competidores su situación es inexistente.

4.1.7.8. Factores claves de éxito

Los factores claves del éxito para el desarrollo del plan de negocios a desarrollare dentro del presente documento son los siguientes

Responsabilidad: Ofrecer un servicio con un alto nivel de calidad, cumpliendo con las expectativas de los clientes (los padres de familia), así como con las leyes del Ecuador, asegurando de esta forma una garantía para los padres al momento de dejar a sus hijos al cuidado de otras personas, las cuales carezcan de la capacidad profesional del personal de la empresa.

Innovación: Ya que el servicio se puede considerar como innovador en la zona, mantener siempre esa imagen en los clientes, empleando la tecnología para dar servicio adicionales como alertas vía mensajes de texto o transmisiones en tiempo real de actividades por medio de Instagram.

Eficiencia: Lograr que el servicio se dé con la menor presencia de problemas posibles para así evitar que los padres de familia vean a este negocio como un momento negativo en su día y no como una solución y sensación de tranquilidad, los cuales son dos aspectos que se desean lograr para los clientes y que aumentarían la aceptación de la empresa.

4.2. Plan de marketing

4.2.1. Análisis sectorial

El análisis PEST' identifica el entorno empresarial, así como los factores del entono general que pueden afectar a una empresa, por lo que a continuación se desarrollan cada una de las áreas que tendrían influencia sobre el negocio a llevar a cabo:

4.2.1.1. Aspectos políticos

El Plan Nacional del Buen Vivir y el COPCI han sido tomados en consideración para el desarrollo del siguiente análisis debido a que por medio de sus lineamientos, la empresa a configurar se vería beneficiada de varias maneras.

El Código Orgánico de la Producción cuenta con artículos en los cuales se muestran todos y cada uno de los beneficios a los que pueden acceder los inversores que desarrollen nuevos negocios en el país, siempre que promuevan la generación de valor agregado; esas empresas estarán exentas del pago de impuesto a la renta durante los primeros 5 años de funcionamiento, lo cual permite generar una estabilidad en la organización y su posterior e importante crecimiento largo plazo (COPCI, 2010).

Plan Nacional del Buen Vivir, mientras que dentro del Plan Nacional del Buen Vivir se ha seleccionado los objetivos 9 y 10, los cuales promueven el trabajo digno en todas sus formas, lo que sería posible por medio de la creación de empleos directos e indirectos; así como también, el impulso del cambio de la Matriz Productiva, situación que se podrá realizar por medio de la creación de un servicio llevado a cabo enteramente por ecuatorianos (SENPLADES, 2013). Los aspectos legales presentados le permiten a los nuevos negocios encontrarse con condiciones más favorables para su desarrollo.

4.2.1.2. Aspectos Económicos

En lo que respecta al sector económico, se han tomado en consideración los índices que podrían afectar de alguna manera a la situación financiera de la empresa:

- Inflación (0.18%) a diciembre de 2017, la inflación en el Ecuador se ha visto disminuida durante los últimos meses del 2016, quedando en 1.05% anual, lo cual es favorable, ya que evidencia que la economía se encuentra en mejoramiento y los productos y servicios no se encarecen en demasía.

- Riesgo país (442) a enero de 2018, Este indicador también ha decrecido, lo que convierte al Ecuador en una nación más confiable para desarrollar nuevas inversiones, por lo que el proyecto se vuelve un participante importante para el crecimiento del país por medio de inversión de cualquier tipo, ya sea nacional o extranjera.
- Tasa de Interés pasiva (4.98%) a enero de 2018, La tasa de interés pasiva también ha disminuido considerablemente, por lo que los poseedores de una cuenta bancaria preferirían invertir sus ahorros, antes que dejarlos acumularse en una institución bancaria a percibir intereses. Lo indicadores macroeconómicos muestran que el Ecuador cuenta con un estado favorable para el desarrollo de nuevos negocios.

4.2.1.3. Aspectos Sociales

Gasto en educación, el tema del centro de atención infantil puede considerarse como un tema de educación, ya que los niños estarían aprendiendo acciones que les convienen para el desarrollo de su capacidad cerebral, así como de sus habilidades motoras; el 4% de los ingresos de los ecuatorianos se destinan a educación (INEC, 2013).

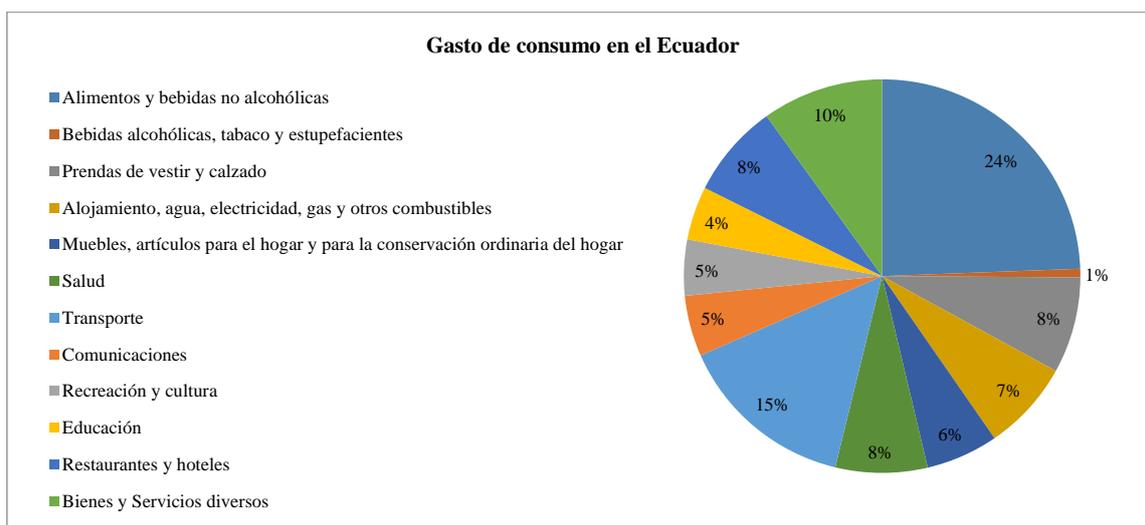


Figura 21. Gasto de consumo en el Ecuador

Nota: La educación posee el 4% de los gastos que realizan los ecuatorianos, pudiendo el centro de atención infantil entrar en esta categoría, obtenido de (INEC, 2013).

Índice de Confianza del Consumidor, la confianza de los consumidores para adquirir productos y servicios ha ido en aumento desde la caída sufrida en el año 2016, lo

que resulta altamente positivo para la actual propuesta, puesto que los ecuatorianos están más dispuestos a gastar su dinero en la compra de productos y servicios.

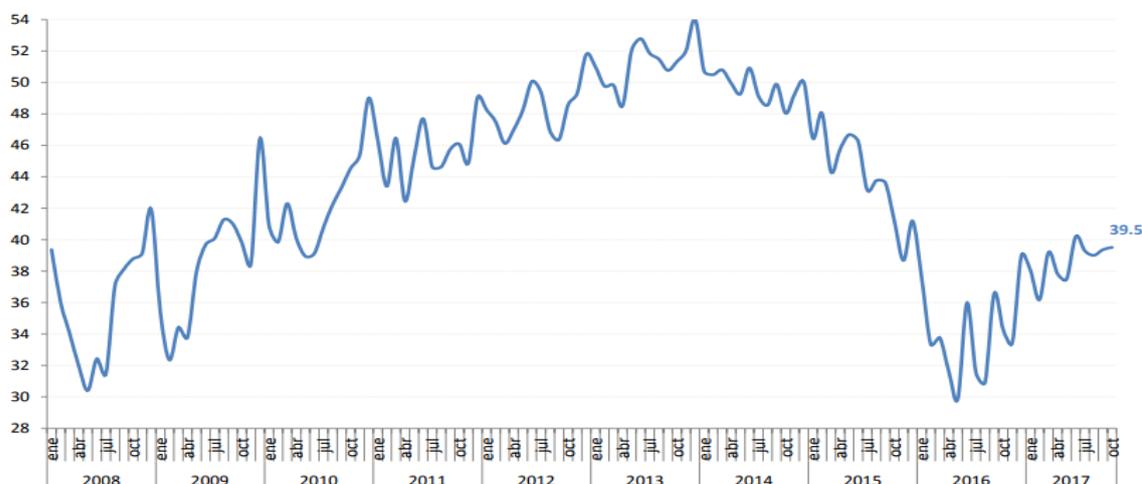


Figura 22. Índice de Confianza del Consumidor

El índice de confianza del consumidor se ha ido recuperando durante el 2017, luego de presentar datos no favorables, obtenido de (Banco Central del Ecuador, 2017)

4.2.1.4. Aspectos tecnológicos

Finalmente, en lo referente al aspecto tecnológico, se lo relaciona con la actual propuesta desde el punto de vista del uso de los dispositivos electrónicos, los cuales se pueden emplear para acceder a promociones, información del negocio o por medio de apps de redes sociales para observar transmisiones en vivo y así conocer el estado en tiempo real de sus hijos en el centro de atención infantil.

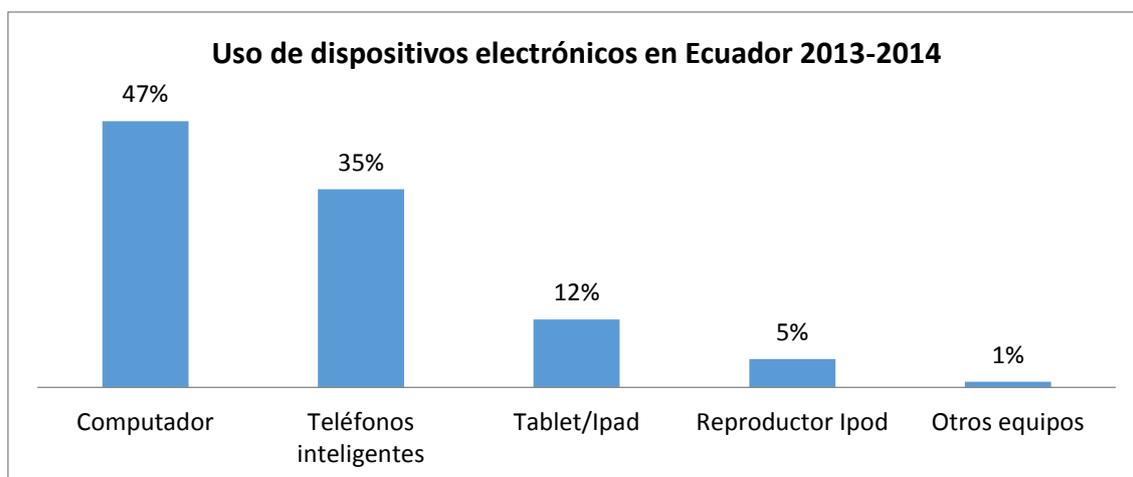


Figura 23. Uso de dispositivos electrónicos en Ecuador 2013-2014

El computador y los teléfonos inteligentes son los principales elementos que los ecuatorianos usan para acceder al internet, obtenido de (INEC, 2013).

4.2.2. Las fuerzas competitivas

Resulta importante contar con un análisis del entorno en el cual la empresa se desarrolla, esto para determinar el nivel de competencia existente y así establecer las acciones necesarias para que el negocio pueda alcanzar la mejor posición posible en el mercado.

4.2.2.1. Poder de negociación con los proveedores

El nivel de negociación de los proveedores es bajo, ya que únicamente se requerirá del acceso a compra de productos para el momento de la configuración de la empresa, puesto que para luego el desarrollo normal de actividades no será necesario que el negocio se provea de manera constante con algún bien que sea indispensable para brindar el servicio hasta sus clientes finales.

4.2.2.2. Amenaza de ingreso de posibles competidores en el sector

La idea de negocio surge de que en sector no existe competencia, esto debido a que no se ha estudiado su constitución, así como las necesidades de las personas que regularmente laboran o transitan por el mismo; sin embargo puede considerarse que al no existir ninguna ley que prohíba la presencia de estos negocios y a que otras empresas cercanas podrían volverse clientes del negocio a proponer, se podría dar un auge de esta clase de entidades y así cabría la posibilidad de considerar que el nivel de amenaza sería alto.

4.2.2.3. Poder de negociación con los clientes

Para que la empresa tenga éxito, es importante que exista una buena aceptación por parte de su mercado objetivo, es por lo que el poder de negociación de los clientes posee un elevado impacto para la empresa, por lo que se ofrecerá un servicio de calidad que permita satisfacer las necesidades de sus clientes. Es importante indicar que al no existir

alternativas similares en la zona y la capacidad de la empresa para dar un servicio de calidad, el poder de negociación de los clientes el bajo.

4.2.2.4. Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos que pueden sustituir fácilmente a la oferta de la empresa es un factor que puede considerarse como inexistente, ya que los servicios del centro de atención infantil no pueden reemplazarse con soluciones similares, siendo que la forma de recibir un beneficio similar sería el de dejar a los niños con empleada, familiares o amigos.

4.2.2.5. Rivalidad entre competencia existente

Como se ha mencionado con anterioridad, la empresa mantiene la idea de negocio considerando que en el sector no existe otro igual, es decir, no hay competencia. Es por esto, que la empresa encuentra un mercado muy positivo para crecer y expandirse, considerándose de esta manera que la rivalidad entre la competencia existente es nula.

4.2.3. Acciones de los competidores

No existe competencia actualmente, pero, considerando que la empresa logre una rentabilidad considerable, se podrían empezar a crear negocios del mismo giro, los cuales luego de constituidos podrían llevar a cabo las siguientes acciones:

Reducción de precios: La competencia buscará destacar y ser tomada en consideración por el mercado y siendo los precios un factor clave en la decisión de compra de los clientes, entonces podrían reducir precios como una estrategia para posicionarse de manera veloz en el mercado, generando de esta forma una “mejor alternativa” para los clientes que ya posee la empresa, ya que regularmente al presentarse una opción similar a un menor precio, una parte del mercado acude a esta para constatar su calidad. En caso de que la competencia supere lo brindado por la empresa, entonces se presentará una migración de clientes hacia la competencia, por lo que la empresa deberá desarrollar un

estudio de mercado y buscar la forma de captar nuevamente a los clientes que la hayan abandonado.

Promociones: Las promociones permiten incrementar la demanda del producto que se oferta, de igual forma se consigue atraer nuevos clientes y generar fidelidad en ellos, por lo que las empresas podrían presentarles, situación que “Pequeñas Manitos” debe tomar en consideración para aplicarlas de manera regular y no únicamente ante el miedo de perder clientes por la presencia de nuevas alternativas.

Estrategias publicitarias: La competencia podría emplear toda clase de estrategias publicitarias para promover su servicio, pudiendo generar un interés y persuadir a los clientes a su compra, por lo que es necesario establecer estrategias de fidelización para que al momento de que esto suceda, los clientes de “Pequeñas Manitos” no deseen acudir a la competencia sino permanecer recibiendo el servicio de la empresa.

4.2.4. Impulsores de los cambios

La globalización: El poder y el impacto de la globalización han generado que ambos miembros de un matrimonio con hijos deban trabajar para así conseguir una mayor cantidad de ingresos económicos que le permitan acceder a una mejor calidad de vida, por lo que se han dado cambios en lo referente a cuidado de los niños durante las denominadas “horas laborables”.

Regulaciones gubernamentales: Los cambios en las regulaciones gubernamentales pueden incidir en la manera en que una empresa lleva a cabo sus operaciones, siendo actualmente los requerimientos establecidos los siguientes:

- Permisos de Patente Municipal
- Registro en el Servicio de Rentas Internas
- Registro mercantil (Superintendencia de Compañías)
- Obtención del Ruc

- Permiso de cuerpo de bomberos

Tamaño del mercado: Este otro impulsador del cambio se establece en que dependiendo del mercado y la forma en que se expanda o contraiga, ocasionará que las ventas aumenten o disminuyan respectivamente; es por esto, que resulta importante que se mantenga un control sobre el comportamiento del mercado.

4.2.5. Mercados meta. Posicionamiento

4.2.5.1. Mercados meta

Para efectos de la presente propuesta se ha establecido como mercado meta a los trabajadores de las empresas ubicadas en el kilómetro 15 de la vía a Daule. Para poder acceder a este sector del mercado se establecen las estrategias de penetración siguientes:

- Resaltar que el personal de la empresa posee un alto nivel de profesionalismo, motivando así a los potenciales clientes a optar por este y no por otras opciones lejanas o por el cuidado de los niños por parte de familiares o amigos.
- Para definir el PVP (Precio de Venta al Público) se realizará un análisis de costos, pudiendo así ser competitivo y por ende aceptado por los clientes, además de servir para conseguir la utilidad requerida por los inversionistas.
- El servicio contará con características que le permitan lograr la confianza de los clientes, lo cual será por medio de las apps tecnológicas actuales y de fácil acceso como Instagram.

4.2.5.2. Posicionamiento

Para posicionar a la “Pequeñas Manitos” se emplean las siguientes estrategias de posicionamiento:

Tabla 15.
Estrategias de posicionamiento

EMPRESA Y SERVICIO	CLIENTES - MERCADO META	BENEFICIOS	PRECIO	PROPUESTA DE VALOR
PEQUEÑAS MANITOS	Padres de familia de las empresas del kilómetro 15 de la vía a Daule.	Servicio de atención infantiles	Promedio según los existentes en el mercado.	Cercanía a las empresas.

4.3. Estrategias de marketing

4.3.1. Objetivos de marketing y ventas. Marketshare

Destacar por medio de los mensajes publicitarios las características específicas del servicio de “Pequeñas manitos”.

Lograr un crecimiento de las ventas en al menos 5% anual.

Alcanzar un nivel de cobertura del 50% de los empleados con hijos del sector del kilómetro 15 de la vía a Daule.

4.3.2. Políticas de precios: Precios de introducción, operación, mecanismo para fijar el precio de venta (costos, competencia o mercado), créditos, descuentos, planes.

Las estrategias de precios enfocadas en lograr la aceptación del valor a pagar por el servicio por parte del mercado son las siguientes:

Ingresar al mercado con un precio por debajo del promedio del mercado, esto para aumentar su penetración.

Mantener precios que se mantengan dentro de los márgenes del mercado, esto para que el servicio no sea visto como exclusivo al contar con precios altos o de baja calidad al tener precios demasiado bajos.

Establecer alianzas con las empresas para dar la posibilidad de crédito y que los pagos sean realizados directamente desde los roles de pago.

Efectuar descuentos por la selección de los planes de larga duración, ya que esto contribuye con la estabilidad del negocio.

4.3.3. Estrategia de ventas y comunicación: Imagen, logotipo, publicidad, medios,

El identificador visual de la empresa se basa en un constructo visual con una fuente tipográfica y un ícono, los cuales conforman un mensaje claro el cual es que dentro el negocio se encuentran “niños, los cuales tienen pequeñas manos”, siendo una conceptualización que pretende evocar ternura. Las especificaciones del identificador se presentan a detalle a continuación:



Figura 24. Identificador visual del negocio

- **Fuente tipográfica:** La tipografía empleada ha sido seleccionada con bordes redondeados y de tipo “sans serif”, es decir, sin terminaciones; este tipo de letra se ha elegido por su estructura amigable, ya que es redondeada y con un alto nivel de legibilidad.
- **Ícono:** La parte más importante del logo es la conceptualización de las manos de los niños, las cuales se presentan en dos tamaños diferentes, unas más pequeñas que otras, lo cual significa connota los rangos de edad es de que los niños del centro de atención tendrán.
- **Colores:** Los colores azul y verde son los empleados, los cuales pertenecen a la gama de colores fríos, así como el violeta y el naranja, los cuales son cálidos;

logrando así un complemento que indica la diversidad de los niños, así como el cuidado (colores cálidos) y la limpieza de las instalaciones (colores fríos).

A continuación se presentan las principales estrategias de ventas y comunicación de la empresa “Pequeñas Manitas”:

- Elaborar volantes que sean repartidas en las empresas del sector del kilómetro 15 de la vía a Daule.



Figura 25. Propuesta de volante

4.3.4. Estrategia de distribución: Canales de distribución, PDV, ubicación y cobertura de la empresa

Las estrategias de distribución a ser desarrolladas para lograr que el servicio llegue a los clientes son las siguientes:

- Crear una página web en la cual se puedan realizar pagos por parte de los padres de familia en cada uno de los paquetes de servicios ofertados por la empresa.
- Por medio de un servicio de chat en la página web, ofrecer la posibilidad de acordar paquetes a escoger para efectuar depósitos o transferencias posteriores.

El canal de distribución será directo, ya que no se requerirá de la presencia de intermediarios:



Figura 26. Can de distribución directo

4.4. Plan financiero

4.4.1. Variables para los escenarios financieros

Para armar los escenarios financieros es necesario determinar las variables que afectarán los diferentes presupuestos, ya sea de ingresos, costos y gastos. En primera instancia, un rubro muy importante es establecer la variación de los sueldos que se estimará dentro del presente estudio. Como referencia se ha tomado el incremento salarial que se ha percibido el sueldo básico unificado entre los períodos 2016 y 2018, el cual ha crecido en promedio 2.93% por año.

Tabla 16.
Variación de los sueldos

VARIACIÓN DE LOS SUELDOS		
SUELDO BÁSICO 2015	354	
SUELDO BÁSICO 2016	366	3.39%
SUELDO BÁSICO 2017	375	2.46%
SUELDO BÁSICO 2018	386	2.93%
PROMEDIO		2.93%

En lo que respecta a otras variables económicas como: inflación, esta se aplicó para estimar los cambios en los costos operativos y gastos de administración y ventas; asimismo, se ha considerado el riesgo país y la tasa de interés pasiva, puesto que son la base para determinar la tasa de descuento del inversionista. En este caso, si se suman estas variables el resultado sería 10.89%. Finalmente, el crecimiento de las ventas se hizo en función a una meta del 5% para estar por encima de la variación de los sueldos y el índice de inflación.

Tabla 17.
Variables macroeconómicas

VARIABLES MACROECONÓMICAS	
META DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS	5.00%
INFLACIÓN 2015 - 2017	1.43%
RIESGO PAÍS	4.48%
TASA DE INTERÉS PASIVA	4.98%

4.4.2. Inversión Total

Tabla 18.
Inversión total

Descripción	Valor Total	% participación
Activos Fijos	\$ 14,010.00	34.74%
Activos Diferidos	\$ 3,550.00	8.80%
Capital de Trabajo	\$ 22,768.58	56.46%
INVERSIÓN TOTAL	\$ 40,328.58	100.00%

La inversión total del proyecto se estima en \$ 40,328.58, los cuales se dividen en tres importantes rubros: activos fijos por \$ 14,010.00; activos diferidos por \$ 3,550.00; y capital de trabajo por \$ 22,768.58.

4.4.3. Financiamiento

Tabla 19.
Estructura del financiamiento del proyecto

Fuente de Financiamiento	Valor Total	% participación
Fondos Propios	\$ 15,000.00	37.19%
Préstamo Bancario	\$ 25,328.58	62.81%
TOTAL	\$ 40,328.58	100.00%

Las fuentes de financiamiento del proyecto serían dos: fondos propios con una aportación de \$ 15,000.00 y su participación del 37%, mientras que el saldo (63% aprox.), estaría financiado mediante un préstamo bancario, bajo las siguientes condiciones:

Tabla 20.
Condiciones de financiamiento del capital ajeno

INSTITUCION FINANCIERA:	CFN
MONTO:	\$ 25,328.58
TASA:	11.50%
PLAZO:	5
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 557.04

Según la Corporación Financiera Nacional (CFN), la cuota fija mensual a pagarse por el préstamo sería de \$ 557.04, a un plazo de 60 meses o 5 años, con una tasa de interés del 11.50% anual. Si se revisa la tabla de amortización el monto total de intereses por pagar sería de \$ 8,093.91

Tabla 21.
Amortización del préstamo bancario

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0				\$ 25,328.58
1	\$ 314.31	\$ 242.73	\$ 557.04	\$ 25,014.27
2	\$ 317.32	\$ 239.72	\$ 557.04	\$ 24,696.95
3	\$ 320.36	\$ 236.68	\$ 557.04	\$ 24,376.59
4	\$ 323.43	\$ 233.61	\$ 557.04	\$ 24,053.16
5	\$ 326.53	\$ 230.51	\$ 557.04	\$ 23,726.62
6	\$ 329.66	\$ 227.38	\$ 557.04	\$ 23,396.96
7	\$ 332.82	\$ 224.22	\$ 557.04	\$ 23,064.14
8	\$ 336.01	\$ 221.03	\$ 557.04	\$ 22,728.13
9	\$ 339.23	\$ 217.81	\$ 557.04	\$ 22,388.90
10	\$ 342.48	\$ 214.56	\$ 557.04	\$ 22,046.42
11	\$ 345.76	\$ 211.28	\$ 557.04	\$ 21,700.66
12	\$ 349.08	\$ 207.96	\$ 557.04	\$ 21,351.58
13	\$ 352.42	\$ 204.62	\$ 557.04	\$ 20,999.16
14	\$ 355.80	\$ 201.24	\$ 557.04	\$ 20,643.36
15	\$ 359.21	\$ 197.83	\$ 557.04	\$ 20,284.15
16	\$ 362.65	\$ 194.39	\$ 557.04	\$ 19,921.50
17	\$ 366.13	\$ 190.91	\$ 557.04	\$ 19,555.37
18	\$ 369.64	\$ 187.41	\$ 557.04	\$ 19,185.73
19	\$ 373.18	\$ 183.86	\$ 557.04	\$ 18,812.55
20	\$ 376.75	\$ 180.29	\$ 557.04	\$ 18,435.80
21	\$ 380.37	\$ 176.68	\$ 557.04	\$ 18,055.44
22	\$ 384.01	\$ 173.03	\$ 557.04	\$ 17,671.42
23	\$ 387.69	\$ 169.35	\$ 557.04	\$ 17,283.73
24	\$ 391.41	\$ 165.64	\$ 557.04	\$ 16,892.33
25	\$ 395.16	\$ 161.88	\$ 557.04	\$ 16,497.17
26	\$ 398.94	\$ 158.10	\$ 557.04	\$ 16,098.23
27	\$ 402.77	\$ 154.27	\$ 557.04	\$ 15,695.46
28	\$ 406.63	\$ 150.41	\$ 557.04	\$ 15,288.83
29	\$ 410.52	\$ 146.52	\$ 557.04	\$ 14,878.31
30	\$ 414.46	\$ 142.58	\$ 557.04	\$ 14,463.85
31	\$ 418.43	\$ 138.61	\$ 557.04	\$ 14,045.42
32	\$ 422.44	\$ 134.60	\$ 557.04	\$ 13,622.98
33	\$ 426.49	\$ 130.55	\$ 557.04	\$ 13,196.50
34	\$ 430.58	\$ 126.47	\$ 557.04	\$ 12,765.92
35	\$ 434.70	\$ 122.34	\$ 557.04	\$ 12,331.22
36	\$ 438.87	\$ 118.17	\$ 557.04	\$ 11,892.35
37	\$ 443.07	\$ 113.97	\$ 557.04	\$ 11,449.28
38	\$ 447.32	\$ 109.72	\$ 557.04	\$ 11,001.96
39	\$ 451.61	\$ 105.44	\$ 557.04	\$ 10,550.35
40	\$ 455.93	\$ 101.11	\$ 557.04	\$ 10,094.42
41	\$ 460.30	\$ 96.74	\$ 557.04	\$ 9,634.12
42	\$ 464.71	\$ 92.33	\$ 557.04	\$ 9,169.40
43	\$ 469.17	\$ 87.87	\$ 557.04	\$ 8,700.23
44	\$ 473.66	\$ 83.38	\$ 557.04	\$ 8,226.57
45	\$ 478.20	\$ 78.84	\$ 557.04	\$ 7,748.37
46	\$ 482.79	\$ 74.26	\$ 557.04	\$ 7,265.58
47	\$ 487.41	\$ 69.63	\$ 557.04	\$ 6,778.17
48	\$ 492.08	\$ 64.96	\$ 557.04	\$ 6,286.08
49	\$ 496.80	\$ 60.24	\$ 557.04	\$ 5,789.28
50	\$ 501.56	\$ 55.48	\$ 557.04	\$ 5,287.72
51	\$ 506.37	\$ 50.67	\$ 557.04	\$ 4,781.35
52	\$ 511.22	\$ 45.82	\$ 557.04	\$ 4,270.13
53	\$ 516.12	\$ 40.92	\$ 557.04	\$ 3,754.01
54	\$ 521.07	\$ 35.98	\$ 557.04	\$ 3,232.95

55	\$	526.06	\$	30.98	\$ 557.04	\$	2,706.89
56	\$	531.10	\$	25.94	\$ 557.04	\$	2,175.79
57	\$	536.19	\$	20.85	\$ 557.04	\$	1,639.60
58	\$	541.33	\$	15.71	\$ 557.04	\$	1,098.27
59	\$	546.52	\$	10.53	\$ 557.04	\$	551.75
60	\$	551.75	\$	5.29	\$ 557.04	\$	0.00
	\$	25,328.58	\$	8,093.91	\$	33,422.49	

4.4.4. Presupuesto de Costos de Operación

Luego de calcular la inversión y sus fuentes de financiamiento se estructuran los presupuestos que relacionan con la actividad del negocio, en este caso de la guardería, y para ello los costos operativos se han clasificado en presupuesto de materiales, que incluye: materiales didácticos, juguetes, cuentos, videos, audios, y demás artículos que serán utilizados para la realización de las diferentes actividades con los infantes. Mientras que, por otra parte, se estimaron los presupuestos de mano de obra que determinan el rubro de sueldos y beneficios del personal parvulario. A continuación se presenta el detalle:

Tabla 22.

Presupuesto de materiales

PRODUCTOS	UNIDADES		COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
	MENSUALES	ANUALES		
Materiales didácticos	40	480	\$ 2.50	\$ 1,200.00
Juguetes varios	40	480	\$ 5.00	\$ 2,400.00
Libros didácticos	20	240	\$ 3.50	\$ 840.00
Cuentos	10	120	\$ 2.50	\$ 300.00
Videos	5	60	\$ 2.00	\$ 120.00
CD de Audio	2	24	\$ 1.50	\$ 36.00
TOTALES	117	1,404		\$ 4,896.00

Tabla 23.

Presupuesto de mano de obra

DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO		TOTAL ANUAL
		MENSUAL	SOCIALES	
Parvularios	5	\$ 400.00	\$ 128.00	\$ 31,680.00
TOTALES				\$ 31,680.00

4.4.5. Presupuesto de Gastos de Operación

Los gastos de operación se desagregan en: administrativos, de ventas y depreciaciones y amortizaciones. Se los denomina gastos porque intervienen indirectamente en la prestación del servicio y están relacionados a cubrir rubros ligados a

la administración y comercialización de los servicios que ofrece la guardería. A

continuación se presenta el detalle de estos rubros:

Tabla 24.
Presupuesto de gastos administrativos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR		TOTAL
		MENSUAL	ANUAL	
Sueldos y beneficios sociales	1	\$ 2,434.86	\$ 29,218.32	
Suministros de Oficina	1	\$ 80.00	\$ 960.00	
Suministros de Limpieza	1	\$ 60.00	\$ 720.00	
Agua	1	\$ 40.00	\$ 480.00	
Energía Eléctrica	1	\$ 150.00	\$ 1,800.00	
Mantenimiento de equipos	1	\$ 50.00	\$ 600.00	
Telefonía	1	\$ 60.00	\$ 720.00	
Internet	1	\$ 30.00	\$ 360.00	
Suministros varios	1	\$ 50.00	\$ 600.00	
Pago de servicio de cámaras	1	\$ 40.00	\$ 480.00	
Alquiler de local (más alícuota)	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	
TOTALES		\$ 3,994.86	\$ 47,938.32	

Tabla 25.
Presupuesto de gastos de ventas

DESCRIPCION	VALOR		TOTAL
	MENSUAL	ANUAL	
Volantes	\$ 50.00	\$ 600.00	
Trípticos	\$ 80.00	\$ 960.00	
Banners	\$ 200.00	\$ 2,400.00	
Publicaciones en prensa escrita	\$ 150.00	\$ 1,800.00	
TOTALES	\$ 880.00	\$ 6,560.00	

Tabla 26.
Presupuesto de gastos de depreciación

ACTIVO FIJO	VALOR USD	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
Equipos de operación	\$ 10,830.00	10	\$ 1,083.00
Equipos de computación	\$ 2,180.00	3	\$ 726.67
Muebles y Enseres	\$ 1,000.00	10	\$ 100.00
Gastos de Pre-Operación	\$ 3,550.00	5	\$ 710.00
DEPRECIACION TOTAL			\$ 2,619.67

4.4.6. Presupuesto de Ingresos

Tabla 27.
Estimación de la venta mensual

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	UNIDADES	PRECIO	VENTAS
	MES	AÑO	DE VENTA	ANUALES
Mensualidad guardería 8 horas	15	180	\$ 260.00	\$ 46,800.00
Mensualidad guardería 6 horas	20	240	\$ 180.00	\$ 43,200.00
Mensualidad guardería 4 horas	15	180	\$ 125.00	\$ 22,500.00
TOTALES	50	600	\$ 188.33	\$ 112,500.00

Los ingresos de la guardería estarán basados en tres planes: mensualidad para tiempo completo que corresponde a 8 horas de cuidado, modalidad intermedia que corresponde a 6 horas; y modalidad de medio tiempo que corresponde a 4 horas de cuidado de los infantes. Estos planes han sido diseñados acorde a las necesidades de los padres y, basados en la forma en que otras guarderías llevan a cabo este servicio. Para este escenario se determinó que al menos se recibirían 50 niños al mes, los cuales se dividirán entre los 5 parvularios.

Los ingresos estarían en función al rubro de las mensualidades que se pagarían según tipo de plan escogido. Se cree que los planes de 8 y 6 horas tendrían mayor demanda y por ello se dado un total entre 15 y 20 niños mensuales, que al año significarían entre 180 y 240 mensualidades a un costo de \$ 260 y \$ 180. Mientras que el plan de 4 horas sería demandado por 15 niños o 180 mensuales al mes. Dando así un ingreso que fluctuaría entre \$ 112,500 para el primer año y \$ 136,744.45 para el quinto año de operaciones.

Tabla 28.
Proyección de las ventas a cinco años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mensualidad guardería 8 horas	\$ 46,800.00	\$ 49,140.00	\$ 51,597.00	\$ 54,176.85	\$ 56,885.69
Mensualidad guardería 6 horas	\$ 43,200.00	\$ 45,360.00	\$ 47,628.00	\$ 50,009.40	\$ 52,509.87
Mensualidad guardería 4 horas	\$ 22,500.00	\$ 23,625.00	\$ 24,806.25	\$ 26,046.56	\$ 27,348.89
TOTALES	\$ 112,500.00	\$ 118,125.00	\$ 124,031.25	\$ 130,232.81	\$ 136,744.45

4.5. Proyecciones Financieras

4.5.1. Estado de Situación Financiera

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 22,768.58	\$ 37,509.76	\$ 51,239.85	\$ 67,993.04	\$ 87,934.95	\$ 110,993.67
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 22,768.58	\$ 37,509.76	\$ 51,239.85	\$ 67,993.04	\$ 87,934.95	\$ 110,993.67
ACTIVOS FIJOS						
Propiedad, planta y equipo	\$ 14,010.00	\$ 14,010.00	\$ 14,010.00	\$ 14,010.00	\$ 14,010.00	\$ 14,010.00
(-) Depreciación Acumulada	0	\$ (1,909.67)	\$ (3,819.33)	\$ (5,729.00)	\$ (6,912.00)	\$ (8,095.00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 14,010.00	\$ 12,100.33	\$ 10,190.67	\$ 8,281.00	\$ 7,098.00	\$ 5,915.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitución e instalación	\$ 3,550.00	\$ 3,550.00	\$ 3,550.00	\$ 3,550.00	\$ 3,550.00	\$ 3,550.00
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (710.00)	\$ (1,420.00)	\$ (2,130.00)	\$ (2,840.00)	\$ (3,550.00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3,550.00	\$ 2,840.00	\$ 2,130.00	\$ 1,420.00	\$ 710.00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 40,328.58	\$ 52,450.09	\$ 63,560.52	\$ 77,694.04	\$ 95,742.95	\$ 116,908.67
PASIVOS						
Participaciones por pagar		\$ 2,414.78	\$ 3,149.23	\$ 3,931.31	\$ 4,873.13	\$ 5,760.02
Impuestos por pagar		\$ 3,010.42	\$ 3,926.04	\$ 4,901.04	\$ 6,075.17	\$ 7,180.82
Préstamo Bancario	\$ 25,328.58	\$ 21,351.58	\$ 16,892.33	\$ 11,892.35	\$ 6,286.08	\$ 0.00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 25,328.58	\$ 26,776.78	\$ 23,967.60	\$ 20,724.71	\$ 17,234.38	\$ 12,940.83
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 10,673.31	\$ 13,919.60	\$ 17,376.41	\$ 21,539.24	\$ 25,459.27
Utilidades Retenidas	\$ -		\$ 10,673.31	\$ 24,592.92	\$ 41,969.33	\$ 63,508.57
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15,000.00	\$ 25,673.31	\$ 39,592.92	\$ 56,969.33	\$ 78,508.57	\$ 103,967.84
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 40,328.58	\$ 52,450.09	\$ 63,560.52	\$ 77,694.04	\$ 95,742.95	\$ 116,908.67

4.5.2. Estado de Resultados Integral

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 112,500.00	\$ 118,125.00	\$ 124,031.25	\$ 130,232.81	\$ 136,744.45
Costos Operativos	\$ 36,576.00	\$ 37,097.82	\$ 37,627.08	\$ 38,163.89	\$ 38,708.36
Utilidad Bruta	\$ 75,924.00	\$ 81,027.18	\$ 86,404.17	\$ 92,068.92	\$ 98,036.09
<u>Gastos de Operación</u>					
Gastos Administrativos	\$ 47,938.32	\$ 48,533.80	\$ 49,142.70	\$ 49,765.36	\$ 50,402.13
Gastos de Venta	\$ 6,560.00	\$ 6,653.59	\$ 6,748.51	\$ 6,844.79	\$ 6,942.45
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 2,619.67	\$ 2,619.67	\$ 2,619.67	\$ 1,893.00	\$ 1,893.00
Total Gastos de Operación	\$ 57,117.99	\$ 57,807.06	\$ 58,510.88	\$ 58,503.15	\$ 59,237.57
Utilidad Operacional	\$ 18,806.01	\$ 23,220.13	\$ 27,893.29	\$ 33,565.77	\$ 38,798.52
Gastos Financieros	\$ 2,707.50	\$ 2,225.25	\$ 1,684.52	\$ 1,078.23	\$ 398.42
Utilidad Antes de Participación	\$ 16,098.51	\$ 20,994.88	\$ 26,208.77	\$ 32,487.54	\$ 38,400.10
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 2,414.78	\$ 3,149.23	\$ 3,931.31	\$ 4,873.13	\$ 5,760.02
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 13,683.74	\$ 17,845.65	\$ 22,277.45	\$ 27,614.41	\$ 32,640.09
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 3,010.42	\$ 3,926.04	\$ 4,901.04	\$ 6,075.17	\$ 7,180.82
Utilidad Neta	\$ 10,673.31	\$ 13,919.60	\$ 17,376.41	\$ 21,539.24	\$ 25,459.27

4.5.3. Flujo de Caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$ 112,500.00	\$ 118,125.00	\$ 124,031.25	\$ 130,232.81	\$ 136,744.45
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$ 36,576.00	\$ 37,097.82	\$ 37,627.08	\$ 38,163.89	\$ 38,708.36
Gastos Administrativos		\$ 47,938.32	\$ 48,533.80	\$ 49,142.70	\$ 49,765.36	\$ 50,402.13
Gastos de Venta		\$ 6,560.00	\$ 6,653.59	\$ 6,748.51	\$ 6,844.79	\$ 6,942.45
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 2,414.78	\$ 3,149.23	\$ 3,931.31	\$ 4,873.13
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 3,010.42	\$ 3,926.04	\$ 4,901.04	\$ 6,075.17
Subtotal		\$ 91,074.32	\$ 97,710.41	\$ 100,593.57	\$ 103,606.40	\$ 107,001.24
Flujo Operativo		\$ 21,425.68	\$ 20,414.59	\$ 23,437.68	\$ 26,626.41	\$ 29,743.22
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$	(14,010.00)				
Inversión Diferida	\$	(3,550.00)				
Inversión Corriente	\$	(22,768.58)				
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo	\$	(3,977.00)	\$ (4,459.25)	\$ (4,999.98)	\$ (5,606.27)	\$ (6,286.08)
Pago de Intereses del Préstamo	\$	(2,707.50)	\$ (2,225.25)	\$ (1,684.52)	\$ (1,078.23)	\$ (398.42)

4.5.4. Punto de equilibrio

Tabla 29.

Cálculo del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO PROMEDIO - 5 AÑOS		
$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$		
PEQ (unidades) =	\$	58,235.33
	\$	131.38
PEQ (unidades) =		443.25
PE (Ingresos) =	\$	83,478.06
PE% (Ingresos) =		67.14%

El análisis del punto de equilibrio se calcula con la finalidad de determinar cuál sería el número de servicios que anualmente deben ofrecerse con el propósito de lograr que los ingresos equiparen a los costos totales, evitando que se generen pérdidas. En este sentido, luego de hacer el cálculo se establece que sería necesario vender al menos 443 servicios a un precio promedio de \$ 131.38, lo que significa que el ingreso total debería ser como mínimo \$ 83,478.06 durante un año para evitar pérdidas, lo que significa que se debe cumplir al menos el 67% del presupuesto de ventas.

4.5.5. Evaluación financiera

Tabla 30.

Flujos de caja del proyecto

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	\$ (40,328.58)	\$ (40,328.58)
AÑO 1	\$ 14,741.18	\$ (25,587.40)
AÑO 2	\$ 13,730.10	\$ (11,857.31)
AÑO 3	\$ 16,753.18	\$ 4,895.88
AÑO 4	\$ 19,941.91	\$ 24,837.79
AÑO 5	\$ 23,058.72	\$ 47,896.51

Una vez que ya se han estimado los presupuestos de ingresos, costos y gastos, a través de los diferentes estados financieros y el flujo de caja, se obtuvo como resultado una utilidad neta que variaría entre \$ 14 mil y \$ 23 mil dólares durante los primeros cinco años de operaciones. Sin embargo, un punto a destacar es que la inversión recién se recuperaría a partir del tercer año de operaciones.

Tabla 31.

Cálculo de la tasa de descuento del proyecto

FUENTE	PARTICIPACION	TASA	PONDERACION
Recursos Propios	37.19%	10.89%	4.049%
Préstamo Bancario	62.81%	11.50%	7.223%
TMAR	100.00%		11.27%

El cálculo de la tasa de descuento se hizo en función del método del costo capital promedio ponderado, y se determinó que, todo rendimiento inferior a 11.27% deberá rechazarse porque el negocio no sería capaz de recuperar su costo de capital. Por ende, un valor superior determinaría que sí es viable el proyecto.

Tabla 32.

Análisis de rentabilidad

TMAR	11.27%
TIR	29.94%
VAN	\$22,695.09
IR	\$ 0.56

Finalmente, luego de hallar la tasa interna de retorno (TIR), se determinó que el rendimiento sería 29.94% luego de haber recuperado la inversión, lo cual es favorable porque está por encima de la tasa de descuento. Esto significa que los beneficios netos promedios de los primeros cinco años serían \$ 22,695.09, según lo establecido por el valor actual neto (VAN); esto significa que por cada dólar invertido en el negocio, se estarían generando \$ 0.56 de beneficios netos, llegando a la conclusión de que la propuesta sería viable desde el punto de vista financiero.

Conclusiones

De conformidad con los objetivos específicos se establecen las siguientes conclusiones:

La presente propuesta surge de la necesidad de establecer una guardería en el kilómetro 15 de la vía a Daule, sector que se caracteriza por ser una zona industrial y donde el desarrollo de guarderías es nulo, por tanto, algunos trabajadores que tienen hijos ven complicaciones respecto al cuidado que deben tener mientras se encuentran cumpliendo sus labores diarias. Es así como surge la oportunidad de negocio de contar con profesionales capacitados en temas de estimulación física y mental para garantizar un cuidado óptimo de los infantes, quienes pueden desarrollar sus capacidades intelectuales, al mismo tiempo que se entretienen con actividades lúdicas y juegos didácticos.

Según los resultados del estudio de mercado se constató que el 83% de los encuestados trabaja a tiempo completo dentro de las distintas empresas de la zona, por lo que al tener hijos, estos estarían al menos 8 ocho horas sin su cuidado. Al no contar con una guardería en el sector han optado por dejar a sus hijos al cuidado de familiares, así se expresó el 70% de los padres encuestados; el 14% prefiere dejar a sus hijos al cuidado de sus empleadas domésticas; el 9% ha optado por dejar a sus hijos con amistades de confianza que pueden cuidar a sus hijos. En cuanto al nivel de aceptación de disponer de una guardería privada en la zona, el 62% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo, ya que esto facilitaría un poco su vida diaria, y estarían cerca para poder visitarlos durante sus recesos.

Finalmente, al realizar el análisis financiero del proyecto se determinó que sería necesario contar con una inversión de \$ 40 mil para montar la guardería, pero si se logra atender a 50 niños por mes, se podrían generar ingresos suficientes para poder recuperar la inversión durante los 2 primeros años, dejando como resultado una TIR de 29% y un VAN de \$ 22 mil dólares, estableciendo su viabilidad desde el punto de vista financiero.

Recomendaciones

- 1) Según el grado de aceptación que tenga el proyecto se pueden abrir sucursales en otras zonas que también demanden de guarderías para el cuidado de los infantes. Esto permitiría un mayor crecimiento y expansión de la marca.
- 2) Analizar el mercado con el propósito de identificar nuevos métodos didácticos para la estimulación temprana de los infantes y realizar una inversión para la adquisición de dichos implementos.
- 3) Tratar de obtener las instalaciones en óptimo estado, tratando de emplear accesorios que garanticen una protección para los niños, es decir, que preferiblemente se utilicen elementos suaves que prevengan posibles golpes o caídas de los niños y así mitigar la posibilidad de que ocurran accidentes.
- 4) Con el dinero obtenido de las utilidades, se puede reinvertir en el negocio para ampliar su capacidad instalada e invertir en la formación y desarrollo del personal, a fin de tener un talento humano capacitado y motivado, especialmente considerando que se trabaja con niños.

Referencias Bibliográficas

- Asamblea Nacional. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito: Registro Oficial 298 - Oficio No. T. 4454-SNJ-10-1512.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley orgánica de economía popular y solidaria*. Quito: Oficio No. T.4887 - SNJ - 11-664.
- Asamblea Nacional. (2016). *Reglamento para aplicación del artículo 155 del Código del Trabajo*. Quito, Ecuador: Decreto No. 718.
- Báez, E., & Cerrato, A. (2017). *La planeación estratégica en el marketing de destinos turísticos*. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Berry, T. (19 de Julio de 2012). *10 conceptos básicos del Plan de negocios*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/265330>
- Congreso Nacional. (2003). *Código de la Niñez y Adolescencia. Ley No. 100*. Quito: Registro oficial 737.
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de [http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-
Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf](http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf)

Cruz, C. (2015). *Voces Babble*. Obtenido de Beneficios de estancias infantiles o guarderías:

<http://www.disneybabble.com/la/voces-babble/beneficios-de-estancias-infantiles-o-guarder%C3%ADas>

Diario El Telégrafo. (25 de Julio de 2011). *Guayaquil crece hacia La Aurora y la vía a Daule*.

Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/guayaquil-crece-hacia-la-aurora-y-la-via-a-daule>

El Telégrafo. (22 de septiembre de 2011). *El 95% de los centros de desarrollo infantil funciona sin permisos*.

Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/el-95-de-los-centros-de-desarrollo-infantil-funciona-sin-permisos>

Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Editores Sapin.

Gonzalez, J. (2012). Obtenido de A la guardería, sin miedo: [http://www.serpadres.es/1-2-](http://www.serpadres.es/1-2-anos/educacion-estimulacion/articulo/a-la-guarderia-sin-miedo)

[anos/educacion-estimulacion/articulo/a-la-guarderia-sin-miedo](http://www.serpadres.es/1-2-anos/educacion-estimulacion/articulo/a-la-guarderia-sin-miedo)

Grifol, D. (2016). *Factores que inciden en la motivación*. Obtenido de

<http://danielgrifol.es/factores-que-inciden-en-la-motivacion/>

Hernández, E. (2010). *Aspectos teóricos y metodológicos del Plan de Negocio*. Obtenido de

<https://www.gestiopolis.com/aspectos-teoricos-metodologicos-del-plan-de-negocio/>

INEC. (2013). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-*

2012. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf

- INEC. (2014). *Encuesta de Condiciones de Vida 2014*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-internet-smartphones-redes-sociales.html>
- Jiménez, D. (9 de Noviembre de 2014). *Análisis PEST*. Obtenido de <https://www.pymesycalidad20.com/analisis-pest-comprendiendo-el-contexto-de-la-organizacion.html>
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2013). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Meyer, W., & Dalen, D. V. (2006). *Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva"*. Obtenido de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). *Inauguración del Centro de Desarrollo Infantil del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/inauguracion-centro-desarrollo-infantil-del-buen-vivir-ungui/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (8 de Mayo de 2015). *Centros Infantiles del Buen Vivir cumplen con estándares de calidad*. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/centros-infantiles-del-buen-vivir-cumplen-con-estandares-de-calidad/>
- Muñoz. (2010). *La Encuesta*. Obtenido de <http://www.xtec.cat/~cmunoz/recerca/encuesta.htm>

- Paraninfo. (2013). *El cuidado de los niños: una tarea comprometida*. Obtenido de <http://www.paraninfo.es/catalogo/9789708300193/el-cuidado-de-los-ninos--una-tarea-comprometida>
- Paris, E. (18 de Marzo de 2011). *Riesgos y beneficios de ir a la guardería: conclusiones*. Obtenido de <https://www.bebesymas.com/educacion-infantil/riesgos-y-beneficios-de-ir-a-la-guarderia-conclusiones>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Nueva York, *The Free Press*, 24-27.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2009). *Administración* (Décima ed.). México: Pearson.
- Ropero, M. D. (2014). *Spapex*. Obtenido de LA GUARDERÍA COMO RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD ACTUAL: <http://www.spapex.org/laguarderia.htm>
- Sanjuan, L. (28 de Octubre de 2011). *¿Qué es el análisis PEST-EL?* Obtenido de <http://queaprendemoshoy.com/el-analisis-pest/>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: SENPLADES.
- TopNanny. (2015). *Ventajas y desventajas de la guardería*. Obtenido de <https://topnanny.es/info/ventajas-inconvenientes-guarderia>
- Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Segunda ed.). México: Pearson Education.

Apéndices

Apéndice A. Formato de encuestas

12. ¿Qué actividad realiza en el kilómetro 15 de la vía a Daule?

Trabaja tiempo completo

Trabaja por horas

Trabaja medio tiempo

13. ¿Cuántos niños tiene hasta la edad de 12 años?

1 niño (a)

2 niños (a)

3 niños (a)

Más de 3 niños (a)

14. ¿Qué edad tienen sus hijos?

Menos de 1 años

Entre 1 y 3 años

Entre 3 y 5 años

Entre 5 y 10 años

Entre 10 y 12 años

15. ¿Actualmente sus hijos quedan al cuidado de?

Familiares

Amistades

Empleada

Los lleva a donde va

16. ¿Conoce actualmente una guardería cercana a la zona del kilómetro 15 de la vía a Daule?

Si

No

17. ¿Qué tan de acuerdo estaría con la apertura de una guardería en el sector?

Totalmente de acuerdo

Parcialmente de acuerdo

Indiferente

Parcialmente en desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

18. ¿Usted confiaría en una guardería privada?

Totalmente de acuerdo

Parcialmente de acuerdo

Indiferente

Parcialmente en desacuerdo

19. ¿Qué características desearía que la guardería posea?

Áreas para varias edades

Facilidades de pago

Espacios amplios

Desarrollo de actividades complementarias para los niños

20. Indique su nivel de ingresos mensuales:

Menos de un sueldo básico

Entre 400 y 500 dólares

Entre 500 y 700 dólares

Más de 700 dólares

21. Precio que estaría dispuesto a pagar sería:

Entre \$150 – \$200

De \$201 - \$250

De \$251 - \$300

22. ¿Por qué medios quisiera realizar sus pagos?

Descuento a cuenta bancaria

Pago en efectivo

Descuento en rol de pago

Apéndice B. Detalle de los activos fijos y diferidos

Equipos de operación			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Juguetes para niños	200	\$ 2.00	\$ 400.00
Juguetes para niñas	200	\$ 3.00	\$ 600.00
Pelotitas	5000	\$ 0.25	\$ 1,250.00
Base para piscina de bolitas	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Carritos para niños diseños variados	8	\$ 180.00	\$ 1,440.00
Salta - Salta	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Juego de mesas y sillas para niños	5	\$ 250.00	\$ 1,250.00
Rompecabezas didáctico para piso	30	\$ 25.00	\$ 750.00
Estanterías para niños	3	\$ 180.00	\$ 540.00
Casitas para niños	3	\$ 350.00	\$ 1,050.00
Accesorios varios para juegos	10	\$ 200.00	\$ 2,000.00
TOTAL			\$ 10,830.00

Equipos de computación			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Computador portátil	2	\$ 750.00	\$ 1,500.00
Circuito de cámaras	1	\$ 550.00	\$ 550.00
Impresora	1	\$ 130.00	\$ 130.00
TOTAL			\$ 2,180.00

Muebles y Enseres			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Escritorios ejecutivos	2	\$ 280.00	\$ 560.00
Sillas ejecutivas	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Sillas de oficina	4	\$ 50.00	\$ 200.00
TOTAL			\$ 1,000.00

Gastos de Pre-Operación			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Gastos de Constitución	1	\$ 650.00	\$ 650.00
Instalaciones y adecuaciones	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Permisos de funcionamiento	1	\$ 400.00	\$ 400.00
TOTAL			\$ 3,550.00

Apéndice C. Proyección de los sueldos y beneficios sociales

<i>CARGO</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Sueldo Base</i>	<i>Mensual</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Gerente Administrativo	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,351.29	\$ 12,712.86	\$ 13,085.01	\$ 13,468.06
Coordinador / Colector	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,175.64	\$ 6,356.43	\$ 6,542.51	\$ 6,734.03
Subtotal	2	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00				
<i>Beneficios Sociales</i>								
XIII Sueldo		\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 1,500.00	\$ 1,543.91	\$ 1,589.11	\$ 1,635.63	\$ 1,683.51
XIV Sueldo		\$ 59.00	\$ 59.00	\$ 708.00	\$ 728.73	\$ 750.06	\$ 772.02	\$ 794.62
Fondo de Reserva		\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 1,499.94	\$ 1,543.85	\$ 1,589.04	\$ 1,635.56	\$ 1,683.44
Vacaciones		\$ 62.50	\$ 62.50	\$ 750.00	\$ 771.96	\$ 794.55	\$ 817.81	\$ 841.75
Aporte Patronal (12.15%)		\$ 182.25	\$ 182.25	\$ 2,187.00	\$ 2,251.02	\$ 2,316.92	\$ 2,384.74	\$ 2,454.55
Aporte Personal IESS (9.45%)		\$ 141.75	\$ 141.75	\$ 1,701.00	\$ 1,750.79	\$ 1,802.05	\$ 1,854.80	\$ 1,909.10
Total Sueldo + Beneficios Sociales		\$ 1,912.00	\$ 1,912.00	\$ 22,943.94	\$ 23,088.67	\$ 23,237.63	\$ 23,390.96	\$ 23,548.77

<i>CARGO</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Sueldo Base</i>	<i>Mensual</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Auxiliar Contable	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 4,940.51	\$ 5,085.14	\$ 5,234.01	\$ 5,387.23
Subtotal	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 4,940.51	\$ 5,085.14	\$ 5,234.01	\$ 5,387.23
<i>Beneficios Sociales</i>								
XIII Sueldo		\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 400.00	\$ 411.71	\$ 423.76	\$ 436.17	\$ 448.94
XIV Sueldo		\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 340.00	\$ 349.95	\$ 360.20	\$ 370.74	\$ 381.60
Fondo de Reserva		\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 399.98	\$ 411.69	\$ 423.74	\$ 436.15	\$ 448.92
Vacaciones		\$ 16.67	\$ 16.67	\$ 200.00	\$ 205.85	\$ 211.88	\$ 218.08	\$ 224.47
Aporte Patronal (12.15%)		\$ 48.60	\$ 48.60	\$ 583.20	\$ 600.27	\$ 617.84	\$ 635.93	\$ 654.55
Aporte Personal IESS (9.35%)		\$ 37.40	\$ 37.40	\$ 448.80	\$ 461.94	\$ 475.46	\$ 489.38	\$ 503.71
Total Sueldo + Beneficios Sociales		\$ 522.87	\$ 522.87	\$ 6,274.38	\$ 6,458.06	\$ 6,647.11	\$ 6,841.70	\$ 7,041.98

Apéndice D. Evolución de la inflación



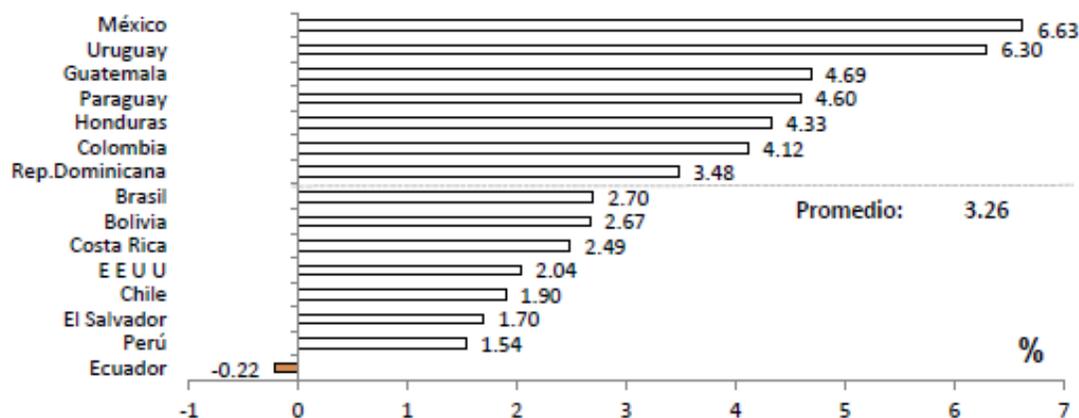
INFLACIÓN ANUAL DEL IPC A DICIEMBRE DE CADA AÑO

Porcentajes, 2006-2016



INFLACIÓN ANUAL INTERNACIONAL

(Porcentajes, noviembre 2017)



De 15 países analizados, en su mayoría de América Latina, la inflación anual del Ecuador fue la más baja en noviembre de 2017.

Apéndice E. Evolución del riesgo país

RIESGO PAÍS - 29 ENERO 2018	
FECHA	VALOR
Enero-29-2018	448
Enero-28-2018	445
Enero-27-2018	445
Enero-26-2018	445
Enero-25-2018	450
Enero-24-2018	463
Enero-23-2018	477
Enero-22-2018	474
Enero-21-2018	473
Enero-20-2018	473
Enero-19-2018	473
Enero-18-2018	457
Enero-17-2018	455
Enero-16-2018	457
Enero-15-2018	462
Enero-14-2018	462
Enero-13-2018	462
Enero-12-2018	462
Enero-11-2018	453
Enero-10-2018	441
Enero-09-2018	436
Enero-08-2018	430
Enero-07-2018	430
Enero-06-2018	430
Enero-05-2018	430
Enero-04-2018	437
Enero-03-2018	442
Enero-02-2018	448
Enero-01-2018	459
Diciembre-31-2017	459

Apéndice F. Evolución de la tasa de interés pasiva

TASA INTERÉS PASIVA - 29 ENERO 2018	
FECHA	VALOR
Enero-31-2018	4.98%
Diciembre-31-2017	4.95%
Noviembre-30-2017	4.91%
Octubre-31-2017	4.80%
Septiembre-30-2017	4.97%
Agosto-31-2017	4.96%
Julio-31-2017	4.84%
Junio-30-2017	4.80%
Mayo-31-2017	4.82%
Abril-30-2017	4.81%
Marzo-31-2017	4.89%
Febrero-28-2017	5.07%
Enero-31-2017	5.08%
Diciembre-31-2016	5.12%
Noviembre-30-2016	5.51%
Octubre-31-2016	5.75%
Septiembre-30-2016	5.78%
Agosto-31-2016	5.91%
Julio-31-2016	6.01%
Junio-30-2016	6.00%
Mayo-31-2016	5.47%
Abril-30-2016	5.85%
Marzo-31-2016	5.95%
Febrero-29-2016	5.83%