

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE CUIDADO  
INFANTIL EN GUAYAQUIL, ECUADOR**

**Tesis de Grado**

**Previa la obtención del Título de:**

**INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL**

**Presentado por**

**DIANA FERNANDA VIERA GARCIA**

**ALEX ARMANDO AGURTO CHANGO**

**JOHANNA DIBIANE ARAUJO MENA**

**Guayaquil-Ecuador**

**2010**

## **DEDICATORIA**

*Les dedico todo el esfuerzo de estos años a varias personas que quiero tanto a mi mami Luchita que aunque hace poco nos dejó sé que nos cuida; al pilar de mi vida mi mami Elsita a quien admiro tanto por su fortaleza; sin ellas muchas cosas no se hubieran podido dar, les agradezco con todo mi corazón por toda su ayuda, preocupación, la infinita confianza que deposito en mí y a mi mami Sheylita por su comprensión y ayuda cada día.*

*Johanna Dibiane Araujo Mena*

## **DEDICATORIA**

*Con todo mi amor y cariño para mis padres; Nancy Chango y Carlos Agurto, por su infinito amor, comprensión y apoyo incondicional, pilares fundamentales en mi vida, mis mejores amigos.*

*Los amo.*

*Alex Agurto Chango*

## **DEDICATORIA**

*Con infinito amor, dedicación y esfuerzo de estos arduos 4 años en mi vida universitaria dedico este proyecto a Dios, quien es la base y pilar fundamental de mi vida.*

*A mi madre Patricia García, quien es ejemplo de superación, quien ha sabido guiarme y aconsejarme en toda mi carrera universitaria.*

*A mi papá Patricio Viera, quien con su lucha diaria, ha tenido el mayor sustento de sus sabios consejos que es la Biblia para edificar mi vida y ayudarme a crecer como persona, hija y ser humana.*

*A mi hermanito David Viera, quien me ha alegrado y acompañado en estos 4 años de universidad.*

*A mi novio BlassGárate quien con su perseverancia, paciencia y sobre todo amor me ha apoyado en todo momento para ser cada día mejor y una excelente profesional.*

*A mi bebé quien aun estando en mi vientre y con la ayuda de Dios es quien me motiva a seguir adelante para culminar con éxito esta etapa de mi vida.*

*Diana Viera García*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco primero a Dios que hace de que cada día algo diferente y que de cada momento surja algo inesperado.*

*Le agradezco a mis padres Sheyla y Marcos en especial a mi mamá por la bendición de cada día.*

*A mis hermanos Evelyn y Kevin por el afecto que muchas veces no demostramos pero que sabemos que existe.*

*A mis tíos Doris, Yayo, Cynthia, Juan Carlos, Mabel y Cristian; a mis primos Faby, Pao, Mari, Andrea, Cristina, y Marcela.*

*A mí enamorado Wellington por su preocupación sincera y compañía incondicional.*

*A todos nuevamente gracias por la ayuda brindada para alcanzar este objetivo.*

*A los profesores, que formaron parte de mi instrucción, en especial a la Ing. Ivonne Moreno, por habernos sabido guiar hasta llegar a la culminación de este proyecto*

*Johanna Dibiane Araujo Mena*

## **AGRADECIMIENTO**

*A dios por haberme guiado durante mi etapa universitaria y permitirme culminarla con éxito.*

*A mis padres, Carlos y Nancy, por su apoyo incondicional y por sus consejos dados día a día.*

*A mis hermanos; Alberto, porque desde muy lejos me has dado las fuerzas para seguir adelante y nos has enseñado lo que es el valor, el coraje y la superación, un ejemplo a seguir, Abel, por tu apoyo brindado cada día.*

*A mi enamorada, Taty, gracias por ser mi amiga, y estar en cada momento junto a mí. Te amo.*

*A mis amigos, con los que he compartido durante todo este tiempo y siempre han estado en los buenos y malos momentos.*

*A cada uno de mis profesores, que con sus enseñanzas han enriquecido mis conocimientos, y en especial a la Ing. Ivonne Moreno, por ser una gran tutora y una guía fundamental para la culminación de este gran trabajo.*

*A mis tías/os: Argentina, Belgica, Nelly, Maritza, Laura, Jacinto Plúas; y por ultimo pero no menos importante a mis primos, en especial a mi hermano Oscar Agurto. Gracias por su apoyo.*

*Alex Agurto Chango*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por sobre todas las cosas, porque él es quien me ha sabido guiar en todo momento, y quien ha llenado mi vida con su infinito y maravilloso amor.*

*A todas las personas quienes han estado cerca de mí en estos 4 años, especialmente a mis padres quien con su esfuerzo y sacrificio han sabido llevarme a adelante. Los quiero mucho! Sin ustedes nada de esto fuera posible.*

*A mi novio y a mi bebé quienes son la razón y la luz de mi vida, quienes me han enseñado el verdadero significado de la vida.*

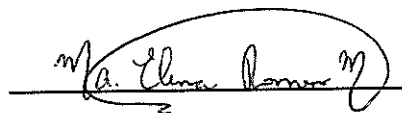
*A mi abuelita Rafaela y a mis Tíos Franklin y Miryan por su infinita ayuda.*

*A mi amiga incondicional Gabriela Palacios por haber estado siempre a mi lado.*

*Gracias y mil veces Gracias!*

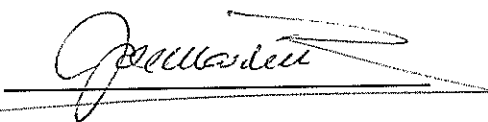
*Diana Viera García*

# TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



**Econ. Maria Elena Romero**

**Presidente Tribunal**



**Ing. Ivonne Moreno**

**Director de Tesis**





## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”



\_\_\_\_\_  
**Diana Fernanda Viera Garcia**



\_\_\_\_\_  
**Alex Armando Agurto Chango**



\_\_\_\_\_  
**Johanna Dibilane Araujo Mena**



## **INDICE GENERAL**

<i>DEDICATORIA</i> .....	<i>II</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	<i>V</i>
<i>TRIBUNAL DE GRADUACIÓN</i> .....	<i>VIII</i>
<i>DECLARACIÓN EXPRESA</i> .....	<i>IX</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i> .....	<i>X</i>
<i>ÍNDICE DE GRAFICOS</i> .....	<i>XIII</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i> .....	<i>XIV</i>
<b><i>CAPÍTULO I</i></b> .....	<b><i>- 16 -</i></b>
<b><i>1.1. INTRODUCCIÓN</i></b> .....	<b><i>- 16 -</i></b>
<b><i>1.2. RESEÑA HISTORICA: MUNDIAL, REGIONAL Y LOCAL</i></b> .....	<b><i>- 18 -</i></b>
<b><i>1.2.1. IMPORTANCIA DE CENTRO DE CUIDADO INFANTIL</i></b> .....	<b><i>- 23 -</i></b>
<b><i>1.3. PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES</i></b> .....	<b><i>- 24 -</i></b>
<b><i>1.3.1. Problemas</i></b> .....	<b><i>- 24 -</i></b>
<b><i>1.3.2. Oportunidades</i></b> .....	<b><i>- 25 -</i></b>
<b><i>1.4. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO</i></b> .....	<b><i>- 26 -</i></b>
<b><i>1.5. ALCANCE DEL SERVICIO</i></b> .....	<b><i>- 28 -</i></b>
<b><i>1.6. OBJETIVOS DEL PROYECTO</i></b> .....	<b><i>- 28 -</i></b>
<b><i>1.6.1. Objetivo General</i></b> .....	<b><i>- 28 -</i></b>
<b><i>1.6.2. Objetivos Específicos</i></b> .....	<b><i>- 29 -</i></b>
<b><i>CAPÍTULO II</i></b> .....	<b><i>- 30 -</i></b>
<b><i>2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</i></b> .....	<b><i>- 30 -</i></b>
<b><i>2.1.1. ESTRATEGIA GENÉRICA</i></b> .....	<b><i>- 30 -</i></b>
<b><i>2.1.2. MISIÓN</i></b> .....	<b><i>- 30 -</i></b>
<b><i>2.1.3. VISIÓN</i></b> .....	<b><i>- 31 -</i></b>
<b><i>2.1.4. ORGANIGRAMA</i></b> .....	<b><i>- 32 -</i></b>
<b><i>2.1.5. CUIDADO DE LOS NIÑOS</i></b> .....	<b><i>- 34 -</i></b>
<b><i>2.1.6. CULTURA EMPRESARIAL</i></b> .....	<b><i>- 35 -</i></b>
<b><i>2.1.7. VALORES</i></b> .....	<b><i>- 35 -</i></b>
<b><i>2.1.8. FODA</i></b> .....	<b><i>- 36 -</i></b>

<b>2.1.8.1. Fortalezas .....</b>	<b>- 36 -</b>
<b>2.1.8.2. Oportunidades.....</b>	<b>- 36 -</b>
<b>2.1.8.3. Debilidades .....</b>	<b>- 37 -</b>
<b>2.1.8.4. Amenazas .....</b>	<b>- 38 -</b>
<b>2.2. INVESTIGACION DE MERCADO.....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.2.1. ANTECEDENTES .....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.2.3. MERCADO OBJETIVO.....</b>	<b>- 40 -</b>
<b>2.2.4. TIPO DE MUESTREO.....</b>	<b>- 42 -</b>
<b>2.2.5. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA “n”.....</b>	<b>- 42 -</b>
<b>2.2.6. PRESENTACION DE RESULTADOS.....</b>	<b>- 47 -</b>
<b>2.2.7. Conclusiones.....</b>	<b>- 58 -</b>
<b>2.2.8. Focus Group.....</b>	<b>- 59 -</b>
<b>2.2.9. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>- 62 -</b>
<b>2.2.9.1. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) .....</b>	<b>- 62 -</b>
<b>2.2.9.2. MATRIZ DE IMPLICACIÓN .....</b>	<b>- 65 -</b>
<b>2.2.10. Análisis de las Fuerzas de Porter.....</b>	<b>- 67 -</b>
<b>2.2.10.1. Amenaza de nuevos competidores: Baja .....</b>	<b>- 68 -</b>
<b>2.2.10.2. La rivalidad entre los competidores: BAJA.....</b>	<b>- 68 -</b>
<b>2.2.10.3. Poder de negociación de los proveedores: BAJA .....</b>	<b>- 69 -</b>
<b>2.2.10.4. Poder de negociación de los compradores: ALTA .....</b>	<b>- 69 -</b>
<b>2.2.10.5. Amenaza de productos sustitutos: BAJA.....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>2.2.11. MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN.....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>2.2.11.1. Macro-Segmentación .....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>2.2.11.2. Micro – segmentación.....</b>	<b>- 72 -</b>
<b>2.2.12. MARKETING MIX .....</b>	<b>- 73 -</b>
<b>2.2.12.1. Producto .....</b>	<b>- 73 -</b>
<b>2.2.12.2. Precio .....</b>	<b>- 74 -</b>
<b>2.2.12.3. Plaza.....</b>	<b>- 74 -</b>
<b>2.2.12.4. Promoción.....</b>	<b>- 75 -</b>
<b>2.3. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>- 77 -</b>

2.3.1. INTRODUCCIÓN .....	- 77 -
2.3.1.1. OBJETIVOS.....	- 77 -
2.3.1.2. PROCESO DEL SERVICIO .....	- 78 -
2.3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	- 80 -
2.3.2.1. METODOS PARA LA LOCALIZACION DEL PROYECTO .....	- 80 -
2.3.2.2. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS .....	- 81 -
2.3.3. DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO DE CUIDADO INFANTIL .....	- 83 -
2.3.3.1. PLANO ARQUITECTÓNICO .....	- 83 -
2.3.4. VALORACION DE LA INVERSION .....	- 87 -
2.3.5. BALANCE DE OBRA FÍSICA.....	- 87 -
2.3.6. BALANCE DE MUEBLES Y ENSERES .....	- 88 -
2.3.7. BALANCE DE EQUIPO Y MAQUINARIA.....	- 88 -
2.3.8. BALANCE DE EQUIPO DE CÓMPUTO .....	- 89 -
2.3.9. BALANCE DE PERSONAL .....	- 89 -
2.3.10. ANTECEDENTES ECONÓMICOS DEL ESTUDIO LEGAL .....	- 90 -
2.3.11. REMUNERACIONES .....	- 94 -
2.3.12. TIPICIDAD DE LA EMPRESA .....	- 94 -
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>- 96 -</b>
3.1. INTRODUCCIÓN .....	- 96 -
3.2. INVERSION .....	- 97 -
3.3. GASTOS.....	- 99 -
3.3.1. Gastos Administrativos .....	- 99 -
3.3.2. Gastos de Publicidad.....	- 100 -
3.3.3. Determinación de los Costos Variables.....	- 101 -
3.4. Depreciación.....	- 102 -
3.5. CAPITAL DE TRABAJO.....	- 103 -
3.6. Valor de Desecho .....	- 106 -
3.7. Balance Inicial .....	- 107 -
3.8. Apalancamiento de la Empresa.....	- 108 -
3.8.1. Resumen de préstamo .....	- 108 -
3.9. T <sub>MAR</sub> & TASA INTERNA DE RETORNO .....	- 109 -

<b>3.9.1. CALCULO DEL BETA DE LA EMPRESA COMPARABLE.....</b>	<b>- 110 -</b>
<b>3.9.2. Determinación de la TMAR .....</b>	<b>- 111 -</b>
<b>3.9.3. Rentabilidad exigida del Proyecto .....</b>	<b>- 111 -</b>
<b>3.9.4. Rentabilidad exigida por el Inversionista .....</b>	<b>- 112 -</b>
<b>3.10. Flujo de Caja del Proyecto.....</b>	<b>- 113 -</b>
<b>3.11. Flujo de caja del inversionista.....</b>	<b>- 115 -</b>
<b>3.11.1. VALOR ACTUAL NETO: VAN.....</b>	<b>- 117 -</b>
<b>3.11.2. TASA INTERNA DE RETORNO: TIR .....</b>	<b>- 117 -</b>
<b>3.12. PAYBACK .....</b>	<b>- 119 -</b>
<b>3.13. PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>- 119 -</b>
<b>3.14. Análisis de Sensibilidad del Proyecto .....</b>	<b>- 120 -</b>
<b>3.14.1. Simulación en Crystall Ball.....</b>	<b>- 121 -</b>
<b>3.14.2. Identificación de las Variables Principales.....</b>	<b>- 122 -</b>
<b>3.14.3. Porcentaje de Sensibilidad de las Variables Principales.....</b>	<b>- 122 -</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>- 124 -</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>- 125 -</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>- 126 -</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>- 128 -</b>

## **INDICE DE GRAFICOS**

<b>Grafico # 1: Evolución de las Tasas de Natalidad en Países Desarrolla. .</b>	<b>- 19 -</b>
<b>Grafico # 2: Incremento de la Población en los últim.....</b>	<b>- 22 -</b>
<b>Grafico # 3: Tasa bruta de natalidad.....</b>	<b>-41 -</b>
<b>Grafico # 4: Genero.....</b>	<b>- 47 -</b>
<b>Grafico # 5: Edad.....</b>	<b>- 48 -</b>
<b>Grafico # 6: Estado civil.....</b>	<b>- 49 -</b>
<b>Grafico # 7: Hijos &lt; 4 años .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Grafico # 8: Hijos futuros.....</b>	<b>- 51 -</b>
<b>Grafico # 9: Tipo de cuidado para sus hijos.....</b>	<b>- 53 -</b>

<b>Grafico # 10: Lugar de preferencia .....</b>	<b>- 55 -</b>
<b>Grafico # 11: Precio.....</b>	<b>- 56 -</b>
<b>Grafico # 12: Aceptación .....</b>	<b>- 57 -</b>
<b>Grafico # 13: Fuerzas de Porter.....</b>	<b>- 67 -</b>
<b>Grafico # 14: Valor Actual Neto .....</b>	<b>- 123 -</b>

## **INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla # 1: Evolución de la Población.....</b>	<b>- 21 -</b>
<b>Tabla # 2: Genero .....</b>	<b>- 47 -</b>
<b>Tabla # 3: Edad.....</b>	<b>- 48 -</b>
<b>Tabla # 4: Estado civil.....</b>	<b>- 49 -</b>
<b>Tabla # 5: Hijos &lt; 4 años.....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Tabla # 6: Hijos futuros.....</b>	<b>- 51 -</b>
<b>Tabla # 7: Tipo de cuidado para sus hijos.....</b>	<b>- 53 -</b>
<b>Tabla # 8: Importancia .....</b>	<b>- 54 -</b>
<b>Tabla # 9: Lugar de preferencia .....</b>	<b>- 55 -</b>
<b>Tabla # 10: Precio.....</b>	<b>- 56 -</b>
<b>Tabla # 11: Aceptación .....</b>	<b>- 57 -</b>
<b>Tabla # 12: Matriz Implicación.....</b>	<b>- 65 -</b>
<b>Tabla # 13: MATRIZ DE LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>- 82 -</b>
<b>Tabla # 14: Balance de Obra Física.....</b>	<b>- 87 -</b>
<b>Tabla # 15: Balance de Muebles y Enseres .....</b>	<b>- 88 -</b>
<b>Tabla # 16: Balance de Equipo y Maquinaria .....</b>	<b>- 88 -</b>
<b>Tabla # 17: Balance de Computo .....</b>	<b>- 89 -</b>
<b>Tabla # 18: Balance de Personal.....</b>	<b>- 89 -</b>
<b>Tabla # 19: Beneficios mensuales de trabajadores .....</b>	<b>- 91 -</b>
<b>Tabla # 20: Beneficios sociales anuales de los trabajadores .....</b>	<b>- 91 -</b>
<b>Tabla # 21: Descuentos mensuales de los empleados.....</b>	<b>- 91 -</b>
<b>Tabla # 22: Inversión en Activos Tangibles.....</b>	<b>- 98 -</b>
<b>Tabla # 23: Inversión “Gastos de Puesta en Marcha” .....</b>	<b>- 99 -</b>

<b>Tabla # 24: Sueldos más Beneficios Mensual</b> .....	<b>- 100 -</b>
<b>Tabla # 25: Gastos de Publicidad</b> .....	<b>- 101 -</b>
<b>Tabla # 26: Costos Variables</b> .....	<b>- 102 -</b>
<b>Tabla # 27: Depreciación</b> .....	<b>- 103 -</b>
<b>Tabla # 28: Capital de Trabajo</b> .....	<b>- 105 -</b>
<b>Tabla # 29: Valor de Desecho</b> .....	<b>- 107 -</b>
<b>Tabla # 30: Balance Inicial</b> .....	<b>- 107 -</b>
<b>Tabla # 31: Apalancamiento de la Empresa</b> .....	<b>- 108 -</b>
<b>Tabla # 32: Proporción de Apalancamiento</b> .....	<b>- 108 -</b>
<b>Tabla # 33: Datos del Préstamo Bancario</b> .....	<b>- 109 -</b>
<b>Tabla # 34: Tabla de Amortización Anual</b> .....	<b>- 109 -</b>
<b>Tabla # 35: Información Comparable a la Empresa.</b> .....	<b>- 110 -</b>
<b>Tabla # 36: Información del Centro de Cuidado</b> .....	<b>- 110 -</b>
<b>Tabla # 37: Datos del Proyecto</b> .....	<b>- 111 -</b>
<b>Tabla # 38: Índices de la Empresa Comparable</b> .....	<b>- 112 -</b>
<b>Tabla # 39: Porcentaje Riesgo País Ecuador</b> .....	<b>- 112 -</b>
<b>Tabla # 40: Rentabilidad Exigida por el Accionista.</b> .....	<b>- 112 -</b>
<b>Tabla # 41: Flujo de Caja del Proyecto</b> .....	<b>- 114 -</b>
<b>Tabla # 42: Flujo de Caja del Inversionista</b> .....	<b>- 116 -</b>
<b>Tabla # 43: Cuota Neta de Impuesto</b> .....	<b>- 118 -</b>
<b>Tabla # 44: Flujo del Inversionista</b> .....	<b>- 118 -</b>
<b>Tabla # 45: PayBack del Flujo del Inversionista</b> .....	<b>- 119 -</b>
<b>Tabla # 46: Punto de Equilibrio</b> .....	<b>- 120 -</b>
<b>Tabla # 47: Sensibilidad de las Variables de Entrada</b> .....	<b>- 122 -</b>

# **CAPÍTULO I**

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

El cuidado y educación infantil que se brinde al infante en un sentido amplio reviste una especial importancia en los primeros años de vida, porque es en esta etapa en la que el infante adquiere sus primeros conocimientos y sentimientos los cuales serán de gran beneficio para un desarrollo físico y psicológico armonioso, para la formación de las facultades intelectuales y el desarrollo de la personalidad.

En la actualidad se dispone de suficiente información, que indica que el desarrollo y formación puede alterarse sustancialmente según la naturaleza del entorno físico y social durante los primeros años de vida.

El principio del cuidado y atención infantil es entendida como la base del proceso de formación, dirigida y ofertada a todos los niños que la demanden, la cual debe ser una oferta educativa reglada y generalizada para toda la población comprendida entre uno y cuatro años de edad.

La infancia tiene una gran importancia en el proceso de maduración del individuo, ya que en los tres primeros años de vida se va a desarrollar la mitad del potencial intelectual del ser humano, es decir, que la capacidad y necesidad de desarrollo intelectual es mayor cuanto menor sea la edad del niño y, consecuentemente, las posibilidades de recibir una atención adecuada van a determinar su futuro desarrollo. Un fracaso en estas etapas supone un factor determinante en la aparición del fracaso escolar.



En cuanto a sus características, entendemos que la educación que se presta a los niños en sus primeros años ha de ser disciplinada, sistemática y adecuada a sus necesidades.

Debido a la problemática económica del país, muchos de los hogares Guayaquileños se han visto en la necesidad de renunciar al tiempo valioso que comparten con sus hijos por lograr obtener trabajos estables que les permitan solventar sus gastos, teniendo la necesidad de dejarlos con terceras personas.

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

La población infantil se encuentra durante ciertas horas del día bajo el cuidado de una persona que no pertenece al grupo familiar del niño. En los hogares compuestos por ambos padres, el padre como la madre trabajan, lo que provee una gran base de consumo para la industria del cuidado infantil que aumenta día a día, sin olvidar los niños que viven con un solo progenitor, lo que requiere contar con el servicio de cuidado infantil para poder laborar.

Muchas de las pequeñas empresas que ofrecen cuidado infantil lo hacen a domicilio o desde una casa en particular haciendo más leve la carga para los padres que trabajan, pero casi siempre con falta de recursos, con un personal escaso y un ambiente poco adecuado, motivos suficientes para no proporcionar la protección total del infante, lo que nos incentiva a invertir en un centro de cuidado infantil que brinde los recursos primordiales para su desarrollo mientras permanezcan en él.

## **1.2. RESEÑA HISTORICA: MUNDIAL, REGIONAL Y LOCAL**

En los inicios del siglo XX la tasa bruta de natalidad se situaba en el orden de 33 por mil habitantes.

El número anual de nacimientos crece hasta alrededor de los años sesenta, a partir de los cuales mantiene una cierta estabilidad, con algunas oscilaciones alrededor del período de mayor intensidad de los movimientos migratorios internacionales.

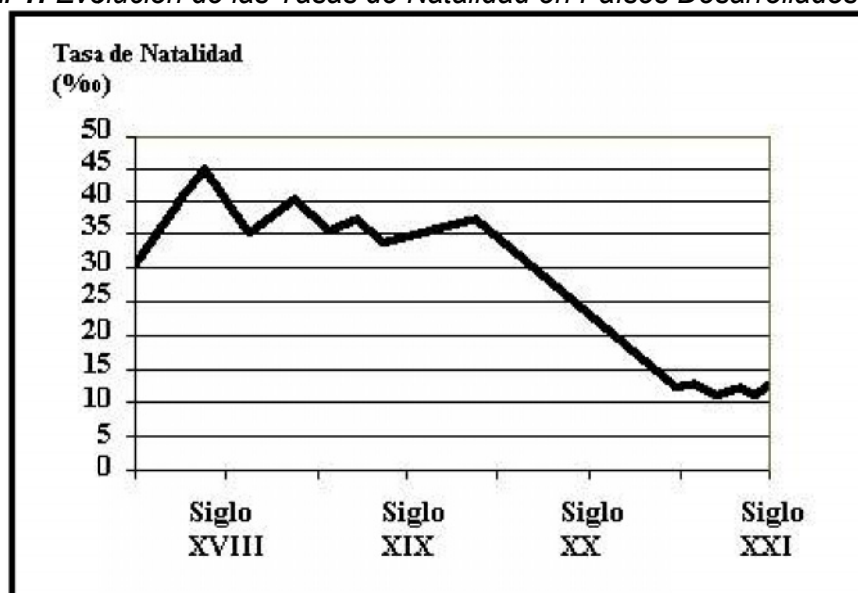
En las primeras tres décadas alcanza una reducción importante (36%) pero en los siguientes solamente un 11%. Es evidente que la reducción en la tasa bruta de natalidad se explica en mayor medida por la baja de la fecundidad que por cambios en la composición por edades, ya que el porcentaje de mujeres en edades reproductivas (15 a 49 años) respecto de la población total, se mantiene a lo largo del siglo prácticamente sin variaciones, en torno al 24 por ciento.

Con respecto a los países Desarrollados, en la siguiente gráfica podemos ver que hasta el siglo XVIII la tasa de natalidad era de un 35-45 %, siendo de carácter irregular, con continuas subidas y bajadas dependientes de las catástrofes naturales (sequías, epidemias) y sociales (guerras, crisis económicas).

Desde mediados del siglo XVIII y a lo largo del siglo XIX, los países más desarrollados van reduciendo los periodos de caída de la natalidad y empiezan a controlar las causas que impedían el aumento de la natalidad. Por lo que en la primera mitad del siglo XIX se produce un ligero aumento de las Tasas de Natalidad y en la segunda mitad una caída continua debido a los primeros intentos de control de natalidad.

En el siglo XX se presenta un declive en sus tasas de natalidad debido al control de la natalidad y la planificación familiar, estancándose cuando la tasa llega entorno al 12-15 % y variando levemente al alza o a la baja dependiendo de coyunturas económicas o sociales. Mientras tanto los subdesarrollados mantienen y aumentan sus tasas debido a la incorporación de medidas sanitarias; solamente comienzan a estabilizarse las tasas de natalidad a partir de los años 70-80 cuando la ONU desarrolla programas de control de natalidad en las zonas menos desarrolladas.

**Grafico # 1:** Evolución de las Tasas de Natalidad en Países Desarrollados.



**Fuente:** [www.ficus.pntic.mec.es](http://www.ficus.pntic.mec.es)

Las tasas de natalidad de los países Subdesarrollados son muy elevadas. Todos los países que muestran una tasa superior a 20 nacimientos por 1.000 habitantes pertenecen al Tercer Mundo.

En los países Subdesarrollados la población joven es más numerosa y las tasas de natalidad son elevadas. Si, en la actualidad, 5.300 millones de personas viven en países subdesarrollados, en el año 2050 se estima que

sean 7.800 millones. Como consecuencia, en el año 2050, más del 85% de la población mundial vivirá en los países hoy subdesarrollados.

Esta elevada natalidad responde a varios motivos como principales tenemos

- En estos países, cada año mueren 92 menores de 5 años por cada 1000 nacidos, frente a los 8 niños que fallecen en los países desarrollados. Debido a esta elevada mortalidad infantil, las mujeres tienen más hijos, pues saben que algunos no sobrevivirán.
- Muchas culturas valoran a las mujeres por los hijos que tienen.
- La religión tiene un gran peso, y normalmente las religiones rechazan el uso de métodos artificiales de control de la natalidad.
- Muchos gobiernos no realizan campañas de planificación familiar.

Las tasas de fecundidad son altas, pero existen grandes diferencias entre los países. Donde se han llevado a cabo fuertes políticas de control de la natalidad, la tasa se sitúa por debajo de los 3 hijos por mujer. Pero en otros países supera los 5 hijos.

Las características actuales de la población latinoamericana han sido determinadas, entre otros, por tres fenómenos básicos: crecimiento poblacional acelerado, concentración espacial y fuerte urbanización asociada a migración rural-urbana acentuada que sólo pareciera reducirse y en algunos casos sufrir un proceso inverso en los años más recientes.

El fenómeno de crecimiento se sintetiza en pocas cifras: desde la segunda guerra mundial hasta mediados de la década pasada, la población latinoamericana se ha triplicado y al mismo tiempo ha pasado a representar un porcentaje mayor de la población mundial, señal inequívoca de que la expansión poblacional de la región fue más acentuada que el promedio

mundial, lo que la llevo de representar 6.6% del total mundial en 1950 a 8.4% en 1995.

Con respecto a nuestro país Ecuador, la población entre los años 1780 y 1887 se triplicó. De igual forma, desde 1887 hasta 1982 se multiplicó por seis, período dentro del cual se produjo, a partir de 1962, el mayor crecimiento demográfico de nuestra historia; en los años 70 el crecimiento se denominó explosión demográfica, ya que en sólo 20 años -entre 1962 y 1982-, prácticamente, se duplicó la población. Desde 1982 hasta 2001, la población creció un 50%. En las proyecciones que hace la CEPAL -Comisión Económica para América Latina- sobre la población de Latinoamérica, se calcula que, en el año 2010, Ecuador tendrá 14 204 900 habitantes y, en el año 2050, 20 192 297 habitantes.

**Tabla # 1: Evolución de la Población**

<b>Nº</b>	<b>Año</b>	<b>Población</b>
1	1780	450 000
2	1824	491 900
3	1848	768 000
4	1887	1 271 861
5	1931	2 010 029
6	1940	2 481 166
7	1950	3 202 757
8	1962	4 475 997
9	1974	6 521 710
10	1982	8 060 712
11	1990	9 648 189
12	2001	12 156 608
13	2010	14 204 900
14	2020	16 193 984
15	2030	17 946 268
16	2040	19 285 440
17	2050	20 192 297

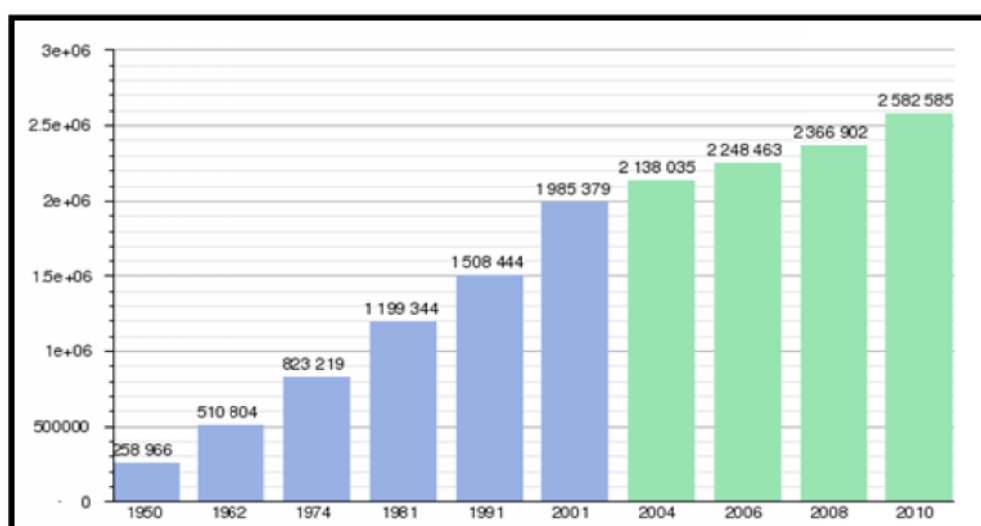
**Fuente:** [www.ficus.pntic.mec.es](http://www.ficus.pntic.mec.es)

Por regiones, el 49,8% de la población vive en la región de la Costa, el 44,8% en la Sierra, el 4,6% en la Amazonía y el 0,1% en la región Insular, mientras que el 0,7% restante corresponde a zonas no delimitadas todavía geopolíticamente.

Del total de la población, el 38,7% residía en zonas rurales, aunque en la región de la Sierra este porcentaje aumenta hasta el 42,9%. Como ocurre con el resto de los países del continente, Ecuador se encuentra inmerso en un proceso de despoblamiento de las zonas rurales en beneficio de las urbanas; según estudios realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el año 2010 más del 70% de la población residirá en las zonas urbanas. Las ciudades de Guayaquil y Quito son las que ocupan los primeros lugares en cuanto a número de habitantes, seguidas de Cuenca, Ambato, Portoviejo, Machala y Riobamba.

La población de la Ciudad de Guayaquil en el 2001 era de 1.985.379 habitantes. La tasa anual media de crecimiento poblacional fue de 2,50%, Su población en el 2008 fue de 2.366.902 habitantes en su área metropolitana.

**Grafico # 2: Incremento de la Población en los últimos años**



**Fuente:** [www.ficus.pntic.mec.es](http://www.ficus.pntic.mec.es)

Durante los últimos años podemos ver que ha aumentado considerablemente la tasa de natalidad en el Ecuador, y que las proyecciones en los próximos años en los países subdesarrollados como el nuestro serán en mayor proporción.

También podemos deducir que con este incremento de la población favorece la Implementación del Centro de Cuidado Infantil ya que del mismo modo incrementarán proporcionalmente nuestros posibles clientes.

### **1.2.1. IMPORTANCIA DE CENTRO DE CUIDADO INFANTIL**

La elección de un centro de cuidado infantil es una de las decisiones más considerables que enfrentan los padres de hoy día.

La importancia que tiene en la actualidad es muy relevante en comparación a los años anteriores, ya que con muchas mujeres incorporadas a la fuerza laboral, resulta imprescindible el contar con sitios seguros en donde dejar a los niños pequeños mientras la madre esté fuera de la casa. Este juega un papel muy esencial y de mucha responsabilidad, ya que de éste depende el desarrollo y formación de los niños porque pasarán la mayor parte del tiempo fuera de casa y al cuidado de personal capacitado. No se plantea que la escuela infantil sea como un sustituto de la familia, sino como un refuerzo.

La formación que en él se brinde va a proporcionar al niño la oportunidad de aprender, desarrollarse, establecer relaciones sociales entre compañeritos, y vivir experiencias que cada vez son más difíciles de lograr en casa, ya que la riqueza de experiencias con las que se contaba en la familia extensa o con un gran número de hijos, prácticamente han

desaparecido al dejar paso a la familia nuclear actual, y al bajo número de miembros de la misma.

En el ámbito alimenticio los proveedores de cuidado infantil cumplirían una importante función en lo que respecta a la provisión de alimentos sanos y en buen estado. Los menús cumplirían con los requisitos de los Patrones Alimentarios del Programa del Cuidado de la Alimentación para Niños y Adultos, para satisfacer las necesidades de nutrientes y energía que los niños necesitan.

El Centro Infantil llamado también “escuela infantil” debe considerarse como una parte más del proceso educativo. En este caso, se plantea como una alternativa para responder a las nuevas demandas de educación que reclama en la actualidad la familia para sus hijos, y que sirve de complemento a su actuación.

Pensando en que ha aumentado la tasa de natalidad en Guayaquil y que no existen centros infantiles que cubran dicha demanda, hemos pensado que a través de este proyecto se ofrecerá una gran alternativa para un buen desarrollo y cuidado de los niños.

### **1.3. PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES**

#### **1.3.1. Problemas**

El análisis previo a la realización del proyecto ha reflejado una serie de problemas en distintas áreas de investigación que deberían ser superados para obtener los resultados esperados, asimismo se han presentado oportunidades importantes que promueve la realización del proyecto.



Una de las mayores disyuntivas para la elaboración del proyecto es la selección del lugar adecuado para la localización del centro para así poder llegar a los consumidores potenciales. Se escogió el sector norte de la ciudad ya que consideramos que existe una demanda insatisfecha a la cual se quisiera llegar y ofertar nuestro servicio.

El cuidado de un niño es una gran responsabilidad, por tal motivo se debe tener muy en cuenta los servicios que se van a proporcionar y las diferentes alternativas que podríamos ofrecer para poder brindar seguridad a los niños y a su vez generar la confianza que los padres necesitan.

Otros de los problemas a los que nos enfrentaríamos, son las regulaciones que existen en el país para este tipo de negocios, los diferentes requisitos que se deben cumplir y los permisos necesarios que se necesiten obtener, van a impedir la implementación del centro en un menor tiempo.

Además, otro motivo de preocupación para la puesta en marcha del negocio es el problema económico y social que se vive en el país, el cual no apoya con frecuencia la creación de microempresas, lo que muchas veces las instituciones no proveen el capital para la inversión del proyecto.

### **1.3.2. Oportunidades**

En la actualidad la mayoría de los padres de familia llevan un ritmo de vida muy agitado, la falta de tiempo, la inseguridad que existe con muchas niñeras, la falta de lugares óptimos para dejar a sus hijos, la necesidad laboral, la mayor incorporación de la mujer al mundo del trabajo, todas estas problemáticas obligan a dejar a sus niños al cuidado de terceras personas, ya sea algún pariente o algún amigo.

Esto genera mucho stress y preocupación en los padres, y no da la tranquilidad necesaria para que puedan cumplir sus tareas de una manera más eficiente, ya sea en el trabajo u otra actividad que ellos realicen.

Estas razones son las que ayudarían a la implementación de un CENTRO DE CUIDADO INFANTIL que cuente con la infraestructura e implementos necesarios para brindar un servicio de calidad para los niños.

El propósito primordial de este proyecto es ayudar a un gran número de familias, satisfaciendo una de sus necesidades y preocupaciones constantes como el de encontrar un lugar ideal donde dejar a sus hijos mientras ellos realizan sus tareas, es decir un centro de cuidados de calidad en donde exista un compromiso de acoger al niño para brindar seguridad y entretenimiento.

Esto representa una gran oportunidad empresarial, con un crecimiento positivo de la demanda cada año, la cual se busca satisfacer ofreciendo dicho servicio.

#### **1.4. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO**

En la ciudad existen guarderías que dan un servicio de cuidado, pero que no llenan las expectativas de los clientes y por ende no dan la confianza que los padres necesitan. El Centro de Cuidado Infantil tendrá un valor agregado el cual se verá reflejado en la formación y educación de los niños.

El Centro de Cuidado Infantil se desarrollará en un local adecuado y amplio, el cual estará dividido en varias áreas para las diversas actividades como por ejemplo: Área de recreación, Área de cuentos y lectura, Salón múltiple, y Área del Hogar.

La cantidad de niños para cada persona encargada será de 4 o 5. Los niños estarán ubicados de cierta manera para que puedan relacionarse entre ellos y siempre al cuidado del personal para evitar problemas que se puedan presentar.

Las normas y reglas del centro de cuidado infantil estarán a disposición de todos, ya sea del personal, cliente, o personas interesadas, para que conozcan la filosofía y así los consumidores se encuentren identificados.

El personal será cuidadosamente seleccionado, como punto principal deberá tener experiencia con niños, estudios realizados como parvularias, para así dar la seguridad a los padres al saber que sus niños están con personal profesionales a su cuidado.

El espacio seleccionado para los niños es exclusivo para ellos, donde la limpieza y el orden es lo primordial. Este espacio contará con diferentes zonas de actividades, como se lo menciono anteriormente, para lectura, gateo, arte, títeres y disfraces, caritas pintadas, etc. Además se garantiza la ausencia de peligros potenciales como: esquinas agudas, tomacorrientes desprotegidos, los cristales tienen que ser irrompibles, etc. que puedan poner en peligro a los niños debido a su natural curiosidad. Se pondrá especial énfasis para que el lugar sea seguro y confortable para los pequeños.

La principal función del centro es atender a los menores y mantenerlos con actividades productivas el mayor tiempo posible mientras se encuentren lejos de los padres.

## **1.5. ALCANCE DEL SERVICIO**

El presente proyecto de implementación de un centro de cuidado infantil en Guayaquil se encuentra enfocado a una clientela de niños de 1 a 4 años de edad, donde los padres pueden adaptar los horarios según sus necesidades.

El alcance del proyecto será limitado en una primera etapa, sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos se podría considerar la expansión del servicio a otros sectores de la ciudad.

Se busca ser protagonista de cambio y desarrollo de esta industria con presencia local (Guayaquil) y ser un centro de cuidados de prestigio, trabajando con eficiencia, creatividad y disciplina, para generar confianza en nuestros futuros clientes y colaboradores, dando un valor agregado a nuestro servicio para superar las expectativas y así, formar parte previa en la educación y desarrollo de los niños.

## **1.6. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.6.1. Objetivo General**

Elaborar un proyecto de inversión para la implementación de un centro de cuidado infantil para el mercado de Guayaquil.

- *Para así brindar una nueva alternativa de servicio de cuidado y educación para los niños y crear condiciones para que puedan tener una acogida afectiva, atención oportuna y ambiente propicio para el desarrollo de sus habilidades mientras permanecen fuera de sus casas.*

## 1.6.2. Objetivos Específicos

Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer la posibilidad de implementar el proyecto.

- *Para obtener información que ayude a enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.*

Realizar un estudio técnico para conocer las necesidades del proyecto.

- *Para determinar el proceso óptimo para la prestación de un buen servicio y la correcta localización del centro de cuidado infantil.*

Realizar una investigación de mercado con su respectivo análisis.

- *Para recopilar y analizar la información del mercado y poder tomar decisiones sobre los objetivos y estrategias que se deben implementar.*

Determinar el monto de inversión, así como los costes de producción, y gastos en que incurra este proyecto.

- *Para elegir la mejor vía de financiamiento que nos permita la ejecución del proyecto.*

Investigar y concretar la rentabilidad del proyecto ajustándose a las medidas económicas del país.

- *Para conocer la viabilidad del proyecto o decidir si se necesitan cambios para buscar mejores beneficios.*

## **CAPÍTULO II**

### **2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **2.1.1. ESTRATEGIA GENÉRICA**

La estrategia genérica que pone su énfasis en el proyecto es la estrategia de Diferenciación, debido a que se brindará un servicio de calidad que será valorado por los clientes; servicio con que no cuentan muchos de nuestros competidores directos e indirectos.

Los clientes preferirán un lugar que les brinde un mejor servicio el cual valorarán y por el cual estarían dispuestos a pagar una mayor cantidad de dinero, así la competencia les brinde el mismo servicio por menos dinero, con esta estrategia se busca satisfacer las necesidades del cliente optimizando las actividades de la cadena de valor del Centro de Cuidado Infantil las cuales son muy diferentes de la competencia.

#### **2.1.2. MISIÓN**

Brindar un servicio beneficioso de calidad a los niños en el tiempo en que permanezcan bajo nuestro cuidado, apoyados de los mejores principios y valores para la mejor estructuración del Centro de Cuidado y así proyectar una buena imagen ante la sociedad, sin olvidar que la creatividad es la principal característica que se ha de demostrar.

***“CON CARIÑO Y CREATIVIDAD TE PROTEGEMOS”***

### 2.1.3. VISIÓN

Ser el centro de cuidados infantil más prestigioso a nivel nacional, trabajando con eficiencia, creatividad y disciplina para generar confianza en nuestros clientes y colaboradores, añadiendo valor y superando expectativas formando parte previa en el desarrollo físico e intelectual de los niños.

**FIGURA # 1: LOGOTIPO CENTRO DE CUIDADO**



**Elaborado por:** Los autores

## 2.1.4. ORGANIGRAMA

**Cuadro # 1: Organigrama de ENREDOS Y GARABATOS**



**Elaborado por: Los autores**

La estructura organizacional del CENTRO DE CUIDADO INFANTIL se encuentra conformada por personas con vocación al servicio, profesionales y practicantes que realizarán el trabajo de una manera eficaz y eficiente para poder brindar un servicio de calidad, en este caso muy dinámico y lleno de actividades.

A continuación se detallarán las funciones de los participantes dentro del proceso de creación y el proceso de operaciones:

- **Gerente General**

Gerente General estará encargado de:

- ✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo.



- ✓ Coordinar con los departamentos para asegurarse que los registros y sus análisis se ejecutan correctamente.
- ✓ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, directores de aéreas y proveedores para mantener el buen funcionamiento del Centro de Cuidado.

- **Director de Área Pedagógica**

La directora del Área Pedagógica estará encargada de desarrollar los planes de actividades que realizarán los niños mientras permanezcan en el Centro de Cuidado Infantil, tendrá que vigilar que las directrices sean cumplidas por las Parvularias.

- **Director Administrativo y de Operaciones**

Estará encargado de la parte financiera; planeará, supervisará, y optimizará el desarrollo de todos los proyectos, programas y actividades relacionados con la administración de recursos humanos, financieros, contables, legales, seguridad integral, con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas propuestas para el Centro de Cuidado y velará la logística de los departamentos de cocina, limpieza, para estos operen de la mejor manera es decir; que tengan los recursos necesarios para el desempeño sostenible del Centro de Cuidado y así poder brindarles el mejor servicio a los niños.

- **Parvularias**

Se contará con Parvularias para el Área Maternal que estarán encargadas de los niños de 1 a 2 años y para el Área Preescolar que estarán encargadas de los niños de 3 a 4 años. Estarán encargadas de

cuidar y controlar las actividades realizadas por los niños mientras se encuentren dentro del centro de cuidado infantil.

- **Auxiliar de Cocina**

- ✓ Cumplir con las normas de higiene y seguridad alimenticia
- ✓ Precautelar a que todos los alimentos estén correctamente preparados
- ✓ Optimizar el gasto de insumos y materiales y la forma de utilización de los recursos.
- ✓ Cuidar la higiene de los productos ya elaborados y mantener en buen estado las maquinarias, equipos y utensilios usados para la elaboración de los productos.

- **Auxiliar de Limpieza**

- ✓ Cumplir con las actividades encomendadas dentro del centro de cuidado.
- ✓ Encargarse de la limpieza del establecimiento.

### **2.1.5. CUIDADO DE LOS NIÑOS**

Tendremos como único objetivo social dedicarnos al cuidado de los niños de manera integral, por lo que en la contratación de personal se tomará en cuenta factores sectoriales, de educación, valores desde un primer momento, por lo que la selección de personal será crucial para la puesta en marcha del negocio y su superación en el futuro.

## **2.1.6. CULTURA EMPRESARIAL**

La cultura empresarial del CENTRO DE CUIDADO INFANTIL tiene como fundamento principal tener un compromiso total con los niños; compensar sus necesidades e intereses, con valores humanos que incluso se transmitirán a los niños para su buen comportamiento.

## **2.1.7. VALORES**

Los valores son muy importantes para el centro de cuidado porque estos son grandes fuerzas impulsoras del trabajo que se llevará a cabo y permitirá posicionar una cultura empresarial que marcará patrones para la toma de decisiones, podemos citar por ejemplo:

- ✓ La voluntad y perseverancia siempre serán necesarias, ponerlas en acción.
- ✓ Compromiso con las personas que trabajan en el centro de cuidado así como con los niños.
- ✓ Integridad y demostrar el mismo respeto a todos los participantes del organigrama.
- ✓ Honestidad y transparencia

El valor central que forma la base de nuestro negocio, es la excelencia que se demuestra en todos los ámbitos de la empresa, desde la elaboración del plan de actividades, los productos que satisfagan la demanda de los clientes, el uso de los proveedores que cumplan los parámetros de calidad que nuestro centro de cuidados impone, y hasta la rapidez y cordialidad necesaria para brindarle a los clientes, el servicio que los niños se merecen.

## **2.1.8. FODA**

### **2.1.8.1. Fortalezas**

#### **Servicio diferenciado: calidad, confianza y seguridad**

Los niños tendrán un cuidado de alta calidad, estará seguro y protegido. Los padres podrán desarrollar su propia lista de ideas que pueden ser útiles para ocupar el tiempo libre de sus hijos, debido a que por lo general los niños tienen costumbres que los padres no quieren que pierdan.

#### **Innovadores: Infraestructura y equipamiento de primera**

El centro de cuidado contará con la infraestructura adecuada para el normal desarrollo diario de las actividades.

- ✚ Existirá suficiente espacio interior y exterior, para que los niños no estén amontonados.
- ✚ Habrá un espacio destinado a las pertenencias de cada niño.
- ✚ Las personas encargadas del cuidado de los niños explicaran el programa de aprendizaje el mismo que incluirá actividades físicas, intelectuales, resolución de problemas y habilidades de comunicación.

### **2.1.8.2. Oportunidades**

#### **Oportunidad de nuevos servicios**

El servicio es una nueva alternativa para los padres y para los niños en especial en cuanto a modos de ocupar su tiempo productivamente que no lo tienen en otros centros de cuidado.

### **Alianza con proveedores**

Para reducir costos de inversión en la compra de materiales para el funcionamiento del proyecto. Se pactará negocios con proveedores para la buena distribución de materiales e insumos necesarios.

### **Desarrollo profesional de sus padres**

En estos tiempos, con muchas mujeres incorporadas a la fuerza laboral, resulta imprescindible el contar con sitios seguros en donde dejar a los niños pequeños mientras la madre esté fuera de la casa, entonces es este el lugar apropiado para ellas, lo que permite el desarrollo profesional de los padres.

### **Mercado Potencial Alto**

Crecimiento positivo de la demanda al cual nosotros buscamos satisfacer ofreciendo nuestro servicio.

## **2.1.8.3. Debilidades**

### **Servicio nuevo**

Como el negocio es nuevo existirá temor por parte de los padres al requerir nuestro servicio ya que por lo general las personas prefieren dejar a sus hijos en sitios recomendados o que ya tienen mucho tiempo en el mercado.

### **Altos costos de la instalación**

Debido a que realizaremos la compra del inmueble en el que se trabajara la infraestructura.

La puesta en marcha del Centro de Cuidado Infantil partiendo desde cero ocasionará gastos y costos en todos los aspectos; desde la construcción y adecuación de infraestructura hasta los materiales con los que se trabajará, lo que en realidad es una debilidad para el mercado porque hoy en día no es tan fácil acceder a un préstamo bancario o que existan aportantes de capital con suficiente suma de dinero para invertir en este tipo de negocio.

#### **2.1.8.4. Amenazas**

##### **Mala percepción del mercado**

Una de las principales amenazas es la agresión, puede tener muchas formas de expresión, desde la física hasta la psicológica. Ejemplos de ello sería el pegarle a un niño porque llora mucho, o dejarlo llorar en exceso sin prestarle ninguna atención, no darle de comer según su horario, o darle una comida inadecuada para su edad, tanto en cantidad como en calidad. Los ejemplos podrían ser muchos, por estos motivos que se escuchan diariamente los padres sienten temor de recurrir a estos lugares, lo cual resulta perjudicial para el Centro de Cuidado Infantil.

##### **Entorno social y económico**

En la actualidad la remuneración no es lo suficientemente porcentual al grado de gastos que la persona efectúa, lo cual es una amenaza con respecto a si nuestros clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio.

## **Entrada de nuevos competidores**

Como no existe restricción alguna para este tipo de negocios, tenemos que tener muy atentos a los nuevos competidores que ingresen al mercado y tomar las acciones que nos permita mantener nuestra clientela.

## **2.2. INVESTIGACION DE MERCADO**

### **2.2.1. ANTECEDENTES**

La investigación de mercado es una herramienta importante durante el periodo de análisis de pre-factibilidad del proyecto, puesto que además de brindar información importante en cuanto a la aceptación de la propuesta empresarial en el mercado, también se convierte en un complemento al momento de delimitar el alcance del proyecto y las alternativas que posee el mismo.

### **2.2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Recopilar y analizar información que nos ayudara a conocer las preferencias y necesidades de nuestros clientes para poder satisfacerlas correctamente.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Establecer el segmento de mercado y el grado de aceptación que tendría el centro de cuidados.

- Determinar el precio para nuestro servicio.
- Conocer la demanda a satisfacer.
- Determinar la ubicación de nuestro local.

### **2.2.3. MERCADO OBJETIVO**

Los candidatos perfectos para el cual Enredos y Garabatos diseñará sus servicios, son padres de niños de 1 a 4 años, en busca de una buena alternativa de cuidado adecuado infantil, que a más de brindar seguridad, encuentren un lugar en donde haya distracción y diversión para sus hijos. Los segmentos de mercado con más probabilidad de usar este servicio son familias con doble ingreso, es decir personas de clase media y alta, generalmente profesionales de ingresos altos y medios; ya que éstos son los individuos que pueden disponer de una mayor cantidad de dinero para invertir en sus hijos y su seguridad.

De acuerdo a las proyecciones del INEC se estima 3.744.351 habitantes en la provincia del Guayas para el año 2010.

De esta población tenemos que el 7.45% corresponden a niños de 1 a 4 años de edad lo que equivale a un número de 279.029 niños. Siendo la ciudad de Guayaquil con mayor población dentro de la provincia del Guayas, se estima que el 61.60% de los niños de 1 a 4 años de edad, pertenecen a dicha ciudad, aproximadamente 171.876 niños.

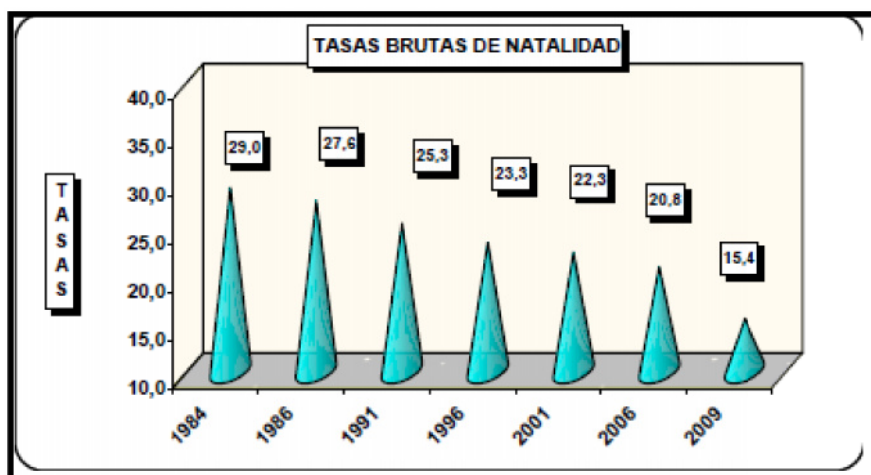
La ciudad de Guayaquil consta de 16 parroquias urbanas, dentro de la cual, la Parroquia Tarqui es la más representativa con un 42.93%. Con estos datos, obtenemos que nuestro mercado objetivo serien los niños que se



encuentran dentro de la Parroquia Tarqui con un número aproximado de 73.786 niños.<sup>1</sup> El cálculo se encuentra en el **Anexo 3**.

Otro factor primordial es saber cuál es la tasa bruta de nacimientos en Ecuador y sobretodo, en nuestro cantón Guayaquil, ya que con eso podremos estimar el crecimiento anual de nuestra demanda y proyectar los ingresos a futuro.

**Grafico # 3:** Tasa bruta de natalidad



*Fuente: INEC - proyecciones*

<sup>1</sup> Fuente: [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

#### 2.2.4. TIPO DE MUESTREO

La selección de la muestra se realizará por muestreo probabilístico, porque los resultados que se desean obtener con esta investigación son para un análisis descriptivo que proporcione estadísticas útiles para estimar la posible aceptación del negocio. En cuanto al método elegido para la obtención de la muestra, se ha optado por el muestreo aleatorio simple. Los resultados esperados con este método, ofrecen un punto de vista general acerca de las preferencias del consumidor objetivo.

#### 2.2.5. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA “n”

Para determinar el tamaño de la muestra que se utilizará en la investigación de mercado de este proyecto, se trabajará con un nivel de confianza del 90% y un nivel de significancia del 10%, lo que implica un estadístico de prueba, basado en la distribución normal estándar, de  $z=1.645$ . El error de diseño establecido es del 10%. A la vez, se asumirá una probabilidad de éxito para el negocio del 50% (y una probabilidad de fracaso del 50%), puesto que proporciona la máxima varianza que permite encontrar un tamaño muestral óptimo, tal que se cometa a lo mucho el error estipulado.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot (p) \cdot (q)}{e^2}$$
$$n = \frac{(1.645)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.10)^2} = 7.65 \approx 68$$

Donde:

$p$ : probabilidad de éxito del negocio.

$q$ : probabilidad de fracaso del negocio.

$Z^2$ : Estadístico de prueba.

$e^2$ : Error de diseño.

El desarrollo de la formula nos lleva a interpretar que el  $n$  es equivalente a 68, resultado que indica la cantidad de encuestas a realizar o a la vez la cantidad de personas que ayudarán a obtener un mejor criterio para la conformación del negocio, pero procederá a encuestar a 100 personas, lo cual favorece al estudio porque se está investigando más de lo requerido.



ESTA ENCUESTA ES ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL

Buenos días somos estudiantes de la ESPOL, estamos realizando una encuesta para medir la factibilidad de un proyecto de creación de un CENTRO DE CUIDADO INFANTIL, en la cual esperamos su absoluta colaboración y recuerde que sus respuestas son muy importantes; GRACIAS.

1. Género: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

2. Edad: 20-24 \_\_\_\_\_ 25-29 \_\_\_\_\_ 30 en adelante \_\_\_\_\_

3. Estado Civil: Casado   
Soltero   
Divorciado   
Viudo

4. ¿Tiene hijos menores de cuatro años?

Si  No

5. ¿Espera tener hijos en el futuro?

Si  
 No

6. Si usted tiene o tuviera hijos en un futuro, ¿qué tipo de cuidado prefiere para sus hijos?

- Servicio doméstico
- Niñera temporal (“baby sitter”)
- Parientes
- Servicio de un Centro de Cuidado Infantil.
- Otro (por favor especifique : \_\_\_\_\_)

7. Califique del 1 al 5 (siendo 5 el muy importante, 4 importante, 3 indiferente, 2 poco importante, 1 nada importante) las características de mayor interés que usted considere para un centro de cuidado infantil.

	Calificación
Infraestructura	
Precio	
Calidad y/o servicio	
Lugar de ubicación	
# de niños al cuidado por persona	

8. ¿En qué lugar le gustaría que el Centro de Cuidado Infantil se ubique?

Los Ceibos

Alborada

Centro

Guayacanes

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar mensualmente para usar el servicio:

\$200 a \$250

\$251 a \$300

\$301 a \$350

> a \$351

10. Si ofreciéramos un Centro de Cuidado Infantil que cuente con un servicio de calidad, infraestructura adecuada y personal calificado, ¿estaría dispuesto a utilizarlo?

Si

No

Indiferente

**Gracias por su colaboración**

## 2.2.6. PRESENTACION DE RESULTADOS

Las encuestas fueron realizadas entre los días jueves 15, viernes 16 y sábado 17 del mes de Julio del presente año, en un horario de 10:00 a 17:00, en las inmediaciones de los locales de los comerciales como: Mall del Sol, Riocentro los Ceibos; y en el centro de la ciudad, puesto que se consideró a aquellas personas de clase social media alta y alta. Otro aspecto que cabe recalcar es que el método de recolección de datos que se utilizó fue el Método de acercamiento directo, es decir que los mismos investigadores fueron quienes realizaron las preguntas a cada encuestado.

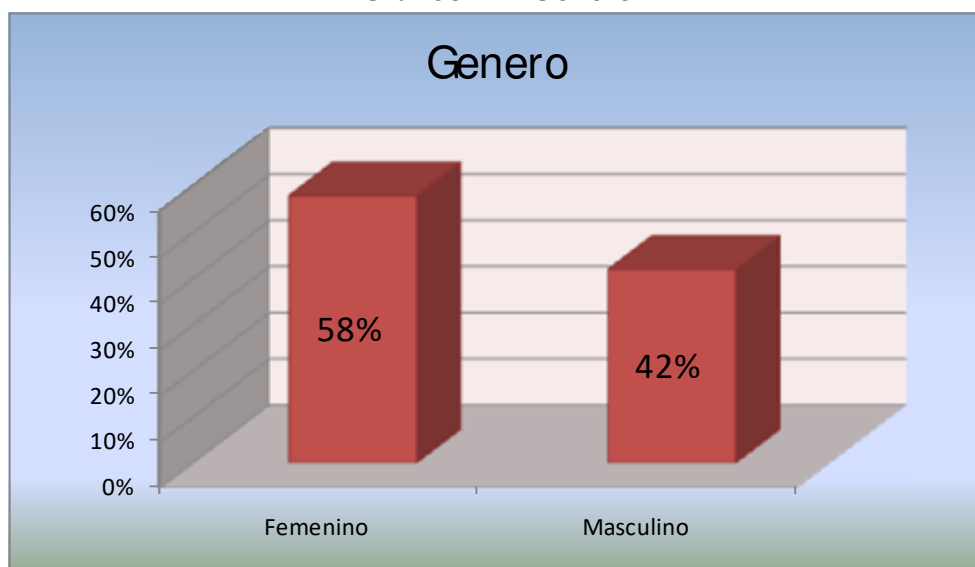
### 1.- Género:

**Tabla # 2: Genero**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	58	58,0	58,0	58,0
	Masculino	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Elaborado por: Los autores*

**Grafico # 4: Genero**



*Elaborado por: Los autores*

Del total de las personas encuestadas: el 58% (58) fueron del género femenino, y el 42% (42) del género masculino, lo cual da como resultado un total de 100 personas encuestadas.

## 2.- Edad

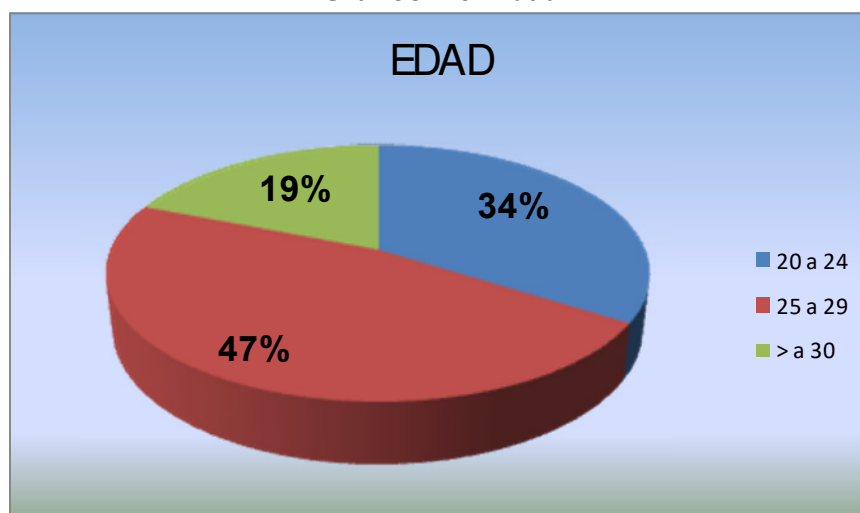
**Tabla # 3: Edad**

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 a 24	34	34,0	34,0	34,0
	25 a 29	47	47,0	47,0	81,0
	30 en adelante	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Elaborado por: Los autores*

**Grafico # 5: Edad**



*Elaborado por: Los autores*

Como se puede observar en el gráfico, el 19% de las personas encuestadas eran mayores de 30 años, mientras que el 34% tenían entre 20 y 24 años de edad. El mayor porcentaje lo concentraron las personas entre 25 y 29 años, con el 47% del total de los encuestados.



### 3.- Estado Civil

**Tabla # 4: Estado civil**

		Estado			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casado	66	66,0	66,0	66,0
	Soltero	24	24,0	24,0	90,0
	Divorciado	8	8,0	8,0	98,0
	Viudo	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por: Los autores**

**Grafico # 6: Estado civil**



**Elaborado por: Los autores**

El 66 % de las encuestados eran personas casadas, el 24% eran solteros, mientras q una pequeña porción correspondía a personas divorciadas o viudas, teniendo el 8% la categoría de “divorciado”, y el 2% la categoría de “viudo”. Estos datos nos proporcionan información importante sobre el perfil de los consumidores.

#### 4.- ¿Tiene hijos menores de cuatro años?

**Tabla # 5: Hijos < 4 años**

<4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
No tiene hijos	57	57,0	57,0	57,0
Tiene hijos	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Los autores

**Grafico # 7: Hijos < 4 años**



**Elaborado por:** Los autores

Del total de las personas encuestadas, el 57% no tiene hijos menores a 4 años de edad, mientras que el 45% si tienen hijos menores al rango mencionado.

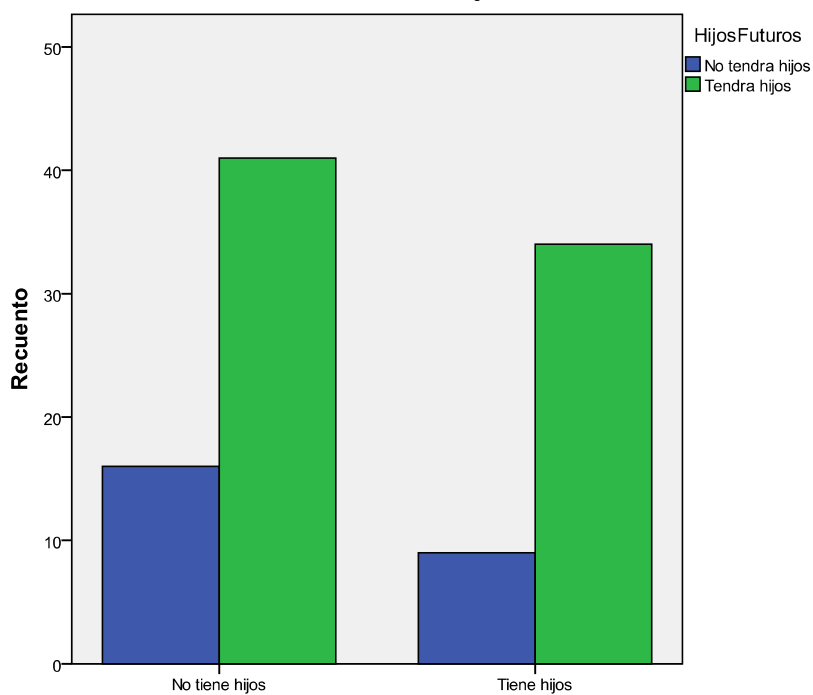
## 5.- ¿Espera tener hijos en el futuro?

**Tabla # 6: Hijos futuros**

		Hijos Futuros		TOTAL
		No tendra hijos	Tendra hijos	
Hijos menores a 4 años	No tienen hijos	16%	41%	57%
	Tienen hijos	9%	34%	43%
	TOTAL	25%	75%	100%

*Elaborado por: Los autores*

**Grafico # 8: Hijos futuros**



<4

*Elaborado por: Los autores*

En este grafico se puede observar que del 57% de las personas que no tienen hijos menores de 4 años de edad, el 41% de ellas si esperan tener hijos en un futuro lo que sería un dato muy importante ya que ellos vendrían

a ser nuestro mercado potencial, mientras que el 16% restante no tienen pensado tener hijos.

Además, del 43% de las personas encuestadas que si tienen hijos menores a 4 años, el 34% si tienen planificado tener más hijos en un futuro y el 9% no espera tenerlos.

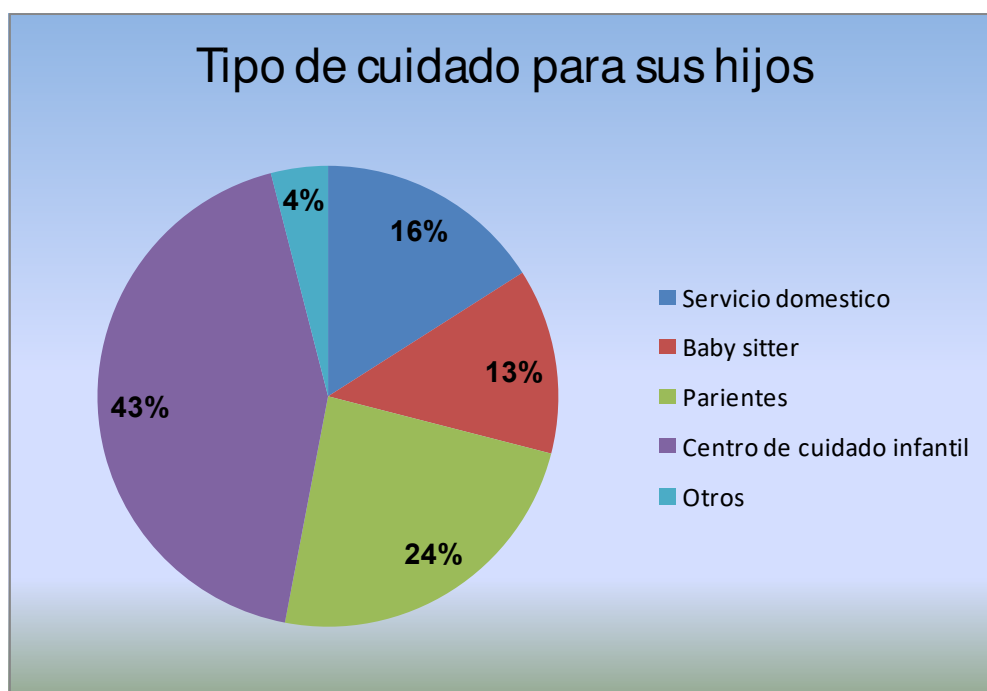
**6.- Si usted tiene o tuviera hijos en un futuro, ¿qué tipo de cuidado prefiere para sus hijos?**

**Tabla # 7: Tipo de cuidado para sus hijos**

		Tipo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Servicio domestico	16	16,0	16,0	16,0
	Baby sitter	13	13,0	13,0	29,0
	Parientes	24	24,0	24,0	53,0
	Centro de cuidado infantil	43	43,0	43,0	96,0
	Otro	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Los autores

**Grafico # 9: Tipo de cuidado para sus hijos**



**Elaborado por:** Los autores

De las 100 personas encuestadas, se observa que el 43% prefiere un centro de cuidados infantil para la atención de sus hijos, el 24% eligen a un pariente para el cuidado de sus hijos, el 13% prefiere a niñeras, el 16% a empleadas domesticas y un 4% prefiere otro tipo de cuidado para sus hijos.

7.- Califique del 1 al 5 (siendo 5 el muy importante, 4 importante, 3 indiferente, 2 poco importante, 1 nada importante) las características de mayor interés que usted considere para un centro de cuidado infantil.

**Tabla # 8: Importancia**

		Media	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante	TOTAL
<b>IMPORTANCIA</b>	Infraestructura	3,52	12	12	21	22	33	100
	Precio	2,87	14	28	26	21	11	100
	Calidad	3,73	4	12	20	35	29	100
	Ubicación	2,28	34	21	11	19	15	100
	# de niños por persona	2,60	36	26	23	4	11	100

**Elaborado por:** Los autores

Se puede observar en la tabla que la característica que mas es valorada por los encuestados es la de CALIDAD, ya que la misma obtiene la mayor de las medias que es de 3.73. La otra característica más valorada es la INFRAESTRUCTURA con una media de 3.52, es decir, que las personas les interesa que el centro tenga las instalaciones necesarios para un mejor funcionamiento.

Así mismo, le sigue el PRECIO con una media de 2.87, el NUMERO DE NIÑOS AL CUIDADO POR PERSONA con una media de 2.60 y por último la UBICACIÓN con una media de 2.28.

**8.- ¿En qué lugar le gustaría que el Centro de Cuidado Infantil se ubique?**

**Tabla # 9: Lugar de preferencia**

**LugarPreferencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Los Ceibos	55	55,0	55,0	55,0
	Alborada	18	18,0	18,0	73,0
	Centro	17	17,0	17,0	90,0
	Guayacanes	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Los autores

**Grafico # 10: Lugar de preferencia**



**Elaborado por:** Los autores

El 55% de las personas encuestadas respondió que preferirían un centro de cuidados infantil ubicado un Los Ceibos, el 18% en la Alborada, el 17% en el centro de la ciudad y un 10% en Guayacanes.

Esto ratifica la visión del proyecto de situar el centro de cuidados en la zona norte de Guayaquil; no obstante, será necesario el estudio técnico para determinar la ubicación óptima.

**9.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar mensualmente para usar el servicio del Centro de Cuidado Infantil?**

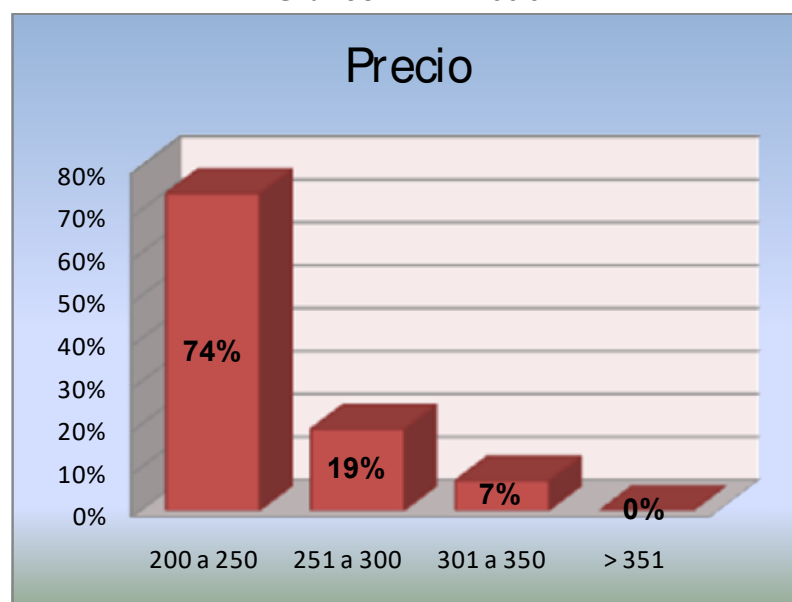
**Tabla # 10: Precio**

**Precio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	200 a 250	74	74,0	74,0	74,0
	251 a 300	19	19,0	19,0	93,0
	301 a 350	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por: Los autores**

**Grafico # 11: Precio**



**Elaborado por: Los autores**

Como se puede observar en el grafico el 74% de las personas estarían dispuestos a pagar entre un rango de \$200 a \$250 por un servicio de cuidados, el 19% están dispuestos a pagar entre \$251 a \$300, y el 7% restante estaría dispuesto a pagar entre \$301 a \$350.

Del total de los encuestados el 0% no estaría dispuesto a un valor mayor a \$351. Estos datos son de mucha importancia ya que nos da información sobre la disposición de los clientes en pagar por un servicio para el bienestar de sus hijos.



**10.- Si ofreciéramos un Centro de Cuidado Infantil que conste con un servicio de calidad, infraestructura adecuada y personal calificado, ¿estaría dispuesto a utilizarlo?**

**Tabla # 11: Aceptación**

**Aceptacion**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	93	93,0	93,0	93,0
	No	3	3,0	3,0	96,0
	Indiferente	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Elaborado por: Los autores**

**Grafico # 12: Aceptación**



**Elaborado por: Los autores**

En esta grafica, se observa que el 93% estarían dispuestos a utilizar el servicio a ofrecer con calidad, infraestructura y personal adecuado, lo cual es un dato que nos favorece. El 3% no está dispuesto a utilizar nuestro servicio, y al 4% le es indiferente.

## 2.2.7. Conclusiones

Luego de haber recolectado, tabulado y analizado detenidamente los datos se puede resaltar que la investigación de mercados logró satisfacer los objetivos planteados y permitió obtener información relevante de las preferencias y perfiles del consumidor meta.

A continuación se mencionaran los resultados de la investigación:

- El porcentaje de personas que tienen hijos menores a 4 años es favorable para la implementación del proyecto. Además, se obtuvo que del total de las personas encuestadas, tengan o no hijos actualmente menores a 4 años, el 75% tienen planificado tener hijos en un futuro, lo cual es de mucha importancia ya que ellos serían el mercado potencial.
- El tipo de cuidado que los padres prefieren para sus hijos es un centro de cuidado infantil, lo cual es un dato muy alentador para la consecución del proyecto.
- La *calidad del servicio* es la característica de mayor importancia en un centro de cuidados para los encuestados según los datos obtenidos. Además, las instalaciones deben ser las adecuadas, con un ambiente decorado de tal forma que cada detalle facilite y contribuya en el aprendizaje y descubrimiento de los niños.
- Las personas prefieren encontrar un centro de cuidados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil
- Finalmente, hay un gran interés y disposición de las personas en contar con el servicio de cuidados para sus hijos.

## **2.2.8. Focus Group**

En una entrevista en grupo es donde encontraremos otra oportunidad de experimentar el mercado directamente; es decir un estudio de investigación de mercado reducirá las personas en números y porcentajes; pero en una entrevista en grupo las personas están allí, los cuales proporcionaran una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala.

Para el caso del Centro de Cuidado Infantil, entrevistaremos a Parvularias de Pre maternas y Pre kínder; ya que son las que están más relacionadas y tienen experiencia con el tema.

### **Personas Entrevistadas:**

- Profesora Parvularia Cynthia Cantos Bajaña
- Profesora Elsy Rodríguez Figueroa

### **Preguntas:**

**¿Qué atributos debería tener el Centro de Cuidado Infantil para que sea elegido en relación a otras ofertas?**

Un atributo primordial que deberían tener es aquel en que los padres de familia del segmento al que se dirigen se fijan más que nada; la preparación y calidez de las personas, que se queden al cuidado de sus hijos mientras no están a su lado; es indispensable ya que todo parte desde ellas ya que son quienes tendrán el contacto directo con los niños y que por medio de los niños es que se transmitirán las buenas o malas acciones de trato hacia ellos, recuérdese que los niños captan hasta el más mínimo

sentimiento sea bueno o malo el cual tarde o temprano captaran los padres, lo cual puede ser positivo o negativo dependiendo del caso.

Otro aspecto relevante es la infraestructura, la limpieza del mismo que es importante en cuanto a su desarrollo, desenvolvimiento, de la salud en especial los niños siempre estarán propensos a adquirir virus, gérmenes del ambiente que provoquen enfermedades que se dan por el desaseo de ciertos lugares que brindan este tipo de servicio y que no son recomendables.

**¿El servicio que se está desarrollando motiva la acción de compra del segmento de mercado al cual va dirigido? ¿Por qué razones no la motiva?**

Si lo motiva. El segmento al que va dirigido son personas con hijos menores de hasta 4 años que trabajan, los padres en busca de su desarrollo profesional buscan donde dejar a sus hijos, y mucho mejor si es un lugar agradable en el cual se pueda confiar, este es una buena razón para motivarlos a emprender sus actividades.

Otras variables semejantes que motivan a la adquisición del servicio son: el precio y la comodidad.

**¿Cuál es la evaluación de la relación precio calidad del servicio de la empresa?"**

Tienen que ir de la mano, sería incoherente brindar un servicio pésimo a un coste demasiado alto o dar un servicio excelente a bajo precio, los dos puntos son negativos hay que tener un equilibrio.

**¿Cuáles son las verdaderas expectativas, deseos y motivaciones de nuestro mercado objetivo?**

Expectativas de los posibles clientes:

- Mejor calidad del servicio.
- Al menor coste.
- Acompañado de un buen trato.
- Puntualidad.
- Que sea flexible para atender las especiales o urgentes necesidades que se les presenten.

La insatisfacción del cliente existente es en buena parte desconocida y siempre superior a la estimada, lo que dificulta su gestión eficaz.

## **2.2.9. PLAN DE MARKETING**

Con el objetivo de estudiar con mayor profundidad las múltiples variables que podrían afectar a la puesta en marcha del Centro de Cuidado Infantil se realizarán diferentes análisis de marketing para ayudar a obtener una perspectiva más clara con respecto al mercado en que se incursionará, lo cual ayudará a tomar decisiones acertadas.

### **2.2.9.1. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)**

La matriz BCG es un instrumento de análisis de carteras de productos, elaborada en los años 70 por el Boston Consulting Group.

La matriz BCG será de gran importancia para saber la fortaleza o posicionamiento del servicio según el tiempo en el mercado.

En esta matriz el eje vertical representa la tasa de crecimiento y el eje horizontal la cuota relativa de mercado. Ambos ejes constan de dos zonas, alta y baja, formando de esta manera una matriz de cuatro productos:

- ***Productos Estrella***

Indica las expectativas de crecimiento altas y posición competitiva también alta, es decir genera recursos pero también exige inversiones fuertes.

En esta posición no es posible que se encuentre el Centro de Cuidado Infantil ya que como se mencionó, ser un producto estrella significa tener posicionamiento en el mercado y además competitivo; el Centro de Cuidado de Cuidado Infantil incursionará en el mercado por primera vez.

- **Productos Vaca Lechera**

Combinan una posición fuerte en el mercado con unas expectativas de crecimiento lento, por lo que generan recursos y no necesitan de grandes inversiones.

El Centro de Cuidado Infantil necesita de una inversión fuerte para la adquisición del equipo para iniciar las actividades, tiene expectativas de crecimiento alto pero no llega a tener un complemento con el crecimiento y rentabilidad por lo que no se encuentra aún en esta posición.

- **Productos Interrogante**

La cuota relativa de mercado es baja, pero tiene alta tasa de crecimiento del mercado. La empresa debe escoger aquellos productos que tengan posibilidad de futuro, invertir en ellos y tratar de conseguir mejor posición competitiva.

El servicio de Cuidado Infantil “Enredos y Garabatos” se encuentra en el sector “**interrogante**” de la matriz BCG, debido a varios motivos:

- Es un servicio nuevo enfocado hacia un segmento que tiene alta tasa de crecimiento,
- Se requiere de una fuerte inversión la misma que sirve para conservar su participación en el mercado y más aun para aumentarla ya que es baja.

- **Productos Perro**

Se Tiene baja expectativa de crecimiento del mercado y baja participación en el mercado, por lo que ni generan ni absorben recursos y se mantienen en un equilibrio financiero.

El Centro de Cuidado Infantil no se incluirá en este segmento por que este negocio es de alto crecimiento y no cuenta con el dinero suficiente para autofinanciarse.

**Cuadro # 2: Matriz BCG**

<p><b>ESTRELLAS:</b> Éxito.</p> 	<p><b>INTERROGACIONES:</b> Mercado con líder. ¿? Continuar en el Negocio.</p> 
<p><b>VACA DE DINERO:</b> Produce mucho efectivo Líder del mercado Economías de escala</p> 	<p><b>PERROS:</b> Bajas utilidades y pérdidas.</p> 

*Elaborado por: Los autores*



## 2.2.9.2. MATRIZ DE IMPLICACIÓN

Esta matriz indica la fuerza con que un consumidor responde ante los estímulos de un servicio; es decir la fuerza con la que los posibles clientes del Centro de Cuidado Infantil se sentirán atraídos por las cualidades del servicio que se promocionará.

**Tabla # 12: Matriz Implicación**

	<p>APREHENSIÓN INTELLECTUAL</p> <p>(Razón, Lógica, Hechos)</p>	<p>APREHENSIÓN EMOCIONAL</p> <p>(Emociones, Sentidos, Intuición)</p>
<p>IMPLICACIÓN FUERTE</p>	<p><b>Enredos y Garabatos</b></p> <p>Aprendizaje</p> <p>(i, e, a)</p>	<p>Afectividad</p> <p>(e, i, a)</p>
<p>IMPLICACIÓN DÉBIL</p>	<p>Rutina</p> <p>(a, i, e)</p>	<p>Hedonismo</p> <p>(a, e ,i)</p>

**Elaborado por: Los autores**

### Modo Intellectual

Los consumidores se basan en la razón, lógica y hechos.

En esta sección del análisis se mencionará que todo suceso o experiencia buena o mala queda gravada en la mente del consumidor lo que puede ser transmitido por otras personas para dar a conocer a cerca de alguna situación para que ocurra o no vuelva a ocurrir; en este mercado refiriéndonos al del Centro de Cuidado a menudo se escuchan de agresiones, maltratos, lo que pone inseguros a los padres de familia al momento de pensar en esta alternativa de cuidado; esto por supuesto no favorecería al posible proyecto.

### **Modo Emocional**

Los consumidores se basan en emociones, sentidos e intuición.

Hay personas que simplemente se dejan llevar de la publicidad emotiva; quienes son fáciles de convencer.

### **Implicación Débil**

Representa para los consumidores una decisión fácil de compra.

Esta situación puede ocurrir debido a la rutina de adquirir algo que ya se conoce.

### **Implicación Fuerte**

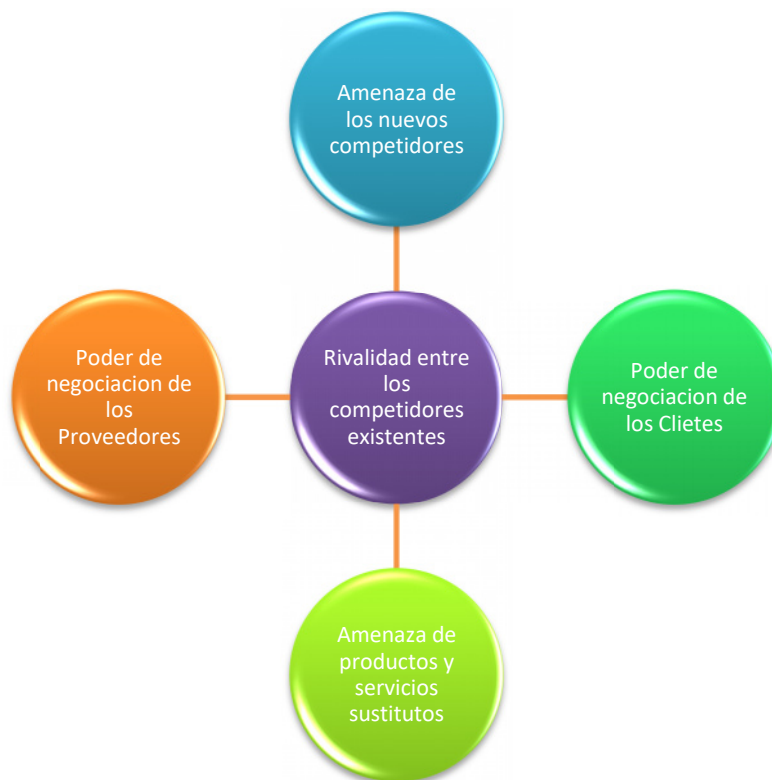
Representa para los consumidores una decisión difícil de compra.

El Centro de cuidado Infantil se encuentra en el **Sector de Aprendizaje** debido a que:

- Representa una decisión fácil para el consumidor ya que ofrece comodidad y buenos servicios a un precio accesible.
- El modo de elección es intelectual ya que como se menciono anteriormente los consumidores para; analizar si es una buena decisión dejar a sus hijos en el Centro de Cuidado recordaran hechos pasados relacionados con otros Centros de cuidado o Guarderías para tratar de tomar la mejor decisión.

## 2.2.10. Análisis de las Fuerzas de Porter

*Grafico # 13: Fuerzas de Porter*



*Elaborado por: Los autores*




### **2.2.10.1. Amenaza de nuevos competidores: Baja**

Uno de los problemas que sufren muchas empresas es la entrada masiva de nuevos competidores que deciden incursionar en campos nuevos o alternativos que sean más lucrativos. En el caso del Centro de Cuidados no es muy común en la ciudad este servicio desde el punto de vista de la comodidad y calidad que se brinde, lo que significa un punto favorable para incursionar.

Un gran desafío que poseen las empresas nuevas o pequeñas es la dificultad que tienen las mismas de mantener a los clientes cuando empresas más grandes están en capacidad de ofrecer precios más bajos, lo que es un problema a las pequeñas empresas que deben igualar o mejorar los precios de la competencia. En el Ecuador, las empresas no le prestan atención a los servicios que ofrecen, para solucionar esto se debería fijar en el perfil de los empleados, lo cual es muy importante para el Centro de Cuidados “Enredos y Garabatos” que siempre buscará brindar una excelente calidez por parte de quienes compartirán momentos con los niños.

### **2.2.10.2. La rivalidad entre los competidores: BAJA**

Dentro del tipo de negocio de servicios de Cuidado Infantil no existe tanta competencia en el sector como en otras industrias que poseen barreras de entrada fáciles; ya que existen centros de cuidado públicos pero no cuentan con las características necesarias para brindar un excelente servicio. Los centros de Cuidado que son nuestra posible competencia son:

-  Sueños Dorados
-  Mega mundo
-  Crecer

Todos ubicados en el Norte de la ciudad.

La rivalidad dentro de esta industria también está compuesta por los comentarios y críticas que se escuchan por parte de los consumidores y las comparaciones que ellos realizan en cuestiones de calidad y precios con relación a otras empresas o servicios de guardería similares; aunque lo que predomina en la mayoría de los casos, al momento de elegir una opción es el precio, mas no su calidad.

### **2.2.10.3. Poder de negociación de los proveedores: BAJA**

Como sucede en la mayoría de la industria educativa, todos los proveedores son fundamentales para brindar un servicio de calidad y garantizar la satisfacción por parte del cliente, pero tampoco son indispensables ya que se cuenta con una amplia gama de empresas que pueden proveernos de sus productos.

Lo que **Enredos y Garabatos** debe hacer al momento de escoger un proveedor es analizar los que mejor servicio al cliente ofrecen, ya sea por su puntualidad, seriedad y calidad. Para esto es necesario contar con un personal competente, que se encuentre en capacidad de tomar decisiones correctas y acordes a los objetivos que **Enredos y garabatos** persigue y promete a sus clientes, ya que de esto dependerá la reputación e imagen de la misma frente a los consumidores.

### **2.2.10.4. Poder de negociación de los compradores: ALTA**

Como en cualquier negocio, los clientes y consumidores tienen gran poder de negociación ya que la opinión que ellos tengan del servicio es lo que permitirá crear una buena imagen de la empresa en la mente de los consumidores, permitiendo así que los mismos regresen a comprar o recomienden el servicio.

Específicamente dentro de ésta clase de servicios que se ofrecen a los padres e hijos es que tienen la opción de elegir las actividades y servicios ofrecidos por Enredos y Garabatos, por lo que es muy importante que los consumidores estén satisfechos con el servicio y la calidad ofrecidos en el producto, y de ésta manera lo puedan asistir con total agrado y satisfacción.

La mejor manera de obtener la fidelidad de los clientes es brindándoles excelencia, calidad y un trato justo y equitativo; siempre pensando en que el éxito de una relación de largo plazo es que las dos partes ganen y se sientan satisfechas con el servicio brindado y recibido.

#### **2.2.10.5. Amenaza de productos sustitutos: BAJA**

Dentro de éste campo es necesario mencionar que los productos sustitutos son otras alternativas que los padres prefieren para el cuidado de sus hijos como por ejemplo; servicio domestico, las niñeras puertas adentro, niñeras temporales, parientes cercanos o terceras personas. Tomando en consideración estos factores, se puede concluir el grado de importancia que juega la calidad al momento de ofrecer un servicio, en especial el que pueda ofrecer **Enredos y Garabatos** a sus usuarios.

## 2.2.11. MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN

### 2.2.11.1. Macro-Segmentación

En este análisis se definirá el mercado de referencia desde el punto de vista del consumidor, para lo cual se tomarán en cuenta tres dimensiones, estas se presentan a continuación:

#### **Función o necesidades:**

Responde a la pregunta: ¿Qué necesidades satisfacer?

- Comodidad
- Seguridad
- Compromiso total con los clientes
- Mantenimiento
- Alimentación

#### **Recursos:**

Responde a la pregunta: ¿Cómo satisfacer estas necesidades?

- Ofreciendo un excelente servicio y creando un ambiente agradable para padres y niños en especial; con material necesario para el transcurso de tiempo de permanencia en **Enredos y Garabatos**.

### **Grupo de Compradores:**

Responde a la pregunta: ¿A quién satisface estas necesidades?

- Padres que trabajen y cuenten con un lugar apropiado donde dejar a sus hijos.

### **2.2.11.2. Micro – segmentación**

Con este estudio se darán a conocer las características de los consumidores así mismo las cualidades preceptuales que permitirán diferenciar este servicio en el concepto de los compradores potenciales.

Las características del segmento elegido son:

#### **Segmentación Geográfica**

- Padres de familia ubicados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

#### **Segmentación Demográfica**

- Familias que tengan hijos entre 1 y 4 años de edad.
- Clase social: Media alta - Alta

#### **Segmentación Psico-gráfica**

- Estilo de vida: Padres ejecutivos que se preocupan por el cuidado de sus hijos.
- Intereses: Un servicio con las comodidades necesarias y con un ambiente propicio para el desarrollo infantil.



## **2.2.12. MARKETING MIX**

### **2.2.12.1. Producto**

La estrategia que se utiliza dentro del producto es ofrecer AGRADABLE AMBIENTE, SEGURIDAD, VARIEDAD Y COMPROMISO TOTAL CON NUESTROS CLIENTES Y TODO LO QUE TENGA QUE VER CON ELLOS (personal, padres e hijos), brindando exhaustiva y transparente información de nuestros programas con los objetivos trazados por “Enredos y Garabatos”, ganándonos así su confianza, por nuestro trato individualizado con todos. Además que tenemos a nuestro principal activo, nuestro personal, comprometidos con la responsabilidad para que se impliquen en el proyecto y con esto nos distinguiremos de los demás, fomentamos la diversidad y logrando metas, basándonos en nuestro desempeño, en el constante mejoramiento y renovación de los servicios que brindamos, para que siempre sean de la satisfacción, altura y agrado de nuestros clientes.

Explotaremos nuestra principal propuesta “CON CARIÑO Y CREATIVIDAD TE PROTEGEMOS” desarrollando así el espíritu “Enredos y Garabatos”, no solo en nuestros clientes, sino en la sociedad, colaborando con niños, padres, personal y personas en general capaces de ser creativos, responsables con ellos y con los demás, implantando valores, una filosofía y reglas que fomenten respeto.

Creemos firmemente que estas actividades puestas en acción nos brindaran un crecimiento en la productividad de la empresa, mayor fidelidad entre nuestros clientes en general creando un ambiente agradable único que solo “Enredos y Garabatos” puede ofrecer, aumento de la creatividad en la resolución eficaz de problemas, entre otras.

La presentación de nuestro servicio juega un papel fundamental en la estrategia de los mismos. Se basa en DINAMISMO, CREATIVIDAD,

VARIEDAD, ORDEN Y SERVICIO, siendo ésta nuestra estrategia, por diferenciación.

### **2.2.12.2. Precio**

Al ofrecer un servicio de calidad, brindando a nuestros clientes excelencia y satisfacción en sus necesidades, también ofreceremos un precio justo y acorde a la situación económica actual en la que vivimos. Es decir, no precios altos ni exorbitantes, ya que nuestro objetivo central es que los consumidores puedan pagar el servicio obteniendo una ganancia.

Para establecer los precios se toma en consideración los costos de constitución e inversión, y tomando como referencia los precios que la competencia directa. Todos estos variables tuvieron una incidencia al momento de definir el precio que Enredos y Garabatos señalará; eso sí, siempre siendo fieles a los objetivos de calidad de la empresa, ya que una situación en la que no se está dispuesta a ceder es en la importancia de mantener un excelente servicio con los mejores y más seguros productos. El precio mensual será aproximadamente de \$ 200 a \$250 dólares.

### **2.2.12.3. Plaza**

Se establece como plaza a la ciudad de Guayaquil en el sector norte de la ciudad, específicamente en la Parroquia Tarqui. El Centro de Cuidado infantil se encontrara ubicado en la ciudadela Los Ceibos, ya que constituye el sitio central de la zona que se espera abarcar.

#### **2.2.12.4. Promoción**

En vista de un nuevo servicio hará falta de la exhaustiva publicidad que se llevará a cabo por medio de:

##### **Radio y televisión**

Se transmitirá la publicidad de la apertura del Centro de Cuidado Infantil por estos medios principalmente ya que son masivos y de alcance máximo a la sociedad.

##### **Volantes**

Se repartirá volantes en centros comerciales y en la calle en general, dentro de la zona Norte, que es donde residen nuestros futuros clientes.

##### **Folletos**

Los trípticos contendrán información detallada sobre los diversos servicios que “Enredos y Garabatos” ofrece. De esta forma, se buscará llamar la atención más dirigida de nuestros potenciales clientes.

##### **Marketing de boca a boca**

La calidad de nuestro servicio, será la satisfacción de nuestros clientes, lo que va a generar el marketing de boca a boca, con comentarios totalmente positivos entre familiares, amigos u otro tipo de referencias. El ser recomendados por el buen servicio que ofrecemos es nuestra meta principal que cuanto a las estrategias de publicidad que utilizaremos. Por esto,

evitaremos cualquier mínima insatisfacción de nuestros clientes y así se logrará impedir malos comentarios dentro del medio.

### **Pagina Web**

Se implementará una página web para que los clientes potenciales puedan conocer a que se dedica la empresa, sus instalaciones, los servicios que ofrece detalladamente, el equipo gerencial, las promociones vigentes, videos y fotos lo cual ayudará a los visitantes a conocer más a fondo la razón de ser de ENREDOS Y GARABATOS, así como el poder conocer el interior de la empresa.

## **2.3. ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.3.1. INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se establecerá la información detallada relacionada a los implementos que tendrán mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que deberán efectuarse si se implementa el proyecto; se realizarán las especificaciones al respecto de la cuantía del lugar donde se va a efectuar la instalación y adecuaciones, las materiales y utensilios, así como también el personal requerido; con el objetivo de determinar cuáles serán los recursos necesarios para trabajar de manera eficiente y eficaz en la puesta en marcha del Centro de Cuidado Infantil.

Con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elaborará balances de instrumentos necesarios el monto de la inversión y posteriormente conocer la viabilidad económica; de ahí la importancia de definir todos los requerimientos necesarios.

#### **2.3.1.1. OBJETIVOS**

- ⊕ Definir el tamaño óptimo y localización de la empresa, la cual debe justificar la prestación del servicio y la producción necesaria, para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.
- ⊕ Determinar los costos en que se incurrirán para implementar el proyecto, y de aquí partirá la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.
- ⊕ Identificar los procesos y métodos necesarios, de ahí se desprende la necesidad de materiales, para la prestación del servicio, así como el personal calificado para lograr los objetivos de operación, la

organización de espacios para su implementación, y establecer una estrategia para administrar la capacidad instalada ante eventuales aumentos de la demanda.

### **2.3.1.2. PROCESO DEL SERVICIO**

El proceso para adquirir el servicio será el siguiente:

- ⊕ El cliente tendrá la facilidad de solicitar el servicio por medio de la página web o de manera personal.
- ⊕ Los padres deberán llenar el respectivo formulario para la inscripción de su hijo. Se debe adjuntar fotocopia de la cedula de identidad del padre o la madre del niño.
- ⊕ Entrega de documentos del niño: Partida de nacimiento, y copia del carnet de vacunación, con certificado médico actualizado del pediatra.
- ⊕ 4 fotografías tamaño carnet.
- ⊕ Se procede a la recepción del niño, por las horas que el padre especifique
- ⊕ El formulario de inscripción es el siguiente:

**Cuadro # 2: Formulario de inscripción**

<b>DATOS DE INSCRIPCION</b>	
Nombres del niño:	<input type="text"/>
Sexo:	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
Fecha de nacimiento:	<input type="text"/>
Domicilio:	<input type="text"/>
Telefonos:	<input type="text"/>
Padres:	Casados <input type="checkbox"/> Separados <input type="checkbox"/> Divorciados <input type="checkbox"/>
Si los padres son divorciados, quien tiene la custodia del niño(a)	
	<input type="text"/>
Nombre de la madre:	<input type="text"/>
Trabajo:	<input type="text"/>
Direccion:	<input type="text"/>
Telefonos:	<input type="text"/> Celular: <input type="text"/>
Email:	<input type="text"/>
Nombre de la padre:	<input type="text"/>
Trabajo:	<input type="text"/>
Direccion:	<input type="text"/>
Telefonos:	<input type="text"/> Celular: <input type="text"/>
Email:	<input type="text"/>
Numero de hermanos:	<input type="text"/>
Nombres/Edades:	<input type="text"/>
En caso de emergencia contactar a (aparte de los padres):	
	<input type="text"/>
Telefono de la persona:	<input type="text"/>
Observaciones:	<input type="text"/>

**Elaborado por: Los autores**

## **2.3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Para poder definir la localidad en que se asentará el Centro de Cuidado Infantil se tomarán en cuenta algunas variables importantes, apoyados en el análisis y criterios de métodos para que la decisión tomada sea la más óptima para el beneficio económico en el futuro.

### **Análisis de los factores de localización:**

Para determinar la mejor localización del proyecto, hay varios factores que tenemos que tomar en cuenta, tales como:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía al mercado
- Costo y disponibilidad de locales para alquiler
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros

### **2.3.2.1. METODOS PARA LA LOCALIZACION DEL PROYECTO**

Existen varios métodos para el estudio de la óptima localización del proyecto, los que se mencionan a continuación:

- ✓ Métodos de evaluación por factores no cuantificables
- ✓ Método cualitativo por puntos
- ✓ Método de Brown y Gibson

Para el proyecto de creación de un centro de cuidado infantil se ha elegido el *Método cualitativo por puntos* ya que se considera que es el más apropiado para obtener la localización del mismo.



### 2.3.2.2. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo tiene que dar una suma igual a 1. Luego se divide cada alternativa de ubicación y estas son calificadas del 1 al 10 a medida que cumplan o no con cada factor relevante, y nos quedamos con la que tenga mayor calificación ponderada, que será la que mejor cumpla las necesidades planteadas.

En cuanto al estudio de localización de ENREDOS Y GARABATOS se ha considerado 5 factores importantes:

- 📌 Cercanía al mercado.
- 📌 Costo de la mano de obra.
- 📌 Costo de los insumos.
- 📌 Costo de la vida.
- 📌 Cercanía de los proveedores.

Existen tres alternativas para el proyecto:

**A.-** Los Ceibos

**B.-** Alborada

**C.-** Centro

La matriz de localización muestra a cada opción de compra calificada con cada factor relevante, siendo el más conveniente aquel que mayor puntaje obtenga en la sumatoria, como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla # 13: MATRIZ DE LOCALIZACIÓN**

Factor Relevante	Peso Asignado	Los Ceibos		Alborada		Centro	
		Calificación	Calif. Ponderada	Calificación	Calif. Ponderada	Calificación	Calif. Ponderada
Cercanía al mercado	0,30	9	2,7	6,8	2,04	7,2	2,16
Cercanía a los proveedores	0,20	7,3	1,46	8,5	1,7	8,6	1,72
Costo de la mano de obra	0,10	7,2	0,72	7,5	0,75	7,5	0,75
Costo de los insumos	0,15	6,3	0,945	7,7	1,155	6,5	0,975
Costo de la vida	0,25	8,4	2,1	7	1,75	6	1,5
SUMA	1,00		<b>7,925</b>		<b>7,395</b>		<b>7,105</b>

**Elaborado por:** Los autores

Finalmente se concluye que la mejor opción para las necesidades de la empresa es el sector ubicado en CEIBOS NORTE, pues se encuentra cerca del mercado objetivo y de los posibles proveedores, considerando que el costo de la vida es más caro en la zona norte de la ciudad, las personas que consuman el producto serán personas con una economía estable.

Otros factores a considerar y que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de un proyecto son los siguientes:

- **Medios y costos del transporte**

Son todos los costos relacionados al transporte de la materia prima a la empresa, por lo que es una variable significativa al momento de elegir la localización de la empresa.

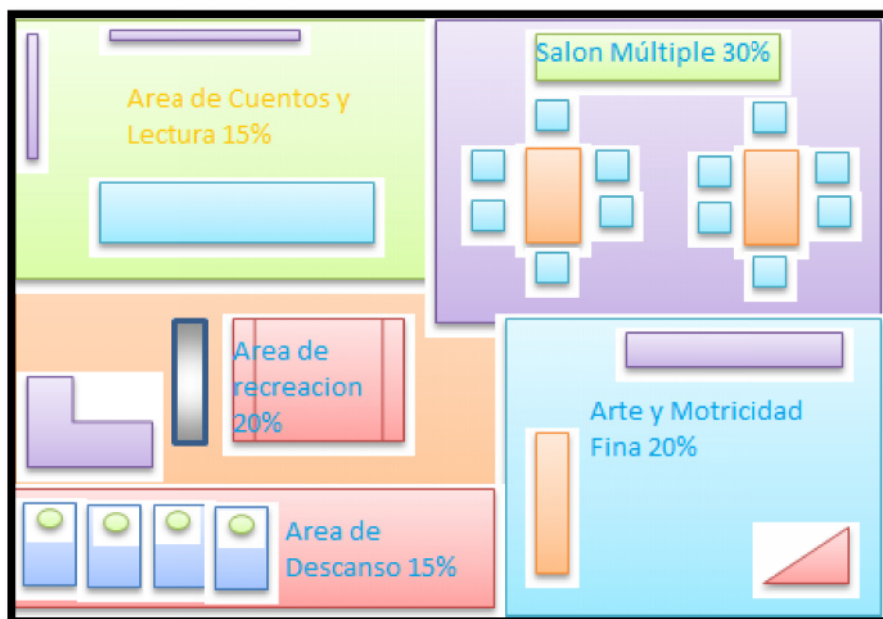
- **Disponibilidad de Servicios Básicos:**

El sector en que la empresa estará ubicada cuenta con todos los servicios de agua, luz y teléfono independientes, con los que se podrá ofrecer una adecuada y mejor atención al cliente.

### 2.3.3. DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO DE CUIDADO INFANTIL

#### 2.3.3.1. PLANO ARQUITECTÓNICO

*Figura # 2: Plano*



*Elaborado por: Los autores*

- **Área de cuentos y Motricidad fina:**

La necesidad de la lectura es evidente cuando toda la enseñanza y el aprendizaje están basados en ella. Este espacio ofrecerá amplias y calurosas oportunidades para la lectura de libros de cuentos. Los libros cortos y familiares tienen mucho atractivo para los niños. El ritmo y la repetición de los poemas para infantes, por ejemplo, hacen que los niños sientan como si las palabras y los sonidos fueran sus amigos. Conforme leen una y otra vez sus libros favoritos, se desarrolla otro paso importante, el de juntar el sonido de la palabra con la palabra escrita. Los ritmos y los sonidos que los niños gozan cuando son infantes llevan consigo un valor mayor de alegría: les ayuda a construir su sensibilidad hacia los fonemas, un conocimiento crítico en el aprendizaje de la lectura.



- **Área de recreación:**

La recreación se asocia con el factor intelectual y educativo. Investigaciones han demostrado que los niños aprenden mucho más en ambientes relajados, sin presión. Es por ello que la recreación es fundamental para el desarrollo intelectual de las personas. A la vez, el recrearse proporciona en sí, una forma de aprendizaje, a través de experiencias propias y de la relación de la persona con el exterior.

Esta área necesariamente debe incluir la diversión o el pasarlo bien, con el objetivo de distraerse de las exigencias, especialmente laborales y así conseguir un alivio necesario para conllevar nuevamente, otra etapa de responsabilidades, con energías renovadas que permitirán un mejor resultado de ellas.



- **Área del hogar o descanso:**

La cantidad de tiempo dedicada al descanso sirve para reponer la energía consumida durante el tiempo dedicado a la actividad. Entre ambas cantidades de tiempo ha de existir un equilibrio razonable. Es importante contar con un espacio dedicado al descanso para que el niño desarrolle una actitud favorable. Este ambiente será adecuado, tranquilo y acogedor, es importante que la habitación o el lugar donde duerme estén ordenados y no tenga ningún adorno u objeto que pueda alterar o inquietar al niño.



#### 2.3.4. VALORACION DE LA INVERSION

Se tratará de reconocer las variables económicas de los aspectos técnicos, debido a que las inversiones son comunes a las variables del alcance de la producción, administración y ventas es por tal motivo que a este segmento se le debe prestar especial atención.

Los elementos de los balances contendrán sistemáticamente la información en función de la complejidad, diversidad, y cantidad de equipos que permitirán la operación normal del Centro de Cuidado detallando la información de carácter económico.

La importancia de cada uno de los Balances se manifiesta en que de cada uno se extraerá la información pertinente para la elaboración del flujo de efectivo del proyecto

#### 2.3.5. BALANCE DE OBRA FÍSICA

Para llevar a cabo el proyecto se procederá a la compra de un terreno por lo que se requerirá de la inversión en Obra Física para la construcción equitativa requerida del Centro de Cuidado Infantil.

**Tabla # 14: Balance de Obra Física**

BALANCE DE OBRA FISICA			
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL/ ACTIVO
Terreno	1	40.000,00	40.000,00
Obra Física	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			\$ 60.000,00

**Elaborado por: Los autores**

### 2.3.6. BALANCE DE MUEBLES Y ENSERES

*Tabla # 15: Balance de Muebles y Enseres*

BALANCE DE MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	2	80,00	160,00
Silla para escritorio	2	35,00	70,00
Sillas visitas	3	25,00	75,00
Cunas para bebes	7	89,00	623,00
Andadores	7	15,00	105,00
Bañeras	7	7,00	49,00
Estante para libros	2	26,00	52,00
Papelera	4	5,00	20,00
Juegos Didácticos	10	32,00	320,00
Mesas Pentagonales de Madera	5	60,00	300,00
Sillas	25	12,00	300,00
Anaqueles con Casilleros	2	180,00	360,00
Camas Pequeñas	5	300,00	1.500,00
Juegos de Recreación	5	150,00	750,00
TOTAL			\$ 4.684,00

*Elaborado por: Los autores*

### 2.3.7. BALANCE DE EQUIPO Y MAQUINARIA

*Tabla # 16: Balance de Equipo y Maquinaria*

BALANCE DE EQUIPO Y MAQUINARIA			
Cocina	1	570,00	400,00
Microonda	1	250,00	250,00
Refrigeradora	1	800,00	507,00
TOTAL			\$ 1.157,00

*Elaborado por: Los autores*



### 2.3.8. BALANCE DE EQUIPO DE CÓMPUTO

**Tabla # 17: Balance de Computo**

BALANCE DE EQUIPO DE COMPUTO			
Computadoras	2	800,00	1.600,00
Impresoras	1	120,00	120,00
Teléfono	2	74,00	148,00
Aire Acondicionado LG	1	800,00	800,00
TOTAL			\$ 2.668,00

*Elaborado por: Los autores*

### 2.3.9. BALANCE DE PERSONAL

**Tabla # 18: Balance de Personal**

SUELDOS Y BENEFICIOS				
Cargo	Cargos	Sueldo	T. Mensual	T. Anual
Gerente General	1	800,00	1.083,87	13.006,40
D. de Operaciones	1	400,00	551,93	6.623,20
D. Pedagógica	1	400,00	551,93	6.623,20
Parvularias	4	310,00	1.668,99	20.027,92
Limpieza	1	240,00	339,16	4.069,92
Cocina	1	240,00	339,16	4.069,92
Total	9		\$ 4.535,05	\$ 54.420,56

*Elaborado por: Los autores*

Se pueden observar en detalle el cálculo de los beneficios en el **Anexo # 1**

### **2.3.10. ANTECEDENTES ECONÓMICOS DEL ESTUDIO LEGAL**

Existen una serie de circunstancias que pueden tener efectos económicos sobre el proyecto. Dichas circunstancias tienen relación principalmente con los siguientes aspectos:

- **Exigencias ambientales**

Las consideraciones ambientales deben estar presentes, explícitamente, en todas las actividades humanas y en cada campo de actuación de las entidades públicas y privadas, particularmente como parte obligatoria e indisoluble de la toma de decisiones; por lo tanto, lo ambiental no deberá ser considerado en ningún caso como un sector independiente y separado de las consideraciones sociales, económicas, políticas, culturales y en general, de cualquier orden.

Establece los principios y directrices de la política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

- **Exigencias sanitarias**

Esto incluye la eliminación y control total de insectos voladores y rastreros. La salud, el bienestar, el confort, los bienes y la estética, son las razones que el ser humano valora y por los que lucha contra las plagas, especialmente si se trata de niños.

- **Exigencias de seguridad laboral**

Los beneficios mensuales que gozarán los empleados son los siguientes:

**Tabla # 19: Beneficios mensuales de trabajadores**

<b>Sueldo básico</b>	\$ 240 Dólares americanos
<b>Otros ingresos</b>	Dentro de este rubro se encuentran las bonificaciones, comisiones, etc.

**Elaborado por:** Los autores

Los trabajadores también participarán de los beneficios sociales anuales, establecidos por la ley:

**Tabla # 20: Beneficios sociales anuales de los trabajadores**

Décimo Tercera Remuneración
Décimo Cuarta Remuneración
Participación de las utilidades
Vacaciones

**Elaborado por:** Los autores

Los descuentos mensuales para cada empleado, serán los siguientes:

**Tabla # 21: Descuentos mensuales de los empleados**

<b>Afiliación al IESS</b>	9.35%
<b>Uniformes</b>	En el caso de haberlo extraviado.
<b>Otros Descuentos</b>	Atrasos, multas, y anticipos de sueldo.

**Elaborado por:** Los autores

- **Leyes y normas laborales**

En el plano laboral específicamente es preciso destacar el art. 35 de la Constitución que dispone que la legislación laboral y su aplicación se sujetaran a los principios del derecho social. Es indudable que las normas que permiten al trabajador tener una pronta y más justa resolución en los conflictos individuales de trabajo se enmarcan en la línea correcta de la vigencia efectiva del estado social de derecho, y a la aplicación de los principios del derecho social, en materia adjetiva, ya que las normas procesales laborales no pueden pasar por alto el interés superior de buscar una expedita y eficaz aplicación de las normas sustantivas consagradas en el código de trabajo. La codificación de nuestra constitución vigente desde 1998 es también la que por primera vez da un tratamiento especial, a la garantía del debido proceso, estableciéndola como norma independiente en su art. 24. Dentro del artículo 24 de la Constitución es particularmente destacable, para los efectos de esta charla, su numeral 17, que establece una norma nueva en el derecho constitucional ecuatoriano, cual es el derecho de toda persona a acceder a los órganos judiciales y a obtener de ellos la tutela judicial efectiva imparcial y expedita de sus derechos e intereses.

- **Leyes y normas tributarias**

Deberes Formales:

Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

**2.** Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

**3.** Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

**4.** Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

El estudio de estas exigencias conlleva necesariamente a identificar inversiones y costos que podrían afectar al flujo de caja.

### **2.3.11. REMUNERACIONES**

Las remuneraciones serán entregadas directamente a los trabajadores con depósito a sus cuentas de ahorro o corriente, y se las realizará quincenalmente.

En el caso de que el día de pago coincida en día feriado, se pagará el último día laborable anterior a las fechas señaladas.

### **2.3.12. TIPICIDAD DE LA EMPRESA**

El modelo que más se asemeja a las necesidades de la empresa es el de Compañía Anónima, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones libremente negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Debe tener como mínimo dos accionistas con una inversión de capital mínimo para constituirse la compañía, y que, según la Ley es de ochocientos dólares americanos (US \$800), el cual deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos el 25% del valor nominal de cada acción.

Una vez escogido el tipo de compañía de la empresa, se deberán empezar los trámites para constituirlos, los que aquí se detallan:

- » Aprobación de la denominación o razón social.
- » La razón o denominación social debe ser previamente aprobada por la Superintendencia de Compañías.
- » Apertura de la Cuenta de Integración de Capital.
- » Pago del 25% del capital suscrito en el caso de constituirlos como Compañía Anónima.
- » Los porcentajes antes referidos, según el tipo de sociedad a constituirse, deberá depositarse en una cuenta denominada "De

Integración de Capital”, la misma que permanecerá congelada hasta tanto la Compañía se entienda legalmente constituida.

### **Inscripción en el Registro Mercantil.**

Aprobada la constitución de la compañía por parte de la Superintendencia de Compañías, deberá:

- » Afiliarse a una de las Cámaras de la Industria, de tipo servicio. Siendo en el caso de la empresa “obligatorio” afiliarse.
- » Obtener Patente Municipal (permiso de funcionamiento).
- » Inscripción en el Registro Mercantil, momento en el cual quedará legalmente constituida la compañía.
- » Obtención del RUC.

Una vez constituida la Compañía, se procederá, mediante Junta General de Accionistas, a la elección de Administradores (Gerente, Presidente o como haya sido denominado por los Estatutos Sociales), quienes podrán ser nacionales o extranjeros, residentes o no en el Ecuador.

Inscritos los nombramientos en el Registro Mercantil, se obtendrá el Registro Único de Contribuyentes o identificación frente al Servicio de Rentas Internas.

### **DURACIÓN**

El trámite de constitución de una compañía en el Ecuador tiene una duración aproximada entre treinta (30) y cuarenta y cinco (45) días.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. INTRODUCCIÓN**

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la factibilidad y la viabilidad del proyecto; en este capítulo figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario como resultado de la investigación y análisis efectuado en el capítulo anterior (Estudio Técnico), que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica: tanto la realización del proyecto, previo a su puesta en marcha, como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

En resumen los objetivos propuestos para el desarrollo de este capítulo son los siguientes:

- ✓ Determinar el monto de inversión total requerida.
- ✓ Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- ✓ Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- ✓ Analizar costos y gastos incurridos.
- ✓ Determinar la viabilidad económica y financiera.



### **3.2. INVERSION**

En esta sección se analizará la información que proveen los estudios de mercado técnico y organizacional para definir la cuantía de las inversiones del Centro de Cuidado Infantil “Enredos y Garabatos”, con el fin de ser incluidas en la proyección del Flujo de Caja y posibilite la posterior evaluación.

La mayor parte de las inversiones se realizarán antes de la puesta en marcha, a pesar de que existirán inversiones que sean necesarias realizar durante la operación, ya sea por realizar cambios de activos cuya vida útil se ha cumplido o porque se requiera incrementar la capacidad productiva ante aumentos proyectados en la demanda así como también el capital de trabajo puede verse afectado si se proyectan cambios en los niveles de actividad.

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: Activos Fijos, Activos Intangibles y Capital de Trabajo.

Definiremos para la puesta en marcha del Centro de Cuidado Infantil que la inversión en Activos Fijos comprende todos los bienes tangibles los cuales están sujetos a ser depreciados dependiendo de su vida útil; como los Muebles y Enseres, el Equipo de Cómputo, Equipo y Maquinaria necesarios para el funcionamiento normal de las actividades; como se muestra en la tabla 22.

Los gastos de puesta en marcha son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de pruebas preliminares como en las del inicio de la operación, y hasta que alcancen un funcionamiento adecuado.

Aunque constituyan un gasto de operación, muchos ítems requerirán un desembolso previo al momento de la puesta en marcha del proyecto. Por la necesidad de que los ingresos y egresos queden registrados en el momento real en que ocurren, estos se incluirán en el ítem de inversiones como Gastos de Puesta en Marcha; aquí se incluirán los pagos de remuneraciones, publicidad, y otros gastos en que se incurra antes del inicio de la operación; como se muestra en la tabla 23.

**Tabla # 22: Inversión en Activos Tangibles**

INVERSION EN ACTIVOS TANGIBLES			
CENTRO DE CUIDADO INFANTIL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL/ACTIVO
Terreno	1	40.000,00	40.000,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorio	2	80,00	160,00
Silla para escritorio	2	35,00	70,00
Sillas visitas	3	25,00	75,00
Cunas para bebés	7	89,00	623,00
Andadores	7	15,00	105,00
Bañeras	7	7,00	49,00
Estante para libros	2	26,00	52,00
Papelera	4	5,00	20,00
Juegos Didácticos	10	32,00	320,00
Mesas Pentagonales de Madera	5	60,00	300,00
Sillas	25	12,00	300,00
Anaqueles con Casilleros	2	180,00	360,00
Camas Pequeñas	5	300,00	1.500,00
Juegos de Recreación	5	150,00	750,00
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
Computadoras	2	800,00	1.600,00
Impresoras	1	120,00	120,00
Teléfono	2	74,00	148,00
Aire Acondicionado LG	1	800,00	800,00
<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			
Cocina	1	570,00	400,00
Microonda	1	250,00	250,00
Refrigeradora	1	800,00	507,00
<b>TOTAL INVERSION ACTIVOS TANGIBLES</b>			<b>\$ 48.509,00</b>

*Elaborado por: Los autores*

En las **inversiones en activos intangibles** serán considerados todos aquellos que estén involucrados sobre los activos constituidos por derechos y permisos como se mencionó anteriormente serán reconocidos como inversión para registrar el gasto real que se efectúa antes de la puesta en marcha del Centro de Cuidado Infantil.

**Tabla # 23: Inversión "Gastos de Puesta en Marcha"**

INVERSION "Gastos de Puesta en Marcha"		
<b>GASTOS DE PUESTA EN MARCHA</b>		<b>\$ 735,00</b>
Contratacion de un Abogado para Constitución	250,00	
Inscripcion de Escrituras	120,00	
Inscripcion en el Registro Mercantil	120,00	
Registro de Patente	60,00	
Tasa de Habilitacion de abastecimiento	30,00	
Permiso de Funcionamiento	15,00	
Certificado Sanitario de los empleados	15,00	
Benemerito Cuerpo de Bomberos	50,00	
Permiso de Salud Publica	75,00	
<b>GASTOS INICIALES</b>		<b>\$ 24.346,58</b>
Gastos en Obra Fisica	20.000,00	
Gasto de Luz (Medidor Comercial)	130,00	
Gasto de Agua Potable	50,00	
Telefono e Internet	46,58	
Sueldos y Salarios	4.535,05	
Publicidad	800,00	
<b>TOTAL INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES</b>		<b>\$ 25.081,58</b>

*Elaborado por: Los autores*

### 3.3. GASTOS

#### 3.3.1. Gastos Administrativos

Los gastos de administración comprenden los sueldos y salarios más beneficios del personal que laborará en el Centro de cuidado Infantil como lo son: el Gerente General que estará encargado de que todas las operaciones

en general se lleven a cabo ya sea la parte administrativa como la de operaciones, las Parvularias que estarán a cargo de los niños, el Auxiliar de limpieza se ocupará de la sanidad del lugar, y el Auxiliar de Cocina encargado de la preparación de los alimentos, como se muestra en la tabla 24.

**Tabla # 24: Sueldos más Beneficios Mensual**

SUELDOS Y BENEFICIOS				
Cargo	Cargos	Sueldo	T. Mensual	T. Anual
Gerente General	1	800,00	1.083,87	13.006,40
D. de Operaciones	1	400,00	551,93	6.623,20
D. Pedagógica	1	400,00	551,93	6.623,20
Parvularias	4	310,00	1.668,99	20.027,92
Limpieza	1	240,00	339,16	4.069,92
Cocina	1	240,00	339,16	4.069,92
<b>Total</b>	<b>9</b>		<b>\$ 4.535,05</b>	<b>\$ 54.420,56</b>

*Elaborado por: Los autores*

Con respecto al cálculo de los beneficios se pueden observar en detalle en el **Anexo # 1**.

### **3.3.2. Gastos de Publicidad**

En los gastos de publicidad se incluirá los gastos efectuados en medios de comunicación para realizar la respectiva publicidad para presentar o dar a conocer el Centro de Cuidado Infantil a nuestros clientes potenciales.

**Tabla # 25: Gastos de Publicidad**

PUBLICIDAD			
Rubro	Costo Mensual	Veces x mes	Costo Anual
Volantes	120,00	1	120,00
Periodico	80,00	7	560,00
Radio	600,00	6	3.600,00
<b>Total de Gastos Publicitarios</b>	<b>\$ 800,00</b>		<b>\$ 4.280,00</b>

*Elaborado por: Los autores*

### **3.3.3. Determinación de los Costos Variables**

Durante el primer mes los costos variables no serán altos debido a que la cantidad de niños que permanecerán en el Centro de cuidado Infantil no serán muchos en relación a los meses posteriores como se muestra en la tabla posterior; el cálculo para los costos variables de los siguientes meses dependerá del número de niños fijos y temporales pero de diferente forma se ha estimado para los niños fijos el costo de \$2,00 diarios es decir \$40,00 dólares mensuales en alimentación por cada niño según el régimen alimenticio que brindara el Centro de Cuidado Infantil y para los temporales como se ha estimado que mínimo permanecerán 1 hora en el Centro de Cuidado se ha considerado un costo mínimo por niño por la compra de galletas, o algún dulce para obsequiarles .

**Tabla # 26: Costos Variables**

Meses	C. Mensual	No. De niños	Total
Enero	40	5	200,00
Febrero	40	8	320,00
Marzo	40	12	480,00
Abril	40	15	600,00
Mayo	40	17	680,00
Junio	40	17	680,00
Julio	40	19	760,00
Agosto	40	21	840,00
Septiembre	40	20	800,00
Octubre	40	20	800,00
Noviembre	40	20	800,00
Diciembre	40	20	800,00
Total de Costos por niños fijos			\$ 7.760,00

*Elaborado por: Los autores*

### **3.4. Depreciación**

La depreciación de un activo fijo es el reconocimiento de dicho gasto que se dejó temporalmente en el activo. Se procederá al cálculo de la depreciación mediante el método en línea recta; a través del cual se calcula la depreciación anual dividiendo el costo inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil respectivamente.

**Tabla # 27: Depreciación**

DEPRECIACION			
MUEBLES Y ENSERES	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPRECIACION ANUAL
Escritorio	160,00	10	16,00
Silla para escritorio	70,00	10	7,00
Sillas visitas	75,00	10	7,50
Cunas para bebes	623,00	10	62,30
Andadores	105,00	10	10,50
Bañeras	49,00	10	4,90
Estante para libros	52,00	10	5,20
Papelera	20,00	10	2,00
Juegos Didácticos	320,00	10	32,00
Mesas Pentagonales de Madera	300,00	10	30,00
Sillas	300,00	10	30,00
Anaquele con Casilleros	360,00	10	36,00
Camas Pequeñas	1.500,00	10	150,00
Juegos de Recreación	750,00	10	75,00
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
Computadoras	1.600,00	3	533,33
Impresoras	120,00	3	40,00
Teléfono	148,00	3	49,33
<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			
Aire Acondicionado LG	800,00	10	80,00
Cocina	400,00	10	40,00
Microonda	250,00	10	25,00
Refrigeradora	507,00	10	50,70
<b>T. DEPRECIACION ANUAL</b>			<b>\$ 1.286,77</b>

*Elaborado por: Los autores*

### 3.5. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituirá el conjunto de recursos necesarios, tal monto tendrá que asegurar el financiamiento de todos los recursos que se usarán mientras los niños permanecen en el Centro de Cuidado Infantil hasta que se reciba el pago respectivo de parte de ellos.

Existen varios métodos para el cálculo del Capital de Trabajo, tales como:

- ✓ Método Contable
- ✓ Método del Periodo de Desfase
- ✓ Método del Déficit Acumulado Máximo

El cálculo del Capital de Trabajo se elaborará por el Método del Déficit Acumulado Máximo por ser el que más se ajusta al proyecto mostrando un resultado más real; específicamente permite calcular para cada mes los flujos de Ingresos y Egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo; para lo cual es necesario determinar en primer lugar los ingresos mensuales.

Enredos y Garabatos proyecta sus ingresos diseñando un plan donde se calcula una cifra de utilidad deseada, obteniendo un porcentaje de ganancias que puede variar según la situación de la empresa y del entorno, pero que sirve de base para predecir lo que se ganará cada año, Para cálculos del Capital de Trabajo antes que nada deberá estimarse la demanda probable que tendrá el Centro de Cuidado Infantil “Enredos y Garabatos” la cual estimaremos basados en situaciones reales de la competencia.

De lo mencionado anteriormente en el capítulo 2 se estimó que aproximadamente 73.786 niños son nuestros clientes potenciales anuales, pero tal cantidad no abastece por el momento según la capacidad instalada debido a esto se proyectará la demandada con datos históricos de la competencia. Los niños que pasarán por el Centro de Cuidado Infantil Enredos y Garabatos, se dividirán en fijos; son los que pagaran una cuota mensual debido a que permanecerán todo el día durante el mes por un valor de \$250,00 y los temporales; que permanecerán en “Enredos y Garabatos” por fracciones de horas, la hora tendrá un costo de \$7,00 la hora y se estima para el cálculo que mínimo permanecerán una hora.



Una vez efectuado el cálculo del capital de trabajo se observa que en el caso del Centro de Cuidado infantil el gasto se concentra en el mes de Mayo con una cantidad de \$ 11.305,13, por lo que ésta será la inversión que deberá efectuarse en capital de trabajo para financiar la operación normal del proyecto.

En el mes de Junio empieza a disminuir el saldo acumulado deficitario lo que nos dice que existe la posibilidad de que con recursos propios, generados por el propio Centro de Cuidado Infantil, se podrá financiar el capital de trabajo.

**Tabla # 28: Capital de Trabajo**

PROYECCION DEL CAPITAL DE TRABAJO												
INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Precio Fijos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
No. De niños	5	8	12	15	17	17	19	21	20	20	20	20
<b>T. INGRESOS FIJOS</b>	<b>\$ 1.250,00</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 3.750,00</b>	<b>\$ 4.250,00</b>	<b>\$ 4.250,00</b>	<b>\$ 4.750,00</b>	<b>\$ 5.250,00</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$ 5.000,00</b>
Precio Temporal	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
No. De niños	60	90	135	203	304	456	683	1025	1538	2307	3200	3200
<b>T. INGRESOS TEMPORALES</b>	<b>\$ 420,00</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 945,00</b>	<b>\$ 1.417,50</b>	<b>\$ 2.126,25</b>	<b>\$ 3.189,38</b>	<b>\$ 4.784,06</b>	<b>\$ 7.176,09</b>	<b>\$ 10.764,14</b>	<b>\$ 16.146,21</b>	<b>\$ 22.400,00</b>	<b>\$ 22.400,00</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.670,00</b>	<b>\$ 2.630,00</b>	<b>\$ 3.945,00</b>	<b>\$ 5.167,50</b>	<b>\$ 6.376,25</b>	<b>\$ 7.439,38</b>	<b>\$ 9.534,06</b>	<b>\$ 12.426,09</b>	<b>\$ 15.764,14</b>	<b>\$ 21.146,21</b>	<b>\$ 27.400,00</b>	<b>\$ 27.400,00</b>
<b>Costos Variables</b>												
Alimentacion de niños fijo	200,00	320,00	480,00	600,00	680,00	680,00	760,00	840,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Materiales Didactico	30,00	36,00	43,20	51,84	62,21	74,65	89,58	107,50	128,99	154,79	185,75	222,90
Alimentacion temporales	120,00	180,00	270,00	405,00	607,50	911,25	1.366,88	2.050,31	3.075,47	4.613,20	6.400,00	6.400,00
<b>TOTAL C. VARIABLES</b>	<b>\$ 350,00</b>	<b>\$ 536,00</b>	<b>\$ 793,20</b>	<b>\$ 1.056,84</b>	<b>\$ 1.349,71</b>	<b>\$ 1.665,90</b>	<b>\$ 2.216,45</b>	<b>\$ 2.997,81</b>	<b>\$ 4.004,46</b>	<b>\$ 5.568,00</b>	<b>\$ 7.385,75</b>	<b>\$ 7.422,90</b>
<b>Costos Fijos</b>												
Servicio de agua	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Servicio de Luz	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Servicio de Telef. e Interne	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58	46,58
<b>TOTAL C. FIJOS</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 226,58</b>
<b>Gastos Administrativos</b>												
Sueldos y Salarios	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 4.535,05	\$ 2.866,05	\$ 2.866,05	\$ 2.866,05
<b>Gastos Publicitarios</b>												
Volantes	120,00											
Periodico	80,00						80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Radio	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00						
<b>Total de Gastos Publicitarios</b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 5.911,63</b>	<b>\$ 5.897,63</b>	<b>\$ 6.154,83</b>	<b>\$ 6.418,47</b>	<b>\$ 6.711,33</b>	<b>\$ 7.027,53</b>	<b>\$ 7.058,08</b>	<b>\$ 7.839,43</b>	<b>\$ 7.177,10</b>	<b>\$ 8.740,63</b>	<b>\$ 10.558,39</b>	<b>\$ 10.595,54</b>
<b>Meses</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
Ingreso Mensual	1.670,00	2.630,00	3.945,00	5.167,50	6.376,25	7.439,38	9.534,06	12.426,09	15.764,14	21.146,21	27.400,00	27.400,00
Egreso Mensual	5.911,63	5.897,63	6.154,83	6.418,47	6.711,33	7.027,53	7.058,08	7.839,43	7.177,10	8.740,63	10.558,39	10.595,54
Saldo Mensual	(4.241,63)	(3.267,63)	(2.209,83)	(1.250,97)	(335,08)	411,85	2.475,98	4.586,66	8.587,04	12.405,58	16.841,61	16.804,46
Saldo Acumulado	\$ (4.241,63)	\$ (7.509,25)	\$ (9.719,08)	\$ (10.970,05)	\$ (11.305,13)	\$ (10.893,28)	\$ (8.417,30)	(3.830,64)	4.756,40	\$ 17.161,98	\$ 34.003,60	\$ 50.808,06
						<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ (11.305,13)</b>					

*Elaborado por: Los autores*

### 3.6. Valor de Desecho

Se estimará el valor que podría tener el centro de Cuidado infantil después de varios años de operación, al respecto existen tres métodos posibles de usar para calcular el valor remanente que tendrá la inversión en el horizonte de su evaluación, y aunque cada uno conduce a un resultado diferente, su inclusión aporta en todos los casos, información valiosa para tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto.

Dos de ellos valoran activos y el tercero la capacidad futura de generación de recursos.

- ✓ Método Contable: Valor Libro de los Activos
- ✓ Método Comercial: Valor de Mercado Neto
- ✓ Método Económico: Valor actual de un Flujo Promedio Perpetuo.

Se realizará el cálculo en base al Método Económico, que supone que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento en que se evalúa hacia adelante.

Dicho de otra manera, puede estimarse el valor que un comprador cualquiera estaría dispuesto a pagar por el Centro de Cuidado Infantil al momento de su valoración.

Este método se calculará con la tasa  $K_{wacc} = K_o$  27,56%

$$VD = \frac{(B - C)_k - Dep_k}{i}$$

$$VD = \frac{37.621}{27,56\%}$$

$$VD = \$136.484$$

**Elaborado por:** Los autores

**Tabla # 29: Valor de Desecho**

UTILIDAD DEL PERIODO	\$	37.621
TASA EXIGIDA		27,56%
VALOR DE DESECHO	\$	136.484

*Elaborado por: Los autores*

### 3.7. Balance Inicial

**Tabla #30: Balance Inicial**

CENTRO DE CUIDADO INFANTIL BALANCE DE SITUACION INICIAL AL 1 DE ENERO DEL 2011		
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Efectivo	11.305,13	
<b>TOTAL / ACTIVO CIRCULANTE</b>		11.305,13
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Centro de cuidado Infantil	40.000,00	
Muebles y Enseres	4.684,00	
Equipo de computo	2.668,00	
Equipo y Maquinaria	1.157,00	
<b>TOTAL / ACTIVOS FIJOS</b>		48.509,00
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>		
Gastos de Costitucion		\$ 25.081,58
<b>TOTAL / ACTIVOS INTANGIBLES</b>		
<b>TOTAL / ACTIVOS</b>		<b>\$ 84.895,71</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>PASIVOS DE LARGO PLAZO</b>		
Prestamo Bancario		\$ 33.895,71
<b>CAPITAL</b>		
Aportaciones de los Accionistas		\$ 51.000,00
<b>PASIVO + CAPITAL</b>		<b>\$ 84.895,71</b>

*Elaborado por: Los autores*

### 3.8. Apalancamiento de la Empresa

Como se puede observar en el Balance Inicial se está apalancando la empresa para el Pasivo un 40% y para el Capital Propio 60%; este Capital propio serán aportes realizados por los accionistas de manera equitativa que forman parte de la Compañía Anónima al momento de su constitución.

**Tabla # 31:** Apalancamiento de la Empresa

Porcentaje de Apalancamiento	
Prestamo	Capital Propio
40%	60%

*Elaborado por:* Los autores

**Tabla #32:** Proporción de Apalancamiento

Financiamiento	Capital Propio	Inversion
\$ 33.895,71	\$ 51.000,00	\$ 73.590,58

*Elaborado por:* Los autores

#### 3.8.1. Resumen de préstamo

Se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional destinado a la financiación del Capital del Trabajo y compra de Activo fijo. Este préstamo se llevará a cabo a una tasa anual del 10.50% y mensual 0.84% que se extenderá en el tiempo de 5 años cuya cuota mensual es de \$ 720.62.

**Tabla # 33: Datos del Préstamo Bancario**

CFN	
PRESTAMO BANCARIO	
MONTO	\$ 33.895,71
TASA DE INTERES AUAL	10,50%
TASA DE INTERES MENSUAL	0,84%
PLAZO ANUAL	5 AÑOS
CUOTAS MENSUALES	60
VALOR DE CUOTAS MENSUALES	\$ 720,62

*Elaborado por: Los autores*

Para observar con más detalle la tabla de amortización con sus respectivos pagos mensuales ver **Anexo # 2**

**Tabla # 34: Tabla de Amortización Anual**

TABLA DE AMORTIZACION				
PERIODO	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	SALDO
0				\$ 33.895,71
1	\$ 5.497,05	\$ 3.559,05	\$ 9.056,10	\$ 28.398,66
2	\$ 6.074,24	\$ 2.981,86	\$ 9.056,10	\$ 22.324,41
3	\$ 6.712,04	\$ 2.344,06	\$ 9.056,10	\$ 15.612,37
4	\$ 7.416,80	\$ 1.639,30	\$ 9.056,10	\$ 8.195,57
5	\$ 8.195,57	\$ 860,53	\$ 9.056,10	\$ -

*Elaborado por: Los autores*

### **3.9. TMAR & TASA INTERNA DE RETORNO**

En principio para determinar la Tmar y Tasa Interna de Retorno se proceden a calcular índices de empresas comparables a la Industria de Servicios, información que formará parte importante en el cálculo de la tasa de Capital Propio y la tasa de rentabilidad exigida por el Inversionista.

### 3.9.1. CALCULO DEL BETA DE LA EMPRESA COMPARABLE

Se ha escogido una empresa similar en actividades operativas para el cálculo precedente.

*Elaborado por: Los autores*

**Tabla # 35:** Información Comparable a la Empresa.

INFORMACION DE LA EMPRESA COMPARABLE		
<i>B</i>	Beta de Guardería en USA	1,15
<i>A</i>	Total del Activo	\$ 84.895,71
<i>P</i>	Total Pasivo	\$ 33.895,71
<i>L</i>	Porcentaje de Apalancamiento de de los Pasivos con respecto de los Activos	37,14%
<i>T</i>	Tasa de impuesto a la Renta Comparable	30%
<i>Ba</i>	Beta Desapalancada	0,8135

**Fuente:** <http://finance.yahoo.com/q/pr?s>

$$BA = ((1 - 37,14\%) * 1,15 / (1 - (30\% * 37,14\%)))$$

$$BA = 0,8135$$

*Elaborado por: Los autores*

Luego de la disminución del riesgo financiero al beta comparable, se procede a calcular el beta del proyecto.

**Tabla # 36:** Información del Centro de Cuidado

INFORMACION DEL CENTRO DE CUIDADO INFANTIL	
<i>L</i>	40%
<i>T</i>	25%
BETA DE LA EMPRESA	1,2203

*Elaborado por: Los autores*

*Elaborado por: Los autores*

### **3.9.2. Determinación de la TMAR**

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico, la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento. Es la tasa de interés que se utiliza en el proyecto y con la cual se determinarán variables como: rendimientos financieros del mercado, rendimiento financieros libre de riesgo, y las medidas de volatilidad que tiene un activo en la industria.

Llamado también CAPM, modelo comúnmente utilizado en la economía financiera que sirve como fijador de precios de activos de capital, este modelo es útil para saber el retorno de los activos.

### **3.9.3. Rentabilidad exigida del Proyecto**

A continuación el detalle de los datos para el cálculo del Ke.

*Tabla # 37: Datos del Proyecto*

INDICES DEL PROYECTO		
D/A	Nivel de Deuda	40%
P/A	Capital Propio	60%
Kd	Tasa de Deuda	10,50%
B	Beta de la Empresa	1,22

*Elaborado por: Los autores*

**Tabla # 38: Índices de la Empresa Comparable**

INDICES RELACIONADOS AL MERCADO USA		
<i>rf</i>	Tasa Libre de Riesgo USA.	1,30%
<i>rm</i>	Rentabilidad de la Industria	25%

**Elaborado por:** Los autores  
**Fuente:** [www.yahoofinance.com](http://www.yahoofinance.com)

**Tabla #39: Porcentaje Riesgo País Ecuador**

INDICE PORCENTUAL NACIONAL		
<i>rf Ecuador</i>	Riesgo País	10,47%

**Elaborado por:** Los autores  
**Fuente:** [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

**Elaborado por:** Los autores

### 3.9.4. Rentabilidad exigida por el Inversionista

**Tabla # 40: Rentabilidad Exigida por el Accionista.**

SIMBOLOGIA PARA EL CALCULO DEL $K_o$		
<i>kd</i>	Tasa de interes del prestamo bancario	10,50%
<i>D/A</i>	Nivel de endeudamiento	40%
<i>ke</i>	Rentabilidad Exigida por el capital propio	40,69%
<i>P/A</i>	Nivel de capital propio	60%
<i>T</i>	IMPUESTO	25,00%

**Elaborado por:** Los autores



$$K_o = K_d \left( \frac{D}{A} \right) + K_e \left( \frac{P}{A} \right)$$

$$K_o = 10,50\%(40\%)(1 - 25\%) + 40,69\%(60\%)$$

$$\mathbf{K_o = 27,56\%}$$

**Elaborado por:** Los autores

### **3.10. Flujo de Caja del Proyecto**

El flujo de caja se presentará la acumulación neta de los activos líquidos, y el efectivo; generado por los diferentes tipos de ingresos que posee la empresa en un período determinado y los cuales son utilizados en las diferentes actividades de: operación, inversión.

En el flujo de caja del proyecto no interviene el financiamiento; es decir que en este caso el retorno exigido a los activos es el mismo que el retorno exigido al patrimonio.

Para el presente proyecto se realizó un flujo de caja proyectado a 5 años, que es la duración del mismo, cuyos ingresos incrementan anualmente en base a la tasa de natalidad que es 20,58% pero siendo conservadores estos se incrementarán en 5%, la determinación de costos se la obtiene en base a los costos de alimentación, material didáctico, se mencionan los otros costos de publicidad, servicios básicos, sueldos.

El cálculo del VAN del proyecto se lo calcula con el  $K_e$  rentabilidad exigida por el capital propio.

**Tabla # 41: Flujo de Caja del Proyecto**

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		\$ 140.898,63	\$ 147.943,56	\$ 155.340,74	\$ 163.107,78	\$ 171.263,17
<b>EGRESOS</b>						
<b>Costos Variables</b>		\$ 35.347,02	\$ 37.114,38	\$ 38.970,09	\$ 40.918,60	\$ 42.964,53
<b>Costos Fijos</b>						
Servicio de agua		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Servicio de Luz		1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Servicio de Telef. e Internet		558,96	558,96	558,96	558,96	558,96
<b>T. de Costos Fijos</b>		\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96
<b>Gastos Administrativos</b>						
Sueldos y Salarios		39.840,00	39.840,00	39.840,00	39.840,00	39.840,00
Decimo Tercero		3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00
Decimo Cuarto		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Vacaciones		1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00
Fondo de Reserva		3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00
Aporte patronal		4.442,16	4.442,16	4.442,16	4.442,16	4.442,16
IECE y SECAP		398,40	398,40	398,40	398,40	398,40
<b>T. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56
<b>Gastos Publicitarios</b>						
Volantes		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Periodico		560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Radio		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
<b>Total de Gastos Publicitarios</b>		\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00
<b>GASTO FINANCIERO</b>						
Intereses Pagados		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>GASTO DE DEPRECIACION</b>						
Pérdida de Valor de Activo		\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77
<b>U.A.I.I</b>		\$ 42.845,32	\$ 48.122,90	\$ 53.664,36	\$ 59.482,89	\$ 65.592,35
P. de Trabajadores 15%		6.426,80	7.218,44	8.049,65	8.922,43	9.838,85
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 36.418,52	\$ 40.904,47	\$ 45.614,71	\$ 50.560,46	\$ 55.753,50
Total de Gastos no Deducibles		\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56
<b>BASE IMPONIBLE DE IMPUESTOS</b>		\$ 50.999,08	\$ 55.485,03	\$ 60.195,27	\$ 65.141,02	\$ 70.334,06
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 12.749,77	\$ 13.871,26	\$ 15.048,82	\$ 16.285,25	\$ 17.583,52
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 23.668,75	\$ 27.033,21	\$ 30.565,89	\$ 34.275,20	\$ 38.169,99
<b>DEPRECIACION</b>		\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77
<b>INVERSION</b>	\$ (73.590,58)					
<b>PRESTAMO</b>	\$ -					
<b>AMORTIZACION</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ (11.305,13)					
<b>VALOR DE DESECHO</b>						\$ 136.409,07
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ (84.895,71)	\$ 24.955,52	\$ 28.319,98	\$ 31.852,66	\$ 35.561,97	\$ 175.865,82
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	\$ 22.342,76					
<b>TMAR - KE</b>	31,05%					
<b>TIR</b>	40,47%					

*Elaborado por: Los autores*

### **3.11. Flujo de caja del inversionista**

En la construcción del flujo de caja del inversionista intervienen los costos del préstamo como los intereses y la amortización; como se puede observar en esta situación los costos aumentan, pero se cuenta con el capital para poder financiar el déficit de capital de trabajo.

El VAN en este caso es calculado con el  $K_o$  es decir por la rentabilidad exigida por el inversionista.

El flujo de caja del inversionista también fue proyectado a 5 años, los ingresos incrementan anualmente en base a la tasa de natalidad que es 20,58% pero siendo conservadores estos se incrementarán en 5%, la determinación de costos se la obtiene en base a los costos de alimentación, material didáctico, se mencionan los otros costos de publicidad, servicios básicos, sueldos.

**Tabla # 42: Flujo de Caja del Inversionista**

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 140.898,63	\$ 147.943,56	\$ 155.340,74	\$ 163.107,78	\$ 171.263,17
EGRESOS						
Costos Variables		\$ 35.347,02	\$ 37.114,38	\$ 38.970,09	\$ 40.918,60	\$ 42.964,53
Costos Fijos						
Servicio de agua		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Servicio de Luz		1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Servicio de Telef. e Internet		558,96	558,96	558,96	558,96	558,96
T. de Costos Fijos		\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96	\$ 2.718,96
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios		39.840,00	39.840,00	39.840,00	39.840,00	39.840,00
Decimo Tercero		3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00
Decimo Cuarto		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Vacaciones		1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00
Fondo de Reserva		3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00	3.320,00
Aporte patronal		4.442,16	4.442,16	4.442,16	4.442,16	4.442,16
IECE y SECAP		398,40	398,40	398,40	398,40	398,40
T. GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56	\$ 54.420,56
Gastos Publicitarios						
Volantes		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Periodico		560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Radio		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Total de Gastos Publicitarios		\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00	\$ 4.280,00
GASTO FINANCIERO						
Intereses Pagados		\$ 3.559,05	\$ 2.981,86	\$ 2.344,06	\$ 1.639,30	\$ 860,53
GASTO DE DEPRECIACION						
Perdida de Valor de Activo		\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77
U.A.I.I		\$ 39.286,27	\$ 45.141,04	\$ 51.320,30	\$ 57.843,59	\$ 64.731,82
P. de Trabajadores 15%		5892,94	6771,16	7698,04	8676,54	9709,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 33.393,33	\$ 38.369,89	\$ 43.622,25	\$ 49.167,06	\$ 55.022,05
Total de Gastos no Deducibles		\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56	\$ 14.580,56
BASE IMPONIBLE DE IMPUESTOS		\$ 47.973,89	\$ 52.950,45	\$ 58.202,81	\$ 63.747,62	\$ 69.602,61
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 11.993,47	\$ 13.237,61	\$ 14.550,70	\$ 15.936,90	\$ 17.400,65
UTILIDAD NETA		\$ 21.399,86	\$ 25.132,27	\$ 29.071,55	\$ 33.230,15	\$ 37.621,39
DEPRECIACION		\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77	\$ 1.286,77
INVERSION	\$ (73.590,58)					
PRESTAMO	\$ 33.895,71					
AMORTIZACION		\$ 5.497,05	\$ 6.074,24	\$ 6.712,04	\$ 7.416,80	\$ 8.195,57
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (11.305,13)					
VALOR DE DESECHO						\$ 136.484,06
FLUJO DE CAJA	\$ (51.000,00)	\$ 17.189,57	\$ 20.344,80	\$ 23.646,28	\$ 27.100,11	\$ 167.196,66
VALOR ACTUAL NETO	\$ 46.099,50					
TMAR - KWACC	27,56%					
TIR	53,38%					

*Elaborado por: Los autores*

### **3.11.1. VALOR ACTUAL NETO: VAN**

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Con todos los datos antes mencionados como: la TMAR y la TIR, nos encontramos con un Valor Actual Neto de \$22.342,76 para el caso del Flujo de Caja del Proyecto; dado este valor y la  $TIR > TMAR$ , concluimos con un mayor criterio la factibilidad del proyecto.

En el caso del Flujo de Caja del Inversionista el VAN es \$ 46.099,50 tal cantidad supera el Van del Flujo de Caja del Proyecto debido a que el préstamo está ayudando a cubrir el capital de trabajo y a comprar activos fijos lo que provocará que se generen más ingresos con los recursos necesarios.

### **3.11.2. TASA INTERNA DE RETORNO: TIR**

Como concepto principal, es la tasa que hace que el valor actual neto (VAN) sea cero; de otro modo, económicamente decimos que si la  $TIR > 0$  o igual a cero con respecto a la TMAR, decimos que el negocio es factible o rentable para los inversionistas. Pero por otro lado, si la  $TIR < 0$  con respecto a la TMAR el proyecto debe rechazarse.

La tasa interna de retorno obtenida sobre la inversión es de 40.47% en el Flujo de Caja del Proyecto Puro valor que es mayor a la tasa de

descuento Ke 31,05%, lo cual es un buen indicador de la rentabilidad del negocio.

La tasa interna de retorno en el del Flujo del Inversionista la Tir es 53,38%, la cual también es mayor a su tasa de descuento Ko 27.56% lo que nos indica que el negocio es rentable para el inversionista.

Para poder concluir con que los dos flujos de caja son correctos y cuadran se procede a construir una tabla en la que interviene el flujo del proyecto puro; el efecto deuda que es calculado en base al ahorro tributario de los intereses del préstamo el cual al incluirse como gasto, permite bajar la utilidad contable y, por tanto, el monto del impuesto por pagar.

**Tabla # 43: Cuota Neta de Impuesto**

TABLA						
PERIODO	SALDO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	INTERES NETO DE IMPUESTO	CUOTA NETA DE IMPUESTO
0	\$ 33.895,71					
1	\$ 28.398,66	\$ 9.056,10	\$ 3.559,05	\$ 5.497,05	\$ 2.268,89	\$ 7.765,95
2	\$ 22.324,41	\$ 9.056,10	\$ 2.981,86	\$ 6.074,24	\$ 1.900,94	\$ 7.975,18
3	\$ 15.612,37	\$ 9.056,10	\$ 2.344,06	\$ 6.712,04	\$ 1.494,34	\$ 8.206,38
4	\$ 8.195,57	\$ 9.056,10	\$ 1.639,30	\$ 7.416,80	\$ 1.045,05	\$ 8.461,86
5	\$ -	\$ 9.056,10	\$ 860,53	\$ 8.195,57	\$ 548,59	\$ 8.744,16

**Elaborado por:** Los autores

Al incluir la cuota neta de impuesto en el flujo de caja, se obtiene el mismo flujo de caja para el inversionista que se logró antes.

**Tabla #44: Flujo del Inversionista**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DEL PROYECYO	\$ (84.895,71)	\$ 24.955,52	\$ 28.319,98	\$ 31.852,66	\$ 35.561,97	\$ 175.865,82
EFFECTO DEUDA	\$ 33.895,71	\$ (7.765,95)	\$ (7.975,18)	\$ (8.206,38)	\$ (8.461,86)	\$ (8.744,16)
FLUJO DEL INVERSIONISTA	\$ (51.000,00)	\$ 17.189,57	\$ 20.344,80	\$ 23.646,28	\$ 27.100,11	\$ 167.196,66

**Elaborado por:** Los autores

### 3.12. PAYBACK

Es un plazo de recuperación de la inversión en los años de duración del proyecto, se trata de una técnica comúnmente utilizada en las empresas o en los proyectos de inversión que consiste en la recuperación el desembolso inicial en una inversión. Como se observa en la tabla # 45 la recuperación del Flujo de Caja del Proyecto se da en el año 3.

**Tabla # 45: PayBack del Flujo del Inversionista**

INVERSIONISTA	Saldo de Inversion	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperacion de la Inversion
1	\$ 51.000,00	\$ 17.189,57	\$ 14.057,99	\$ 3.131,58
2	\$ 47.868,42	\$ 20.344,80	\$ 13.194,78	\$ 7.150,02
3	\$ 40.718,39	\$ 23.646,28	\$ 11.223,89	\$ 12.422,38
4	(\$ 28.296,01)	\$ 29.071,55	\$ (7.799,70)	\$ 36.871,25
5	(\$ 65.167,27)	\$ 167.196,66	\$ (17.963,15)	\$ 185.159,80

*Elaborado por: Los autores*

### 3.13. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio o análisis costo volumen utilidad mostrará relaciones básicas entre los costos e ingresos para diferentes niveles de ventas, el cual consiste en determinar el volumen de ventas necesario para cubrir los gastos operativos; en ese momento la empresa no pierde ni gana, es decir obtiene equilibrio con utilidad cero. A partir del punto de equilibrio hacia la derecha tenemos el área de utilidades mientras que hacia la izquierda se presentan las pérdidas. Para esto, normalmente se trabaja con la utilidad operativa, lo que significa que se considera la utilidad antes de intereses, impuestos y otros gastos no operacionales. Para nuestro caso, utilizaremos el punto de equilibrio en valores de venta, cuya fórmula es:

---

*Elaborado por: Los autores*

**Tabla # 46: Punto de Equilibrio**

Punto de Equilibrio		
Ingresos Año 1	100%	\$ 140.898,63
Costos variables	25%	\$ 35.347,02
Margen de Contribucion	75%	\$ 105.551,61
Costos fijos		\$ 57.139,52
Punto de Equilibrio		\$ 76.274,35

*Elaborado por: Los autores*

Para el cálculo ya se tiene determinados los costos fijos; el margen de contribución es la diferencia entre los ingresos del año 1 y los costos variables, cuanto mayor sea esta proporción mayor serán las ganancias.

En resumen el Punto de Equilibrio indica según el cálculo que si el proyecto logra obtener ventas aproximadas de \$ 76.274,35 la utilidad seria cero, si obtengo una mayor cantidad que la mencionada se tendrá ganancias y si es menos, se tendrá perdida.

### **3.14. Análisis de Sensibilidad del Proyecto**

La medición de la rentabilidad analizada anteriormente se evalúa sobre la base de una serie de antecedentes escasa o nada controlables por parte de la empresa por eso es necesario que al formular el proyecto se entreguen los máximos antecedentes para que del resultado obtenido se pueda tomar una decisión.

Con este objetivo, y con una manera de agregar información a los resultados pronosticados del proyecto, se puede desarrollar un análisis de



sensibilidad que permita medir cuan sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisivos.

### **3.14.1. Simulación en Cristal Ball**

La simulación de Cristal Ball, es una herramienta que ayuda a establecer probabilidades con 100000 interacciones lo cual brinda mayor seguridad al análisis ya que existe menor margen de error, mediante la simulación de Monte Carlo este método permite considerar una gran cantidad de combinaciones posibles respecto de las variables que afectan los resultados un proyecto o negocio. Es una técnica basada en la simulación de distintos escenarios inciertos, los que permiten estimar los valores esperados para las distintas variables no controlables, por medio de una selección aleatoria, en la cual la probabilidad de escoger entre todos los resultados posibles esta en estricta relación con sus respectivas distribuciones de probabilidades. Esta herramienta permite entregar una mayor base científica a las decisiones sobre las que se fundamenta la toma de decisiones.

La simulación se la realizó con un nivel de confianza del 95% y con 100000 interacciones, mediante la simulación de Monte Carlo como ya se mencionó.

### 3.14.2. Identificación de las Variables Principales

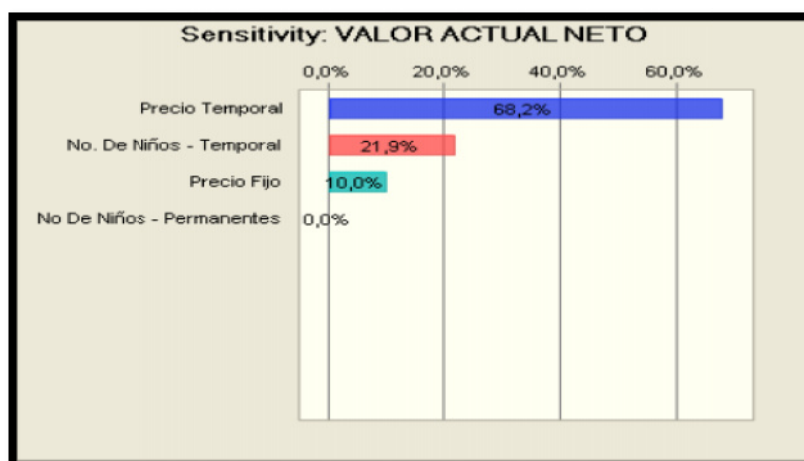
Variables de entrada

- Precio De los Niños Fijos
- Precio de Los Niños Temporal
- Cantidad de Niños Registrados como Permanentes
- Cantidad de Niños que asisten Temporalmente

Se eligen estas variables porque son de gran influencia en el cálculo del VALOR NETO ACTUAL y se les da una distribución Normal, debido a que esta distribución se aplica para aquellas empresas que empieza una actividad económica; si fuese una empresa en marcha se consideraría los datos históricos y se podría establecer una distribución de acuerdo a los datos que se registren durante el movimiento de la empresa, pero ese no es el caso.

### 3.14.3. Porcentaje de Sensibilidad de las Variables Principales

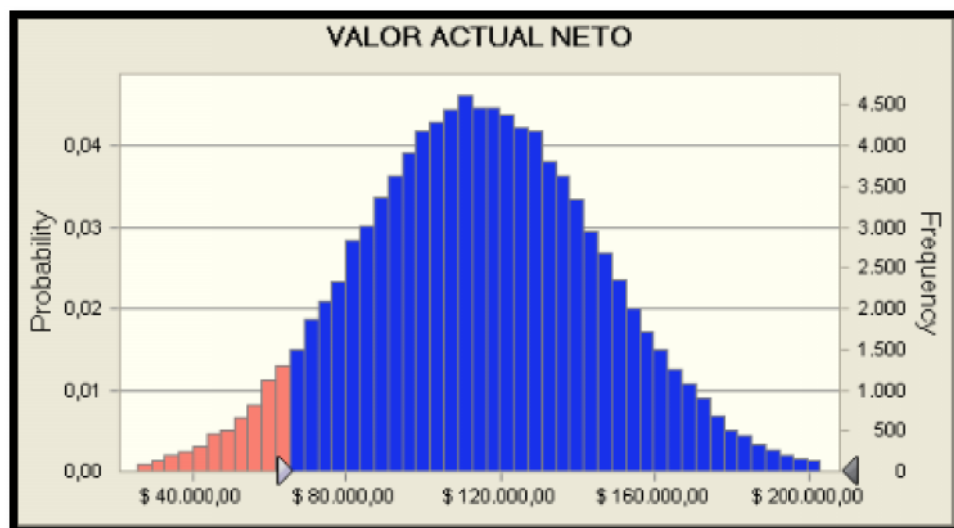
*Tabla # 47: Sensibilidad de las Variables de Entrada*



*Elaborado por: Los autores*

En este gráfico, se demuestra cual es la probabilidad que el VAN sea mayor a \$ 46.099,50 en el cual se ha obtenido que existe una probabilidad de certeza del 93,40%, con una nivel de confianza del 95% en este escenario se demuestra que el proyecto tiene más probabilidades de obtener resultado positivos que generen superávit al negocio que obtener déficit o perdidas.

**Grafico # 14:** Valor Actual Neto



**Elaborado por:** Los autores

## CONCLUSIONES

- La ubicación es estratégica debido a que el lugar es conocido, existe mayor demanda y no existen competidores en los alrededores lo cual favorece al Centro de Cuidado Infantil.
- Al brindar un agradable ambiente a los niños que es lo que los motiva se sentirán atraídos siempre; lo cual nos favorece positivamente a corto y largo plazo ya que depende de ellos posicionarse en el mercado.
- Basándonos en el análisis del PayBack estaríamos recuperando nuestra inversión en el año tres ya que el saldo de la inversión del proyecto de \$ 40.718,39 es inferior a la recuperación de \$ 68.422,38.
- Se determinó mediante en el análisis de sensibilidad que la probabilidad de que el VAN sea mayor a \$ 46.099,50 es de 93,40% y que las variables más sensibles al proyecto son el precio y la cantidad de los niños que llegan al Centro de Cuidado Infantil en lapsos de hora como fue demostrado según el análisis en Cristal Ball.
- El proyecto es bastante rentable según los criterios explicados como se observa la TIR 53,38% supera la TMAR 27,56%.

## RECOMENDACIONES

- Se debe trabajar más enfocados a los niños que llegan al Centro de Cuidado Infantil Temporales porque es allí donde se encuentran rendimientos crecientes en beneficios lo que ayudará a que el Centro de Cuidado Infantil se posicione y llegue a una etapa de maduración.
- Enfatizar en los medios de publicidad como las volantes debido a que es un medio rápido y llamativo de hacer llegar la información que deberían conocer los clientes potenciales, por lo pronto se incurrirá en \$ 4.280,00 anuales pero a medida que se incrementen los ingresos se puede hacer exhaustivo el marketing para un buen posicionamiento.
- Se debería evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel regional, nacional durante la vida útil del proyecto, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como precios, costos y demanda; esta aplicación podría darse en la región de la Sierra, Quito en donde hay mayor porcentaje de población económicamente activa.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. Preparación y Evaluación de Proyectos  
Autor: Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain  
Editorial: McGraw Hill  
Quinta Edición. Impreso en México
  
2. Fundamentos de Marketing  
Autor: Phillips Kothler  
Editorial: Mc Graw Hill  
Cuarta Edición
  
3. Investigación de Mercados;  
Autor: Kinneary y Taylor  
Editorial: McGraw Hill  
Quinta Edición
  
4. Simulación Introducción Teórica y Aplicaciones en Administración  
Autor: Vicente Pinilla García  
Editorial: Universidad de los Andes  
Cuarta Edición. Impreso en Colombia
  
5. Fundamentos de Finanzas Corporativas  
Autor: Brealey, Richard, Myers, Stewart  
Editorial: McGraw Hill  
Año: 2010
  
6. Estrategias de Marketing para Pymes  
Autor: Pérez-Tomé Román, Julio  
Editorial: McGraw Hill  
Año: 2010

7. Probabilidad Estadística para Ingenieros  
Autor: Antonio Nieves, Federico Domínguez  
Primera Edición  
Año: 2010

8. [www.guarderias.com](http://www.guarderias.com)

9. [www.ficus.pntic.mec.es](http://www.ficus.pntic.mec.es)

10. [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

11. [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

12. [www.yahoofinance.com](http://www.yahoofinance.com)

13. [www.andinatel.com](http://www.andinatel.com)

[www.tvcable.net](http://www.tvcable.net)

# **ANEXOS**



**Anexo # 1 Sueldos y Salarios más Beneficios**

BALANCE DE PERSONAL MENSUAL										
Cargo	Cargos	Sueldo	S. mensual	D. Tercero	D. Cuarto	Vacaciones	F. de Reserva	A. Patronal	lece/Secap	T. Mensual
Gerente General	1	800,00	800,00	66,67	20,00	33,33	66,67	89,20	8,00	1.083,87
D. de Operaciones	1	400,00	400,00	33,33	20,00	16,67	33,33	44,60	4,00	551,93
D. Pedagógica	1	400,00	400,00	33,33	20,00	16,67	33,33	44,60	4,00	551,93
Parvularias	4	310,00	1.240,00	103,33	20,00	51,67	103,33	138,26	12,40	1.668,99
Limpieza	1	240,00	240,00	20,00	20,00	10,00	20,00	26,76	2,40	339,16
Cocina	1	240,00	240,00	20,00	20,00	10,00	20,00	26,76	2,40	339,16
<b>Total</b>	<b>9</b>		<b>\$ 3.320,00</b>	<b>\$ 276,67</b>	<b>\$ 120,00</b>	<b>\$ 138,33</b>	<b>\$ 276,67</b>	<b>\$ 370,18</b>	<b>\$ 33,20</b>	<b>\$ 4.535,05</b>

*Elaborado por: Los autores*

BALANCE DE PERSONAL ANUAL										
Cargo	Cargos	Mensual	Anual	D. Tercero	D. Cuarto	Vacaciones	F. de Reserva	A. Patronal	lece/Secap	T. Anual
Gerente General	1	800,00	9.600,00	800,00	240,00	400,00	800,00	1.070,40	96,00	13.006,40
D. de Operaciones	1	400,00	4.800,00	400,00	240,00	200,00	400,00	535,20	48,00	6.623,20
D. Pedagógica	1	400,00	4.800,00	400,00	240,00	200,00	400,00	535,20	48,00	6.623,20
Parvularias	4	1.240,00	14.880,00	1.240,00	240,00	620,00	1.240,00	1.659,12	148,80	20.027,92
Limpieza	1	240,00	2.880,00	240,00	240,00	120,00	240,00	321,12	28,80	4.069,92
Cocina	1	240,00	2.880,00	240,00	240,00	120,00	240,00	321,12	28,80	4.069,92
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>\$ 3.320,00</b>	<b>\$ 39.840,00</b>	<b>\$ 3.320,00</b>	<b>\$ 1.440,00</b>	<b>\$ 1.660,00</b>	<b>\$ 3.320,00</b>	<b>\$ 4.442,16</b>	<b>\$ 398,40</b>	<b>\$ 54.420,56</b>

*Elaborado por: Los autores*

**Anexo # 2 Tabla de Amortización Mensual**

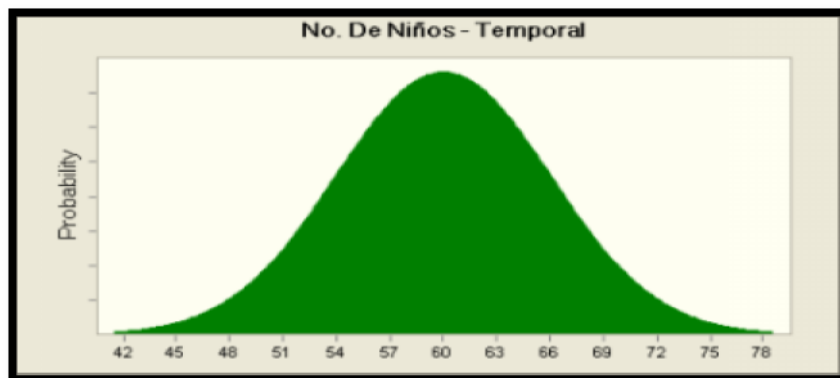
TABLA DE AMORTIZACION				
PERIODO	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	SALDO
0				\$ 33.895,71
1	\$ 437,42	\$ 283,20	\$ 720,62	\$ 33.458,29
2	\$ 441,07	\$ 279,55	\$ 720,62	\$ 33.017,22
3	\$ 444,76	\$ 275,86	\$ 720,62	\$ 32.572,47
4	\$ 448,47	\$ 272,15	\$ 720,62	\$ 32.123,99
5	\$ 452,22	\$ 268,40	\$ 720,62	\$ 31.671,78
6	\$ 456,00	\$ 264,62	\$ 720,62	\$ 31.215,78
7	\$ 459,81	\$ 260,81	\$ 720,62	\$ 30.755,97
8	\$ 463,65	\$ 256,97	\$ 720,62	\$ 30.292,32
9	\$ 467,52	\$ 253,10	\$ 720,62	\$ 29.824,80
10	\$ 471,43	\$ 249,19	\$ 720,62	\$ 29.353,37
11	\$ 475,37	\$ 245,25	\$ 720,62	\$ 28.878,00
12	\$ 479,34	\$ 241,28	\$ 720,62	\$ 28.398,66
13	\$ 483,35	\$ 237,28	\$ 720,62	\$ 27.915,31
14	\$ 487,38	\$ 233,24	\$ 720,62	\$ 27.427,93
15	\$ 491,46	\$ 229,16	\$ 720,62	\$ 26.936,47
16	\$ 495,56	\$ 225,06	\$ 720,62	\$ 26.440,91
17	\$ 499,70	\$ 220,92	\$ 720,62	\$ 25.941,21
18	\$ 503,88	\$ 216,74	\$ 720,62	\$ 25.437,33
19	\$ 508,09	\$ 212,53	\$ 720,62	\$ 24.929,24
20	\$ 512,33	\$ 208,29	\$ 720,62	\$ 24.416,91
21	\$ 516,61	\$ 204,01	\$ 720,62	\$ 23.900,30
22	\$ 520,93	\$ 199,69	\$ 720,62	\$ 23.379,37
23	\$ 525,28	\$ 195,34	\$ 720,62	\$ 22.854,08
24	\$ 529,67	\$ 190,95	\$ 720,62	\$ 22.324,41
25	\$ 534,10	\$ 186,52	\$ 720,62	\$ 21.790,32
26	\$ 538,56	\$ 182,06	\$ 720,62	\$ 21.251,76
27	\$ 543,06	\$ 177,56	\$ 720,62	\$ 20.708,70
28	\$ 547,60	\$ 173,02	\$ 720,62	\$ 20.161,10
29	\$ 552,17	\$ 168,45	\$ 720,62	\$ 19.608,93
30	\$ 556,78	\$ 163,84	\$ 720,62	\$ 19.052,15
31	\$ 561,44	\$ 159,18	\$ 720,62	\$ 18.490,71
32	\$ 566,13	\$ 154,49	\$ 720,62	\$ 17.924,58
33	\$ 570,86	\$ 149,76	\$ 720,62	\$ 17.353,72
34	\$ 575,63	\$ 144,99	\$ 720,62	\$ 16.778,10
35	\$ 580,44	\$ 140,18	\$ 720,62	\$ 16.197,66
36	\$ 585,29	\$ 135,33	\$ 720,62	\$ 15.612,37
37	\$ 590,18	\$ 130,44	\$ 720,62	\$ 15.022,20
38	\$ 595,11	\$ 125,51	\$ 720,62	\$ 14.427,09
39	\$ 600,08	\$ 120,54	\$ 720,62	\$ 13.827,01
40	\$ 605,09	\$ 115,53	\$ 720,62	\$ 13.221,91
41	\$ 610,15	\$ 110,47	\$ 720,62	\$ 12.611,77
42	\$ 615,25	\$ 105,37	\$ 720,62	\$ 11.996,52
43	\$ 620,39	\$ 100,23	\$ 720,62	\$ 11.376,13
44	\$ 625,57	\$ 95,05	\$ 720,62	\$ 10.750,56
45	\$ 630,80	\$ 89,82	\$ 720,62	\$ 10.119,76
46	\$ 636,07	\$ 84,55	\$ 720,62	\$ 9.483,69
47	\$ 641,38	\$ 79,24	\$ 720,62	\$ 8.842,31
48	\$ 646,74	\$ 73,88	\$ 720,62	\$ 8.195,57
49	\$ 652,15	\$ 68,48	\$ 720,62	\$ 7.543,42
50	\$ 657,59	\$ 63,03	\$ 720,62	\$ 6.885,83
51	\$ 663,09	\$ 57,53	\$ 720,62	\$ 6.222,74
52	\$ 668,63	\$ 51,99	\$ 720,62	\$ 5.554,11
53	\$ 674,22	\$ 46,41	\$ 720,62	\$ 4.879,90
54	\$ 679,85	\$ 40,77	\$ 720,62	\$ 4.200,05
55	\$ 685,53	\$ 35,09	\$ 720,62	\$ 3.514,52
56	\$ 691,26	\$ 29,36	\$ 720,62	\$ 2.823,26
57	\$ 697,03	\$ 23,59	\$ 720,62	\$ 2.126,23
58	\$ 702,86	\$ 17,77	\$ 720,62	\$ 1.423,38
59	\$ 708,73	\$ 11,89	\$ 720,62	\$ 714,65
60	\$ 714,65	\$ 5,97	\$ 720,62	\$ (0,00)

**Elaborado por: Los autores**

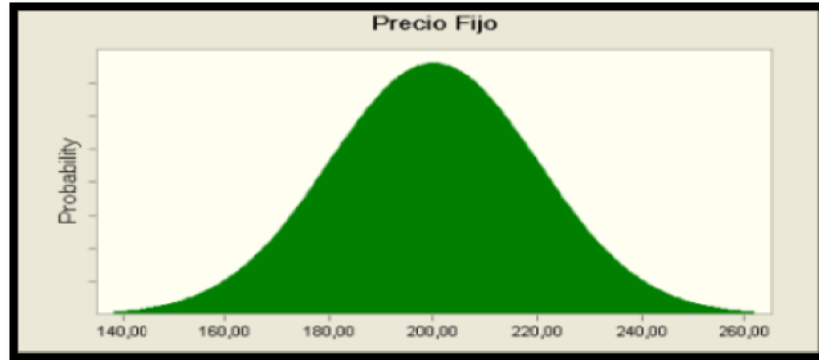
**Anexo # 3: Gráficos de Probabilidad de Ocurrencia de las Variables Principales**



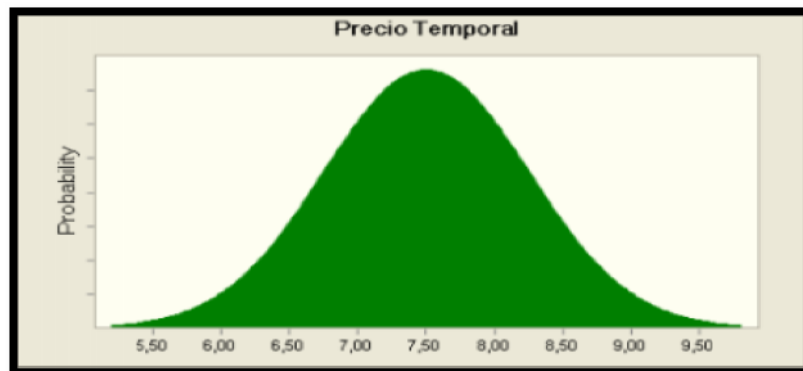
**Elaborado por:** Los autores



**Elaborado por:** Los autores



*Elaborado por: Los autores*



*Elaborado por: Los autores*

**Anexo # 4: Calculo del mercado objetivo**

<b>POBLACION POR PARROQUIAS</b>			
<b>Parroquias Urbanas</b>			
<b>Habitantes</b>	<b>Predios</b>	<b>Viviendas</b>	
Pedro Carbo	13,462	6,078	
Roca	7,296	2,101	
Rocafuerte	8,761	7,687	
Olmedo	9,516	4,326	
Bolívar	9,149	1,306	
Ayacucho	11,976	3,423	
9 de Octubre	6,68	2,137	
Sucre	15,071	1,889	
Urdaneta	25,323	3,003	
<b>Tarqui</b>	<b>835,486</b>	<b>209,366</b>	<b>42,93%</b>
Ximena	500,076	103,127	
García Moreno	60,255	6,949	
Letamendi	101,615	14,653	
Febres-Cordero	341,334	50,347	
<b>Total</b>	<b>1,946,000</b>	<b>416,392</b>	
Datos preliminares del INEC			

*Elaborado por: Los autores*

<b>GUAYAS</b>		
<b>Proyeccion poblacion 2010</b>	3.744.351	
<b>Poblacion 1-4 años</b>	279.029	<b>7,45%</b>
<b>GUAYAQUIL</b>		
<b>Poblacion estimada 2010</b>	2.306.479	<b>61,60%</b>
<b>Poblacion 1-4 años Guayaquil</b>	171.876	
<b>Poblacion 1-4 años Parroquia Tarqui</b>	<b>73.786</b>	

*Elaborado por: Los autores*