



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL
EN CARAPUNGO, 1ra. ETAPA
D.M. QUITO 2012

GABRIELA TERESA VIZUETE AÑASCO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

ESCUELA DE EDUCACIÓN

**PROYECTO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN QUE SE
PRESENTA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO
DE TECNÓLOGA EN DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UN CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO
INFANTIL EN CARAPUNGO,
PRIMERA ETAPA,
D.M. QUITO 2012**

AUTORA: VIZUETE AÑASCO GABRIELA TERESA

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN: Dr. ÓSCAR MUNIVE OBANDO

D. M. QUITO, 16 ABRIL 2012



CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“Todo lo que realmente necesito saber acerca de cómo vivir, qué hacer y cómo ser lo aprendí en la escuela infantil”¹

Para algunas personas los Centros de Desarrollo Infantil no son más que guarderías donde los padres dejan a sus hij@s para ellos poder ir a trabajar u ocuparse en otras actividades y aún más existen much@s maestr@s que creen lo mismo, ya que se consideran solo cuidadores y no lo que en realidad son, facilitadores. Much@s maestr@s creen que su responsabilidad es solo ocuparse de las necesidades biológicas de l@s niñ@s: alimentación, higiene, etc., pero se han olvidado que ell@s son facilitadores para que l@s niñ@s potencien sus habilidades y destrezas, para que logren un desarrollo integral, siempre con el afán de contribuir a la formación de niñ@s felices, inteligentes intelectual y emocionalmente.

Si nos detenemos a reflexionar en la frase con la que iniciamos nos daremos cuenta que el Centro de Desarrollo Infantil es de gran importancia para el desarrollo y la adaptación social de l@s niñ@s. Solo cuando hemos trabajado u observado a niñ@s en los CDI podemos darnos cuenta del crecimiento, maduración y desarrollo que l@s niñ@s tienen después de unos meses en él, se vuelven más sociables, lo que les ayuda mucho a superar la etapa egocentrista que tenemos cuando somos niñ@s; a través de los juegos l@s niñ@s se preparan para el futuro, ya que muchas veces enfrentan dificultades lo que les mueve a buscar y querer dar soluciones a los problemas que se les presentan, poniendo

¹ GERVILLA, Ángeles. Didáctica Básica de la Educación Infantil. Narcea, S.A. de Ediciones. España. 2006. Página 9.



en juego toda su creatividad, es en esta etapa en la que aprendemos a ser solidarios, honestos, responsables, leales, etc.

“El maestro de hoy debe ser el maestro del futuro. No puede cometer el grave error que señala Mc. Luhan: enseñar a los niños de hoy y que vivirán en el 2000, a vivir para hoy, es decir para un mundo que para entonces ya no existirá. El mundo marcha, ineluctablemente, hacia la justicia social; es irracional que el maestro pretenda sembrar en las cabezas de los educandos frenos para esa realidad dialéctica”.²

Al darnos cuenta de lo importante que es la educación inicial en l@s niñ@s, esto debería comprometernos a tod@s l@s maestr@s de educación inicial a estar siempre en una constante renovación y autoeducación, ya que el mundo avanza tan rápido, la tecnología ha hecho que nuestro mundo este en un constante cambio, por lo cual implica que nosotr@s educadores vayamos en la misma línea y a la misma velocidad sino queremos quedar caducos y sobre todo para poder ofrecer una educación de calidad.

Si queremos ser maestr@s que marquen la diferencia debemos ir a la par y en continuo cambio con el mundo porque si no seremos maestr@s que en lugar de ayudar a l@s niñ@s a potenciar sus habilidades y desarrollar sus talentos, seremos aquell@s que ponen frenos mentales en l@s niñ@s, frenos que nunca l@s dejarán volar alto ni soñar, ni luchar por sus ideales y mucho menos podrán alcanzar su realización personal, su felicidad.

Por tal motivo como educadores nuestro compromiso debería ser la formación continua y el quitarnos los frenos mentales que en nosotros pusieron en otros tiempos, ya que no vamos a trabajar con máquinas sino con seres humanos, con aquellos que aún no conocen al mundo y que quieren explorarlo y somos nosotr@s l@s privilegiad@s de facilitar ese exploración, ese conocer, en conjunto con los padres somos los encargados

² LEIVA, Francisco. Pedagogía para una educación diferente. Editorial Radmandí. Ecuador. 2003. Página 87.



de sembrar en ell@s valores, en desarrollar sus inteligencias y en ayudarles a que alcancen un desarrollo integral.

“La actividad lúdica facilita la atención activa, la capacidad de concentración y la memorización, requisitos todos para un buen aprendizaje escolar. Pero además el juego permite al niño desarrollar su inteligencia práctica y habilidad manipulativa”³

Pero la educación inicial va mucho más allá que el escolarizar a l@s niñ@s, la educación inicial busca el desarrollo integral del niñ@ a través de su esencia que es el juego. Cuando uno juega aprende mejor porque para jugar utilizamos todo nuestro cuerpo, y lo que se experimenta y manipula no se olvida fácilmente.

Por todo lo dicho se ve la necesidad de cubrir la demanda existente de niñ@s que no son atendid@s por los CDI ya existentes en el barrio de Carapungo, adicional a esto buscamos brindar una educación que facilite el desarrollo integral de l@s niñ@s, preparándolos para el futuro partiendo de su esencial, el juego, que a más de divertirlos les brinda la oportunidad de desarrollar sus inteligencias y dónde l@s maestr@s son facilitadores cuyo don principal sea el amor.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Se podrá desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo, primera etapa, D.M. Quito 2011?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- + Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo, primera etapa, D.M. Quito 2011.

³ GERVILLA, Ángeles. Didáctica Básica de la Educación Infantil. Narcea, S.A. de Ediciones. España. 2006. Página 69.



1.3.2 Objetivos Específicos

- + Realizar el análisis situacional a través de macro, microambiente y aspectos internos.
- + Desarrollar un estudio de mercado determinando la demanda insatisfecha y la oferta de servicios similares
- + Producir un estudio técnico sobre la localización, ingeniería del proyecto y la determinación de la infraestructura básica
- + Efectuar un estudio económico determinando ingresos y egresos del proyecto.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo, primera etapa, D.M. Quito 2011, desde el punto de vista social beneficiará a la población infantil entre 0 y 5 años que no es atendida por los centros ya existentes.

Este proyecto aportará a un cambio fundamental en el ámbito educativo ya que se busca brindar una educación de calidad con calidez a l@s niñ@s menores de 5 años, aplicando la pedagogía del Amor.

“Maestro que no ama a sus alumnos, no puede ser verdadero maestro, porque el amor deriva otros sentimientos y actitudes positivas indispensables para que la labor del educador sea eficiente”.⁴

Cuantos de nosotr@s no hemos escuchado de maestr@s decir alguna vez: “ser maestr@ es la profesión más ingrata, la más mal remunerada, ser maestr@ es solo por vocación y amor”, muchos lo hemos escuchado y cuan verdadera es esa frase tan utilizada por tantos maestr@s, pero la autora del presente trabajo quiere recalcar la importancia del amor en nuestra profesión, el amor en nuestras vidas hace que todo sea

⁴ LEIVA, Francisco. Pedagogía para una educación diferente. Editorial Radmandí. Ecuador. 2003. Página 91.



más sencillo, más fácil, que todo se torne colorido, que la oscuridad desaparezca para dar paso a la luz, si como maestr@s ponemos como base de nuestra pedagogía el amor todo será para l@s niñ@s más fácil, por ejemplo al cambiar de un ambiente a un nuevo les cuesta la adaptación y muchas de las cosas que l@s niñ@s van descubriendo algunas ellas no son fáciles de comprender, además que un ambiente lleno de amor brindará seguridad y estabilidad emocional a l@s niñ@s.

El amor no solo facilita las cosas, sino que trae consigo o unidas a él otros sentimientos y actitudes positivas, como la empatía que en nuestros tiempos está casi olvidada, el ser personas de paz, alguna vez escuche a un niño dar la respuesta más tierna y sabia que he escuchado, todo era porque en su CDI una compañerita le había mordido tan fuerte que le quedo una gran marca en su rostro y su hermana mayor le decía: “¿y tú por qué no le pegaste?” y su respuesta fue tan sencilla y llena de esa ternura que caracteriza a l@s niñ@s: “Porque le iba a doler, si yo le pegaba”. L@s niñ@s son como esponjitas que absorben todo, por eso es importante que l@s maestr@s procuremos brindar en los CDI un ambiente de amor, donde l@s niñ@s puedan ver y palpar el respeto, la solidaridad, la honestidad, porque si hay algo que caracteriza mucho a l@s niñ@s es que son muy observadores y ell@s reproducen lo que ven, lo que viven. Si la maestra saluda, ell@s aprenden a saludar; si la maestra, critica ell@s también lo harán; si viven la equidad, ell@s aprenderán a ser justos; si en su ambiente son aceptad@s, ell@s aprenderán a quererse a ellos mismos.⁵

Sin duda es un gran aporte técnico no solo para la autora, sino para tod@s l@s maestr@s de educación inicial que quieran abrir un Centro de Desarrollo del Talento Infantil, ya que aquello conlleva un estudio de mercado y también económico, sobre todo si queremos tener éxito. Todo sale mejor cuando se planifica paso a paso.

⁵ GERVILLA, Ángeles. Didáctica Básica de la Educación Infantil. Narcea, S.A. de Ediciones. España. 2006. Página 43.



“La factibilidad para el desarrollo de sistemas es sumamente importante. Imagínate que comiences el desarrollo de un sistema y de golpe te das cuenta que no tienes los fondos suficientes para terminarlo (factibilidad económica), o que no tienes la tecnología adecuada (factibilidad técnica), ni los recursos humanos, etc.”⁶

Nada de lo que se espera éxito debería empezar de un de repente, sino de un estudio profundo, analizando los pro y los contra del proyecto, verificando que podamos llevarlo a cabo y sobre todo si es factible su aplicación.

1.5 IMPORTANCIA

“Los estudios de factibilidad tienen como objetivo el conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión, definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto”.⁷

Por lo cual es fundamental el desarrollo de un proyecto de factibilidad para abrir un Centro de Desarrollo del Talento Infantil, porque todo exige una organización, una planificación para saber de dónde empezamos y hacia dónde se quiere llegar.

Nos permite conocer si el proyecto llegará a tener acogida si es viable que lo apliquemos en tal o cual lugar, en su desarrollo podremos llegar a conocer la realidad del sector y la demanda que existe de un Centro de Desarrollo del Talento infantil en ese lugar.

Además, al existir más Centros de Desarrollo Infantil en el sector de Carapungo, es esencial conocer las realidades de cada uno, para mejorar los servicios que prestaremos.

Es muy conveniente realizar un proyecto de factibilidad para abrir un Centro de Desarrollo del Talento Infantil porque así como una construcción necesita de un estudio

⁶ <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/354.php>

⁷ <http://www.aldereteysocios.com/estfact.html>



de terreno para poder poner los cimientos que soportarán toda la construcción, así necesitamos de este proyecto para poder brindar una educación de calidad con calidez.

“Para saber si un proyecto es factible, es decir, que tiene probabilidades de llevarse a cabo, es necesario plantearse en primer lugar, si este proyecto soluciona un problema que nuestra organización reconoce. Y si es así valorar si es acorde con los objetivos de nuestra organización: si es pertinente. Esto nos ayudará a saber si el proyecto nos corresponde realizarlo a nosotros y que al hacerlo no generamos otros problemas”.⁸

Este proyecto llegará a beneficiar a muchas familias ya que el barrio de Carapungo es muy poblado y su extensión territorial ha ido creciendo de igual forma y la preocupación de todo padre es poder brindar a sus hij@s una educación de calidad, apoyarlos y ayudarlos para que potencien sus habilidades y desarrollen sus inteligencias, observando esto el presente proyecto quiere dar solución a esta problemática, buscando no solo brindar su servicio educativo a l@s niñ@s menores de 5 años, sino que este sea de calidad y con calidez.

⁸ <http://www.mailxmail.com/curso-gestion-proyectos-ong-s/posibilidades-empezar-finalizar-proyecto-podemos-hacer>



CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

La educación inicial nace en 1816, en Escocia, no como ahora la conocemos, durante estos años ha ido cambiando y evolucionando dependiendo de la cultura, el grado de desarrollo de cada país y la importancia que la sociedad le ha dado. Por eso a continuación trataremos la historia de la Educación Inicial en varios países.

2.1.1 Historia de la Educación Inicial

El primer instituto de educación preescolar fue fundado en 1816 en New Lanark, Escocia, por el pedagogo Robert Owen. Posteriormente el siguiente instituto del que se tiene registro fuera de Escocia fue fundado en Hungría el 27 de mayo de 1828 por iniciativa de la condesa Teresa Brunszvik(1775-1861) en su residencia en la ciudad de Buda bajo el nombre de *Angyalkert* («jardín ángel»). Pronto el concepto se difundió por varias regiones del reino húngaro, volviéndose una institución popular entre las familias de la nobleza y la clase media húngara.

En 1837, el pedagogo alemán Friedrich Fröbel (1782-1852) abrió la primera institución preescolar fuera de Hungría, fundándola en Bad Blankenburg(actual Alemania) bajo el nombre de Institución de Juego y Ocupación, la cual luego de 1840 tomó el nombre de *Kindergarten* (en alemán: *Kinder*= (del) niño; *Garten*=jardín, lo que se traduce entonces como «jardín de niños»). El concepto pronto se propagó en Alemania y posteriormente en Inglaterra a partir de 1851 y en los Estados Unidos en 1856. El primer



preescolar financiado por el Estado se abrió en 1873 en Norteamérica, fundado por emigrantes alemanes en la ciudad de San Luis (Misuri)⁹.

Esta es una breve reseña histórica de la educación preescolar a nivel mundial y cómo esta se fue propagando poco a poco por Europa y luego a América. Después de que el término educación preescolar se difundiera en la mayoría de países, cada uno lo fue adaptando a su realidad por eso al revisar la historia de la Educación Inicial en cada país podremos darnos cuenta que es muy distinta una de la otra, ya que como lo dije al inicio todo depende de la cultura, del nivel de desarrollo y de la importancia que esta pueda tener en cada país.

2.2 RESEÑA HISTÓRICA

El barrio de Carapungo civilmente pertenece a la Parroquia de Calderón, mientras que eclesiásticamente es una parroquia independiente, bajo el nombre de “Madre del Redentor”, que comprende no solo Carapungo, sino también la Morenita y San Luis.

La Parroquia de Calderón se asienta en la parte norte de la Meseta de Guangüiltagua. En época pre inca-inca fue poblada por asentamientos importantes: Zambizas, Cotocollaos, Pillajos y Pomasquis. En la colonia, se establece la mita de aseo público en la ciudad y se difiere el pago del tributo a estos señoríos, naciendo la figura entrañable del “capariche”, uno de los personales emblemáticos del Quito de ayer. A mediados del siglo XIX, se establece el asentamiento “Carapungo”, nombre adquirido por las “puertas de cuero” de res o cabra de las casas existentes.

En 1893 el territorio de Carapungo toma el nombre de “Santa Marianita”. En el año de 1897, cuando el General Eloy Alfaro conducía la República, eleva a Carapungo a la

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_preescolar



categoría de parroquia con el nombre de Calderón. En 1907 se establece como parroquia eclesiástica de “SAN JOSÉ DE CALDERÓN”.¹⁰

La parroquia de Calderón comprende varios Barrios, entre estos tenemos: Carapungo, La Morenita, San Luis, Marianitas, San Juan, Calderón, San Francisco, Urbanización San José, Luz y Vida, San José de Morán, Zabala, etc.

El barrio de Carapungo se conformó en 1986 como parte del programa bandera del presidente León Febres Cordero. El propósito era construir 84 mil viviendas para personas de clases media y media-baja.¹¹

Carapungo es el nombre histórico de este barrio, palabra quichua que tiene varias acepciones: PUNGO = puerta y KARANKI: el cual se compone en KARA + N + KI: Lugar de los KARAS. Siendo KARAPUNGO “La puerta de los Caras”.¹²

2.3 MARCO REFERENCIAL

Muchos de los que leen este proyecto se estarán preguntando: ¿qué es un proyecto de factibilidad?, por lo cual empezaremos el desarrollo del mismo explicando lo que es y las partes que contiene para que tengamos una idea más precisa o por lo menos general de lo significa o trata el proyecto de factibilidad.

¿Qué es un proyecto de factibilidad?

El Manual de Tesis de Grado y Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Libertador, (2003), plantea: “Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la

¹⁰ <http://ecuador.rotasturísticas.com/visitV.php?id=16902&pagina=1&op=Ecuador&op1=Parroquia%20Calder%F3n&search=>

¹¹ <http://www.ecuador33.com/noticias-de-ecuador/carapungo-tiene-varios-retos/>

¹² <http://ievicarapungo.com/nosotros.html>



formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades “(p. 16).¹³

Por esta forma de definirlo podemos decir que el Proyecto Factibilidad, es la elaboración de una propuesta viable, cuya finalidad es satisfacer o atender necesidades específicas de organizaciones o grupos sociales, partiendo de un diagnóstico previo. Y me pareció muy interesante el siguiente cuadro de comparación entre el proyecto de investigación y el proyecto factible, para aclarar este punto de vista y así poder sustentar la definición antes dada, ya que el proyecto de factibilidad no solo plantea el problema, sino que este va en busca de proponer solución a dicho problema, el proyecto de factibilidad no solo utiliza una metodología para toda su realización, sino que utiliza diferentes metodologías para cada una de sus etapas, dentro de su contenido expresa, de forma clara y con sustentación basada en las investigaciones realizadas, su propuesta, pero una propuesta que ya tiene una evaluación técnica, ambiental, financiera y socio-económica.

Pero cuando uno se propone realizar un proyecto de factibilidad normalmente nos vienen muchas interrogantes, sobre todo cuando no sabemos a profundidad de lo que se trata, nos preguntamos: ¿qué hacer?, ¿cómo hacerlo?, ¿para qué hacerlo?, ¿cómo y dónde hacer?, ¿cuándo hacerlo?, ¿con qué recursos hacerlo?, por eso creo que es de vital importancia conocer las etapas que comprende un proyecto de factibilidad.

Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, mediante cuatro evaluaciones básicas:

- + Evaluación Legal
- + Evaluación Técnica
- + Evaluación Financiera
- + Evaluación de Gestión¹⁴

¹³ <http://www.entorno-empresarial.com/imprimir.php?id=1926>



En la etapa inicial se debe hacer un estudio de la viabilidad legal, técnica, financiera, económica, de gestión, institucional y medioambiental. Lo anterior permitirá tener una proyección acerca de las tareas e inversiones que se deberán considerar para la puesta en marcha del o de los negocios presupuestados.

La realización de estos estudios no constituye un requisito legal para proceder a la constitución de una empresa cooperativa. Responden más bien a una sugerencia de buena administración, basados en las experiencias exitosas en el sector. A continuación se describen en forma muy básica, en qué consisten estos estudios:

VIABILIDAD LEGAL:

Estudia las restricciones de carácter legal que impedirían el funcionamiento del proyecto en los términos previstos, no haciendo recomendable su ejecución.¹⁵

El estudio de viabilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite, o más bien no impide la realización del proyecto empresarial. Este estudio de viabilidad, al igual que los otros, en lo posible debe ser efectuado por expertos y el encargado de evaluar la factibilidad global del proyecto ha de seguir la orientación de los especialistas.

En algunos casos y para tener una idea preliminar sobre la viabilidad legal del proyecto, puede consultarse a organismos relacionados con las actividades que serán desarrolladas en el mismo.

VIABILIDAD TÉCNICA:

Se evalúa ante un determinado requerimiento o idea para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible, verificando factores diversos como resistencia estructural,

¹⁴ <http://www.gestiopolis.com/canales6/emp/proyectos-factibles-o-viables.htm>

¹⁵ <http://www.xuletas.es/ficha/viabilidad-legal/>



durabilidad, operatividad, implicaciones energéticas, mecanismos de control, según el campo del que se trate.¹⁶

Este estudio es de vital importancia, en él se determina si la tecnología (dura y blanda) disponible, permite hacer realidad el proyecto y también si es conveniente hacerlo.

Un estudio de viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.

La información técnica obtenida se utiliza para determinar cuál es la forma más eficiente de materializar el proyecto. Esta determinación de eficiencia, se hace basándose en criterios técnicos y económicos, esto ha de ser así, puesto que puede ocurrir que una solución óptima desde el punto de vista técnico, no lo sea desde un punto de vista económico.

VIABILIDAD FINANCIERA:

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto.¹⁷

De forma más sencilla se puede decir que la viabilidad financiera es la parte del estudio en el cuál se puede dar cuenta si se tiene el suficiente capital para poner en marcha el proyecto y cómo buscar financiamiento para ello.

Además es bueno recordar que cuando se habla de un negocio no se habla de gastos sino más bien se habla de inversión, ya que si al inicio implica un gasto, pero este gasto nos

¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Viabilidad_t%C3%A9cnica

¹⁷ <http://todoparaempreendedores.wordpress.com/2010/12/01/la-viabilidad-financiera/>



traerá ganancias, por eso se dice que es una inversión, ya que el capital es recuperable y con ganancias.

VIABILIDAD DE GESTIÓN:

La gestión o administración de un proyecto es de vital importancia, especialmente cuando es necesario crear una empresa para ponerlo en operación. Una gestión eficiente hace más probable que los beneficios netos obtenidos sean iguales o mayores a los estimados en el proyecto. Muchos buenos proyectos fracasan por mala gestión.

En algunos casos el estudio de viabilidad de gestión pierde importancia, por ejemplo, cuando se trata de producir un bien o servicio en una empresa en marcha o cuando el proceso de producción requiere de un diseño organizacional muy simple.

Este estudio debe contener a lo menos lo siguiente:

- + Estructura organizativa que más se adecue a las necesidades de puesta en marcha y operación del proyecto.
- + Con base en la estructura organizacional, se debe definir las necesidades de personal y estimar los costos de mano de obra y honorarios profesionales.
- + Requerimiento de sistemas para una gestión eficiente. (Sistema contable, inventarios, cobranzas, abastecimiento o proveedores, clientes o socios, etc.)
- + Una estimación de la infraestructura requerida y del equipamiento correspondiente.¹⁸

Hoy en la actualidad se busca causar un daño mínimo al medio ambiente, se trata de evitar la contaminación del mismo, por esta razón es muy importante evaluar si el proyecto que se trata de poner en marcha tendría efectos negativos o nocivos en contra de la naturaleza, un buen proyecto sería aquel que no solo ve los otros aspectos, sino que también toma en cuenta este punto, ya que la tierra es nuestro hogar, por lo tanto necesitamos cuidar de ella.

¹⁸ <http://www.decoop.cl/Inicio/FomentoCooperativo/CursosenL%C3%ADnea/FACTIBILIDADDELPROYECTOEMPRESARIAL/tabid/130/Default.aspx>



2.3.1 ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es un detallado informe sobre el medio ambiente de mercadeo de la organización, las actividades específicas y el sistema interno de mercadeo.¹⁹

En este punto del estudio de viabilidad se puede llegar a conocer el ambiente en el que se desarrolla organización que dirige o lleva a cabo el proyecto y el ambiente en el que se desarrollará el mismo. Por eso a continuación veremos las partes que conforman el análisis situacional.

ANÁLISIS EXTERNO:

2.3.1.1 Macroambiente

Llamado así porque afectan a todas las organizaciones y un cambio en uno de ellos ocasionará cambios en uno o más de los otros; generalmente estas fuerzas no pueden controlarse por los directivos de las organizaciones.²⁰

El macroambiente hace referencia a aquello que los dueños no pueden controlar, a aquello que no está en sus manos, es decir, a la economía mundial y de la realidad del país, haciendo referencia a los aspectos: económicos, socio – culturales, políticos – legales y tecnológicos.

2.3.1.1.1 Aspectos económicos

El aspecto económico hace referencia a la realidad económica del país a través del análisis de la Inflación, de la Tasa Interés, al Producto Interno Bruto y a la Balanza Comercial.

¹⁹ <http://www.piramidedigital.com/Tips/mercadeo/analissituacional.htm>

²⁰ <http://www.mitecnologico.com/Main/MicroambienteOFactoresControlablesEmpresa>



2.3.1.1.1.1 Inflación

El término inflación, en economía, se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo.²¹

Es decir, la inflación es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero. Es decir, si tenemos un servicio, como puede ser ir en autobús de Quito a Guayaquil, y el precio de este servicio aumenta con el tiempo, tenemos inflación. También podría verse como que el valor del dinero ha menguado, debido a que para un mismo servicio, hay que pagar más dinero.

2.3.1.1.1.2 Tasa de Interés

La tasa de interés se define como aquel precio que se paga por el uso del dinero, durante un determinado período de tiempo. Dicho precio se refiere a un porcentaje de la operación de dinero que se realiza.²²

La tasa de interés hace referencia a un porcentaje del dinero o del capital invertido en un tiempo determinado, existen varios tipos de tasa de interés como lo veremos a continuación.

Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

²¹ <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion>

²² <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-de-interes.html>



Tasa de Interés Pasiva

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tasa de Interés Preferencial

Es un porcentaje inferior al "normal" o general (que puede ser incluso inferior al costo de fondeo establecido de acuerdo a las políticas del Gobierno) que se cobra a los préstamos destinados a actividades específicas que se desea promover ya sea por el gobierno o una institución financiera. Por ejemplo: crédito regional selectivo, crédito a pequeños comerciantes, crédito a ejidatarios, crédito a nuevos clientes, crédito a miembros de alguna sociedad o asociación, etc.

2.3.1.1.1.3 Producto Interno Bruto

El producto interno bruto (PIB) es una medida agregada que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período (normalmente, un año). Se trata de la macro magnitud por antonomasia de la ciencia económica.²³

En otras palabras el PIB es la principal medida que se utiliza para medir la riqueza de un país, y también se conoce como renta nacional. Normalmente si el PIB crece se considera un logro y si disminuye se considera bastante malo.

2.3.1.1.1.4 Balanza Comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países. Hay dos tipos:

²³ http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto



Positiva: Cuando el valor de las compras es menor que el de las ventas. (Vendes más que compras).

Negativa: Cuando el valor de las ventas es menos que el de las compras. (Compras más que vendes).

2.3.1.1.2 Aspecto Socio – Cultural

El entorno cultural está compuesto por instituciones y otros elementos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad. Las personas, al crecer en una sociedad dada, la cual conforma sus valores y creencias fundamentales, absorben una visión del mundo que define sus relaciones con los demás y consigo mismas.

Los individuos, los grupos y la sociedad como un todo cambian constantemente en función de lo que consideran formas deseables y aceptables de vida y de comportamiento. Tales modificaciones pueden incidir profundamente en las actitudes de los individuos hacia los productos y hacia las actividades de mercadeo. Es importante que los gerentes de mercadotecnia puedan comprender y predecir los cambios en los valores individuales y sociales que pueden ser considerados fundamentales por los grupos de consumidores y cómo estos repercuten en las actividades de mercadotecnia de las empresas.

Las personas en una sociedad determinada tienen creencias y valores profundamente arraigadas; hay creencias y valores fundamentales que se transmiten de padres a hijos y son reforzados por las escuelas, las iglesias, los negocios y el gobierno. En cambio, creencias y valores secundarios presentan mayores posibilidades de cambio. Es importante que los ejecutivos en mercadotecnia los conozcan, ya que pueden influir en los valores secundarios, pero tienen muy poco dominio sobre los valores fundamentales.



En la corriente globalizante de la economía, de la cual no podemos aislarnos, se nos presentan algunos cambios en las variables socioculturales que afectan significativamente la mercadotecnia, y sus tendencias son, a saber: la última década se ha caracterizado por hacer más hincapié en la calidad de vida que en la cantidad de bienes que consumimos. Aunque en lo inmediato buscamos el valor, la calidad y la seguridad de los productos, nuestra preocupación real va más allá, extendiéndose al ambiente físico. Preocupa la contaminación del aire, del agua, los huecos en la capa de ozono, la lluvia ácida, la eliminación de los desperdicios sólidos, la destrucción de selvas tropicales y de otros recursos naturales. Día con día nos sensibilizamos más acerca de nuestro entorno ecológico y tratamos de cuidar nuestro hábitat, modificando los patrones de consumo.

2.3.1.1.2.1 Cultura

Es el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico²⁴

Para poder entender qué es la cultura, basta con ver lo que somos cada uno de nosotros, cuál es nuestra identidad, en este caso de proyecto de factibilidad lo que vamos a observar son los valores, costumbres, creencias y prácticas que tienen las personas que viven en el sector donde se piensa abrir el centro infantil.

2.3.1.1.2.2 Población económicamente activa

La población económicamente activa es la cantidad de personas que se han incorporado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan actualmente.

²⁴ EAGLETON, Terry. La idea de cultura. Paidós. Barcelona. 2001. P.58



2.3.1.1.2.3 Migración

La migración es un fenómeno natural que ocurre por diversas razones, por ejemplo, muchas especies animales migran en busca de alimento o de un clima adecuado para su reproducción, como las mariposas Monarca. Mientras que en los humanos la migración obedece a cuestiones económicas o políticas.²⁵

Normalmente en nuestro país se da la migración porque se busca mejorar los ingresos económicos de la familia, en el Ecuador existen poblados donde la mayoría de sus habitantes se encuentran fuera del país, son zonas fantasmas ya que son los animales ocupan los grandes caseríos construidos a estilo europeo.

2.3.1.1.3 Aspecto Político – Legal

El ambiente político se compone por un conjunto interactuante de leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen y limitan tanto las actividades de las organizaciones como las de los individuos en la sociedad. La existencia de leyes y regulaciones cumple al menos tres propósitos: fomentar la competencia, protegiendo a las empresas unas de otras; asegurar mercados justos para los bienes y servicios, resguardando a los consumidores; y, salvaguardando los intereses de la sociedad como un todo, y a otras empresas de negocios contra las prácticas poco éticas que perjudican a los consumidores individuales y a la sociedad.

El gobierno desarrolla una política pública para guiar el comercio y establece un conjunto de leyes y regulaciones que limitan los negocios en beneficio de la sociedad, para asegurarse que las empresas asuman la responsabilidad de los costos sociales de sus actos. Así, los gerentes de mercadotecnia tratan permanentemente de ajustarse a la legislación del país, tarea que resulta un poco difícil debido a las diferentes

²⁵ http://redescolar.ilce.edu.mx/educontinua/educ_civica/La_Gracia/Migracion/Migracion.htm



interpretaciones que hacen los tribunales, la vaguedad de las leyes y, sobre todo, al gran número de éstas.

2.3.1.1.3.1 Estado

El Estado es un concepto político que se refiere a una forma de organización social, política soberana y coercitiva, formada por un conjunto de instituciones involuntarias, que tiene el poder de regular la vida nacional en un territorio determinado. Usualmente, suele adherirse a la definición del Estado, el reconocimiento por parte de la comunidad internacional.²⁶

Podemos decir que el Estado es aquel conjunto de organizaciones que en su totalidad poseen la facultad de establecer las normas que guiarán una determinada sociedad, ejerciendo su poder en un territorio previamente establecido.

2.3.1.1.3.2 Organización territorial

El Estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Por razones de conservación ambiental, étnico-culturales o de población podrán constituirse regímenes especiales.

Los distritos metropolitanos autónomos, la provincia de Galápagos y las circunscripciones territoriales indígenas y pluriculturales serán regímenes especiales. Art. 242.²⁷

2.3.1.1.4 Aspectos Tecnológicos

El entorno de las organizaciones presenta día con día nuevas tecnologías que reemplazan las anteriores; a la vez que crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización. Los cambios en la tecnología pueden afectar seriamente las clases de productos

²⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Estado>

²⁷ http://www.movimientoecuador.co.uk/TITULO_V_-_ORGANIZACION_TERRITORIAL_DEL_ESTADO-t-79.html



disponibles en una industria y las clases de procesos empleados para producir esos productos. En ambos casos, el efecto sobre la estrategia de mercadeo puede ser enorme. La tecnología puede afectar los valores y estilos de vida del consumidor. Como ejemplo tenemos el aumento extraordinario en el número de mujeres que trabajan que ha sido atribuido parcialmente a los avances tecnológicos, tales como los instrumentos que economizan tiempo y mano de obra y los nuevos productos de comidas rápidas.

La nueva tecnología crea nuevos mercados y oportunidades. Los especialistas en mercadotecnia necesitan comprender el ambiente tecnológico cambiante y las formas en las cuales las tecnologías pueden servir a las necesidades humanas; colaborar muy de cerca con el personal de investigación y desarrollo para fomentar una investigación más orientada al mercado; estar alertas a todo aspecto negativo posible en una innovación que puedan causar daño a los consumidores o provocar un rechazo, por lo que deberán analizar sistemáticamente algunas de las tendencias en la tecnología; entre otras: el ritmo rápido del cambio tecnológico, los presupuestos dedicados a la investigación y desarrollo, la concentración en pequeñas mejoras, las crecientes regulaciones, y los efectos negativos de las innovaciones tecnológicas.

2.3.1.2 Microambiente

Llamados así porque afectan a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos.²⁸

2.3.1.2.1 Proveedores: Estos son firmas y personas que proporcionan los recursos que la compañía y sus competidores necesitan para producir bienes y servicios. Los desarrollos en el ambiente del proveedor pueden tener un impacto sustancial. Sobre las operaciones de mercadotecnia de la compañía. Los gerentes de mercadotecnia necesitan vigilar las tendencias de precio en sus consumos clave. La escasez, huelgas, y otros sucesos pueden interferir con el cumplimiento de las entregas a los clientes y pueden dar lugar a pérdida

²⁸ <http://smedel.obolog.com/macro-microambiente-76133>



de ventas a corto plazo y lesionar la confianza del cliente a largo plazo. Muchas compañías prefieren comprar de múltiples fuentes para evitar una gran dependencia de un solo proveedor, que pudiera elevar precios arbitrariamente o limitar el abastecimiento.

2.3.1.2.2 Clientes:

El cliente es el receptor de un bien, servicio, producto o idea, obtenida de un vendedor a cambio de dinero u otro artículo de valor.

2.3.1.2.3 Competidores:

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes.

ANÁLISIS INTERNO:

2.3.1.3 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

La filosofía institucional describe la postura y el compromiso que tiene la institución con relación a la educación superior. Esta definición incluye la declaración de los principios y es marco de referencia de la misión. Es a través del cumplimiento de su filosofía donde se manifiesta la integridad ética-moral de la institución, además de su compromiso con la sociedad.²⁹

Es decir que la filosofía institucional es el alma de nuestra empresa, es la que describe lo que somos y hacia dónde queremos llegar, en cierta forma es nuestra carta de presentación, ya que en ella se resume nuestra identidad corporativa o institucional.

²⁹ <http://autoestudio.itam.mx/acreditacion/filosofia.html>



2.3.1.4 PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

Los principios son reglas o normas de conducta que orientan la acción de un ser humano. Se trata de normas de carácter general, máximamente universales, como, por ejemplo: amar al prójimo, no mentir, respetar la vida, etc.³⁰

Los principios son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad, los principios son universales y se los puede apreciar en la mayoría de las doctrinas y religiones a lo largo de la historia de la humanidad. Es decir, son aquellas reglas y normas que regirán y conducirán la vida diaria de nuestra institución, ellos salen o complementan nuestra filosofía.

2.3.1.5 VALORES INSTITUCIONALES

Designamos como valores institucionales a aquellas cualidades que tienen las cosas y las acciones y los comportamientos humanos que las hace estimables y deseables por sí mismas y no por relación a alguna otra cosa. En este sentido diremos que son queridas como un fin y no como instrumentalmente.

2.3.1.6 MISIÓN

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.³¹

Es nuestra carta de presentación a los demás, ya que en ella se detalla el motivo por el cual se formó la empresa y en nuestro caso por el cual se quiere aplicar este proyecto y el por qué sería viable el mismo, indicando de forma clara la función o funciones principales que se desarrollan.

³⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Principios>

³¹ http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm



2.3.1.7 VISIÓN

Es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.³²

En otras palabras la visión es a dónde se quiere llegar, lo que se quiere llegar a ser en un futuro, lo que se quiere alcanzar.

2.3.1.8 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Los objetivos institucionales son las metas que persigue la institución, y de las cuales cada empleado debe apoderarse para poder cumplirlas y así juntos buscar el éxito de la empresa.

2.3.1.9 POLÍTICAS

La política es el faro, todos en el barco lo miran y todos en el barco saben ahora hacia donde van, saben dónde está el puerto. Y cuando lleguen volverán a partir, guiados por otro faro y hacia un nuevo puerto. Definir las políticas no es difícil, el problema es cumplirlas. Pero sin ellas la empresa no controla su futuro. Sin ellas la empresa es un barco a la deriva, lo único que puede hacer es tratar de evitar el naufragio, capeando cada tormenta que se presenta con una tripulación pobremente coordinada que aplica su mejor saber y entender, con un gran desperdicio de recursos y de esfuerzo individual y con un final previsible: el agotamiento y el desastre.

En palabras más sencillas, las políticas son aquellas que marcan nuestro caminar hacia la búsqueda del cumplimiento de la filosofía institucional, así como de los objetivos planteados.

³² <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>



Políticas internas: Son aquellas normas dadas por la empresa o entidad y que rigen solo dentro de ella.

Políticas externas: Son aquellas dadas por los organismos que controlan las empresas y en nuestro caso por aquellos que controlan la calidad educativa.

2.3.1.10 GESTIÓN ADMINISTRATIVA (organigrama de funciones)

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.³³

Esto lo hacemos a través del organigrama de funciones, pero ¿qué es el organigrama de funciones? Es un instrumento de la gestión empresarial que nos permite de forma gráfica representar cada uno de los cargos y las funciones que tendrá el mismo. (Ver anexo No 4: Organigrama de Funciones)

2.3.1.11 GESTIÓN OPERATIVA

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Involucra los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso.³⁴

Esto nos permite analizar el servicio prestado, los procesos que se llevan a cabo y los modos para poder dirigir y diseñar.

³³ <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080925175040AAtpoCq>

³⁴ <http://www.eumed.net/libros/2010d/777/gestion%20operativa%20o%20gestion%20hacia%20abajo.htm>



2.3.1.12 GESTIÓN FINANCIERA

La Gestión Financiera es el de evaluar y controlar los costos asociados a los servicios de forma que se ofrezca un servicio de calidad a los clientes con un uso eficiente de los recursos necesarios.

2.3.1.13 SÍNTESIS FODA

Al FODA lo podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos de la empresa y por lo tanto controlables, tales como fortalezas y debilidades, además de factores externos a la misma y por lo tanto no controlables, tales como oportunidad y amenazas.³⁵

El FODA es un gran recurso que no solo nos sirve para el análisis de un proyecto o de una empresa, sino que nos sirve también a nosotros como una herramienta para nuestro crecimiento personal, ya que nos permite un conocimiento a profundidad de aquello que se estudia, por eso a continuación se definirá los componentes del FODA para que se tenga un conocimiento más claro de lo qué es y de lo que estudia.

FORTALEZAS: Son todas aquellas actividades que realiza con un alto grado de eficiencia.³⁶ Es decir son todas aquellas capacidades que se han ido desarrollando a favor de la empresa u organización, en el caso del proyecto de factibilidad, se analiza las fortalezas que este proyecto tiene.

DEBILIDADES: que son también las capacidades, recursos y posiciones alcanzadas que limitan las posibilidades de aprovechar las oportunidades, por lo que hay que intentar evitarlas o paliarlas.³⁷

Son aquellas capacidades que la empresa u organización han desarrollado pero que son negativas para la misma ya que la limitan e impiden que esta crezca y se expanda.

³⁵ <http://html.rincondelvago.com/analisis-foda.html>

³⁶ <http://www2.esmas.com/empreendedor/herramientas-y-apoyos/evalua-tus-recursos/080796/foda-fortalezas-debilidades-oportunidades-amenazas>

³⁷ <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=291>



OPORTUNIDADES: son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.³⁸

Son aquellas situaciones generadas por el entorno o que vienen desde el exterior que nos permiten el crecimiento de la empresa u organización y en este caso son aquellas situaciones que hacen posible la viabilidad del proyecto en estudio.

DEBILIDADES: son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.³⁹

Así como las oportunidades son generadas por el entorno, las amenazas también lo son, solo que estas nos limitan el desarrollo de la empresa u organización, y en este caso limitan del desarrollo del proyecto.

2.3.2 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.⁴⁰

Es decir estudiamos el mercado para saber si las condiciones son buenas o malas para ofrecer un nuevo servicio.

2.3.2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

³⁸ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm>

³⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO

⁴⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado



Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

2.3.2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

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

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Para la segmentación demográfica se toma en cuenta los siguientes aspectos: edad, género, orientación sexual, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos, profesión, nivel educativo, estatus socioeconómico, religión y nacionalidad.

VARIABLE PSICOGRÁFICA

Los aspectos que se toman en cuenta son: Personalidad, Estilo de vida, Valores y Actitudes.



VARIABLE CONDUCTUAL

Para la variable conductual se toma en cuenta los siguientes aspectos: búsqueda del beneficio, tasa de utilización del producto, fidelidad de la marca, utilización del producto final, nivel de “listo para consumir” y la unidad de toma de decisión.

2.3.2.3 MERCADO META

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar. Al MERCADO META también se le conoce como MERCADO OBJETIVO o TARGET.⁴¹

Es decir, cuál será nuestro grupo objetivo al cuál se va a dirigir el producto o servicio que intentamos ingresar al mercado.

ENCUESTA

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

2.3.2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: Es el conjunto de todos los elementos que son objeto del estudio estadístico.

⁴¹ <http://merk2meta.blogspot.com/2007/06/mercado-meta.html>



Muestra: Es un subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo), cuyo estudio sirve para inferir características de toda la población.

2.3.2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los resultados de la encuesta se obtienen una vez que esta haya sido aplicada a la muestra y que se la haya tabulado, pero ¿qué es la tabulación? La tabulación es el proceso mediante el cual se recuentan los datos que están contenidos en la encuesta.

2.3.2.6 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se utiliza una fórmula estadística, que es la siguiente:

$$n = \frac{K^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + K^2 * P * Q}$$

Dónde:

- + **N** = Total de la población
- + **K** = nivel de confianza = 95% = 2.58
- + **e** = error muestral = 5% = 0.05
- + **P** = porcentaje individual con características similares a la población (0,5)
- + **Q** = porcentaje individual con características diferentes a la población (0,5)
- + **n** = tamaño de la muestra

2.3.2.7 EL PRODUCTO O SERVICIO

Los servicios se consideran como productos intangibles, por lo que éstos pueden ser considerados como un tipo específico de producto. Por ello, todas las ideas y criterios referidos a los productos se pueden aplicar sobre los servicios, si bien, también es cierto



que éstos tienen características propias que los diferencian, como por ejemplo, la forma de ser comercializados.

2.3.2.8 LA DEMANDA

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.⁴²

Es decir que son la cantidad de productos y servicios que la población puede adquirir en los diferentes precios que estos puedan llegar a tener.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios. Esto es saber qué niveles de ingreso tienen, para considerar sus posibilidades de consumo.

2.3.2.9 OFERTA

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.⁴³

Es decir que son todos los productos y servicio que están siendo ofertados en el mercado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

⁴² [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

⁴³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>



2.3.2.10 DEMANDA INSATISFECHA

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

2.3.2.11 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las Estrategias Comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.⁴⁴

Es decir todo aquello que utilizemos para promocionar nuestro producto o servicio.

PRODUCTO

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.

PLAZA

Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

SERVICIO

En economía y marketing, se refiere a servicio a una actividad que sirve para satisfacer una necesidad.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Promoción: es un elemento de la mezcla de mercadotecnia, consiste en incentivos de corto plazo que la empresa realiza para fomentar la venta de un producto o servicio.

⁴⁴ <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>



Post venta: Consiste en todos aquellos esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida. Una venta no concluye nunca porque la meta es tener siempre al cliente completamente satisfecho.

Publicidad: es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

2.3.3 ESTUDIO TÉCNICO

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.⁴⁵

El estudio técnico permite que conocer o por lo menos que se llegue a una aproximación de todos los recursos que se necesitarán para la viabilidad del proyecto, a demás que contribuye al estudio económico financiero, ya que al conocer los recursos materiales que serán necesarios para el desarrollo del proyecto se puede ir realizando una proyección económica de lo que se va a gastar o más bien dicho a invertir en el mismo.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- + Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.

⁴⁵ <http://www.slideshare.net/luppiabdon/estudio-tecnico-presentation>



-
- + Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
 - + Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
 - + Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
 - + Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
 - + Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
 - + Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.

2.3.3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.⁴⁶

A la hora de iniciar un negocio o poner en marcha un proyecto es de fundamental importancia el saber el lugar donde va a funcionar ya que parte del estudio de factibilidad es llegar a conocer si el lugar donde se tiene pensado realizarlo es el más conveniente, sobre todo para no saturar el mercado y también por el hecho de la competencia, a más de dar a conocer si el lugar es el adecuado apoya e influye al momento de definir los servicios que se prestarán ya que si hay negocios parecidos a los alrededores, se puede ir mejorando los servicios que se ofrecerán.

⁴⁶ http://www.prsbtcd.org/descargas/NN_Analisis%20de%20Localizacion.pdf



De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización.

MACROLOCALIZACIÓN:

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.⁴⁷

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como: Mano de obra, materiales primos, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

MICROLOCALIZACIÓN

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.⁴⁸

Estudia todos los aspectos detallados en la macro localización, pero sino que aquí ya se limita el lugar, es decir se especifica y delimita el lugar donde va a funcionar el centro infantil, en este caso.

⁴⁷ www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

⁴⁸ emprenderagrofitec2miraflores.wikispaces.com/.../MACROLOCALIZACION.doc



LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.⁴⁹

Es decir, analizar de todos los lugares posibles para el negocio, cuál de ellos es el más apto para instalar el proyecto por todos los beneficios que pueda darle.

2.3.3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal.

CAPACIDAD TEÓRICA

La capacidad teórica (también denominada capacidad máxima o ideal) supone que todo el personal y los equipos operan a la máxima eficiencia usando 100% de la capacidad de la planta. La capacidad teórica es irreal; deja de incluir las interrupciones normales que resulten de las descomposturas o del mantenimiento de las máquinas. Sin embargo los administradores usan la capacidad teórica como un instrumento auxiliar para medir la eficiencia de las operaciones, proporcionando con ello cifras ideales para hacer las comparaciones.

CAPACIDAD NOMINAL MÁXIMA

Esta es la capacidad técnicamente viable y a menudo corresponde a la capacidad instalada, según las garantías proporcionadas por el abastecedor. Para alcanzar las cifras de producción máximas se necesitarían horas extraordinarias de trabajo, así como un consumo excesivo de suministros de fábrica, servicios, repuestos y partes desgaste rápido, lo cual aumentaría el nivel normal de costos de operación.

⁴⁹ <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-7.htm>



2.3.3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto, para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información, esta información la obtenemos del estudio de mercado y del marco regulatorio legal.

DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA

En el ámbito de la práctica administrativa el análisis de la distribución del espacio para áreas de trabajo de cualquier organización constituye un aspecto relevante en el estudio de las condiciones en que éste se realiza. La estrecha relación que existe entre las condiciones físicas que conforman el medio en que un directivo o un empleado desempeñan sus tareas, permite afirmar que para lograr un alto grado de eficiencia no basta con armónicas estructuras de organización, con idóneos sistemas y procedimientos de trabajo, ni con elevadas aptitudes del personal, es necesario integrar los elementos materiales para crear un ambiente favorable a la naturaleza del trabajo, convirtiéndolo así en un factor de productividad.⁵⁰

Es decir, que es muy importante distribuir el espacio físico para tener una mejor producción y en el caso de servicios poder así brindar un servicio de calidad con calidez en un espacio adecuado para el mismo.

CUADRO DE ACTIVOS

Los activos son bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

⁵⁰ <http://es.scribd.com/doc/2234656/Distribucion-de-areas-de-trabajo>



COSTOS DE VENTAS

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.⁵¹

Es decir es el precio en el que se comercializa el producto o el servicio.

MANO DE OBRA DIRECTA

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros) de los gerentes, administradores y auxiliares de la empresa, los alquileres, los materiales y útiles de oficina, los seguros, la depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), los impuestos, la electricidad, el agua, etc.

GASTOS DE VENTAS

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de comercialización de los productos, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, comisiones) del jefe de venta y de los vendedores o de los cobradores, la publicidad, el impuesto a las ventas, los empaques, el transporte, el almacenamiento, etc.

⁵¹ <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>



2.3.4 ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.⁵²

Es decir, en esta parte del estudio se puede llegar a conocer cuál será el capital necesario para poner en marcha este proyecto, además que a través de él se puede buscar financiamientos externos e inversores, sino se cuenta con los recursos económicos necesarios.

2.3.4.1 RECURSOS FINANCIEROS PARA LA INVERSIÓN

INVERSIONES DEL PROYECTO

La información que proveen los estudios de mercado, técnico, y organizacional para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto debe sistematizarse para ser incorporada en la proyección del flujo de caja.⁵³

Es el monto total al que asciende el valor o los recursos económicos que vamos a necesitar para poner en marcha este proyecto.

INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Se refiere a los recursos económicos que vamos a invertir para adquirir los activos fijos necesarios para el funcionamiento del proyecto.

2.3.4.2 CAPITAL DE TRABAJO

También denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra, que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para

⁵² <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>

⁵³ <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/inversiones>



continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.⁵⁴

Es la diferencia que existe entre los activos a corto plazo y los pasivos a corto plazo, para hablar de capital de trabajo, es necesario que los activos a corto plazo sean mayores a los pasivos a corto plazo.

2.3.4.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas la podemos ver como una proyección de la demanda por ese bien, y una participación de la empresa en el mercado, es importante en la medida que alimentan diversos procesos de gestión y planeación dentro de la empresa. Toda proyección económica o financiera se basa en gran medida en un buen estimado de ventas.

2.3.4.4 PROYECCIÓN COSTOS DE VENTAS

Los costos de venta proyectados se calculan a partir del costo unitario proyectado para cada producto (variable Costo Unitario) y del forecast de ventas del mismo (parámetro Cantidad, del componente Forecast).⁵⁵

Este componente calcula los costos de venta esperados para el próximo ejercicio considerando los volúmenes de venta estimados (forecast) y los costos unitarios proyectados para el siguiente ejercicio.

2.3.4.5 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

El objetivo es determinar en forma anticipada para el período de la proyección todos los gastos del período que no correspondan directamente a la financiación o la gestión de ventas.

⁵⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

⁵⁵ <https://www.ideasoft.biz/wiki/display/O3SOL/C4+Costos>



Las partidas integrantes de los gastos de administración, se han de determinar de acuerdo a las necesidades derivadas de la estructura organizativa y de la administración de ventas. Se clasificarán de la siguiente manera: sueldos, cargas sociales, amortizaciones, seguros, mantenimiento de oficinas, papelería y útiles de librería.

2.3.4.6 PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS

Son las proyecciones que se hacen de los gastos de ventas que tendrá la empresa en su producción, está relacionado con la distribución y comercialización del producto o del servicio (vendedores, gasto de publicidad, comisiones, etc.).

2.3.4.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados, también conocido como cuenta de resultados o estado (o cuenta) de ganancias y pérdidas, es un documento o informe financiero que muestra los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha obtenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.⁵⁶

El estado de resultados proyectados nos permite analizar cuáles serán los resultados obtenidos por una empresa, así como comparar los resultados que se obtendrán en distintos periodos.

Asimismo, nos permite realizar proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generaría una empresa, conociendo así su futura rentabilidad o viabilidad.

INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS PARA FLUJO DE EFECTIVO

Se refiere a la inversión que la empresa hace para adquirir activos fijos, ya que sin ellos el funcionamiento de esta sería virtualmente imposible.

⁵⁶ <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-estado-de-resultados/>



DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y VALOR RESIDUAL PARA EL FLUJO DE EFECTIVO

Depreciación: El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Amortización: Amortizar es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

Valor residual: El valor residual de un activo depende de numerosos factores. En primer lugar, se establece sobre la idea de si el activo tendrá algún tipo de valor en el mercado una vez finalizada su vida útil. Es decir, si se puede vender para una utilización posterior, por ejemplo, sus piezas, si hablamos de una máquina.

FLUJO DE EFECTIVO

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado, se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo de tiempo (semana, mes, trimestre, año).

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución Política de la República del Ecuador:

Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas.



Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad.

Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Art. 45.- Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción.

Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar.

El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y demás formas asociativas.

Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.
2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. Se prohíbe el trabajo de menores de quince años, y se implementarán políticas de



erradicación progresiva del trabajo infantil. El trabajo de las adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación ni realizarse en situaciones nocivas o peligrosas para su salud o su desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral.

3. Atención preferente para la plena integración social de quienes tengan discapacidad. El Estado garantizará su incorporación en el sistema de educación regular y en la sociedad.
4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.
5. Prevención contra el uso de estupefacientes o psicotrópicos y el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias nocivas para su salud y desarrollo.
6. Atención prioritaria en caso de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.
7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.
8. Protección y asistencia especiales cuando la progenitora o el progenitor, o ambos, se encuentran privados de su libertad.
9. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas.⁵⁷

Art. 343.- El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y

⁵⁷ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR. Capítulo tercero. Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Sección quinta. Niñas, niños y adolescentes



cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 344.- El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; asimismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema.

Art. 345.- La educación como servicio público se prestará a través de instituciones públicas, fiscomisionales y particulares.

En los establecimientos educativos se proporcionarán sin costo servicios de carácter social y de apoyo psicológico, en el marco del sistema de inclusión y equidad social.⁵⁸

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Ambiente: Condiciones o circunstancias físicas, humanas, sociales, culturales, etc., que rodean a las personas, animales o cosas.

⁵⁸ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR. Título VII. RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR. Capítulo primero. Inclusión y equidad. Sección primera: Educación



Análisis: Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios, elementos, etc.

Coercitiva: que sirve para forzar la voluntad o la conducta de alguien.

Desarrollo: es un proceso por el que un organismo evoluciona desde su origen hasta alcanzar la condición de adulto.⁵⁹

Eficacia: Capacidad para obrar o para conseguir un resultado determinado.

Eficiencia: Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles.

Ejidatarios: miembros de una comuna (ejidos = tierras comunitarias)

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.⁶⁰

Inversión: acción de destinar los bienes de capital a obtener algún beneficio.

Inversionista: persona o entidad que hace una inversión de dinero.

Legal: Conforme a la ley o prescrito por ella.

Proyecto: proviene del latín projectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan cumplir con un cierto objetivo específico. Este generalmente debe ser alcanzado en un periodo de tiempo previamente definido y respetando un presupuesto. En el lenguaje cotidiano, la palabra proyecto también puede ser utilizada como sinónimo de plan, programa e idea.⁶¹

⁵⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo>

⁶⁰ www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php

⁶¹ <http://definicion.de/proyecto/>



Software: término genérico que se aplica a los componentes no físicos de un sistema informático.

Talento: es la capacidad para desempeñar o ejercer una actividad. Se puede considerar como un potencial. Lo es en el sentido de que una persona dispone de una serie de características o aptitudes que pueden llegar a desarrollarse en función de diversas variables que se pueda encontrar en su desempeño.⁶²

Viabilidad: “cualidad de viable”.

Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.⁶³

⁶² [http://es.wikipedia.org/wiki/Talento_\(aptitud\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Talento_(aptitud))

⁶³ <http://www.gestiopolis.com/canales6/emp/proyectos-factibles-o-viables.htm>



CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN:

3.1.1 Investigación Experimental:

La demostración es un procedimiento mediante el cual se fundamenta o se comprueba la validez de un conocimiento, de una hipótesis o de una tesis, mediante la presentación de razones concatenadas lógicamente y también mediante hechos concretos que verifiquen determinadas afirmaciones.⁶⁴

Se utilizó esta investigación en la parte del cronograma y presupuesto, porque se necesitó hacer un esquema que recoja todos los pasos que vamos a seguir para llegar a concluir con el presente proyecto, para así poder organizar de mejor forma el tiempo que la autora tiene para trabajar en el desarrollo del proyecto; en el presupuesto, porque para el desarrollo del presente proyecto se necesita de recursos que nos ayuden a demostrar que es factible o no. Se la aplicó también en los anexos ya que en estos se puede colocar de forma más clara y sencilla todo lo desarrollado en el marco referencial con el objeto de demostrar si es o no factible este proyecto. Además a través de ella se llega a demostrar si es o no factible la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo por lo cual fue de gran utilidad en el análisis situacional, ya que permitió conocer si el lugar donde se tiene pensado abrir el centro cubre con los requerimientos para la atención de l@s niñ@s; en el estudio de mercado arrojó datos que ayudan para saber si es o no factible este proyecto sobre todo en lo que tiene que ver con la demanda de este servicio; en el estudio técnico dio a conocer si el establecimiento donde se quiere abrir el

⁶⁴ GUTIERREZ, Abraham. Curso de Técnicas de Investigación y Metodología del Estudio. Imprenta Don Bosco. Sexta edición. Ecuador. 2003. Página 34



centro está bien ubicado permitiendo la fácil accesibilidad al mismo; en el estudio económico permitió conocer si se logrará cumplir con la meta del proyecto.

3.1.2 Investigación Básica:

También llamada Pura, tiene como propósito buscar el conocimiento en sí, a través de bases generales realizando teorías científicas, tiene como base los planteamientos teóricos.⁶⁵

Este tipo de investigación se la utilizó, en los capítulos I y II, para seleccionar el tema del proyecto ya que se partió de la información científica y estudios realizados sobre algunas temáticas que podrían aportar una idea más clara, según los gustos e intereses de la autora se seleccionó el tema que abarcaría el proyecto, definiendo así el título del mismo; lo que permitió delimitar el problema y poderlo formular, lo que dará a las personas una idea de lo que trata el proyecto, en este caso la factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo. Además se lo utilizó para poder sustentar el planteamiento del problema ya que para darle mayor consistencia se basó en los estudios y criterios de expertos en el tema permitiendo que la autora pueda complementarlos con su punto de vista. Este tipo de investigación dio a la autora del proyecto una idea más clara de lo que se va a desarrollar permitiéndole plantearse los objetivos o metas que perseguirá al desplegar este proyecto. En la justificación del tema también se la aplicó ya que es muy importante conocer los puntos de vista científicos que existen sobre el presente proyecto, así como los criterios de personas concedoras del mismo, por estas razones también se la utilizó para sustentar la importancia del proyecto ya que para darle mayor realce se citó varios estudios realizados y varios criterios de expertos sobre la importancia de la Educación Inicial en el desarrollo integral de l@s niñ@s, teniendo claro esto la autora tuvo una base más sólida para sustentar y argumentarlo. Y ya que este tipo de investigación tiene como base los planteamientos

⁶⁵ SALAZAR, Edison. Metodología de la Investigación. S.M. Editores. Segunda edición. Ecuador. 2004. Página 5



teóricos se la aplicó en el desarrollo del Marco Referencial, en vista de que para sustentarlo se necesitó del conocimiento de materias que no se las han estudiado dentro de la maya curricular, y que mejor forma para aprender que el partir que de la base científica, conocida y desarrollada, además que en muchos de ellos nos ilustran con ejemplos para una mejor comprensión.

3.1.3 Investigación Aplicada:

Es la que tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad práctica. La mayor parte de las investigaciones que se realizan son aplicadas.⁶⁶

Este tipo de investigación se la utilizó para desarrollar el marco legal ya que se revisó la Constitución Nacional del Ecuador, el Código de la Niñez y Adolescencia, El Plan Decenal, las leyes y reglamentos que el INFA y el MIES tienen para la apertura de un Centro de Desarrollo Infantil, entre otros y solo se tomó aquellos artículos que hablan sobre la Educación Inicial ya que respaldan de forma jurídica el desarrollo del presente proyecto. A través de esta investigación se pudo sustentar el marco legal y permitió conocer a la autora del proyecto todas las leyes que velan y cuidan de los derechos de l@s niñ@s y de todos los requisitos que se necesitan para funcionar de forma legal como institución educativa.

3.1.4 Investigación Bibliográfica:

Es consultar, recopilar e investigar en toda clase de libros, revistas, folletos, artículos de prensa que contengan la información del tema propuesto para la investigación.⁶⁷

Este tipo de investigación es la más utilizada por la autora ya que gracias a ella puedo valerse de diferentes teorías, argumentos, pensamientos, estudios y criterios realizados con anterioridad por parte de personas conocedoras sobre Educación Inicial y Proyectos

⁶⁶ LEIVA, Francisco. Nociones de Metodología de Investigación Científica. Dimaxi. Quinta Edición. Ecuador. 2001. Página 19

⁶⁷ JARRIN, Pedro. Guía Práctica de Investigación Científica. Ediciones I.S.B.N. Cuarta edición. Ecuador. 2004. Página 9



de Factibilidad, lo que le permitió sustentar de forma clara: el planteamiento del problema ya que se necesitó citar algunos pensamientos de pedagogos sobre la importancia que la educación tiene en los cinco primeros años de vida de l@s niñ@s, y al buscar información para esta parte del proyecto fue encontrando información que le sirvió para desarrollar la justificación e importancia como se puede ver en los pies de página en el transcurso del desarrollo del proyecto ya que la autora a estos añadió solo su punto de vista y su concordancia con lo citado.

De forma muy concreta se aplicó esta investigación en lo que se refiere a los antecedentes y a la reseña histórica ya que se tuvo que recurrir a varios estudios y redacciones sobre la historia de los CDIs y del Barrio de Carapungo. También se lo aplicó para desarrollar el Marco Referencial del Proyecto ya que es muy valioso los estudios que hay sobre los proyectos de factibilidad, sus pasos y cómo irlos realizando, además de que esto es nuevo para la autora es de gran ayuda para ella conocer los estudios que se han realizado sobre esta temática de proyectos de factibilidad ya que muchos autores difieren sobre los pasos que este debe seguir, algunos aplican pasos y estudios mucho más profundos, pero todos llegan a un mismo fin que es conocer si es factible o no el proyecto que se está realizando. De manera específica también se la utilizó en el marco legal ya que se copio al pie de la letra cada uno de los artículos que respaldan jurídicamente este proyecto poniendo al pie de página el documento del que se tomó y especificando el artículo copiado.

Se necesita de un marco conceptual o más conocido como vocabulario se vio la necesidad de recurrir a Diccionarios para aclarar ciertos términos utilizados en el proyecto que no son muy conocidos. También se la utilizó en los tipos de investigación, métodos de investigación y técnicas de recolección de información, ya que se necesitaba conocer la definición científica de cada uno de ellos por eso para esta parte se utilizó varios libros de investigación científica que pudieran ayudarnos para este fin y para aumentar nuestra bibliografía.



3.1.5 Investigación Documental:

Es el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de la naturaleza de un tema específico. Se apoya principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por medio de impresos, audiovisuales o electrónicos.⁶⁸

Al igual que la investigación bibliográfica, la investigación documental es una de las más utilizadas por la autora de este proyecto ya que no hay mejor forma de sustentar un trabajo que el citar y tener como referencia aquellos trabajos, estudios, criterios realizados por expertos y conocedores del tema, por esta razón a lo largo del desarrollo de este proyecto se podrá observar las diferentes citas y pies de página que hacen referencia a los documentos, trabajos previos, información y datos que han sido publicados sobre lo que se refiere a Educación Inicial, Proyectos de Factibilidad, etc., es decir, todo aquello que pudiere enriquecer al proyecto

Para la autora la investigación documental va de la mano de la investigación bibliográfica ya que las dos le han permitido enriquecer y sustentar la parte teórica del mismo, como ya se lo explicó en la investigación bibliográfica, para la autora las principales fuentes fueron varios libros de proyectos, de investigación científica y algunas páginas de internet que proporcionaban los datos e información requerida.

3.1.6 Investigación Exploratoria:

Constituye un estudio preliminar, una primera aproximación al problema.⁶⁹

Se aplicó esta investigación al iniciar el camino hacia este proyecto porque se revisó varia información de diferentes temáticas que podrían ser de interés para la autora, lo que le permitió tener un conocimiento general de ellas, sobre lo que son, sus características y su aplicación dentro del ámbito de la Educación Inicial, una vez que la autora seleccionó el

⁶⁸ Colegio Nacional Mixto Eloy Alfaro. Investigación y Proyectos. Programas para sextos cursos. Área de Ciencias Sociales. Ecuador. Página 11

⁶⁹ AGUILAR, Ruth. Metodología de la Investigación Científica. Universidad Técnica Particular de Loja. Primera edición. Ecuador. 1996. Página 65



tema pudo delimitar el problema y formularlo, y ya que tenía un conocimiento más claro del tema escogido pudo fundamentar el planteamiento del problema, así como la justificación e importancia del proyecto, por eso la autora se valió del criterio de varios expertos sobre la importancia de la Educación Inicial para el desarrollo integral del/la niñ@.

3.1.7 Investigación Histórica:

Indaga los objetos, los sucesos y acontecimientos en su proceso de nacimiento, desarrollo y muerte; en relación con las condiciones históricas concretas que los han engendrado.⁷⁰

Este tipo de investigación se la utilizó para sustentar los antecedentes de este proyecto ya que tratándose de un proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil, se necesitó conocer la historia de la Educación Inicial en el Ecuador, ya que el proyecto se lo realiza allí, y cómo esta fue evolucionando desde las casas cunas, los jardines de infantes, hasta llegar a lo que hoy se conoce como educación inicial, cuyos objetivos apuntan al desarrollo integral de l@s niñ@s ecuatorianas, protegiéndola con la política de la Universalización de la Educación Inicial para niñ@s de 0 a 5 años.

Además se la aplicó para desarrollar la reseña histórica donde se dio a conocer la historia del Barrio de Carapungo, ya que geográficamente es el lugar donde se está realizando este proyecto de factibilidad, lo que permitió conocer a la autora del proyecto el por qué del nombre del barrio y gracias a qué proyecto y en qué gobierno el barrio empieza a formarse, además que permitió conocer que la población actual del Barrio sobre pasa los ochenta mil habitantes, lo que da una idea de la necesidad de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en el mismo, que brinde una educación de calidad con calidez.

⁷⁰ GUTIERREZ, Abraham. Curso de Técnicas de Investigación. Editora Andina. Tercera edición. Ecuador. 1990. Página 40



3.1.8 Investigación Descriptiva:

Busca caracterizar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro elemento – fenómeno que puede ser sometido a un análisis. Cuando describimos, estamos aprehendiendo las múltiples partes de un objeto de estudio. Esta captación sirve para profundizar el conocimiento objetivo y más tarde elaborar ciertos conceptos, leyes y categorías.⁷¹

Este tipo de investigación se la utilizó para sustentar el planteamiento del problema ya que para profundizar en él partimos de la descripción de las características del mismo, lo que sirvió al momento de redactar la justificación ya que al tener un conocimiento más concreto y sólido se hizo más fácil el desarrollo de esta parte dentro del proyecto. También se la utilizó en el segundo capítulo en la reseña histórica, ya que para el desarrollo de la misma se utilizó, de manera general, al narrar la historia y presentación del barrio donde se tiene pensado abrir el Centro de Desarrollo del Talento Infantil, ya que es muy importante conocer la realidad y organización social, política y religiosa de Carapungo. Por otro lado se aplicó esta investigación al realizar el cronograma y el presupuesto, ya que se partió de los puntos clave que va a tener el proyecto para poder organizar el tiempo que se tiene para su desarrollo; y en el presupuesto para poder detallar de forma concreta cada uno de los recursos que se necesitarán, sus características y su costo aproximado, para el desarrollo de este proyecto de factibilidad. Además se la utilizó en el Análisis situacional, en el Estudio: de Mercado, Técnico y Económico, ya que al estudiar las características de ellos y profundizar en lo que encierran cada uno de estos estudios se pudo constatar la factibilidad del proyecto en lo que se refiere al espacio físico con el que se consta para la creación del centro, así como la demanda de un servicio de educación de calidad y calidez para niñ@s menores de 5 años en el barrio de Carapungo, primera etapa; en el estudio técnico permitirá conocer si la ubicación física y geográfica es la más adecuada para la accesibilidad de la población y

⁷¹ VILLALBA, Carlos. Metodología de la Investigación Científica. Sur Editores. Segunda edición. Ecuador. 2004. Página 10



para la aplicación del proyecto; y en el estudio económico permitirá conocer detalladamente todos los recursos económicos que se necesitarán para la apertura y mantenimiento del Centro de Desarrollo Infantil que se pretende crear.

3.1.9 Investigación de Campo:

Es la que se realiza en lugares no determinados específicamente para ello, sino que corresponden al medio en donde se encuentran los sujetos o el objeto de la investigación, donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.⁷²

Al permitir obtener datos reales del entorno, la autora del presente proyecto se valió de ella para el estudio de mercado ya que a través de ella se pudo palpar la necesidad de la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en el barrio de Carapungo, primera etapa, ya que a la mayoría de Padres de Familia les preocupa que sus hij@s menores de 5 años reciban una educación de calidad y calidez que les ayude a potenciar y desarrollar sus habilidades y destrezas. Además a través de ella se pudo conocer a los potenciales clientes del Centro de Desarrollo del Talento Infantil, así como los servicios que los Padres de Familia buscan al momento de elegir un centro para sus hij@s.

3.1.10 Investigación Hemerográfica:

Es un subtipo de de investigación documental que se basa en la consulta de artículos y ensayos de revista y periódicos, los lugares donde se guarda este tipo de información se llama Hemerotecas.⁷³

Este tipo de investigación no se la utilizó en el desarrollo del presente proyecto ya que la autora del mismo no recurrió ni a revistas ni a periódicos para obtener la información que necesitó.

⁷² LEIVA, Francisco. Nociones de Metodología de Investigación Científica. Gráficas Modernas. Tercera edición. Ecuador. 1988. Página 11

⁷³ <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080423100136AAq3EF1>



3.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN:

3.2.1 Método Inductivo:

Es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.⁷⁴

Este método se lo utilizó al plantear el cronograma a seguir, porque se partió de los puntos principales que el proyecto va a contener, fijando fechas y un tiempo posible en el que se estudie detenidamente y desarrolle cada punto, para poder llegar a saber si este proyecto es factible o no. Además se lo utilizó en los antecedentes ya que para estudiar de mejor forma la historia de la Educación Inicial se revisó también la realidad de la misma en otros países, lo que nos permitió tener una idea más clara y cómo a nivel universal ha sido el desarrollo de ella a nivel mundial.

3.2.2 Método Deductivo:

Es la que parte de las leyes generales a las leyes secundarias o casos particulares.⁷⁵

Este método se lo utilizó desde el inicio del desarrollo del tema ya que primero se descompuso el Todo que representaba cada asignatura vista a lo largo de estos cinco semestres en temas y subtemas, con la finalidad de encontrar el posible proyecto a realizar, después de que analizó cada asignatura y según los intereses, gustos y afinidad de la autora se escogió el proyecto a realizar, lo que nos permitió definir el nombre del proyecto, formular el problema y plantearlo, establecer los objetivos que se persiguen y se quieren alcanzar con la realización del mismo. Este método también nos permitió ir desmenuzando la información que se iba adquiriendo y encontrando sobre el proyecto, lo que facilitó el análisis de la información ya que es más fácil para la autora ir estudiando

⁷⁴ LEIVA, Francisco. Nociones de Metodología de Investigación Científica. Dimaxi. Cuarta edición. Ecuador. 1996. Página 17

⁷⁵ VILLALBA, Carlos. Metodología de la Investigación Científica. Sur Editores. Tercera edición. Ecuador. 2006. Página 26



las partes para llegar a lo general, pero para el desarrollo de este proyecto de factibilidad se tuvo que partir de lo general ya que el nombre lo encerraba y de limitaba de cierta forma a donde debía concentrarse la investigación, así que se tuvo que partir de lo que es el proyecto de factibilidad, entender el todo para poder ir a las partes o pasos que este encierra para alcanzar a conocer si funcionará o no, para esto se utilizó el análisis situacional partiendo del análisis de los macro y micro ambientes, así como en el estudio de mercado, donde se determinó la demanda insatisfecha, el estudio técnico a través de las macro y micro localizaciones y el estudio económico a través de las proyecciones que se realizaron, se fue del todo a cada uno de sus componentes.

3.2.3 Método Analítico:

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiendo en sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.⁷⁶

Este ha sido el método más utilizado por la autora ya que para sustentar la parte teórica del proyecto se ha citado varios trabajos, estudios y publicaciones realizadas por expertos y conocedores de la materia sobre Educación Inicial, Proyectos de Factibilidad, pero no ha sido una mera transcripción ya que la autora ha aportado con el análisis de las citas y las referencias que ha tomado de los distintos libros y páginas de internet, para llegar a este fin ella ha analizado detenidamente cada uno de ellos, lo que nos ha llevado a descomponer los temas generales en subtítulos para una mejor comprensión como se puede observar en el marco referencial. En los tipos y métodos de investigación así como en las técnicas de recolección de información, se puede observar no solo se quedó con la definición y explicación de lo que es cada uno de ellos, sino que se amplió con el análisis de cada uno explicando en qué parte del desarrollo del proyecto se utilizó o se utilizará.

⁷⁶ BARRIOS, Alfredo. Metodología de la Investigación. Rijabal S.A. Tercera Edición. Ecuador. 2003. Página 31



3.2.4 Método Sintético:

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.⁷⁷

El método sintético fue de gran ayuda para la autora ya que este va de la mano del método analítico; ya que con el método analítico uno puede ir descomponiendo el todo e ir sacando las partes más importantes y las que más aportarán para el proyecto y gracias al método sintético podemos volver a reconstruir dándole forma a la redacción, como ya se lo explicó anteriormente en el método analítico, se lo aplicó en todo el desarrollo de la parte teórica ya que la autora para sustentarlo y desarrollarlo se basó y citó varios trabajos previos de diversos autores y para poder dar su punto de vista los analizó minuciosamente y gracias a este análisis pudo redactar de forma coherente, armando un texto entendible.

3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN:

3.3.1 Observación:

Es un procedimiento fundamental, que vincula al investigador con el objeto de estudio y sus fuentes teóricas y empíricas de información.⁷⁸

Esta técnica de recolección de información se lo utilizó en la parte práctica, por así decirlo, del proyecto, ya que para realizar nuestro análisis situacional y estudios: de

⁷⁷ RUIZ, Ramón. Historia y evolución del pensamiento científico. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007a/257/

⁷⁸ SALINAS, Manuel. Guía del Proceso Investigativo Modular. Universidad Nacional de Loja. Primera edición. Ecuador. Página 26



mercado, técnico y económico, la autora del proyecto tenía que constatar la realidad del lugar, de las personas que de cierta forma estarán vinculadas con el proyecto por la situación geográfica y del tiempo ya que era necesario conocer si existen posibles clientes y población comprendida entre los 0 y 5 años que requieran de un servicio de educación inicial, si el lugar está adecuado o por lo menos reúne las exigencias requeridas para la apertura de un centro infantil, si el establecimiento se encuentra ubicado en un lugar accesible para todos y si los recursos económicos son los suficientes para el desarrollo del proyecto, esta primera observación que se hace permitirá a la autora tener una idea más clara sobre la realidad del Barrio y de sus habitantes, así como la propia.

3.3.2 Entrevista:

Es una técnica de investigación dedicada a obtener información mediante un sistema de preguntas. Para esto nos valemos de la conversación del investigador con una o más personas. Se la utiliza cuando la población o universo es pequeño y manejable o cuando se trata de una muestra representativa.⁷⁹

Lo interesante de utilizar la investigación de campo es el hecho de que permite tener contacto con la realidad misma, ya que se llega al entorno, toda la información se obtiene es del mismo lugar de los hechos o donde tuvo lugar los fenómenos a investigar, lo que permitió en el caso de este proyecto poder tener un acercamiento con los habitantes del sector y conocer su opinión acerca de la Educación Inicial y sobre la apertura de un nuevo centro de desarrollo del talento infantil, que brinde educación de calidad y calidez para niños de 0 a 5 años en el sector. Para esto se buscó a varias personas que a través de una entrevista previamente preparada nos arroje resultados que sean útiles para sustentar y argumentar en el análisis situacional y en los estudios: de mercado, técnico y económico (parte práctica del proyecto), lo que nos llevará a comprobar la factibilidad del proyecto.

⁷⁹ Centro Regional de Comunicación Educativa para la Región Amazónica. Cultura General. Primera edición. Ecuador. 1992. Página 277



3.3.3 Encuesta:

Es una forma de entrevista planeada, que por ende persigue un fin, lograr la información mediante datos que se obtienen a través de preguntas similares que se formulan a personas que están involucradas en lo que se investiga, cuyas respuestas tienen que ser cuantificadas para que a través de los resultados muestren una realidad. Es una técnica que reúne hechos para expresar un fenómeno, en su cuantificación, y mediante preguntas que se formulan, en forma similar, a los integrantes del universo, dentro de la construcción del método de investigación que se ha establecido.⁸⁰

La encuesta al igual que la entrevista se la utilizó en la parte práctica del proyecto ya que era necesario obtener datos reales sobre la necesidad que existe de la creación de un centro de desarrollo del talento infantil en el barrio de Carapungo, primera etapa, para así poder conocer a la población insatisfecha con los centros que ya existen y nos permitió tener datos reales de la población que no es atendida por los centros existentes ya que si se habla de que el número de habitantes que supera los ochenta mil, es decir, existe una gran población de niños comprendida entre los 0 y 5 años y muchos de los padres de familia buscan brindar a sus hijos una educación que los ayude a desarrollar de forma integral, una educación que sea de calidad, la encuesta también permitió conocer cuáles son los servicios que los padres buscan en una institución educativa al momento de elegir un centro para sus hijos.

La encuesta al igual que la entrevista se la realizó con la finalidad de obtener datos reales de una muestra de la población de Carapungo lo que ayuda en el análisis situacional y en el estudio de mercado, técnico y económico.

⁸⁰ MORENO, Alberto. Métodos de Investigación y Exposición. Editora Nacional. Primera Edición. Ecuador. 2005. Página 94



CAPÍTULO IV LA PROPUESTA

4.1 ANÁLISIS SITUACIONAL

El realizar el estudio situacional de un país implica considerar un diagnóstico previo de la realidad del mismo, para así poder identificar hechos y problemas, desarrollar comparaciones e incluso evaluaciones.

A través de las matrices o ejes fundamentales que conforman el análisis situacional se puede llegar a conocer y establecer el perfil de organización, así como señalar fortalezas y debilidades, valorando así la situación externa e interna, lo que nos dará una idea global y a partir de ella podremos desarrollar nuestro campo de acción.

4.1.1 ANÁLISIS EXTERNO

“La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización”⁸¹.

El mundo está en constante cambio, la tecnología avanza y a cada minuto se dan nuevas actualizaciones, por esta razón es fundamental conocer el entorno, pero ¿cómo conocerlo?, en esto nos ayuda el análisis externo ya que nos permite detectar y evaluar acontecimientos y tendencias que suceden en el mismo. Es decir, nos permite conocer las oportunidades que tenemos para crecer o mantenernos como una empresa estable en el mercado, así como también aquellas situaciones que representan una amenaza para la

⁸¹ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO



misma, la mayor parte de ellas estarán fuera de nuestro control, pero con un análisis oportuno y preciso se puede lograr que no represente un riesgo mayor.

4.1.1.1 MACROAMBIENTE

“Constituye todos los elementos externos a una organización que resultan relevantes para su operación, incluso elementos de acción directa e indirecta”⁸².

Estos elementos relevantes dentro de las operaciones de una empresa sin duda son la oferta (producción) y la demanda (consumo), estos determinan la actividad económica de un país, la misma que puede ascender o descender.

Pero así como toda actividad tiene un ciclo o etapas, la actividad económica también las tiene, y estas son:

Auge: se refiere a la etapa más elevada, pero llega a un momento donde esta sufre ciertas rigideces que interrumpen su crecimiento y es donde empieza la recesión.

Recesión: es la fase descendente del ciclo, una característica importante de esta fase es que se produce una caída de inversión.

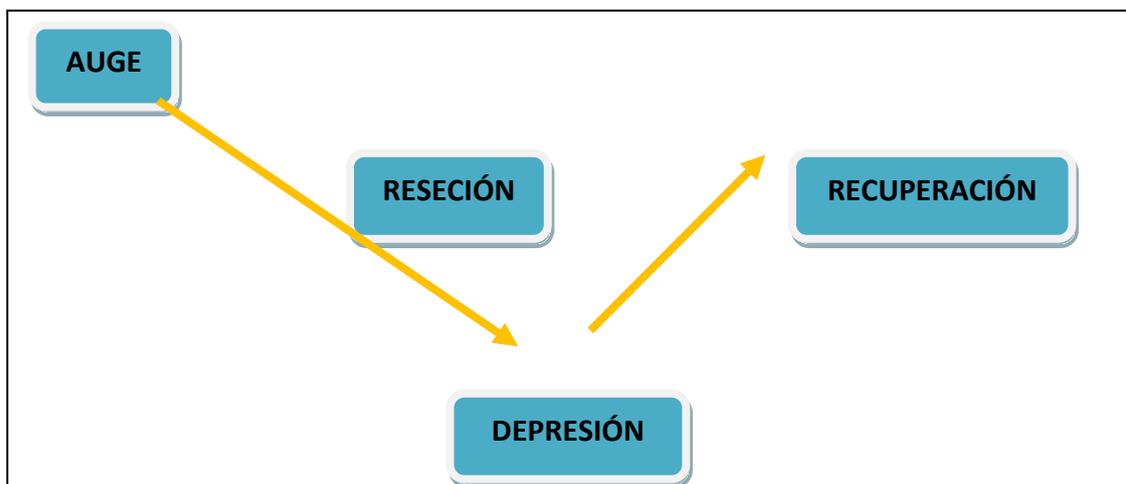
Depresión: es el punto más bajo del ciclo, caracterizada por una gran tasa de desempleo y una baja en la demanda de los consumidores.

Recuperación o reactivación: es la fase de ascensión del ciclo, aquí se produce una renovación del capital.

⁸² <http://www.salonhogar.com/materias/administracion/macroambiente.htm>



GRÁFICO 1
FASES DEL CICLO ECONÓMICO



ELABORADO: GABRIELA VIZUETE

4.1.1.1.1 Aspectos Económicos

Producto Interno Bruto

“El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. También se lo denomina Producto Bruto Interno (PBI). Producto se refiere a valor agregado; interno se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía; y bruto se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital”⁸³.

⁸³ <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>

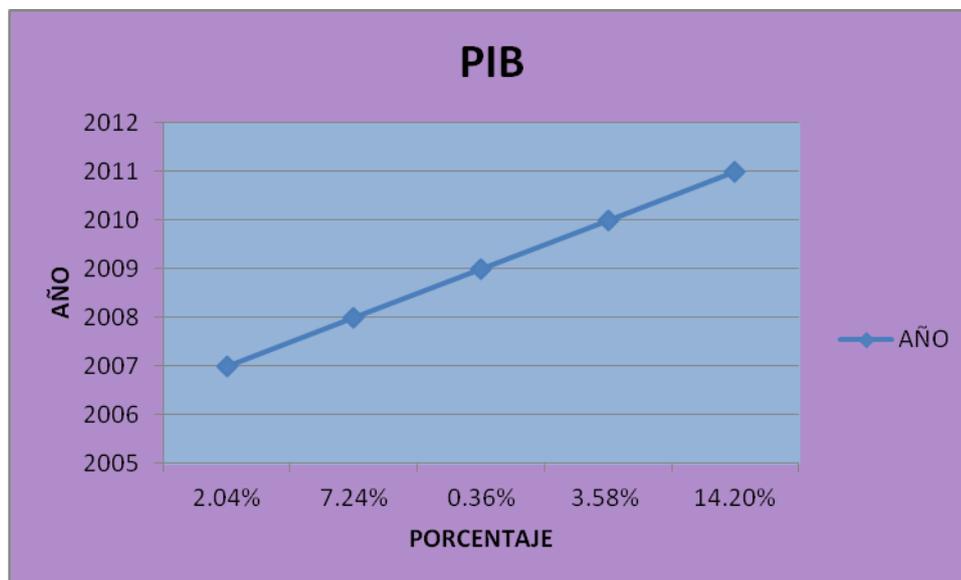


CUADRO N. 1
PRODUCTO INTERNO BRUTO

AÑO	PORCENTAJE
2007	2.04%
2008	7.24%
2009	0.36%
2010	3.58%
2011	14.20%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

GRÁFICO N. 2
PRODUCTO INTERNO BRUTO



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

Análisis: La oportunidad que nos ofrece el PIB según se puede observar en el gráfico es muy **Alta**, ya que entre mayor sea el porcentaje del PIB, mayor será la capacidad adquisitiva de las personas.



Inflación

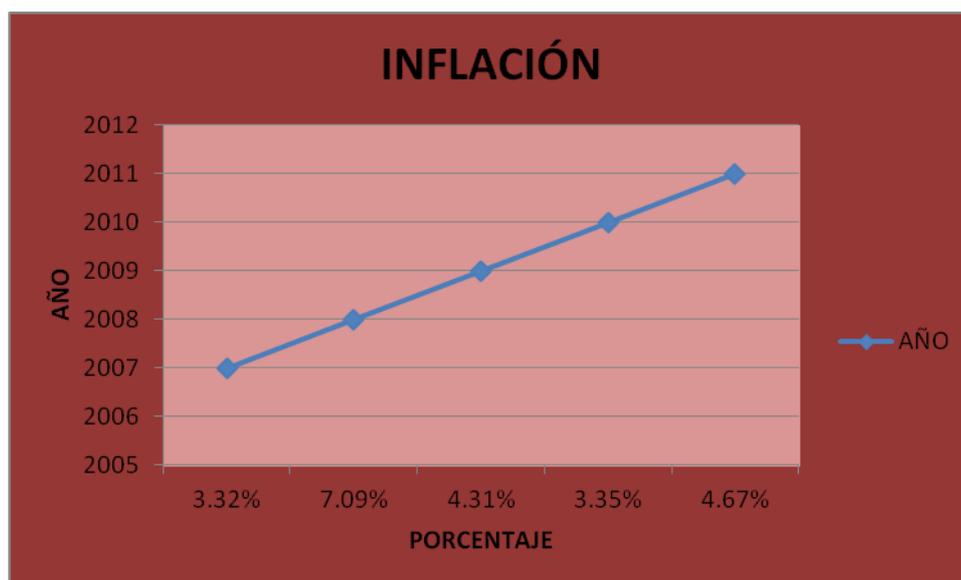
“Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo”⁸⁴.

**CUADRO N. 2
INFLACIÓN**

AÑO	INFLACIÓN
2007	3.32%
2008	7.09%
2009	4.31%
2010	3.35%
2011	4.67%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

**GRÁFICO N. 3
INFLACIÓN**



REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

⁸⁴ <http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>



Análisis: como se puede observar en el gráfico la inflación ha tenido pequeños incrementos lo que nos ofrece oportunidad **Media** para nuestro proyecto ya que la población tiene más oportunidades de adquirir un servicio si los precios disminuyen.

Tasa de Interés

“La tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar/cobrar por tomarlo prestado/cederlo en préstamo en una situación determinada”⁸⁵.

Tasa de Interés Pasiva

“Precio que una institución crediticia tiene que pagar por el dinero que recibe en calidad de préstamo o depósito”⁸⁶.

CUADRO N. 3
TASA DE INTERÉS PASIVA

AÑO	PORCENTAJE
2009	5.40%
2010	4.28%
2011	4.53%

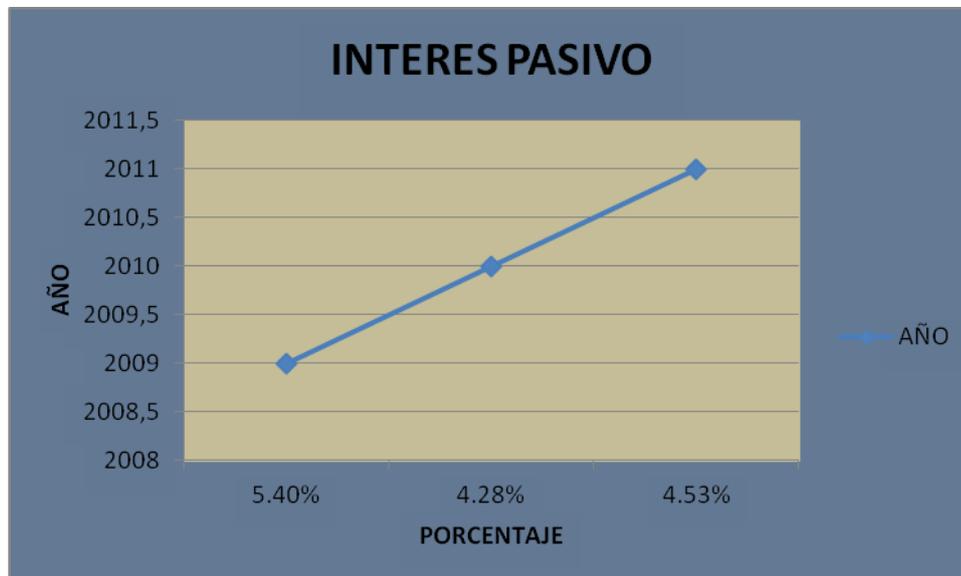
FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

⁸⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s

⁸⁶ <http://www.monografias.com/trabajos52/tasa-de-interes/tasa-de-interes2.shtml>



GRÁFICO N. 4
TASA DE INTERÉS PASIVA



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUTE

Análisis: como se puede observar en el gráfico la oportunidad que nos ofrece la tasa de interés pasiva es de oportunidad **media**, en el caso que el centro de desarrollo del talento infantil cuente con una cuenta de ahorro o corriente.

Tasa de Interés Activa

“Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca”⁸⁷.

⁸⁷ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2



CUADRO N. 4
TASA DE INTERÉS ACTIVA

AÑO	PORCENTAJE
2009	9.19%
2010	8.68%
2011	8.17%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

GRÁFICO N. 5
TASA DE INTERÉS ACTIVA



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

Análisis: la tasa de interés activa nos ofrece una oportunidad **media**, ya que los intereses que la banca maneja son muy altos, en el caso que necesitemos un préstamo para poner en marcha el presente proyecto.



4.1.1.1.2 Aspectos Sociales

Población del país:

Según el último censo realizado en nuestro país, en el año 2010, revela que somos 14.483.499 ecuatorianos.

Población de la Provincia:

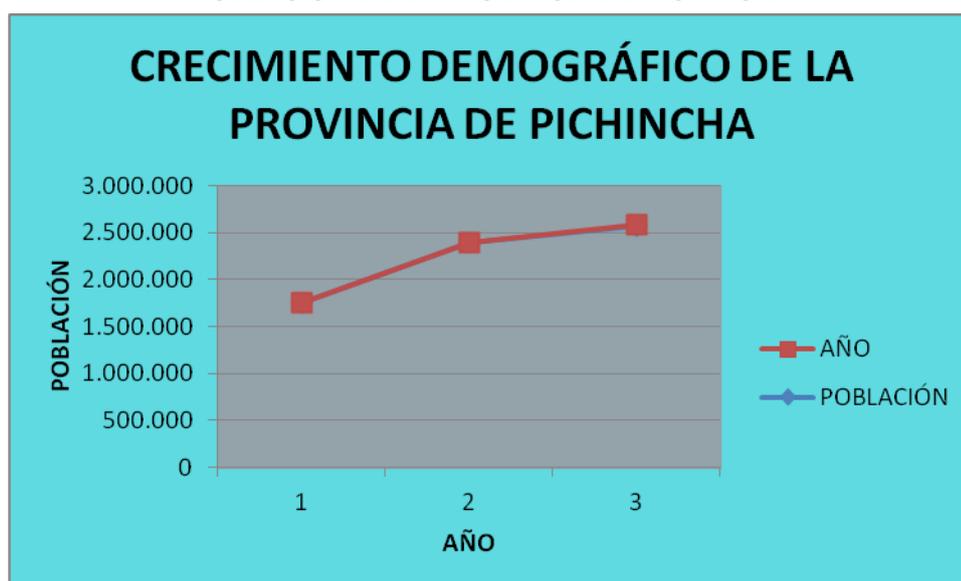
Según los datos obtenidos del INEC de los censos realizados, podemos observar lo siguiente:

CUADRO N. 5
POBLACIÓN DE LA PROVINCIA

AÑO	POBLACIÓN
1990	1.756.228
2001	2.388.817
2010	2.576.228

FUENTE: INEC

GRÁFICO N. 6
POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA



REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



Análisis: revisando los censos realizados se demuestra que ha incrementado la población de la Provincia de Pichincha en un 7.28%.

Población del Cantón:

En el cantón de Quito de la Provincia de Pichincha los datos obtenidos de los censos son los siguientes:

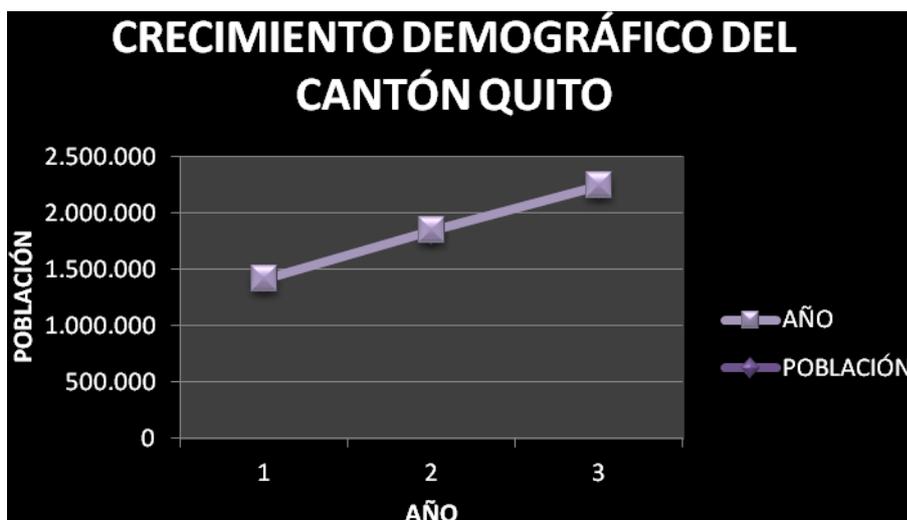
**CUADRO N. 6
POBLACIÓN DEL CANTÓN**

AÑO	POBLACIÓN
1990	1.409.845
2001	1.839.853
2010	2.239.191

FUENTE: INEC

Las estadísticas desde el censo del 2001 al censo del 2010 demuestran que la población ha crecido en un 17,83%.

**GRÁFICO N. 7
POBLACIÓN DEL CANTÓN QUITO**



REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



Población de la Parroquia:

La Parroquia de Calderón ubicada en la panamericana norte, salida de Quito, que comprende los barrios: Carapungo, San Luis, Calderón, Marianitas, San Juan, La Morenita, San José de Morán, Llano grande y Llano Chico, tiene una población de 180 000 habitantes aproximadamente (fuente: Administración zonal de Calderón).

Población del Barrio:

Según los datos del último censo realizado en el 2011, revela que el barrio de Carapungo, ubicado al noreste de la ciudad de Quito, tiene una población de 90 000 habitantes aproximadamente (fuente: Administración zonal de Calderón).

Datos de Migración:

“La MIGRACIÓN es el desplazamiento de la población que se produce desde un lugar de origen a otro de destino y lleva consigo un cambio de residencia habitual”⁸⁸.

CUADRO N. 7
ENTRADAS Y SALIDAS DE ECUATORIANOS
2007-2010

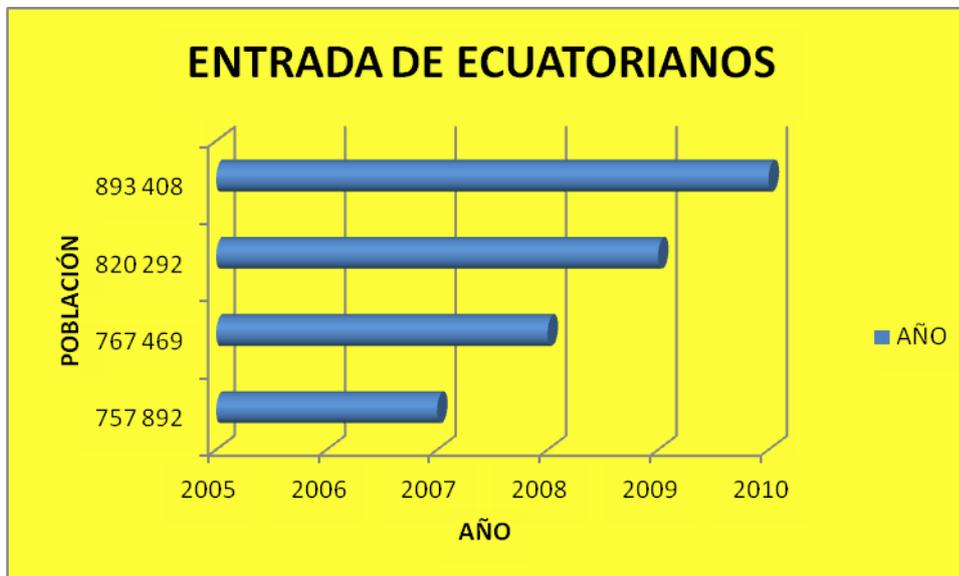
AÑO	ENTRADAS	SALIDAS
2007	757 892	800 869
2008	767 469	817 981
2009	820 292	813 637
2010	893 408	898 885

FUENTE: INEC

⁸⁸ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Migracion-En-El-Ecuador/962995.html>

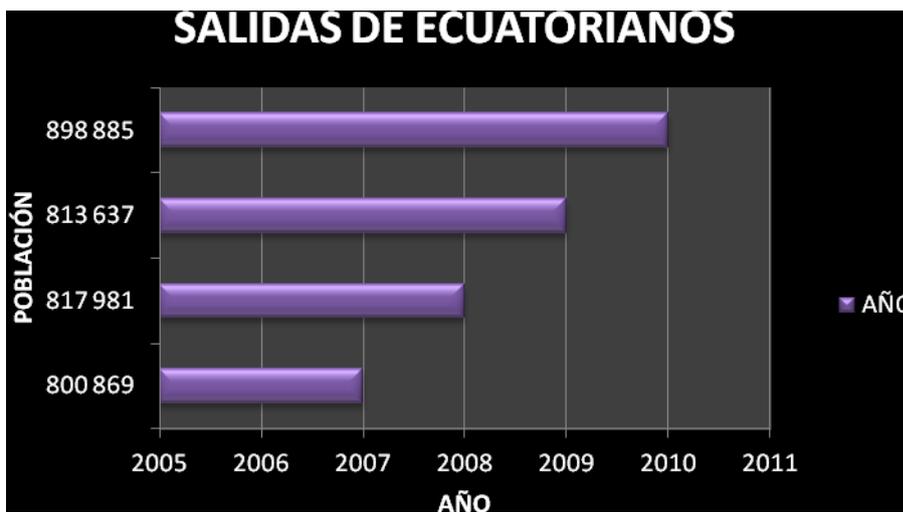


GRÁFICO N. 8
ENTRADAS DE ECUATORIANOS



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

GRÁFICO N. 9
SALIDAS DE ECUATORIANOS



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



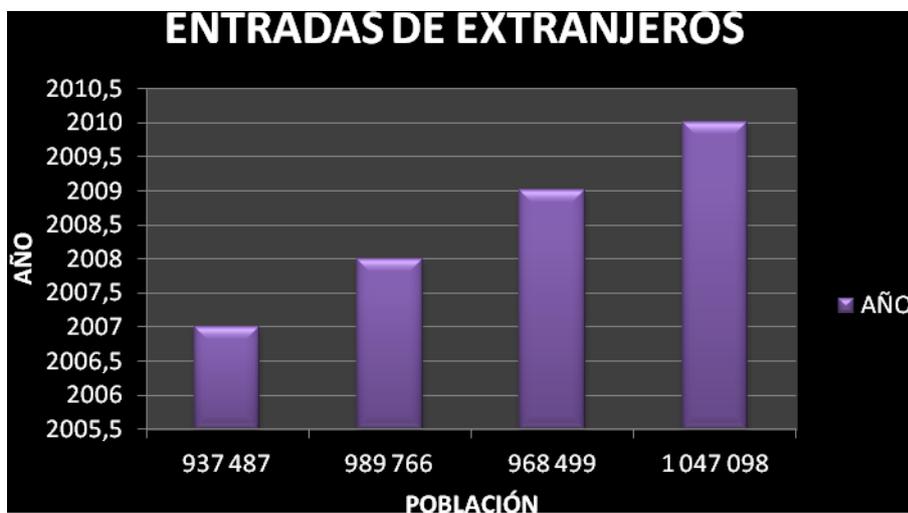
CUADRO No. 8
ENTRADAS Y SALIDAS DE EXTRANJEROS

2007-2010

AÑO	ENTRADAS	SALIDAS
2007	937 487	898 012
2008	989 766	049 116
2009	968 499	928 974
2010	1 047 098	1 005 422

FUENTE: INEC

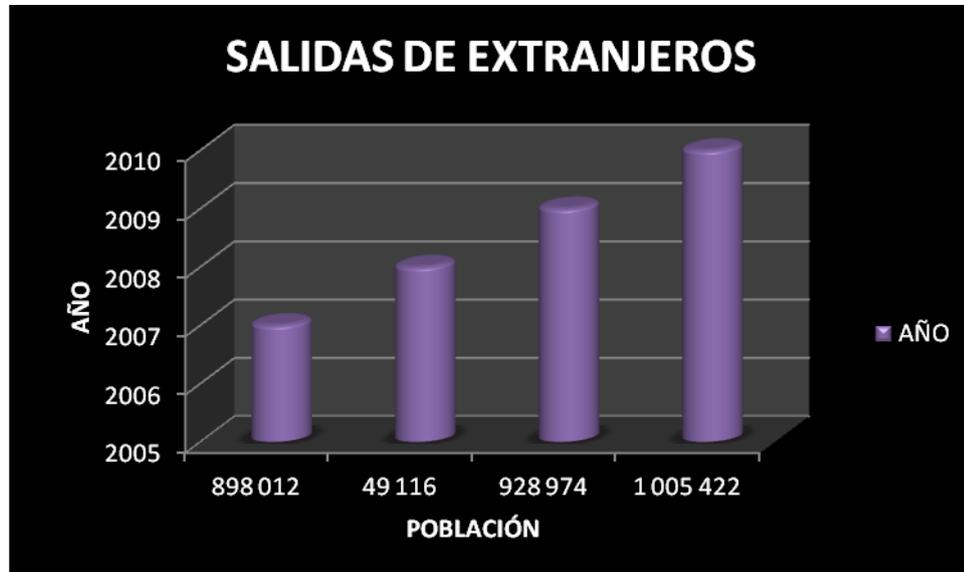
GRÁFICO N. 10
ENTRADAS DE EXTRANJEROS



ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



GRÁFICO N. 11
SALIDAS DE EXTRANJEROS



REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

2.1.1.1.3 Aspectos Culturales:

El barrio de Carapungo está compuesto por varios grupos étnicos, ya que gracias a la migración han llegado allí y cada grupo enriquece con sus costumbres y tradiciones al barrio, los grupos presentes son los mestizos, indígenas, afroecuatorianos, muchos de ellos llegados desde la sierra, otros de la costa y en un mínimo porcentaje del oriente; existe un grupo mínimo de personas extranjeras: chin@s, cuban@s y colombian@s.

4.1.2 MICROAMBIENTE:

Hace referencia a la situación interna de la empresa o entidad, este estudio nos permite conocer nuestras fortalezas y debilidades, lo que nos ayuda a la toma de decisiones que nos permitan mantenernos en el mercado y plantear estrategias.

4.1.2.1 Proveedores

Pero al hablar de proveedores deberíamos aclarar ¿qué entendemos por proveedor?, proveedor es la persona o entidad que abastece a una colectividad. Entonces ¿de qué nos



abastece? Nos abastecen en materiales de consumo, que en nuestro caso por tratarse de un centro de desarrollo infantil, necesitamos materiales de oficina así como de papelería, alimentos y juegos; también se encargan de proveer servicios, como por ejemplo el internet y a las empresas las abastecen con materia prima.

Es muy importante que nuestro centro infantil cuente con una lista de proveedores que periódicamente nos provean de los materiales necesarios, al contar con una lista de proveedores nos ayudará a economizar tiempo y recursos económicos.

Proveedores de alimentos

A continuación colocamos un listado de posibles proveedores de alimentos para el centro infantil.

**CUADRO No. 9
PROVEEDORES DE ALIMENTOS**

NOMBRE DEL PROVEEDOR	DIRECCIÓN / TELÉFONO
PROYECTO AGRÍCOLA PACCHAMAMA	Carapungo, Av. Padre Luis Vaccari y calle Amazonas. Teléfono: 242 0402
SUPERMERCADO SANTA MARÍA	Panamericana Norte, Av. Simón Bolívar.
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIANTES "JULIO ANDRADE"	Panamericana Norte, Av. Simón Bolívar.
DISTRIBUIDORA DE VERDURAS	Carapungo, Av. Padre Luis Vaccari y calle Galo Plaza, parqueadero Juan Montalvo.
SUPERMERCADO MAGDA ESPINOSA	Panamericana Norte y Av. Padre Luis Vaccari (entrada de Carapungo).

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



Proveedores de Material Didáctico

A continuación colocamos un listado de posibles proveedores de material didáctico para el centro infantil.

**CUADRO No. 10
PROVEEDORES DE MATERIAL DIDÁCTICO**

NOMBRE DEL PROVEEDOR	DIRECCIÓN / TELÉFONO
PAPELERÍA Y BAZAR CHELITA	Carapungo, Av. Padre Luis Vaccari (frente al Pollo Gus)
DILIPA	Av. Galo Plaza, sector La Luz
COMISARIATO DEL LIBRO	Panamericana Norte y Av. Padre Luis Vaccari (entrada de Carapungo).
MATERIAL DIDÁCTICO, JUGUETES DE MADERA Y MOBILIARIO ESCOLAR	Vicente Pajuelo N49-50 (Pinar B). Teléfono 243 1731
CASA DE LOS TÍTERES "EL ÁNGEL"	Barrio: Carcelén. Teléfono: 099 211 797. Contacto: Eduardo Duque.

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

Proveedores de Juegos y Mobiliario Escolar

A continuación colocamos un listado de posibles proveedores de juegos y mobiliario escolar para el centro infantil.



CUADRO No. 11
PROVEEDORES DE JUEGOS Y MOBILIARIO ESCOLAR

NOMBRE DEL PROVEEDOR	DIRECCIÓN / TELÉFONO
MUEBLES PARA GUARDERÍAS	AV. Jorge Piedra. Teléfono: 084 068 848
FABRICANTES DE JUEGOS INFANTILES	Teléfono: 240 5808 ó 240 4790
JUEGOS INFLABLES Y PISCINAS DE PELOTAS	Ibarra. Teléfono: 264 2484
MATERIAL DIDÁCTICO, JUGUETES DE MADERA Y MOBILIARIO ESCOLAR	Vicente Pajuelo N49-50 (Pinar B). Teléfono 243 1731

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.1.2.2 Clientes

El diccionario nos presenta varias definiciones sobre lo que es un cliente, pero hay una que va acorde a nuestro servicio: Cliente es la “Persona que está bajo la protección o tutela de otra”⁸⁹.

Partiendo de esta definición nuestros clientes son l@s niñ@s que van a estar bajo nuestro cuidado, por eso es muy importante que el centro de desarrollo infantil practique como filosofía el brindar una educación de calidad con calidez, propiciando un ambiente donde el niño y la niña puedan desarrollarse integralmente potenciando sus destrezas y habilidades natas.

4.1.2.3 Competencia

Ya que somos una empresa que brinda servicios educativos nuestro enfoque a lo que se refiere a competencia son los demás Centros Infantiles que existen en el sector, ya sean estos fiscales, municipales y particulares.

⁸⁹ <http://es.thefreedictionary.com/cliente>



CUADRO No. 12
COMPETENCIA

CENTROS INFANTILES	SECTOR
Centro de Desarrollo Infantil “Mundo Alegre”	Fiscomisional
Centro de Desarrollo Infantil “Copitos de Nieve”	Particular
Centro Educativo Municipal Infantil	Municipal
Centro Municipal Infantil “Ardillitas”	Municipal
Centro de Desarrollo Infantil “Los Nenes”	Particular
Centro de Desarrollo Infantil “The Yellow Submarine”	Particular
Centro de Desarrollo Infantil “Rincón de Luz”	Particular

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.1.2 ANÁLISIS INTERNO

4.1.2.1 Filosofía Institucional

La filosofía corporativa son los lineamientos a seguir por una empresa para brindar productos o servicios de calidad para poder cumplir su misión y visión, así como sus objetivos institucionales o empresariales, en otras palabras es la esencia de la empresa y lo que la mueve y motiva, es el sello de su producción, por ejemplo: “Educar con calidad y calidez”, otra puede ser: “Cero defectos en la producción y total satisfacción del cliente”.

¿Quiénes somos? Somos una institución de servicios, que brinda a niñ@s una estimulación acorde a su edad, contribuyendo a su desarrollo integral. Somos profesionales en educación inicial, cuyo lema es: “Las Palabras mueven, pero el ejemplo arrastra”. L@s niñ@s son los más importante para nuestro quehacer como facilitadores/as por eso se velará para que su desarrollo sea integral en un ambiente de amor y de seguridad. Nuestra regla de oro: “Nunca hagas a otros lo que no te gustaría que te hagan”



4.1.2.2 Principios Institucionales

Siguiendo la filosofía institucional del Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos”, es necesario que existan ciertos principios que ayuden y apoyen para el cumplimiento de la misma, por esta razón a continuación se detallan los principios corporativos que se manejarán en nuestro CDTI.

- + Brindar un servicio de calidad con calidez, es decir, brindar siempre un servicio eficaz y eficiente que no solo va encaminado al desarrollo de destrezas motoras y cognitivas, sino también al área afectiva, por eso debe primar siempre el amor en el trato a l@s niñ@s, a los compañer@s y a los Padres de Familia.
- + Trabajar siempre en equipo, ya que somos seres netamente sociables, además que dos cabezas piensan mejor que una.
- + Todos los docentes deben estar abiertos a formarse y capacitarse continuamente, ya que el mundo avanza y la tecnología con él.
- + Igualdad: L@s maestr@s deben ofrecer a tod@s l@s niñ@s el mismo trato, deben evitar los favoritismos, creando así para todos un ambiente seguro y estable para su desarrollo.

4.1.2.3 Valores Institucionales

Hoy en la actualidad los valores se ven olvidados y las nuevas generaciones se van criando y desarrollando sin ellos, por esta razón nuestro CDTI, ve la necesidad de trabajar ciertos valores tanto en su personal docente, administrativo y de servicio, ya que si queremos que l@s niñ@s los aprendan y practiquen debe ser a través del diario vivir por eso se pedirá siempre el apoyo de los padres, recordándoles siempre: “Las palabras mueven, pero el ejemplo arrastra”.

- + Puntualidad
- + Responsabilidad



- + Lealtad
- + Honradez
- + Empatía
- + Sinceridad
- + Gratuidad
- + Solidaridad
- + Bondad
- + Dominio de sí mismo

4.1.2.4 Misión

La misión se relaciona con: motivo, propósito, fin y razón; es a corto plazo, es decir, que la misión es lo que pretendo cumplir en mi entorno o sistema social en el que se va a actuar.

La misión de nuestro CDTI es: Brindar a los niñas y niños una educación de calidad con calidez, en un ambiente de amor y alegría, donde se respete su proceso evolutivo y su individualidad, como un ser único e irrepetible.

Nuestro CDTI brinda una educación inicial, fundamentada en la formación integral e integrada de los niños y niñas, a través de procesos humanísticos, científicos, técnicos, éticos y democráticos, asume la responsabilidad de mejorar la calidad educativa fomentando la creatividad, el pensamiento crítico, solidario y participativo.

En lo posible trataremos de formar líderes infantiles, con valores, hábitos y conocimientos; estimulando las habilidades y destrezas innatas en los niños y niñas, de esta manera contribuiremos a transformar la sociedad mediante una educación con calidad y calidez.



4.1.2.5 Visión

La visión se relaciona con camino, rumbo, futuro y es a largo plazo, es decir, que la visión es a dónde se quiere llegar, es la meta que se persigue a largo plazo.

La visión de nuestro CDTI es: Nuestro Centro de Desarrollo del Talento Infantil en los próximos 4 años capacitará al personal docente en forma crítica, reflexiva, creativa y solidaria, dando énfasis en la formación de valores éticos y cívicos; culturales y ecológicos; para brindar un mejor servicio a los niños y niñas, y llegar así a ser verdaderos y verdaderas facilitadores para que ell@s desarrollen y potencien todas sus habilidades y destrezas.

4.1.2.6 Objetivos Institucionales

- + Brindar una educación acorde a la edad y desarrollo de cada niñ@, respetando su proceso evolutivo.
- + Ofrecer un servicio de calidad con calidez.
- + Crear un ambiente que permita el desarrollo de habilidades y destrezas en l@s niñ@s.
- + Contratar profesionales en Educación Inicial para brindar un servicio de calidad.

4.1.2.7 Políticas Institucionales

- a) Rango de edades y tamaño del grupo:

El CDTI “Los Frijoles Mágicos”, está diseñado y autorizado para ocuparse de un grupo máximo de 75 niñ@s. Aceptamos niñ@s en el rango de los tres meses a los cinco años de edad. Para mejorar la calidad del servicio que prestamos hemos limitado el número de niñ@s en cada grupo de edad y seguimos pautas estrictas para mantener la proporción personal/niñ@, según lo establecen las autoridades pertinentes.



b) Periodo de Prueba:

Ya que nuestra prioridad es brindar un servicio de calidad, donde l@s niñ@s se desarrollen integralmente en un ambiente adecuado para ell@s, puede suceder, infortunadamente, que los cuidados proporcionados no sean adecuados para ciertos niñ@s o familias. Por lo tanto, nos imponemos estrictamente un periodo de prueba de tres semanas, después del cual, si consideramos que nuestros servicios resultan inapropiados para el/la niñ@ por cualquier razón, nos negaremos a proveer dichos servicios.

Se comunicará a los padres de familia con tres semanas de antelación la decisión de dar por terminado el servicio.

Si los padres de familia consideran que los cuidados que prestamos no son los adecuados para sus hij@s o su familia, también tienen el derecho, después o durante el periodo de prueba de poner fin al servicio.

c) Comidas y refrigerios:

El CDTI se compromete a dar a l@s niñ@s comidas y refrigerios saludables, los que incluirán frutas, vegetales y alimentos de grano entero.

Se solicita a los padres de familia no enviar al CDTI a sus hij@s dulces, chocolates o goma de mascar.

d) Materiales y Equipos:

Nos enorgullece tener un buen abastecimiento de juguetes y materiales de lectura y arte. A excepción de una muda de ropa que tod@ niñ@ debe tener en el CDTI, en muy pocas ocasiones se les pedirá los padres de familia que colaboren aportando materiales. Si por algún motivo especial lo hacemos, lo solicitaremos por escrito y fijaremos la fecha en que se requerirán.



e) Emergencias:

Existirá en varias áreas visibles un listado de los números telefónicos a los que se debe llamar en caso de emergencia, así como los planes para evacuar.

En caso de presentarse un accidente o una enfermedad seria, se llamará de inmediato a los padres. Los padres tienen que llenar un informe médico sobre el/la niñ@.

f) Enfermedad:

Tenemos pautas muy estrictas con respecto al control de enfermedades, por lo cual puede haber momentos en el que nos veamos forzados a enviar al niñ@ enferm@ a su casa o no aceptarlo en el CDTI. Por esta razón se les aconseja a los padres de familia que tengan algo previsto en tales casos.

Si el/la niñ@ se enferma estando en el CDTI, haremos todo lo que esté a nuestro alcance para hacerlo sentir cómodo, hasta que lo recojan sus padres o una persona autorizada.

Ningún niñ@ que sufra de una enfermedad contagiosa será admitido mientras que dure el periodo de contaminación, es decir, hasta que no se haya curado completamente (en especial las enfermedades virales, como la varicela).

g) Transporte y Excursión:

Para las excursiones necesitamos la autorización del padre de familia. Por consiguiente, se informará por escrito sobre lo que se vaya hacer y se les pedirá que llenen, firmen y fechen un formulario de autorización.

h) Control de Comportamiento:

Consideramos que l@s niñ@s necesitan orientación, comprensión y algunas reglas fáciles de obedecer a fin de que aprendan a comportarse de manera apropiada. Las reglas que l@s niñ@s deberán practicar y aprender son:

- + No debes hacerte daño.



- + No debes hacer daño a otros.
- + No debes dañar objetos, muebles, juguetes, etc.

L@s niñ@s que no logren controlar estas medidas y que constantemente ocasionen un problema tendrán que ser retirados del centro.

i) Entrega de l@s niñ@s al final del día:

Al menos que se nos autorice algo distinto por escrito, solo se entregará el/la niñ@ a las siguientes personas:

- + Padre o Madre
- + Padre que tenga la custodia.
- + A la persona de contacto en caso de emergencia
- + A cualquier otra persona a la que se le haya autorizado por escrito con anticipación.

j) Maltrato y Abuso Infantil:

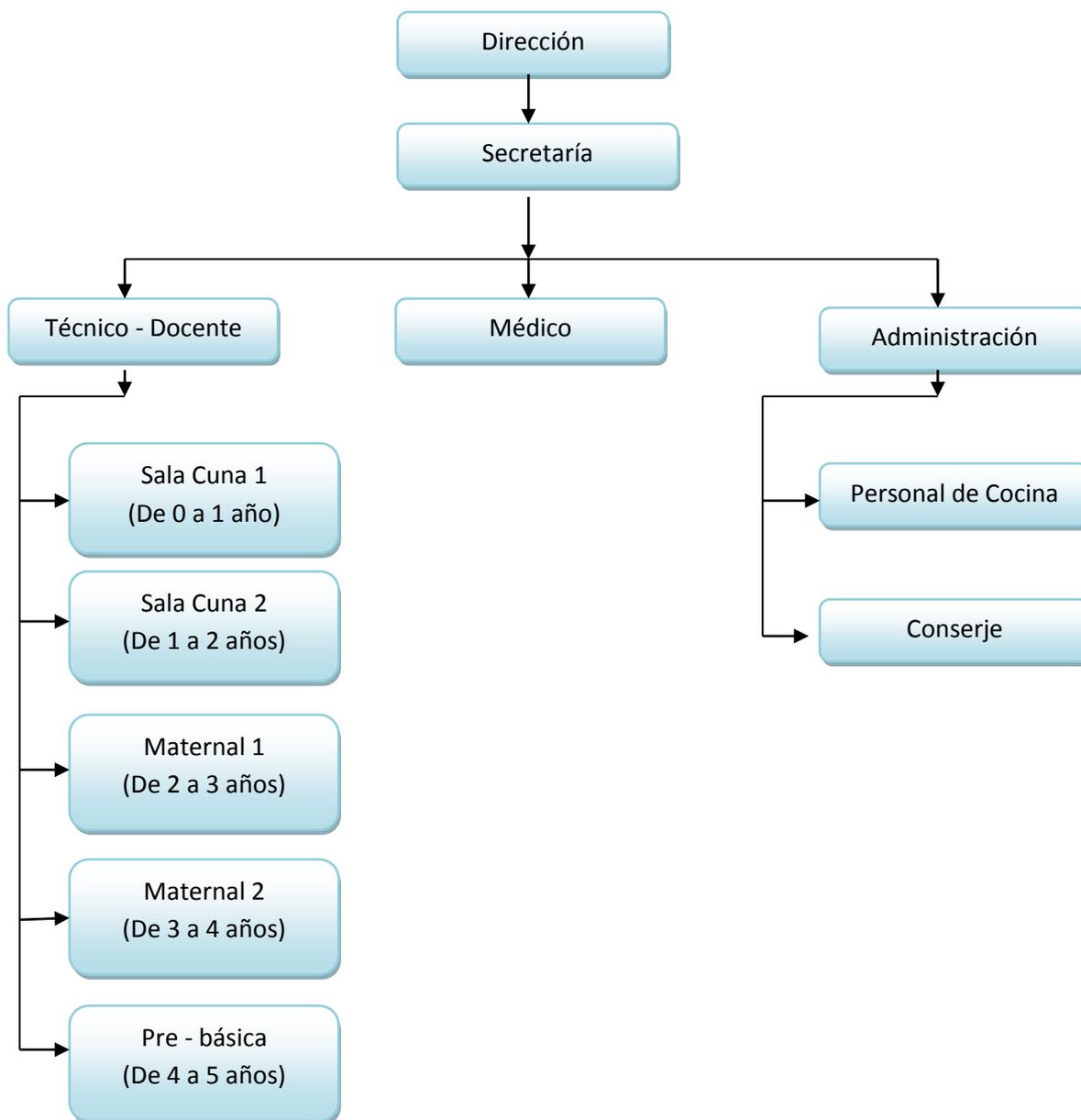
La ley exige a toda persona que se ocupe del cuidado de niñ@s que informe sobre cualquier sospecha de negligencia o maltrato y abuso infantil, por lo cual el CDTI se apega a esta normativa, cualquier señal de maltrato o abuso serán notificadas al DINAPEN.



4.1.2.8 Gestión Administrativa

GRÁFICO No 12

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL “LOS FRIJOLES MÁGICOS”



REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



4.1.2.9 Gestión Financiera

El proyecto de factibilidad será financiado con capital propio y societario.

CUADRO Nº 13
Gestión Financiera

Descripción	Valor total
Arriendo local	4800,00
Servicios básicos	1200,00
Muebles y enseres	8700,00
Equipos y maquinarias	2400,78
Materiales	4000,00
Sueldos y beneficios de ley	42000,00
Equipo de Computación	690,00
Equipo de oficina	500,00
Materiales de oficina	80,00
Muebles de oficina	400,00
Implementos de cocina	1500,00
Gastos legales	2015,00
Costo de ventas	27230,30
Gasto de ventas	\$976,00
Total de la Inversión	\$96582,08

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



4.1.2.10 Síntesis FODA

CUADRO N° 14
AMBIENTE EXTERNO

CONCEPTO	AMENAZAS			OPORTUNIDADES		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA
Inflación					X	
Tasas de interés					X	
Producto Interno Bruto				X		
Factor Político Legal					X	
Factor Socio – Cultural					X	
Migración	X					
Factor Tecnológico					X	
Clientes					X	
Proveedores						X
Competencia					X	

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



CUADRO N° 15
AMBIENTE INTERNO

CONCEPTO	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA
Filosofía Corporativa	X					
Misión	X					
Visión	X					
Políticas Internas	X					
Gestión Administrativa	X					
Gestión Operativa	X					
Gestión Financiera		X				

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una estrategia que nos permite conocer cuán viable es el proyecto ya que nos permite conocer cuáles son las necesidades actuales de la población y que tan buena acogida tendrá el servicio a prestarse, además a través de él podemos conocer el servicio que brinda la competencia, permitiendo así fijar los precios de nuestros servicios.

4.2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado busca o persigue los siguientes objetivos:



-
- + Evaluar el nivel de satisfacción del consumidor con respecto a los servicios ofrecidos por los Centros de Desarrollo Infantil existentes en el barrio de Carapungo, parroquia de Calderón, del Distrito Metropolitano de Quito.
 - + Analizar la distribución geográfica de la oferta para poder satisfacer las necesidades del consumidor.
 - + Analizar la competencia para poder generar estrategias para que nuestro proyecto sea viable.

4.2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos⁹⁰.

Es decir que al universo se lo divide en pequeños grupos para un mejor estudio viendo las necesidades y las características que puedan tener semejantes. Para este estudio tomamos en cuenta los siguientes segmentos: Geográfico, Demográfico, Psicográfico y Conductual.

4.2.2.1 Segmentación Geográfica

La Segmentación geográfica hace referencia o se base en la ubicación del negocio.

⁹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado



CUADRO N° 16
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
PROVINCIA	Pichincha
CANTÓN	Quito
PARROQUIA	Calderón
BARRIO	Carapungo
POBLACIÓN DEL PAÍS	14.483.499
POBLACIÓN DE LA PROVINCIA	2.576.228
POBLACIÓN DEL CANTÓN	2.239.191
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA	180 000
POBLACIÓN DEL BARRIO	90 000
UBICACIÓN	Norte del Distrito Metropolitano de Quito

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.2.2.2 Segmentación Demográfica

Esta segmentación está relacionada con la demanda y entre los aspectos que se toman en cuenta son: edad, género, ingresos y escolaridad.



CUADRO N° 17

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Edad	De 3 meses a 5 años
Género	Masculino y Femenino
Nacionalidad	Ecuadorian@s y extranjero@s
Estado Civil	Todos, sin discriminación
Profesión	Todos, sin discriminación
Nivel de Instrucción	Todos, sin discriminación
Ingresos Mensuales	Todos, sin discriminación

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.2.2.3 Segmentación Psicográfica

La segmentación psicográfica examina atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona, utilizando dimensiones de personalidad, características de vida y valores.

CUADRO N° 18

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Clase Social	Estilos de vida
Media Alta Media Media Baja	Nuestro proyecto va dirigido a todas las personas que viven en el barrio de Carapungo o en sus alrededores, que requieren de un servicio de educación inicial para sus hij@s menores a cinco años de edad.

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



4.2.2.4 Segmentación Conductual

La segmentación conductual hace referencia al comportamiento relacionado con el servicio, utiliza variables como el beneficio deseado de un servicio y la tasa a la que el consumidor utiliza dicho servicio.

CUADRO N° 19
SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

Denominación	Personalidad	Costumbres
Clientes nacionales y extranjeros	Para tod@s l@s niñ@s desde los 3 meses hasta los 5 años de edad	Nuestro proyecto va dirigido a tod@ usurari@ sin hacer ningún tipo de discriminación, es decir, se respeta cualquier creencia, raza, sexo, nacionalidad, entre otras

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.2.3 Mercado Meta

El mercado meta hace referencia a la selección de un segmento del mercado, es decir, se escoge al grupo al que se enfoca nuestro servicio, en nuestro caso son l@s niñ@s menores de 5 años.



CUADRO N° 20
MERCADO META

Nacionales y Extranjeros

- + Niños y niñas.
- + De 3 meses hasta 5 años.
- + Todas las profesiones, sin discriminación.
- + Todas las clases sociales, sin discriminación.
- + Toda raza, costumbres y creencias, sin discriminación.

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

4.2.3.1 ENCUESTA

Para poder conocer las necesidades y expectativas que los consumidores tienen de los Centros de Desarrollo Infantil, se aplicó la siguiente encuesta:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA
ESCUELA DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL

ENCUESTA

La presente tiene como objetivo recopilar información que nos permita determinar las necesidades del sector en cuanto a la formación de centros de desarrollo infantil, la misma que será utilizada únicamente con fines estadísticos.

Profesión: _____

Edad: _____



1. ¿Ha requerido de un Centro de Desarrollo Infantil que se encuentre dentro del sector?

Si No

2. ¿Cómo calificaría a su servicio?

Excelente Muy bueno Regular Deficiente

3. ¿Cuándo usted ha requerido de un Centro de Desarrollo Infantil con profesionales capacitados en el sector lo ha encontrado?

Siempre Con frecuencia En ocasiones Nunca

4. ¿Estaría Ud. de acuerdo con la creación de un Centro de Desarrollo Infantil en el sector?

Si No

**5. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que el Centro de Desarrollo Infantil le brinde?
(Puede marcar varias opciones)**

Médico Psicólogo Profesionales en Educación Transporte

Seguro Privado Áreas recreativas Alimentación Arte Inglés

6. ¿En qué horarios de atención le gustaría que funcione el Centro de Desarrollo Infantil?

07:00 am – 4:00 pm 08:00 am – 6:00 pm 07:30 am – 19h00 pm

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir en el cuidado profesional de sus hijos?

\$50 a \$70 \$71 a \$90 \$91 a \$100 más de \$100



8. ¿De qué edad son sus niñ@s?

0 a 1 año

1 a 2 años

2 a 3 años

3 a 4 años

4 a 5 años

5 años en adelante

Gracias por su colaboración

4.2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.2.4.1 POBLACIÓN

Nuestra población o universo es de 90 000 habitantes que residen en el barrio de Carapungo, parroquia Calderón.

4.2.4.2 MUESTRA

Para conocer cuál será el tamaño de nuestra muestra se utilizó la fórmula de cálculo de la muestra utilizada en estadística, dándonos un resultado de 384 al 5% de error.

4.2.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para calcular la Muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{K^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + K^2 * P * Q}$$

Dónde:

+ **N** = Total de la población

+ **K** = nivel de confianza = 95% = 2.58

+ **e** = error muestral = 5% = 0.05

+ **P** = porcentaje individual con características similares a la población (0,5)

+ **Q** = porcentaje individual con características diferentes a la población (0,5)



+ **n** = tamaño de la muestra

Así nuestros datos son los siguientes:

N =	90000
K =	95%
e =	5%
p =	0,5
q =	0,5

Se reemplaza los datos en la fórmula:

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 90000}{0,0025 * 89999 * 0,9025 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{86432,82347}{225,22}$$

Resultado es:

$$n = 383,77$$

$$n = 384//$$

Por esta razón se aplicó 384 encuestas, aplicadas a los moradores del barrio de Carapungo, parroquia de Calderón.



4.2.6 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

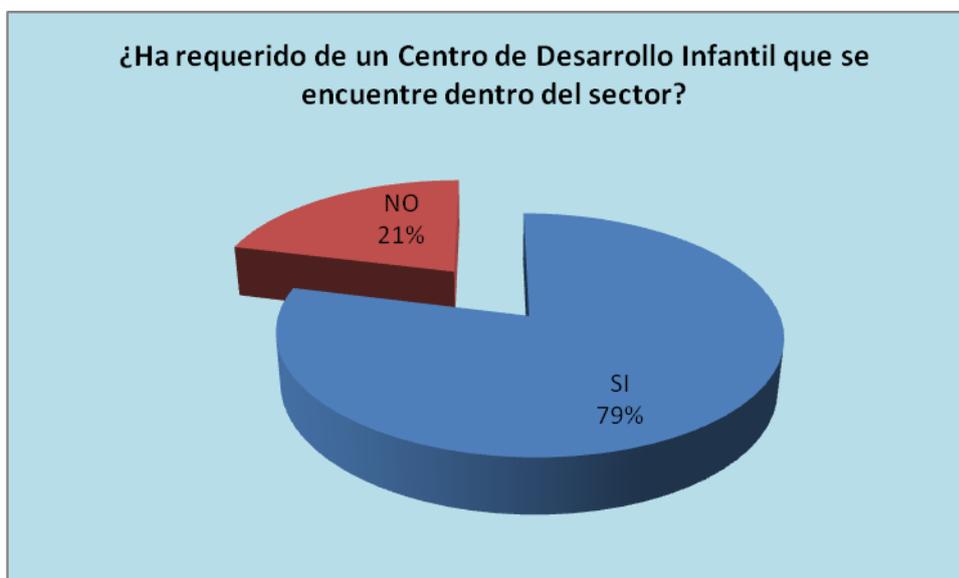
¿Ha requerido de un Centro de Desarrollo Infantil que se encuentre dentro del sector?

CUADRO N. 21

SI	303
NO	81

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 13



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE

Análisis: Como podemos observar en el gráfico, las tres cuartas partes de la población encuestada, es decir una gran mayoría, ha requerido alguna vez de los servicios de un Centro de Desarrollo Infantil y solo un mínimo porcentaje ha prescindido de ellos en el barrio de Carapungo, parroquia de Calderón.



¿Cómo calificaría a su servicio?

CUADRO N. 22

EXCELENTE	75
MUY BUENO	97
REGULAR	105
DEFICIENTE	52

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 14



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE

Análisis: Al preguntar a los usuarios sobre el servicio recibido y la calidad de este, la gran mayoría de los encuestados lo calificó como regular y un pequeño porcentaje lo calificó como excelente.



¿Cuándo usted ha requerido de un Centro de Desarrollo Infantil con profesionales capacitados en el sector lo ha encontrado?

CUADRO N. 23

SIEMPRE	60
CON FRECUENCIA	64
EN OCASIONES	151
NUNCA	60

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 15



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE

Análisis: Al preguntar a nuestros encuestados: ¿si han encontrado personal preparado y capacitado en Educación Inicial? Casi la mitad de la población encuestada respondió que en ocasiones, mientras que un mínimo porcentaje respondió que siempre.



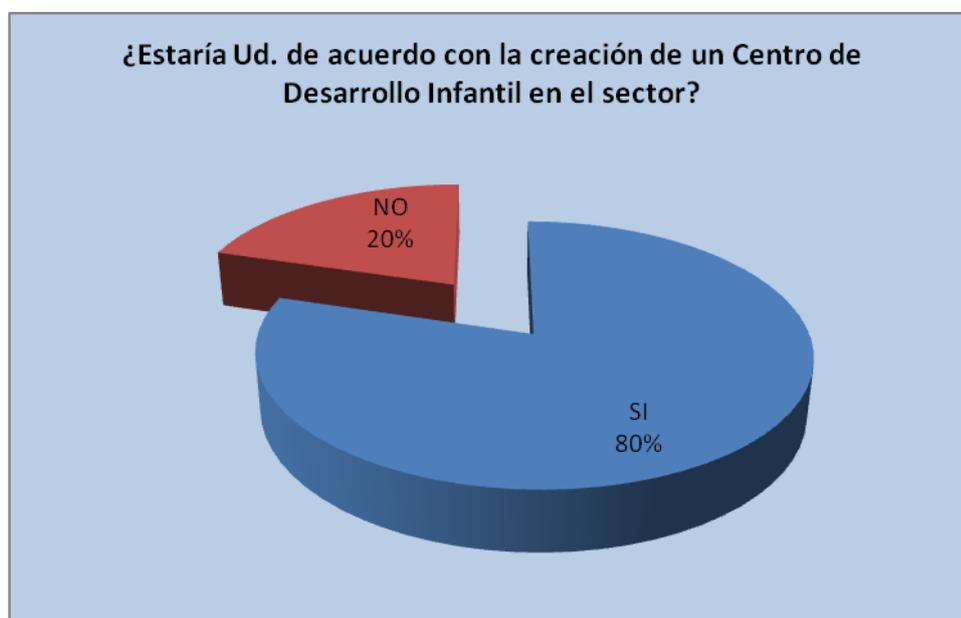
¿Estaría Ud. de acuerdo con la creación de un Centro de Desarrollo Infantil en el sector?

CUADRO N. 24

SI	306
NO	78

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 16



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE

Análisis: Al preguntar a la población encuestada sobre si estarían de acuerdo con la creación de un nuevo centro de Desarrollo Infantil en el sector en su gran mayoría respondieron que sí y solo un mínimo porcentaje, menor a la cuarta parte, de encuestados estuvo en desacuerdo.



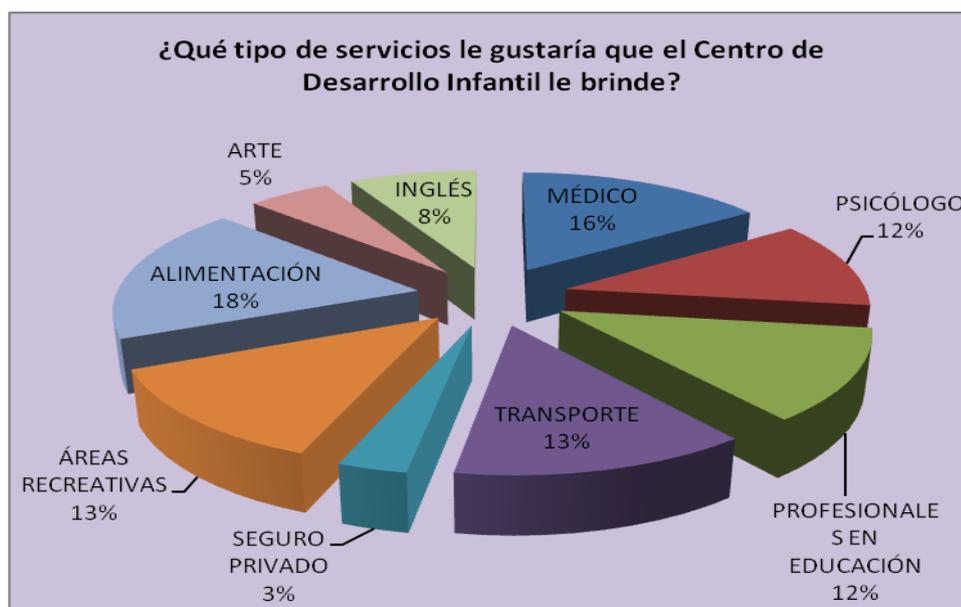
¿Qué tipo de servicios le gustaría que el Centro de Desarrollo Infantil le brinde?

CUADRO N. 25

MÉDICO	244
PSICÓLOGO	182
PROFESIONALES EN EDUCACIÓN	191
TRANSPORTE	209
SEGURO PRIVADO	49
ÁREAS RECREATIVAS	201
ALIMENTACIÓN	286
ARTE	81
INGLÉS	125

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 17



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE



Análisis: Como podemos observar en el gráfico, los servicios más requeridos por los Padres de Familia a la hora de buscar un centro de desarrollo infantil para sus hijos son los siguientes: alimentación, servicio médico, transporte, que tenga áreas recreativas, servicio psicológico y que cuente con profesionales en educación.

¿En qué horarios de atención le gustaría que funcione el Centro de Desarrollo Infantil?

CUADRO N. 26

07:00 - 16:00	89
08:00 - 18:00	177
07:30 - 19:00	79

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 18



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE



Análisis: La encuesta aplicada en el barrio de Carapungo, parroquia de Calderón nos revela que la mitad de la población encuestada necesita de un centro de desarrollo infantil con un horario de atención de 8 de la mañana a 6 de la tarde.

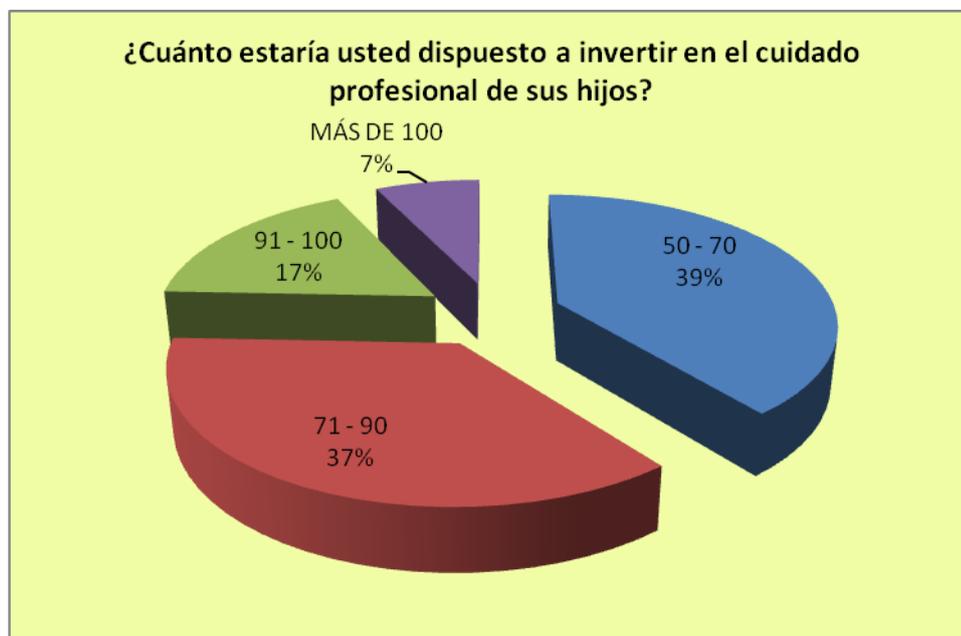
¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir en el cuidado profesional de sus hijos?

CUADRO N. 27

50 – 70	137
71 – 90	127
91 – 100	60
MÁS DE 100	25

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 19



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE



Análisis: Como podemos observar en el gráfico, un porcentaje mayor a la cuarta parte de la población encuestada estaría dispuesta a pagar por el servicio entre 50 – 70 dólares, lo que nos permite fijar el precio de nuestro servicio.

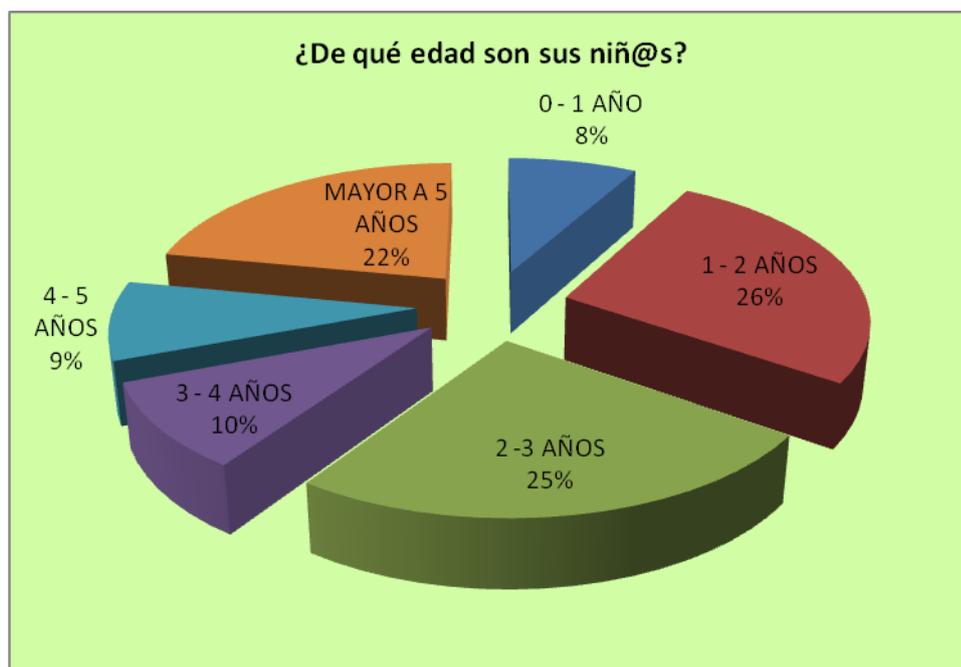
¿De qué edad son sus niñ@s?

CUADRO N. 28

0 - 1 AÑO	31
1 - 2 AÑOS	102
2 - 3 AÑOS	95
3 - 4 AÑOS	37
4 - 5 AÑOS	34
MAYOR A 5 AÑOS	84

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N. 20



REALIZADO: GABRIELA VIZUETE



Análisis: La encuesta realizada nos permite conocer qué edad tienen nuestros futuros clientes, es decir los niños y niñas menores de 5 años: la cuarta parte de la población encuestada tienen niños y niñas entre 1 – 2 años, la otra cuarta parte entre 2 – 3 años, un porcentaje mínimo entre 3 – 4 años, 4 – 5 años y entre 0 – 1 año.

4.2.7 LA DEMANDA

Para atender este proceso en forma dinámica, se debe cuantificar cual será la demanda frente a los requerimientos de los consumidores de acuerdo a las exigencias que se presentan en el mercado.⁹¹

Para esto nos sirve mucho la encuesta aplicada, ya que nos permite conocer cuáles son los requerimientos de los Padres de Familia a la hora de buscar un CDI para sus hijos y también nos permite fijar el precio de la pensión que se cobrará por el servicio.

CUADRO N. 29
CAPACIDAD MÁXIMA DE FUNCIONAMIENTO OPERATIVO

No. DE NIÑ@S POR MAESTRA	EDAD DE L@S NIÑ@S	INSCRIPCIÓN	PENSIÓN	TOTAL ANUAL
5	3 MESES – 1 AÑO	\$ 30	\$ 60	3750
10	1 -2 AÑOS	\$ 30	\$ 60	7500
15	2 – 3 AÑOS	\$ 30	\$ 60	11250
20	3 – 4 AÑOS	\$ 30	\$ 60	15000
25	4 – 5 AÑOS	\$ 30	\$ 60	18750
NIÑ@S=75 TOTAL INSCRIPCIONES + PENSIÓN				56250

ELABORADO: GABRIELA VIZUETE

⁹¹ SAPAG Cahin Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición, editorial McGraw Hill México 2003.



Para poder elaborar el cuadro de la demanda se tomó en cuenta el número de niños y niñas con los que el centro de desarrollo infantil va a empezar a trabajar, para fijar el precio de la pensión que se va a cobrar nos valimos de la pregunta n. 7 de la encuesta que aplicamos, lo que nos da la cantidad de 60 dólares, la misma que se multiplicó por el total de l@s niñ@s que se va a atender, 75 niñ@s, a esto se multiplicó por doce, ya que es anual, y se le sumó el valor de las inscripciones, dándonos así una demanda anual de 56250 dólares.

4.2.8 PRODUCTO – SERVICIO:

El servicio que ofrecerá el Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos”, se basa en la pedagogía del amor, con personal capacitado y preparado en el área de la educación inicial, ofreciendo también servicio de alimentación, médico y psicólogo como lo exige la ley, así como servicio de transporte y contando con áreas recreativas donde el/la niñ@ pueda desarrollar sus destrezas y habilidades a través del juego y el arte, y cómo lo demanda la globalización actual es necesario que l@s niñ@s empiecen a aprender otra idioma a parte del materno, en este caso se brindará el idioma inglés.

4.2.9 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos”, utilizará diferentes estrategias comerciales para promocionar y difundir el servicio que ofrece en el barrio de Carapungo, parroquia de Calderón.

4.2.9.1 SERVICIO

El servicio que se va a brindar es una educación de calidad con calidez, que busca ofrecer a l@s niñ@s, de tres meses hasta los cinco años de edad, un ambiente seguro donde ell@s puedan desarrollarse integralmente.

Además que el Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos”, busca ser un Centro que rompa esquemas, donde sus educadores/as sean facilitadores entre el entorno y el/la niñ@.



4.2.9.2 PLAZA

Nuestra plaza será todos aquellos padres de familia que tienen que trabajar para poder mantener a sus familias, ofreciéndoles un servicio de calidad y calidez, así ell@s pueden dirigirse a sus sitios de trabajo tranquilos, sabiendo que sus hijos están en un lugar seguro, aprendiendo y jugando.

4.2.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para la promoción y publicidad del Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos” se contratará a personas especializadas en el tema; ya que la Publicidad y Promoción que tenga el servicio garantiza el éxito del mismo, ya que es la mejor forma de difundirlo y de llegar a los consumidores.

4.2.10.1 PROMOCIÓN

Para la promoción del CDTI “Los Frijoles Mágicos”, nos valdremos de un pequeño festival infantil, que se difundirá por el barrio con dos semanas de anticipación, este festival infantil consiste en una mañana de juegos con los niños, con castillos inflables, títeres, payasos, pintura de caritas, donde l@s niñ@s y padres de familia podrán conocer las instalaciones, los servicios que se ofrecen e interactuar con el personal.

4.2.10.2 POST VENTA

Una vez que el Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos” este funcionando se volverá a hacer una encuesta que nos permita evaluar el servicio que estamos ofreciendo para saber si va por camino correcto y si se están cumpliendo las metas planteadas. Además de permitirnos saber si se está satisfaciendo las necesidades de los consumidores y si se están llenando sus expectativas.

Además al volver a realizar una encuesta sabremos si se está difundiendo y promocionando el servicio ofrecido por el CDTI, lo que nos permitirá continuar con la publicidad utilizada o corregirla y mejorarla.



4.2.10.3 PUBLICIDAD

La publicidad que utilizaremos para difundir y promocionar el Centro de Desarrollo del Talento Infantil “Los Frijoles Mágicos”, será la difusión por hojas volantes, la colocación del letrero, además se puede utilizar la difusión a través de propaganda móvil y en los avisos comunitarios de la Iglesia Parroquial.

GRÁFICO No. 21

LETRERO DEL CDTI



ELABORADO: GABRIELA VIZUETE



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL
EN CARAPUNGO, 1ra. ETAPA
D.M. QUITO 2012

GABRIELA TERESA VIZUETE AÑASCO

GRÁFICO No. 22

TARJETA DE PRESENTACIÓN



ELABORADO: GABRIELA VIZUETE

GRÁFICO No. 23

HOJA MEMBRETADA



ELABORADO: GABRIELA VIZUETE



GRÁFICO No. 24

LOGO DE LA INSTITUCIÓN



ELABORADO: GABRIELA VIZUETE

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

A través del estudio técnico se intenta demostrar la viabilidad del lugar para el éxito del proyecto.



4.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN:

CUADRO N° 30

Localización del proyecto

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito
Parroquia:	Calderón
Sector:	Carapungo
Población Ecuador:	14 483 499 Habitantes
Población Provincia:	2 576 228 Habitantes
Población Localidad:	90 000 Habitantes

ELABORADO: GABRIELA VIZUETE



GRÁFICO No 25

MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN DONDE SE UBICARÁ EL PROYECTO



Fuente: Enciclopedia Encarta 2009

4.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN:

La microlocalización de nuestro proyecto es en la primera etapa del barrio de Carapungo, parroquia de Calderón.



GRÁFICO N. 26

MAPA DEL SECTOR DE CARAPUNGO



FUENTE: GOOGLE EARTH

4.3.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA:

La localización óptima es el lugar idóneo donde se va a ubicar el centro de desarrollo infantil, el mismo que será situado en la primera etapa del barrio de Carapungo ya que es la entrada y paso de los demás barrios que existen alrededor, además que permite la fácil ubicación y acceso de nuestros futuros clientes.

Para determinar la localización óptima del centro de desarrollo del talento infantil “Los Frijoles Mágicos”, se ha realizado la localización por puntos ponderados en este método se requiere mencionar algunos factores que benefician y perjudican la ubicación del mismo.



CUADRO No 31

LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS

FACTORES	PESO	LUGARES SELECCIONADOS			
		A (Iglesia del Barrio)		B (Av. Padre Luis Vaccari)	
		C	CP	C	CP
Precio del local	0,25	5	1.25	4	1.00
Tamaño del local	0,20	5	1.00	5	1.00
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,25	4	1.00	4	1.00
Espacios verdes	0,25	3	0.75	4	1.00
Competencia	0,15	3	0.45	5	0.75
TOTAL	1,10		4.45		4.75

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE

Donde:

Peso: es la importancia que se le asigna a cada factor.

A y B: Lugares disponibles que fueron analizados para la implementación del Centro Infantil.

C: Calificación, es la apreciación que tiene el tomador de la decisión del probable sitio de la ubicación, **5** = excelente, **4** = bueno, **3** = regular, **2** = malo, **1** = pésimo.

CP: calificación ponderada, se obtiene multiplicando el peso por la calificación.

Análisis:

Una vez realizados los puntos ponderados nos podemos dar cuenta cual es el lugar idóneo, proporcionándonos los resultados del total del lugar B que es 4.75. Mientras que el lugar A es de 4.45, dejándonos ver que el lugar B es el más adecuado ya que todos los factores benefician al nuestro proyecto.



4.3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Nuestro proyecto está diseñado para recibir a un total de 75 niñ@s, entre edades de tres meses a cinco años, pero lo que a futuro se quiere es ampliar nuestra cobertura, para así poder satisfacer a toda la demanda que existe en el barrio de Carapungo, parroquia de Calderón.

4.3.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO:

El lugar que se tiene previsto para la aplicación del presente proyecto, necesita ser adecuado para poder brindar un buen servicio a l@s niñ@s, por lo cual se necesita realizar los cambios necesarios para cuidar de la seguridad e integridad de l@s niñ@s.

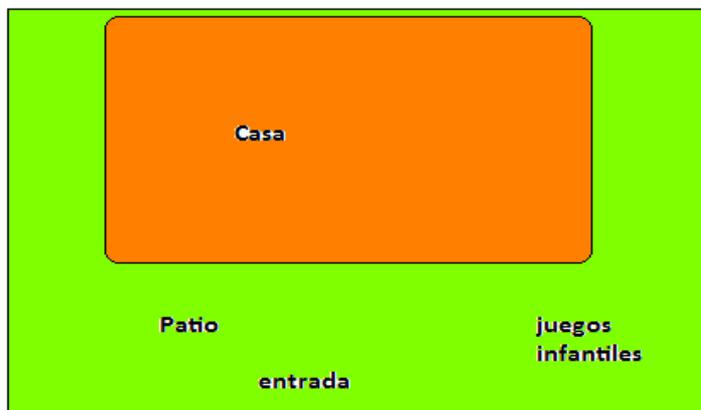
4.3.5.1 DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA:

Para la distribución de las áreas necesitamos tener en cuenta que al dividir los espacios cada uno de ellos tenga los metros suficientes para que los miembros que lo van a utilizar se sientan cómodo y acogidos. Es decir, analizar y distribuir bien cada una de las aulas que se necesita, así como el comedor, la cocina, la bodega y el espacio del centro médico.

GRÁFICO N. 27

PLANO INTERNO DEL CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL “LOS FRIJOLES MÁGICOS”

Vista exterior del lugar:





Primer Piso:



Segundo Piso:



Tercer Piso:



ELABORACIÓN: GABRIELA VIZUETE



CUADRO No 32

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CDTI

Área de Recepción:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	2m	2m	4m ²

Aula de Niñ@s de tres meses a 1 año (SEMILLITAS):

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	2,5m	2,5m	5m ²

Aula de Niñ@s de 1 a 2 años (Trigo Verde):

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	5m	5m	10m ²

Aula de Niñ@s de 2 a 3 años (Trigo Maduro):

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	7.5m	7.5m	15m ²

Aula de Niñ@s de 3 a 4 años (Espiguitas):

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	10m	10m	20m ²

Aula de Niñ@s de 4 a 5 años (Pre – Básica):

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	12.5m	12.5m	25m ²



Dormitorio:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	25m	25m	50m ²

Comedor:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	5m	5m	10m ²

Cocina:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	2.5m	2.5m	5m ²

Baño de Niñ@s:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	5m	3m	15m ²

Bodega de alimentos:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	1.5m	1.5m	3m ²

Bodega de Material Didáctico:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	1.5m	1.5m	3m ²

Departamento Médico y Psicológico:

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	2.5m	2.5m	5m ²



Sala de audiovisuales e Inglés

Cantidad	Ancho metros	Largo metros	Total área utilizada ms.
1	12.5m	12.5m	25m ²

ELABORACIÓN: GABRIELA VIZUETE

4.3.5.2 CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ACTIVOS

CUADRO N. 33
DISTRIBUCIÓN DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	\$2400.78	\$2400.78
Muebles y Enseres	\$8700	\$8700
Equipos de Oficina	\$500	\$500
Equipos de Computación	\$690	\$690
Materiales de Oficina	\$80	\$80
Muebles de Oficina	\$400	\$400
Materiales	\$4000	\$4000
Implementos de Cocina y Comedor	\$1500	\$1500
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$18270.78	\$18270.78
ACTIVOS DIFERIDOS		



Gastos de constitución	\$600	\$600
Estudio de factibilidad	\$1000	\$1000
Registro de salud	60	60
Patente	70	70
Permiso de Bomberos	60	60
Permiso de funcionamiento	25	25
Permiso de su	50	50
Registro Mercantil	150	150
TOTAL A + D	\$2015	\$2015
TOTAL ACTIVOS	\$20285.78	\$20285.78
CAPITAL DE OPERACIÓN		
Costos de Ventas	\$27230.30	\$27230.30
Gastos Administrativos	\$42000.00	\$42000.00
Gastos de Ventas	\$976,00	\$976,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	\$70206,30	\$70206,30
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$90492,08	\$90492,08

ELABORACIÓN: GABRIELA VIZUETE



4.3.5.3 COSTO DE VENTAS

CUADRO No 34
COSTO DE VENTAS
ALIMENTACIÓN Y LIMPIEZA

COSTOS DE VENTAS				
Concepto	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor ANUAL (USD)
ALIMENTACIÓN	La porción diaria	75	\$ 1.50	\$27000
Útiles de Aseo y limpieza	Jabón de tocador	20	\$0.80	\$16
	Papel higiénico Paquete de 12 unidades	12	\$7.65	\$91.80
	Toallas	16	\$ 2.00	\$32
	Desinfectante de pisos	10	\$ 3.75	\$37.50
	Cloro	10	\$1.80	\$18
	Trapeadores	10	\$ 1.50	\$15
	Escobas	10	\$ 2,00	\$20
TOTAL				\$27230.30

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



4.3.5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No 35

CARGO	PERSONAL	CANT. ANUAL	INDIVIDUAL	BONO POR NIÑO (2,00)	SUELDO ANUAL
ADMINISTRADOR	1	12	350,00	0	4200
Medico	1	12	200,00	0	2400
Psicólogo	1	12	200,00	0	2400
Parvularia	1	12	300,00	10,00	3720
Parvularia	1	12	300,00	20,00	3840
Parvularia	1	12	300,00	30,00	3960
Parvularia	1	12	300,00	40,00	4080
parvularia	1	12	300,00	50,00	4200
Auxiliar de limpieza	1	12	300,00	0	3600
Cocinero	1	12	300,00	0	3600
TOTAL			\$2850,00	\$150,00	\$36000
Arriendo		12	400	0	4800
Servicios Básicos		12	100	0	1200
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					\$42000

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL
EN CARAPUNGO, 1ra. ETAPA
D.M. QUITO 2012

GABRIELA TERESA VIZUETE AÑASCO

CUADRO No 36

ROL DE PAGOS

CARGO	SALARIO UNIFI	PERSONAL	T. SUELDOS	DMO 13º	DMO 14º	IESS 9.35%	VAC 4.17%	F RESERVA 8.33%	TOTAL SUELDOS UNIFI +BENEFICIOS DE LEY
ADMINISTRADOR	4200	1	350,00	350,00	294,00	32,73	14,60	29,15	4920,48
Medico	2400	1	200,00	-	-	-	-	-	2400,00
Psicólogo	2400	1	200,00	-	-	-	-	-	2400,00
Parvularia	3720	1	310,00	310,00	294,00	28,99	12,93	25,82	4391,74
Parvularia	3840	1	320,00	320,00	294,00	29,92	13,34	26,66	4523,92
Parvularia	3960	1	330,00	330,00	294,00	30,86	13,76	27,49	4656,11
Parvularia	4080	1	340,00	340,00	294,00	31,79	14,18	28,32	4788,29
Parvularia	4200	1	350,00	350,00	294,00	32,73	14,60	29,15	4920,48
Auxiliar de limpieza	3600	1	300,00	300,00	294,00	28,05	12,51	24,99	4259,55
Cocinero	3600	1	300,00	300,00	294,00	28,05	12,51	24,99	4259,55
TOTAL SUELDOS UNIFI +BENEFICIOS									41520,12

ELABORADO POR: GABRIELA VIZUETE



CUADRO N. 37
GASTOS DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Valor unitario (USD)	Valor (USD)
Hojas volantes A5 full color	2000	0,05	\$ 100,00
Letrero (lona impresa + estructura metálica + instalación)	1	96,00	\$ 96,00
Microperforado	20	16,50	\$ 330,00
Afiches A3 full color	1000	0,15	\$ 150,00
Festival Infantil	1	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL			\$976,00

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE

CUADRO N. 38
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$90492,08
TOTAL INGRESO ANUALES	\$56250,00
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	UN AÑO, SEIS MESES, 18 DÍAS

REALIZADO POR: GABRIELA VIZUETE



CAPITULO V

IMPACTOS

5.1. IMPACTO SOCIAL

Con este proyecto logramos formar parte de las familias que viven en Carapungo, ya que el Centro de Desarrollo Infantil no solo constituye un lugar de educación formal, sino un sitio que ofrece a l@s niñ@s seguridad y un ambiente lleno de amor. Ahora los padres de familia pueden irse a trabajar tranquilos ya sus niñ@s están en buenas manos. Además que el Centro de Desarrollo Infantil se va encaminando a cubrir la demanda de l@s niñ@s menores de cinco años que aún no asisten a una institución de educación inicial.

Por otro lado el Centro de Desarrollo Infantil ha sido un lugar donde se promueve mucho el respeto por la individualidad e identidad de cada uno de sus miembros ya que se tiene muy en cuenta que nuestro país es pluricultural y pluriétnico, reconociendo así que nuestra institución está formada por esta diversidad, buscamos que cada uno fortalezca su orgullo y amor por sus raíces.

5.2. IMPACTO ÉTICO

Nuestro Centro de Desarrollo Infantil constituye un gran apoyo en la formación de valores, tales como: respeto, confianza, amor, comprensión, empatía, honestidad y perseverancia, ya que l@s maestr@s en su labor de cada día, partiendo desde su propio ejemplo inculcan estos valores en l@s niñ@s, el mismo que es reforzado por los miembros de la familia en casa.

“Las Palabras mueven, pero el ejemplo arrastra”, esta frase lleva toda la verdad en sí, l@s niñ@s son muy observadores y por esta razón hemos querido no solo enseñar a l@s niñ@s valores desde conceptos abstractos sino partiendo desde la propia realidad, lo que nos permite crear una mejor relación entre docentes, padres de familia y niñ@s, promoviendo así el desarrollo integral de l@s niñ@s menores de cinco años.



5.3. IMPACTO EDUCATIVO

Dentro del ámbito educativo el Centro de Desarrollo Infantil busca ser parte de la revolución, del cambio, ya que se pretende pasar de la escolarización tradicional de l@s niñ@s menores de cinco años a ser verdader@s facilitadores/as, es decir, no solo se brinda una educación de calidad si no que esta va acompañada de la calidez, del amor, donde se permite que el/la niñ@ explore su entorno, a través de la interacción.

Educativamente brinda a l@s niñ@s menores de cinco años un ambiente adecuado para su desarrollo integral y para fortalecer y potenciar sus habilidades y destrezas a través de la lúdica.

5.4. IMPACTO ECONÓMICO

El Centro de Desarrollo Infantil ha sido un gran apoyo para los padres de familia ya que brinda una educación de calidad a bajo costo. Además que con la creación del Centro Infantil se crearon nuevas fuentes de trabajo para varias familias.

5.5. CONCLUSIONES

- + Una vez que se ha realizado el análisis situacional de nuestro proyecto se tiene, que tanto el microambiente como el macroambiente cumplen con las condiciones necesarias para el desarrollo del proyecto.
- + Después de haber efectuado el estudio de mercado del presente proyecto se puede concluir que el estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo del Talento Infantil en Carapungo, primera etapa es viable.
- + De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que el sitio escogido para el funcionamiento del Centro de Desarrollo del Talento Infantil es adecuado y beneficiará a los moradores de la parroquia de Calderón.
- + Efectuar un estudio económico nos permitió tener una idea más clara sobre cuánto debe ser nuestro capital para iniciar con la aplicación de este proyecto.



5.6 RECOMENDACIONES

- + Se recomienda que se aplique el proyecto de manera inmediata para el beneficio de l@s niñ@s menores de cinco años del barrio de Carapungo y sus alrededores.
- + Que se sigan creando proyectos de esta índole ya que permite al estudiante del ITSCO tener un conocimiento más profundo de administración, organización y gestión, lo que le permite brindar, en un futuro, fuentes de trabajo.
- + Que el Instituto Superior Cordillera en la carrera de Desarrollo del Talento Infantil siga apoyando la creación de este tipo de proyectos ya que es una forma de incentivar y apoyar a sus estudiantes para que sean emprendedores y creadores de fuentes de trabajo.
- + Que los estudiantes que se inclinen a la realización de proyectos como este tengan en cuenta que a pesar de que en el sector existan otros CDIs, pueden realizarlo mientras brinde un mejor servicio a precios accesibles.



CAPÍTULO VI ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 PRESUPUESTO			
ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquinas y Equipos			
Computadora	Laptop: ProBook HP 4310s. Intel Centrino	1134,00	1134,00
Impresora	Lemax 1000: Skanner, Copiadora, Impresora.	155,00	155,00
Suministros y Materiales			
Internet	CNT (300 Kb)	20,16	20,16
Papel Bond	Resmas (5)	4,25	4,25
Copias	blanco y negro (700)	0,02	14,00
Resaltador	color amarillo (5 unidades)	0,40	2,00
Esferos	azul, rojo y negro (2 c/u)	0,30	1,80
Cuadernos	espiralado, pequeño (1)	2,50	2,50
Flash	Sony 1Gb	20,00	20,00
Empastados	Pasta dura y fillos dorados (2)	18,00	36,00
Anillado	pasta plástica (1)	3,00	3,00
	Total Parciales		1392,71
	Imprevistos 10%		139,27
	Total Parciales		1531,98



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL
EN CARAPUNGO, 1ra. ETAPA
D.M. QUITO 2012

GABRIELA TERESA VIZUETE AÑASCO

6.2 CRONOGRAMA