



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA EN LA
ASOCIACIÓN “FERIA LIBRE”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.**

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Steven Omar Rodríguez Cáceres

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación “Feria Libre”, Cantón La Libertad, Año 2024”**, elaborado por el **Sr. Steven Omar Rodríguez Cáceres**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ab. Isauro Domo Mendoza, MSc.


Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación “Feria Libre”, Cantón La Libertad, Año 2024**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Steven Omar Rodríguez Cáceres** con cédula de identidad número **2450612854** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Atentamente



.....
Steven Omar Rodríguez Cáceres

C.C. No: 245061285-4

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino académico, dándome la sabiduría y perseverancia para superar todos los desafíos. A mis padres María Cáceres y Luis Rodríguez, por su amor incondicional, su ejemplo de esfuerzo y su apoyo constante, que han sido el impulso para alcanzar esta meta. Gracias por creer en mí y acompañarme en este logro tan significativo.

Steven Omar Rodríguez Cáceres

Agradecimiento

En primer lugar, doy gracias a Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por iluminar mi camino y darme la perseverancia para culminar este proyecto.

A mis padres, María y Luis, por su amor infinito y sacrificio silencioso; su ejemplo y apoyo han sido la fuerza que me sostuvo en cada desafío hasta alcanzar este logro..

A mi tutor y especialista, por su valiosa orientación, paciencia y conocimientos que enriquecieron esta investigación. A mis docentes, por compartir su sabiduría y contribuir a la formación de este trabajo.

A mis amigos Henery L, Melanie L y Helen F, por recordarme siempre que los sueños se construyen con esfuerzo y amistad, gracias por ser el impulso que me levantó cuando dudé y la voz que me dijo "sí se puede" en cada paso."

A todos aquellos que, de manera directa o indirecta, formaron parte de este logro, mi más sincero y profundo agradecimiento.

Steven Omar Rodríguez Cáceres

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr
PROFESOR ESPECIALISTA

Ab. Isauro Domo Mendoza, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González
SECRETARIA DE LA CARRERA

Índice de Contenido

Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I.....	20
Marco Referencial.....	20
Revisión de literatura.....	20
Desarrollo de teorías y conceptos.....	22
Estudio de mercado.....	22
Demanda.....	23
Perfil del consumidor.....	23
Satisfacción de los consumidores.....	24
Preferencias del consumidor.....	24
Oferta.....	25
Producto.....	25
Precio.....	26
Competitividad.....	26
Creación de una Empresa.....	26
Idea de Negocio.....	27
Factores del entorno empresarial.....	27
Innovación.....	28
Calidad de Servicio.....	28
Recursos.....	29
Humanos.....	29
Infraestructura.....	29
Financieros.....	30
Fundamentos Legales.....	30
Constitución de la República del Ecuador (2008).....	30
Código de Trabajo (2020).....	31
Ley Orgánica De Régimen Tributario Interno - LORTI.....	31
Ley del Registro Único de Contribuyentes (2004).....	32

Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (2016).....	33
Ministerio de inclusión Económica y Social	34
Capítulo II	36
Metodología	36
Diseño de la investigación.....	36
Métodos de la investigación.....	36
Población y muestra	37
Recolección y Procesamiento de los datos	38
Técnicas de investigación.....	38
Instrumentos	39
Validación y confiabilidad de instrumentos	39
Capitulo III.....	40
Resultados y Discusión.....	40
Análisis de los resultados de las entrevistas.....	40
Análisis de los resultados de las encuestas.....	44
Discusión.....	59
Propuesta.....	60
Conclusiones	71
Recomendaciones	72
Referencias.....	73

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Distribución de la población</i>	37
Tabla 2 <i>Fórmula para calcular la muestra</i>	37
Tabla 3 <i>Coeficiente Alfa de Cronbach</i>	39
Tabla 4 <i>Edad</i>	44
Tabla 5 <i>Sexo</i>	45
Tabla 6 <i>Número de hijos</i>	46
Tabla 7 <i>Implementación de guardería</i>	47
Tabla 8 <i>Satisfacción de otras guarderías</i>	48
Tabla 9 <i>Horario de atención</i>	49
Tabla 10 <i>Servicio adicional</i>	50
Tabla 11 <i>Valor dispuesto a pagar</i>	51

Tabla 12 <i>Precios de guarderías</i>	52
Tabla 13 <i>Características del entorno</i>	53
Tabla 14 <i>Elemento innovador</i>	54
Tabla 15 <i>Evaluación de calidad</i>	55
Tabla 16 <i>Contratación de personal</i>	56
Tabla 17 <i>Implementación de la instalación</i>	57
Tabla 18 <i>Frecuencia de pago</i>	58
Tabla 19 <i>Análisis FODA de Feli Kids Center</i>	61
Tabla 20 <i>Capacidad de la guardería</i>	68
Tabla 21 <i>Presupuesto inicial</i>	68
Tabla 22 <i>Inversión inicial</i>	69
Tabla 23 <i>Gastos y Ventas</i>	69
Tabla 24 <i>Ingresos</i>	69
Tabla 25 <i>Flujo de caja</i>	69
Tabla 26 <i>Flujo anual</i>	70
Tabla 27 <i>Rentabilidad del proyecto</i>	70

Índice de Gráficas

Gráfica 1 <i>Edad</i>	44
Gráfica 2 <i>Sexo</i>	45
Gráfica 3 <i>Número de hijos</i>	46
Gráfica 4 <i>Implementación de guardería</i>	47
Gráfica 5 <i>Satisfacción de otras guarderías</i>	48
Gráfica 6 <i>Horario de atención</i>	49
Gráfica 7 <i>Servicio adicional</i>	50
Gráfica 8 <i>Valor dispuesto a pagar</i>	51
Gráfica 9 <i>Precios de guarderías</i>	52
Gráfica 10 <i>Características del entorno</i>	53
Gráfica 11 <i>Elemento innovador</i>	54
Gráfica 12 <i>Evaluación de calidad</i>	55
Gráfica 13 <i>Contratación de personal</i>	56
Gráfica 14 <i>Implementación de la instalación</i>	57
Gráfica 15 <i>Frecuencia de pago</i>	58

Gráfica 16 <i>Logo de Feli Kids Center</i>	64
Gráfica 17 <i>Ubicación de la guardería</i>	65
Gráfica 18 <i>Organigrama de la guardería</i>	68

Tabla de Apéndices

Apéndice 1 <i>Matriz De Consistencia</i>	78
Apéndice 2 <i>Guía de entrevista</i>	79
Apéndice 3 <i>Cuestionario de encuesta</i>	81
Apéndice 4 <i>Solicitud de aprobación del tema</i>	85
Apéndice 5 <i>Certificado Antiplagio</i>	86
Apéndice 6 <i>Cronograma UIC 2025-1</i>	87
Apéndice 7 <i>Ficha del informe de opinión de experto</i>	88
Apéndice 8 <i>Certificado de validación de instrumentos</i>	89
Apéndice 9 <i>Ficha del informe de opinión de experto</i>	90
Apéndice 10 <i>Carta aval</i>	91
Apéndice 11 <i>Evidencia de tutorías</i>	92
Apéndice 12 <i>Evidencia de encuestas</i>	94



Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación “Feria Libre”, Cantón La Libertad, Año 2024

Autor:

Steven Omar Rodríguez Cáceres

Tutor:

Ab. Isauro Domo Mendoza, MSc.

Resumen

El presente trabajo investigativo se basa en un estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación “Feria Libre” del cantón La Libertad. El objetivo general del estudio es determinar la viabilidad técnica para la creación de una guardería dentro de la asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”. Esta iniciativa surge ante la necesidad de brindar un espacio seguro y educativo para el cuidado infantil, facilitando a los comerciantes minoristas el equilibrio entre sus responsabilidades laborales y familiares. La investigación se desarrolló con un enfoque mixto y alcance descriptivo, empleando métodos analíticos e inductivos, asimismo, se utilizaron instrumentos como encuestas aplicadas a los socios y entrevista al presidente de la asociación para recopilar información clave sobre la demanda, oferta, condiciones y preferencias del servicio. La población de referencia corresponde a 174 socios pertenecientes a la asociación, con una distribución demográfica de 55% de hombres y 45% de mujeres, el tamaño de muestra quedó determinado en 120 socios las cuales ayudarán a realizar la investigación. Los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico con SPSS evidencian que el 47% considera imprescindible que el personal cuente con título profesional en educación infantil y las áreas específicas según la edad de los niños constituyen la prioridad principal en el diseño de instalaciones. Como conclusión, se demostró que existe una demanda y aceptación significativa de un 90% de comerciantes encuestados, lo cual determina que es viable crear la guardería en beneficio de los socios.

Palabras claves: *Estudio de mercado, Creación de una guardería, Idea de negocio, Centro de cuidado infantil.*



Market study for the creation of a nursery in the “Feria Libre” Association, La Libertad canton, year 2024

Author:

Steven Omar Rodríguez Cáceres

Tutor:

Ab. Isauro Domo Mendoza, MSc.

Abstract

The present research work is based on a market study for the creation of a kindergarten in the association ‘Feria Libre’ in the canton of La Libertad. The general objective of the study is to determine the technical feasibility for the creation of a day-care centre within the ‘Feria Libre’ association of retailers. This initiative arises from the need to provide a safe and educational space for childcare, making it easier for retailers to balance their work and family responsibilities. The research was developed with a mixed approach and descriptive scope, using analytical and inductive methods, as well as instruments such as surveys applied to members and an interview with the president of the association to gather key information on the demand, supply, conditions and preferences of the service, the reference population corresponds to 174 members belonging to the association, The results obtained from the statistical analysis with SPSS show that 47% of the members consider it essential for the staff to have a professional degree in early childhood education and that the specific areas according to the age of the children are the main priority in the design of the facilities. In conclusion, it was shown that there is a significant demand and acceptance by 90% of traders surveyed, which determines that it is feasible to create the nursery for the benefit of the members.

Keywords: *Market research, Creating a nursery, Business idea, Child care centre.*

Introducción

El estudio de mercado es un proceso sistemático, cuya finalidad es recolectar datos para el respectivo análisis, es el punto de partida para identificar los problemas y darles solución mediante la aplicación de estrategias. Para Salinas (2023), mediante el correcto uso de esta herramienta, se pueden obtener resultados como tener una mejor perspectiva del entorno y permitir tomar decisiones oportunas y conocer la factibilidad del proyecto, logrando que los gastos inoportunos de inversión se puedan evitar a largo plazo. (pág. 13)

En este contexto, la implementación de esta metodología resulta especialmente pertinente al analizar sectores sociales como el infantil. Las guarderías o centros de cuidado infantil conforman una pieza fundamental en la estructura social actual ante la constante transformación global en el ámbito laboral y familiar. A nivel mundial, estas instituciones han evolucionado desde simples espacios de protección hasta convertirse en entornos educativos que impulsan el desarrollo integral de los infantes mientras permiten, en su medida, la mejora económica de los padres, según la investigación realizada por la UNESCO en conjunto con la UNICEF (2024), los programas de cuidado infantil y educación preescolar poseen una demanda que va en crecimiento, pero pocos países ofrecen estos servicios con un acceso gratuito, lo cual afecta de forma significativa a las familias que no cuentan con los recursos necesarios, especialmente en países de ingresos medianos y bajos. A su vez, los niños que asisten a programas de educación infantil incrementan las probabilidades de un desarrollo adecuado. (pág. 15)

En tal sentido, la implementación de los centros infantiles no solo responde a las necesidades de cuidado, sino que también mantienen una estrecha relación con el progreso social, como fomentar la igualdad de oportunidades, el apoyo a la economía local y la protección de los derechos de la infancia, la creación de estas guarderías en espacios comerciales ha surgido como una estrategia innovadora, haciendo que los obstáculos se transformen en oportunidades para el desarrollo integral tanto de los niños como de los padres.

En el contexto latinoamericano, la implementación de varios programas como centros de cuidado infantil han cobrado relevancia en las políticas de desarrollo social y económico durante los últimos años. De acuerdo con Simbaña-Haro (2023) los países latinoamericanos han desarrollado estrategias, planes o políticas propias con una importancia significativa que priorizan la educación y atención de los infantes, estas estrategias se basan en modalidades como la educación formal, centros de cuidado y desarrollo infantil, atención en la familia, entre

otros, mismas que son diferentes en cada país debido a su realidad social, cultural, política y económica. En todo caso, su objetivo principal es recibir a los infantes realizando actividades educativas al mismo tiempo que ofrecen servicios de salud y nutrición para ayudar a aquellas familias con escasos recursos a conciliar el cuidado y las actividades laborales. (págs. 250-251)

Del mismo modo, una vez que los países latinoamericanos logran implementar estos programas de cuidado infantil en el transcurso de los años, algunos organismos internacionales evalúan los resultados para conocer en qué medida son rentables, mostrando un avance en gran parte de los países en cuanto a la calidad de servicio que ofrecen, aunque constantemente afrontan desafíos. Por lo tanto, se evidencia lo importante que es para la sociedad latinoamericana invertir más en estos planes para obtener un mayor desarrollo social empezando desde la infancia.

En el Ecuador, a través de los años ha existido una creciente demanda en lo que respecta a los servicios de cuidado infantil, sin embargo, ante la crisis económica que atraviesa el país, es común la ausencia de los padres en prestar atención a sus hijos por motivos laborales y por lo general, están bajo el cuidado de los abuelos o parientes cercanos a ellos, no obstante, los niños suelen recibir una crianza distinta, esto se debe a que en muchos casos, los abuelos son demasiado mayores para cuidarlos de manera correcta y los demás parientes pueden no tener el tiempo y la paciencia para hacerlo. En consecuencia, según lo argumentado por Díaz Rivera (2021) se han creado distintos organismos tanto a nivel público como el Ministerio de Inclusión Económica y Social por medio de distintos programas como es el caso de los Centros Integrales del Buen Vivir, Creciendo con Nuestros Hijos; así también, los centros municipales de cuidado infantil, y en el sector privado distintas instituciones tienen como objetivo facilitar la atención y cuidado de los niños a través de guarderías (pág. 3)

Respecto al **Planteamiento del Problema**, el cuidado infantil a nivel mundial se enfrenta a una crisis, donde millones de niños se quedan sin una atención adecuada y esto crea limitaciones por parte de los cuidadores que generalmente son madres, abuelas y adolescentes. Según los datos de UNICEF, en 76 países de ingresos bajos y medios, aproximadamente 1 de cada 5 niños menores de 5 años, cerca de 45 millones, carecen de la supervisión de un adulto al menos durante una hora en una semana determinada. Además, en los países de ingresos bajos y medios, el 43% de los niños menores de 5 años, un estimado de 250 millones, presentan un alto riesgo de tener un desarrollo inapropiado, debido a factores como retraso en el crecimiento del infante y la pobreza. (Samman & Lombardi, 2019, pág. 1)

En el entorno Latinoamericano, mediante las investigaciones del Equipo Latinoamericano de Justicia y Género en conjunto con la UNICEF (2023), sólo el 5% de las empresas cuentan con espacios para crear una guardería o pueden ofrecer incentivos económicos para cubrir los costos del servicio de cuidado de niños, los cuales pertenecen a los empleados (pág. 10). En países como Chile se encuentra en vigencia el Subsistema de Protección Integral de la Infancia “Chile Crece Contigo”, a cargo del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, según Cifuentes Vidal (2023) este programa ofrece algunas prestaciones dirigidas a niños, niñas y sus familias que pertenezcan a los hogares del 60% de menos recursos de la población nacional. Dentro de estas prestaciones se encuentra el Derecho a Sala Cuna y Jardines Infantiles, donde se garantiza el acceso gratuito para niños y niñas, cuya madre, padre o cuidador, se encuentre trabajando, estudiando o buscando trabajo. (pág. 5)

Por otro lado, en el Ecuador existe una constante lucha por reducir el índice de desnutrición crónica infantil, según la CEPAL y el Programa Mundial de Alimentos, los costos asociados a la malnutrición representan un 2.6% del PIB y alcanzan una cifra nacional del 27% de desnutrición en menores de 2 años, siendo el segundo país de Latinoamérica en prevalecer con este problema de salud. El presente escenario se puede reflejar en la provincia de Santa Elena, donde es una de las tres provincias del país con mayor índice de Desnutrición Crónica Infantil con un 39% (Novik, 2022), esto se explica por diversas causas, entre ellas: la alimentación inadecuada o insuficiente que los padres dan a sus hijos por la escasez de empleo, las enfermedades continuas que sufren los niños entre 0 y 2 años o por el solo hecho de no tener un correcto cuidado y afecto que estimule su crecimiento ocasionado por la indisponibilidad de tiempo de los familiares que deben trabajar.

Esta realidad citada no es ajena a lo que se evidencia en la Asociación "Feria Libre" ubicada en el cantón La Libertad, la cual es un centro de actividad comercial que alberga a numerosos comerciantes minoristas, mismos que en su mayoría son padres de familia que enfrentan diariamente desafíos para mantener un equilibrio entre las responsabilidades laborales y el cuidado de sus hijos pequeños. Dicha circunstancia no solo afecta negativamente la estabilidad económica de las familias, a su vez impacta en el desarrollo y bienestar de los niños. De acuerdo con Hein y Cassirer (2010) “los cuidados infantiles fuera de la familia son necesarios durante el horario laboral de los padres cuando no hay ningún familiar disponible” (pág. 21). Es decir, los mismos padres que a su vez son trabajadores, experimentan altos niveles de estrés al intentar manejar simultáneamente sus responsabilidades laborales y familiares, lo que puede tener repercusiones en su salud mental y en la calidad de atención que brindan a sus clientes.

Ante esta problemática, surge la propuesta de crear una guardería dentro de las instalaciones de la Asociación "Feria Libre". Sin embargo, para que este proyecto sea viable y satisfaga las necesidades de los miembros, es fundamental realizar un estudio de mercado. Este estudio debe analizar la situación actual del cuidado infantil entre los comerciantes, también evaluar la demanda real del servicio y determinar los factores económicos y logísticos que influirían en la implementación de la guardería.

La **Formulación del problema** comprende: ¿En qué medida un estudio de mercado determina la viabilidad técnica para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”?

La **Sistematización del problema** se presenta a partir de las siguientes preguntas:

¿Cuál es la situación actual respecto al cuidado de los hijos de hasta 4 años de edad de los comerciantes de la Asociación “Feria Libre”?

¿Cuál es la oferta y la demanda para el servicio de guardería en la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”?

¿De qué manera el diseño de un modelo de gestión para la implementación de una guardería ayuda a los miembros de la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”?

Objetivo General: Analizar en qué medida un estudio de mercado determina la viabilidad técnica para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”.

Objetivos específicos:

Examinar la situación actual respecto al cuidado de los hijos de hasta 4 años de edad de los comerciantes de la Asociación “Feria Libre”.

Determinar la oferta y la demanda para el servicio de guardería en la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”.

Proponer el diseño de un modelo de gestión para la implementación de una guardería que ayude a los miembros de la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”.

Justificación Teórica: El presente trabajo se sustenta en el libro de Malhotra (2008), el cual argumenta que “la investigación de mercados intenta aportar información precisa que refleje la situación real” (pág. 8). El estudio de mercado es una herramienta que permite a nuevas MiPymes conocer la necesidad que hay en una población y saber el comportamiento de los proveedores como de los clientes en el producto o servicio que se va a implementar, también se puede analizar precio, oferta, demanda, competencia, entre otros, los mismos que son factores claves para crear planes estratégicos en las organizaciones.

Por otro lado, León (2019) argumenta que la creación de centros de cuidado infantil es un beneficio que reciben tanto los infantes como sus padres, puesto que estos últimos podrán incorporarse al campo al campo laboral y también al académico, mejorando su desarrollo profesional, y así dar una mejor calidad de vida a sus hijos/as (págs. 9-10). Es así como, la realización de este estudio de mercado es fundamental para tomar las mejores decisiones en cuanto a la creación de la guardería, se necesita comprender en profundidad las necesidades específicas de los comerciantes, las expectativas en cuanto a los servicios y horarios. Además, deberá considerar los aspectos legales, financieros y operativos para asegurar la viabilidad a largo plazo del proyecto. Solo a través de un análisis detallado de estos factores se podrá determinar si la implementación de una guardería en la Asociación "Feria Libre" es una solución adecuada y sostenible para abordar las necesidades de cuidado infantil de esta comunidad comercial.

Justificación Práctica: La creación de un centro de cuidado infantil sin fines de lucro en la Asociación "Feria Libre" será edificada y ejecutada por la directiva de la organización destinada a los socios y trabajadores temporales que tengan una participación económica activa con el pago de cuotas mensuales, que será beneficioso para los niños, niñas y sus familias, puesto que estarán al cuidado de profesionales capacitados, alimentados correctamente y con una adecuada estimulación temprana, aspectos que contribuirán a que el infante tenga un adecuado desarrollo cognitivo, físico y afectivo.

Es por ello por lo que se presenta la **idea a defender** de esta investigación: El estudio de mercado contribuye a la viabilidad técnica, comercial y financiera para la creación de una guardería sin ánimo de lucro en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre" del Cantón La Libertad.

El **mapeo** de la investigación se estructura de la siguiente manera:

Introducción: comprende la contextualización de la investigación, el planteamiento del problema donde radican los factores que se analizarán, la formulación del problema, sistematización del problema, los objetivos generales y específicos de la investigación, las justificaciones tanto teóricas como prácticas y la idea a defender. Dicha sección proporciona una visión general y contextualizada de la investigación, que continúa con los siguientes capítulos.

Capítulo I: se establece el marco referencial, el cual está conformado por la revisión literaria, se consideró el desarrollo de las teorías y conceptos de distintos autores que se encuentran vinculados con las dos variables establecidas que son el estudio de mercado y la creación de empresa, también, se abarcan los fundamentos legales que van relacionados al objeto de estudio de investigación.

Capítulo II: detalla la metodología, es decir, el diseño y los métodos utilizados en la investigación, junto con el tipo de recolección y procesamiento de los datos implementados con base a la población y muestra, de esa manera, se obtendrá información relevante en el objeto de estudio.

Capítulo III: muestra los resultados y los análisis de los instrumentos de recolección, además de la discusión, propuesta, recomendaciones y conclusiones que permitirán determinar la posibilidad de crear una guardería para la Asociación “Feria Libre” del Cantón La Libertad.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de literatura

Para la creación tanto de organizaciones de carácter social como emprendimientos es fundamental realizar un estudio de mercado que permita conocer y analizar la situación del lugar, para lo cual muchos autores buscan proporcionar una idea clara sobre este tema y así ponerlo en marcha. Por ello, el presente trabajo incorpora las siguientes investigaciones basándose específicamente en temas relacionados con el estudio, en contextos internacionales y nacionales.

Huezo, Luisa, y Sánchez (2023) en su investigación titulada “Estudio de factibilidad para la implementación de una guardería para los hijos de los empleados del comando de apoyo logístico de la Fuerza Armada Gral. E Ing. José María Peralta Lagos” de la Universidad de El Salvador en El Salvador, tuvo como objetivo determinar las condiciones y los recursos disponibles para la creación de la guardería dentro de la institución. En cuanto a la metodología, se realizó un estudio descriptivo y un diseño no experimental, sin manipular las variables. Se emplearon encuestas al personal administrativo de la institución y aquellas que estén en edad fértil o tengan hijos menores de cinco años, asimismo, entrevistas con el comandante de la unidad militar y al jefe del Departamento de Recursos Humanos.

Los resultados reflejaron que la creación de la guardería permitiría reducir el ausentismo y el retraso en la hora de entrada que presentan actualmente los empleados, generados por tener que cuidar de sus infantes. Finalmente, llegaron a la conclusión de que el proyecto es factible y viable, debido a que la institución cuenta con colaboradores en edad fértil que, si bien no son padres, pueden llegar a serlos en el corto plazo, además, tanto los altos mandos como el personal muestran un gran interés por el proyecto.

Regalado y Silva (2017) en su tesis “Estudio de mercado para la creación de una guardería en el Distrito de José Leonardo Ortíz-Chiclayo” de la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo en Chiclayo, Perú, tiene como objetivo de investigación establecer la viabilidad para la implementación de una guardería que pretende prestar un servicio de alta calidad. En la metodología, el tipo de investigación fue descriptiva, se aplicó la técnica de encuesta a 268 mujeres en edad fértil y gestantes esperadas entre 20 a 49 años del Distrito José Leonardo Ortíz para determinar la demanda del proyecto.

Los resultados mostraron que, en el Distrito de José Leonardo Ortíz, existe una gran demanda donde el 91.28% de madres aceptarían enviar a sus hijos a una guardería; puesto que existe escasez en la oferta de guarderías en el Distrito, las madres de familia optan por dejar a sus hijos al cuidado de niñeras. Como conclusión, el proyecto sería rentable, con una inversión inicial de 23.165 soles que será financiada a través de un banco con un plazo de 5 años.

En Ecuador, Padrón y Orellana (2023) en su artículo científico “Estudio de mercado para la creación de una empresa de sublimación” en Cañar-Ecuador, divulgaron una investigación la cual consistió en examinar la viabilidad comercial para la creación de una empresa de sublimación en el cantón La Tocal. El método de investigación fue de tipo descriptiva, no experimental con un enfoque cuantitativo, se realizaron encuestas de 12 preguntas a 384 habitantes del cantón en un rango de edad entre 15 y 65 años.

Para los resultados de la investigación, las personas encuestadas en cuanto a la frecuencia de consumos manifestaron que sería de una vez al mes, además, estarían dispuestos a pagar por el producto sublimado un valor entre \$1 a 5\$ dólares e indicaron que tienen preferencia en pagarlos al contado. Como conclusión, los autores resaltaron la importancia de buscar puntos estratégicos para exhibir sus productos, puesto que, las personas accederían a consumir productos sublimados directamente del lugar, de igual manera, deben enfocarse en productos que más demandan poseen como camisetas, tazas, almohadas, uniformes deportivos y gorras; los mismos que no deben exceder los \$15, margen de precio que es aceptado por la población del cantón.

Por otro lado, en el trabajo de posgrado de Narvárez (2021) con el título “Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de cuidado infantil con monitoreo digital permanente en la ciudad de Quito, año 2020” de la Universidad Internacional SEK, de la ciudad de Quito, en Ecuador, define su objetivo en plantear un modelo de negocio que reciba un beneficio económico gracias a la necesidad de los padres en contratar mediante una plataforma digital, un servicio de niñeras a domicilio seguro y confiable. Por consiguiente, la metodología desarrollada fue a través de un Focus Group de 12 personas que residen en Quito y que tienen hijos, se consultó sobre el servicio ofrecido en cuanto a Precio, Plaza, Producto, Promoción y Perfil Psicográfico.

Asimismo, se aplicó una encuesta a 130 padres de familias, dando como resultado que el servicio propuesto será solicitado, monitoreado y cancelado digitalmente por un sitio web o aplicación móvil para que los padres de familias conozcan la información de las niñeras, su

disponibilidad, precio y recomendaciones del servicio a contratar. Concluyendo que, en el mercado actual no se identifican servicios similares o competidores directos sobre esta línea de negocio, por lo tanto, es un proyecto viable para desarrollar.

Según Viveros y Corral (2022) en su trabajo investigativo “Proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil de estimulación temprana para niños de 0 a 5 años de edad en la ciudad de Quito - parroquia Conocoto” de la Universidad Central del Ecuador, de la ciudad de Quito, Ecuador. El propósito del estudio proporcionar una ayuda a los padres de familia mediante la implementación de un Centro de Desarrollo Infantil (CDI) para los niños de 0 a 5 años con el fin de fortalecer sus capacidades motoras, intelectuales y psicológicas mejorando el rendimiento social y educativo. El método de investigación fue cuantitativo con las técnicas de observación y encuestas, las mismas que fueron aplicadas a 127 padres de familia de la parroquia Conocoto Urbanización Santa Mónica II.

Los resultados demostraron que el 89% de hogares tienen la predisposición de dejar a sus infantes en el CDI, además de existir una demanda insatisfecha de 1752 niños y niñas de 0 a 5 años, con base a la encuesta aplicada se obtuvo un precio de referencia de \$101 a \$150 que los clientes están dispuestos a pagar por el servicio. Para finalizar, se concluye que los resultados obtenidos permiten ejecutar el proyecto, para lo cual se determinó un presupuesto de \$26.964,00 que será recuperado en 3 años 6 meses; el Van dio un resultado positivo y la TIR es mayor a la TMART que es del 22,50%, permitiendo un rendimiento superior para el proyecto.

Desarrollo de teorías y conceptos

Estudio de mercado

Desde el punto de vista de Plata y Mendoza (2020) los estudios de mercado son clave para la recolección de datos de una empresa, puesto que permiten establecer el nicho de clientes que se espera destinar el producto o servicio, también refleja la mejor ubicación para la apertura del negocio. En general, esta herramienta lo que busca es identificar el mercado potencial con los precios y promociones más competitivos (pág. 4).

Por otro lado, Moncayo-Sánchez et al. (2021) definen al estudio de mercado como un conjunto de acciones que reflejen el comportamiento de los distintos actores del ambiente empresarial en cuanto al ingreso de un producto o servicio a un nuevo mercado. Este análisis

brinda la posibilidad de evaluar variables del Marketing Mix como las políticas de precio y la forma en que se comunican y distribuyen los productos (pág. 2209).

Por lo tanto, resulta indispensable para cualquier empresario emergente o empresa establecida que incorpore esta metodología antes de lanzar algún producto o simplemente inicie sus operaciones comerciales. Así, garantiza la efectividad de marcar una mejor relación con el consumidor objetivo, permitiendo descifrar sus preferencias y requerimientos específicos. La oferta, demanda y el entorno, son principios fundamentales dentro del estudio que deben analizarse de manera meticulosa y detallada para la recolección de la información.

Demanda

Krugman et al. (2020) fundamentan el concepto como una correlación entre el precio y la cantidad o volumen de consumo, haciendo referencia al nivel de aceptación del producto o servicio cuando varían los costos, o en su defecto, los precios que son ajustados por la empresa. En consecuencia, estos cambios en el precio pueden desencadenar críticas en los consumidores y generando efectos en el mercado.

Desde la perspectiva de Moreno (2019) la demanda es la función numérica de la cantidad de bienes y servicios que adquieren los compradores a distintos niveles de precio. Los elementos que se integran para estimar la demanda es el tamaño de la población objetivo y sus necesidades dentro de un marco temporal determinado. (pág. 20)

En otras palabras, la demanda se refiere a cuánta cantidad de productos están dispuestos a comprar cuando se establece un precio en el mercado. No obstante, varios elementos inciden directamente en la demanda, como los gustos y preferencias, la población, el poder adquisitivo de los consumidores y otros aspectos similares. Por esta razón, es de suma importancia entender qué motiva a los clientes a escoger un producto por encima de otro similar, entendiendo este concepto las empresas pueden diseñar ofertas con mayor aceptación y éxito dentro del mercado que aplique.

Perfil del consumidor

De acuerdo con Escalante et al. (2023) el perfil de consumidor define aquellas características distintivas de un cliente con otro, el cual considera aspectos como su forma de vivir, su situación económica y social o por la propia experiencia de compra. Así mismo, se identifica como un conjunto de factores que corresponden a las particularidades o beneficios

que influyen al momento de adquirir el producto o servicio y que se evalúan para determinar si es posible satisfacer las necesidades accediendo a la compra (pág. 41).

Por tanto, cada consumidor tiene características que determinan su comportamiento de compra, las cuales pueden variar según las circunstancias personales o socioeconómicas. Para las empresas, estos perfiles resultan útiles para persuadir a los clientes por medio de estrategias de marketing innovadoras y así facilita la segmentación del mercado y ayuda a predecir patrones de comportamiento.

Satisfacción de los consumidores

Según Lizano y Villegas (2019) la satisfacción del cliente es un indicador que mide el nivel de expectativas del usuario en cuanto al producto o servicio que se ofrece, también puede definirse como una parte o el total de personas que reportan experiencias positivas de los productos y servicios con una empresa. Actualmente se considera satisfacción del cliente cuando se cumplió o superó las expectativas y al mismo tiempo está conforme con lo que ha recibido por parte de la empresa.

Por otro lado, Razak et al. (2020) indican que los consumidores consideran factores que generen más que satisfacción, buscan sentirse feliz con la calidad y el precio ofrecido durante la compra. Se resalta la importancia de encontrar el equilibrio entre estos dos últimos elementos y una vez logrado el objetivo, generan emociones positivas que fortalecen la relación con el cliente (pág. 224).

En este sentido, conocer si el consumidor está satisfecho o no, genera la posibilidad a las empresas no solo de vender el producto, sino crear experiencias de compras para una fidelización del cliente en un corto plazo y a su vez recomiende el negocio a potenciales consumidores, contribuyendo su crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

Preferencias del consumidor

Desde el punto de vista de Alonso y Chitiva (2020), manifiestan que la preferencia del consumidor es la decisión de seleccionar un producto o servicio entre distintas opciones similares disponibles; tomando en cuenta factores como el precio, calidad o marca, estas preferencias representan tendencias que observan los clientes y que se encuentran en constante evolución (pág. 109).

Existe un constante cambio en las preferencias de los consumidores que pueden considerarse tanto un desafío como una oportunidad, si las empresas logran identificar y anticipar estos cambios y se adaptan rápidamente a lo que el mercado exige puede ser determinante para conocer qué productos o servicios tendrán éxito comercial a partir de indicadores como experiencias previas, influencias sociales y percepciones de valor.

Oferta

Según Buñay (2021) analizar la oferta facilita a los emprendedores comprender la situación con respecto a los productos similares o alternativos de los competidores, es fundamental realizar estimaciones futuras de la oferta para conocer cómo es su comportamiento durante los años que se establezcan. Para mejor comprensión, la oferta representa los bienes y servicios parecidos o sustitutos al proyecto en cuestión, los cuales pueden ser de origen nacional o internacional, que satisfagan las necesidades del mercado específico (pág. 16).

Por otro lado, Huacanez (2021) señala que la oferta constituye el total de bienes o servicios puestos a disposición en el mercado objetivo cuando se establece un determinado precio por parte de la empresa, esto con la finalidad de tener un crecimiento significativo cuando se satisfacen las necesidades del usuario, contribuyendo a la dinámica económica de una región (pág. 11).

La oferta actúa como un indicador de la salud competitiva de un mercado, es decir, cuando existe un mercado con una oferta diversificada en su productos o servicios, genera un impacto positivo en los consumidores. Adicionalmente, la oferta responde a un sinnúmero de variables tanto internas como externas, entre ellas, cambios tecnológicos, variación en los costos de producción, políticas gubernamentales y las tendencias futuras en el mercado.

Producto

El producto es todo aquello que desarrolla una empresa con el propósito de brindar un bien o servicio a los consumidores. De Santos (1990) lo señala como “todo elemento tangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que comercializa en un mercado” (pág. 9). Además, el éxito de un producto depende de su capacidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

Los productos se distinguen mediante marcas, las cuales se distinguen en dos características. Primero, la útil función de satisfacer necesidades y deseos que abarca aspectos

básicos hasta complejas en el consumidor. Segundo, la importancia de esta marca para crear diferencias en los productos similares (Prieto Herrera, 2021, pág. 17).

Precio

Para Rodríguez y Ammetller (2018), el precio se define como una herramienta de marketing que va más allá de un mecanismo de intercambio, que no solo determina los ingresos de la empresa sino también comunica valor, posiciona el producto y repercute la percepción del consumidor en cuanto a la calidad y exclusividad de la oferta, lo que refleja la realidad competitiva de los mercados actuales.

El precio representa el valor económico de los productos o servicios, el cual se puede tomar bajo dos perspectivas. Para el consumidor, el precio es el costo que deben cancelar para adquirirlos, mientras que para la empresa representa la fuente de ingreso principal con lo que logran cubrir sus obligaciones (Ruilova Ruiz, 2020).

La importancia del precio radica en ser un elemento que beneficia tanto al consumidor como para la empresa, siempre y cuando consideren factores que determinan el precio: los costos de producción, los márgenes de utilidad, las estrategias de posicionamiento y la capacidad financiera del mercado al que se quiere llegar.

Competitividad

Según Hijono et al. (2020) argumentan que la competitividad debe contemplar las ofertas comerciales existentes como aquellas que potencialmente surgen de la misma competencia del mercado, de igual manera, de los posibles productos sustitutos que toman en cuenta los consumidores. El principal problema de las empresas actualmente es las constantes transformaciones y evoluciones disruptivas, por ende, tienden a desarrollar capacidades de adaptación rápida.

Ser competitivo para una empresa puede entenderse como un reflejo del posicionamiento de la misma frente a otras, está relacionado directamente con su capacidad de participar en el mercado en el largo plazo, permitiendo crear múltiples beneficios para sus usuarios (Monterroso, 2016).

Creación de una Empresa

Crear una empresa constituye un proyecto cuyo proceso de ejecución se basa en un análisis financiero respaldado por minuciosos estudios que evalúan si el negocio puede generar

rentabilidad y alcanzar los objetivos propuestos dentro de un mercado para obtener resultados viables (Soriano Tigrero, 2021, pág. 25).

Por su parte, González (2022) sostiene que la implementación de nuevas empresas representa un elemento esencial e imprescindible, puesto que promueve el crecimiento y sostenibilidad de un país, gracias a estos negocios que cumplen la función de cubrir las necesidades del mercado, se incrementa la productividad y se crean nuevas oportunidades laborales (pág. 15).

La creación de una empresa tiene el fin de generar rentabilidad al mismo tiempo que se atienden las necesidades en los diferentes segmentos de mercado. Esta iniciativa conlleva beneficios tanto para el emprendedor como a la economía local.

Idea de Negocio

La idea de negocio representa el fundamento inicial para cualquier persona o grupo de personas que empiece con un emprendimiento, permitiendo comprender de manera general en qué consiste el proyecto (Morillo Wellenius, 2019). En el contexto de la investigación, se refiere al planteamiento de crear un centro de cuidado infantil, el cual adquiere relevancia cuando evoluciona hacia una propuesta concreta. Asimismo, destaca que la curiosidad es el pilar fundamental para idear un producto o servicio destinado al mercado, siendo esencial evaluar la viabilidad de la idea y los beneficios que puede generar a largo plazo.

En consecuencia, las ideas de negocio que son exitosas surgen a partir de la identificación de oportunidades de mercado y tener la capacidad de transformar esta iniciativa en propuestas concretas. Para ello se requiere: análisis detallado, planificación estratégica y evaluación continua en cuanto a la competitividad y sostenibilidad financiera.

Factores del entorno empresarial

Según Ochoa (2023) define estos factores del entorno como un grupo de variables internas y externas de diversos medios que tienen una estrecha relación directa e indirectamente en una organización, presentan dificultades para ser anticipadas en el mediano plazo.

Por otro lado, Villao (2022) “El análisis del entorno empresarial debe recoger datos del macroambiente y del microambiente, con el fin de investigar los factores que puedan afectar el desempeño de la empresa” (pág. 29). La unión de estos factores puede generar escenarios en

el largo plazo optimistas, neutrales o pesimistas, logrando diseñar estrategias que mejoren la imagen de la empresa.

Esta realidad empresarial pone de manifiesto la complejidad del entorno en el que operan las organizaciones actuales. En primer lugar, los factores internos como la cultura organizacional, los recursos disponibles y las capacidades del personal, están en constante interacción con elementos externos como lo político, económico, social, tecnológico, ambiental y el comportamiento de la misma competencia.

Innovación

Según Hidalgo (2017), sostiene que con anterioridad el mercado experimenta transformaciones amplias y continuas, haciendo que la innovación juegue un papel fundamental en la búsqueda de una empresa u organización por lograr una ventaja competitiva temporal en el mercado con un gran beneficio económico. Se trata de una herramienta que requiere el emprendedor ante la dinámica del mercado, la cual representa oportunidades para la creación de empresas.

Mientras que para Villamizar (2023), el proceso innovador constituye en la actualidad un conjunto de actividades relacionadas con el crecimiento y expansión de nuevos emprendimientos, facilitando el desarrollo de ventajas competitivas dentro del entorno comercial.

Calidad de Servicio

Brindar servicios de excelencia es uno de tantos elementos cruciales para cualquier emprendimiento. Para alcanzar este objetivo, primero se identifican los indicadores que miden la calidad del servicio proporcionado. Dicho de otra manera, se refiere al grado de conformidad tras haber adquirido un producto o prestado un servicio. Si la experiencia es positiva, tiende a desarrollar fidelidad hacia la empresa y su recomendación es valiosa para otros potenciales consumidores (Arciniegas Ortiz & Mejias Acosta, 2017).

Asimismo, Leonard et al. (2000) establecieron que la calidad del servicio debe entenderse como la brecha que existe entre las expectativas del cliente respecto al servicio que desea recibir y su posterior evaluación del servicio indicado anteriormente. Durante este proceso, los consumidores realizan evaluaciones de lo que realmente esperan, considerando tanto aspectos tangibles como intangibles del producto o servicio.

Recursos

Según Eggers y Brailovsky (2018), los recursos son los instrumentos disponibles para alcanzar los objetivos empresariales, categorizándolos como recursos productivos o factores de producción. En otras palabras, representan los elementos a través de los cuales opera sus procesos mediante planificación estratégica. Por esta razón, el centro de desarrollo infantil concentrará su atención en los recursos humanos, de infraestructura y financieros, puesto que cumplen funciones esenciales.

Bajo los puntos de vista de Iglesias Prada et al. (2022), “los recursos de la empresa son los medios financieros, tecnológicos y humanos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales”. En consecuencia, los recursos son componentes que participan activamente en las empresas para optimizar las actividades de forma más práctica.

Humanos

Según Rodríguez (2019), el recurso humano representa un elemento clave para el éxito de una empresa, puesto que sus colaboradores aportan con la experiencia profesional, destrezas, conocimientos. Este componente dentro de la organización es el más fundamental porque es el que se encarga de sostener el funcionamiento adecuado a las diferentes áreas de trabajo (pág. 9).

Cada trabajador de una empresa lleva consigo o aporta una serie de elementos que pueden ir desde formación académica hasta su experiencia práctica, la suma del conocimiento de las personas convierte a la organización en una ventaja competitiva

Infraestructura

De acuerdo con Cuenca y Torres (2020) los recursos de infraestructura abarcan el conjunto de instalaciones, componentes materiales e intangibles necesarios para la creación de una organización y garantizar su operación en el desarrollo de sus actividades. Se consideran que tales recursos constituyen uno de los primeros pasos para el progreso económico y social de una nación (pág. 6).

La infraestructura es todo lo que tiene que ver con la construcción del local, incluyendo los sistemas y servicios que hacen que funcione con normalidad, es importante este punto porque genera empleo y contribuye al desarrollo de las comunidades.

Financieros

Según Quaranta (2019), el aspecto financiero es un elemento determinante que está condicionado por el valor monetario de cualquier emprendimiento. De igual forma, señala que posterior al análisis del mercado, es necesario evaluar la factibilidad económica del negocio que se proyecte. Para aplicar este proceso se requiere capital inicial destinado a la obtención de bienes materiales e inmateriales que posteriormente permitan generar beneficios económicos y el establecimiento formal de la organización.

La gestión eficiente de estos recursos garantiza en gran medida la competitividad de las empresas en el mercado. Un negocio con recursos financieros bien administrados permite incrementar sus oportunidades de crecimiento, enfrentar crisis económicas y realizar actividades estables que generen confianza tanto en clientes como en inversionistas.

Fundamentos Legales

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sección octava: Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Sección novena: Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Por lo tanto, para el funcionamiento se requiere:

- ❖ Registro único de contribuyentes.
- ❖ Patente Municipal.
- ❖ Permiso de funcionamiento del municipio.
- ❖ Permiso del Cuerpo de Bomberos.

El Código de Trabajo (2020)

Capítulo VII

Del trabajo de mujeres y menores

Art. 155.- Guardería infantil y lactancia. - En las empresas permanentes de trabajo que cuenten con cincuenta o más trabajadores, el empleador establecerá anexo o próximo a la empresa, o centro de trabajo, un servicio de guardería infantil para la atención de los hijos de éstos, suministrando gratuitamente atención, alimentación, local e implementos para este servicio.

Las empresas que no puedan cumplir esta obligación directamente, podrán unirse con otras empresas o contratar con terceros para prestar este servicio.

Durante los doce (12) meses posteriores al parto, la jornada de la madre lactante durará seis (6) horas, de conformidad con la necesidad de la beneficiaria.

Ley Orgánica De Régimen Tributario Interno - LORTI

Art. 19.- Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos. Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Servicio de rentas internas

Las personas que vayan a dedicar o realizar una actividad económica para un negocio, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- 1). Inscribirse en el SRI, donde obtendrán su RUC, como persona o sociedades.
- 2). Tener comprobante de ventas que estén autorizado por el SRI, para las transacciones.

3). Tener las declaraciones de impuesto a la renta.

4). Cancelar su valor de acuerdo con sus actividades económica al día.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de bomberos: Este permiso se obtiene cuando el inspector, revisa todas las instalaciones y verifica que tenga medios para prevenir o apaciguar un incendio. Para este documento solo se necesita:

Copia del RUC

Cédula del representante del negocio

Papeleta de votación

Planilla de servicio básico

Permiso de funcionamiento por el Municipio de Santa Elena

La instalación de una guardería consta como un negocio, por lo que se deberán obtener los respectivos permisos de funcionamiento establecidos por el gobierno autónomo descentralizado del cantón de Santa Elena de la misma provincia deberá contar con la siguiente documentación para obtener el permiso de funcionamiento municipal.

Copia del Ruc (Registro Único Contribuyente).

Copia de cédula de identidad del representante legal.

Copia del certificado de votación del representante legal.

Planilla de servicios básicos (Copia).

Permiso de cuerpo de bomberos

Fotos del negocio interna y externa.

Permiso de cuerpo de bomberos.

Ley del Registro Único de Contribuyentes (2004)

Art. 3.- De la inscripción obligatoria. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras

rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro. De igual forma, están obligadas a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las sociedades extranjeras domiciliadas en paraísos fiscales o cualquier otra jurisdicción, que sean propietarias de bienes inmuebles en el Ecuador, aunque los mismos no generen u obtengan rentas sujetas a tributación en el Ecuador. Los notarios y registradores de la propiedad no podrán celebrar escrituras públicas o realizar inscripciones, sin el cumplimiento previo de este requisito. El Servicio de Rentas Internas mediante resolución fijará las condiciones, obligaciones formales y excepciones para la aplicación de este inciso.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, el director general del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión.

Organismo de Control

- ❖ Gobierno Municipal del Cantón La Libertad.
- ❖ Servicios de Rentas Internas.
- ❖ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (2016)

Art. 1.- Objeto.- Esta Ley tiene por objeto fijar los principios y reglas generales que rigen el ejercicio de las competencias de ordenamiento territorial, uso y gestión del suelo urbano y rural, y su relación con otras que incidan significativamente sobre el territorio o lo ocupen, para que se articulen eficazmente, promuevan el desarrollo equitativo y equilibrado del territorio y propicien el ejercicio del derecho a la ciudad, al hábitat seguro y saludable, y a

la vivienda adecuada y digna, en cumplimiento de la función social y ambiental de la propiedad e impulsando un desarrollo urbano inclusivo e integrador para el Buen Vivir de las personas, en concordancia con las competencias de los diferentes niveles de gobierno.

Ministerio de inclusión Económica y Social

La normativa también exige que se cumplan estrictos estándares de seguridad, tales como la disponibilidad de servicios básicos, la adecuada infraestructura para recreación infantil y el cumplimiento de normativas ambientales. Adicionalmente, se requiere la implementación de un plan de contingencia para la gestión de riesgos, asegurando la respuesta adecuada ante situaciones de emergencia. Una vez que se cumplen todos los requisitos y se obtiene el permiso de funcionamiento del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), el centro estará sujeto a visitas de seguimiento para asegurar el cumplimiento de los lineamientos establecidos y la calidad en la atención brindada. Estos requisitos se basan en lo siguiente según el Distrito del MIES (2020):

a) Requisitos para la creación de un Centro de Cuidado Infantil

1. Solicitud del dueño y/o representante legal, destinada al director de Atención Integra a la Niñez y Adolescencia, ésta es la autorización de funcionamiento del CDI, la cual se tramita en las direcciones provinciales del INFA; si es una persona natural quien presenta dicho requisito, será necesario que necesite la copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación. Y en el caso de que fuera una Organización no gubernamental se debe anexar copia certificada del Estatuto, copia certificada del acuerdo ministerial de aprobación de la ONG y copia actualizada del registro de la Directiva.
2. En el caso de que el local fuese propio: se debería presentar copia de escritura. Si es arrendado, presentar el contrato de arrendamiento registrado en el juzgado de Inquilinato y/o de lo civil.
3. Se debería presentar un plano en el que se observe la distribución de los espacios de Centro mostrando los metros cuadrados respectivos.
4. Plan de trabajo y manual de procedimiento interno sobre los lineamientos para la presentación del proyecto.

5. Presentar la nómina del personal que describa: nombre, profesión y función que va a cumplir cada miembro del personal. Adjuntando el curriculum vitae de cada persona.
6. Registro Único de contribuyentes del representante legal/propietario.
7. Cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal/propietario o Registro del Censo en caso de extranjeros.
8. Contratos de personal vigente, suscrito y registrado en el Ministerio De Relaciones Laborales de acuerdo con la nómina (originales) (aplica a centros públicos y privados en funcionamiento).
9. Documento original del Proyecto Educativo propuesto o en ejecución.
10. Perfil del personal actualizado: título profesional o de bachillerato.
11. Permiso de funcionamiento vigente emitido por el Cuerpo de Bomberos.
12. Plan de contingencia vigente para la gestión del registro por la Secretaría de Riesgos.

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

En el presente trabajo investigativo se utilizó el **enfoque mixto**, ya que implica métodos tanto cualitativos como cuantitativos, el cual permitió recolectar los datos por medio de encuestas que fueron aplicadas a los comerciantes minoristas de la Asociación “Feria Libre”, y a su vez la respectiva entrevista al presidente de la Asociación, se analizaron los datos con el objetivo de conocer en detalle la oferta, demanda actual y la viabilidad de la creación de una guardería en la Asociación Feria Libre.

Del mismo modo, el estudio fue de **alcance descriptivo** donde se examinó la realidad actual de los comerciantes. Para Cardozo (2023) este alcance constituye uno de los objetivos principales de la administración. Se caracteriza por presentar hallazgos de manera objetiva, previo a una interpretación de los datos presentados, es decir, es la observación sin la alteración de estos.

Se realizó una investigación con un **diseño no experimental** principalmente por no manipular las variables tanto la independiente como la dependiente, adicional a esto, dichas variables no se consideran innovadoras y el estudio se basa en teorías ya existentes. Los datos recopilados por los instrumentos aplicados enfocan la realidad tal y como se presenta, con esto se evidenció cómo el estudio de mercado incide en la creación de la guardería en la Asociación Feria Libre”.

Métodos de la investigación

La investigación empleó el **método inductivo**, proporcionando un análisis que va desde aspectos específicos hasta llegar a conclusiones generales, con el propósito de cumplir el objetivo principal de determinar la viabilidad para crear una guardería en la Asociación “Feria Libre” del cantón La Libertad, además de determinar los factores como la decisión de comerciantes en apoyar el proyecto y el análisis del mercado actual. Por lo tanto, este método brindó la oportunidad de aclarar los conceptos de las variables, dimensiones e indicadores de manera más detallada para la investigación.

Otro método que se aplicó fue el **método analítico** puesto que ayuda a analizar las distintas partes de la investigación, es decir, desde el momento en que se plantea el problema hasta derivar en sus soluciones, además, aborda en profundidad los temas de suma importancia en el estudio de mercado para la implementación de un centro de cuidado infantil, estableciendo los parámetros para llegar a un resultado positivo por medio de la idea a defender.

Población y muestra

Según López (2004), para “determinar la **población** objeto de participantes en una investigación, se considera el conjunto de personas que aportarán en una investigación” (pág. 69), es decir, que en el presente estudio se tomó como referencia la población a los 106 socios de la “Feria Libre” y los 67 comerciantes temporales que laboran dentro de la asociación y 1 entrevista al presidente de la misma.

Tabla 1 *Distribución de la población*

Elemento	Cantidad
Socios de la Asociación	106
Comerciantes temporales	67
Presidente “Feria Libre”	1
Total	174

Nota: Tabla elaborada por Steven Rodríguez

La **muestra** en este caso se trata de una muestra de población finita y el tipo que se aplicó es el muestreo probabilístico aleatorio simple, donde las personas en cuestión tenían las mismas posibilidades de ser encuestadas para que muestre información oportuna para la investigación.

Tabla 2 *Fórmula para calcular la muestra*

Descripción	Fórmula	Cantidad
Nivel de confianza	Z^2	1,96
Probabilidad que ocurra	P	0.50
Probabilidad que no ocurra	Q	0.50
Población	N	174
Margen de error	e	0.05

Nota: Elaborado por Steven Rodríguez

Para determinar la muestra de la encuesta se realizó a los socios y comerciantes temporales y se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(p * q) * Z^2 * N}{e^2(N - 1) + (p * q)Z^2}$$

$$n = \frac{(0.50 * 0.50) * 1.96^2 * 174}{0.05^2(174 - 1) + (0.50 * 0.50)1.96^2}$$

$$n = \frac{(0.25) * 3.8416 * 174}{0.0025(173) + (0.25) * 3.8416}$$

$$n = \frac{167.1096}{0.4325 + 0.9604}$$

$$n = \frac{167.1096}{1.3929}$$

$$n = 119.97$$

Después de aplicar la muestra, se obtuvo $n=120$, el cual corresponden a los socios activos de la Asociación “Feria Libre” para la respectiva encuesta.

Recolección y Procesamiento de los datos

Técnicas de investigación

En este caso, las técnicas que se implementaron en la presente investigación son las siguientes:

Entrevista: Es la técnica más efectiva con la cual las respuestas se pueden analizar en profundidad. Se aplicó a la máxima autoridad de la Asociación con la finalidad de conocer cuál es su posición frente a la creación de una guardería en el sector y si existe el total respaldo o apoyo hacia quien lleve a cabo la idea de negocio en beneficio de la comunidad.

Encuestas: se aplicó a 120 comerciantes y socios de la asociación de la “Feria Libre”, con la finalidad de conocer qué tipos de servicio y medios prefieren realizar sus horarios de ingreso a la guardería para los niños, entre otros factores que permitieron determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Instrumentos

Guía de entrevista: Constó del tema, los objetivos por los cuales está dirigida la guía de entrevista de la investigación y las respectivas 9 preguntas abiertas que se realizaron al presidente.

Cuestionario de encuesta: compuesto de 13 preguntas que surgieron a partir de los indicadores y dimensiones de las variables de estudio. Las encuestas se aplicaron de manera presencial en la Asociación “Feria Libre”, las cuales fueron llenadas a través de Google Forms y se utilizó el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y Excel para la creación de las tablas y gráficos correspondientes.

Validación y confiabilidad de instrumentos

Las técnicas empleadas previamente contribuyen a la base fundamental para garantizar el éxito en la recopilación de datos confiables relacionados al tema de estudio. Por tal motivo, dichos instrumentos recibieron revisión, correcciones y validación por parte de docente tutor de la tesis, el Ab. Isauro Domo Mendoza, quien, durante su trayectoria profesional, es una persona que conoce sobre temas de estudios de mercado, analizando la competencia y los cambios trascendentales que caracterizan el entorno empresarial contemporáneo. Luego de la revisión del docente tutor, los instrumentos de las encuestas y entrevista fueron validados por el Ing. Divar Castro Loor, Mgs. Por otro lado, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento y se pudo verificar que los ítems representaban a las variables de estudio.

Tabla 3 *Coeficiente Alfa de Cronbach*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,729	13

Nota: El alfa Cronbach muestra un valor superior a 0.7, por lo que se confirma la fiabilidad del cuestionario

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de los resultados de las entrevistas

La entrevista estuvo dirigida al señor presidente de la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”, quien expresó lo siguiente con respecto a la creación de una guardería en beneficio de la Asociación:

1. ¿Considera usted que es importante la implementación del servicio de guardería dentro de la asociación a beneficio de los socios?

El presidente considera fundamental la implementación del servicio de guardería, argumentando desde su experiencia directiva que existe una problemática evidente en la conciliación trabajo-familia que afecta la productividad de los socios. Menciona haber observado situaciones de riesgo donde los niños se encuentran expuestos en el área comercial, así como interrupciones laborales frecuentes por emergencias familiares. El presidente destaca que la guardería no solo resolvería un problema social, sino que también generaría beneficios económicos al permitir que los padres se concentren completamente en sus actividades comerciales. Su visión integral del proyecto como fortalecedor de la comunidad y generador de oportunidades comerciales refleja un liderazgo comprometido con el bienestar de los asociados y el crecimiento sostenible de la organización.

2. ¿Se justificaría dentro del contexto económico poner en marcha la guardería con todos los servicios que ésta necesita en la actualidad?

El presidente justifica la viabilidad económica del proyecto desde una perspectiva pragmática y estratégica, considerando tanto los recursos disponibles como los beneficios financieros a largo plazo. Su argumentación revela una visión empresarial que reconoce la guardería no solo como un gasto, sino como una inversión que puede generar ingresos recurrentes para la asociación a través de las cuotas de los usuarios. El presidente ya ha identificado que los socios ya invierten en servicios de cuidado infantil externos, lo que representa una demanda existente que podría ser capitalizada internamente. Su enfoque de autofinanciamiento para el fortalecimiento institucional refleja una mentalidad sostenible y una comprensión clara de los beneficios económicos bidireccionales del proyecto.

3. ¿La asociación cuenta actualmente con un espacio físico que pudiera utilizarlo como guardería? ¿Qué características tiene este espacio?

El presidente menciona que sí existe espacio físico disponible, específicamente de dos posibles lugares, el primero es colocarlo como segundo piso de unos 120 metros cuadrados aproximadamente a un costado de la asociación, y el segundo en el otro extremo donde cuenta con más metros cuadrados que el primero. La ventaja de estos espacios es que están separados del área comercial principal, lo que garantiza tranquilidad para los niños, pero a la vez está lo suficientemente cerca para que los padres puedan acceder con facilidad; tienen entradas directas al patio central de la asociación y cuenta con facilidades para los servicios básicos de agua y electricidad. Esta descripción refleja una evaluación previa seria de la infraestructura existente y las posibilidades de adaptación.

4. ¿Qué impacto cree que tendría la implementación de una guardería en la productividad y calidad de vida de los comerciantes asociados?

El presidente menciona que impactaría de forma positiva y se reflejaría en múltiples aspectos, en cuanto a la productividad los socios podrían dedicar su atención completa a la atención al cliente y las ventas, sin las constantes interrupciones que actualmente tienen por tener que cuidar a sus hijos mientras trabajan. En cuanto a la calidad de vida, sería un cambio radical. Muchos socios experimentan estrés por las mañanas debido a que deben organizar el cuidado de sus hijos, o llegan preocupados porque saben que sus niños han estado expuestos a un ambiente no apropiado para ellos. Su visión trasciende los beneficios inmediatos al considerar el fortalecimiento del vínculo institucional y la estabilidad laboral, mostrando cómo un servicio social puede generar beneficios organizacionales a largo plazo, incluyendo mayor compromiso y permanencia de los asociados.

5. ¿Cuáles considera que serían los principales desafíos para implementar y mantener funcionando adecuadamente una guardería dentro de la asociación?

El presidente comenta que el primer desafío es que la totalidad de los socios esté de acuerdo con esta iniciativa y que lo vean como un beneficio para todos, otro desafío es el financiero, para el cual se necesita una inversión inicial considerable para preparar el espacio, comprar mobiliario especializado, juguetes educativos y equipos de seguridad. Además, los costos operativos mensuales incluyen salarios del personal especializado, servicios básicos, alimentación y materiales, lo que requiere un flujo de caja estable. Otro desafío es encontrar y mantener personal calificado, la rotación de personal en este sector es alta, y mantener un equipo estable es crucial. El presidente muestra liderazgo al reconocer que algunos desafíos

requerirán reestructuración interna de responsabilidades directivas, mostrando disposición a adaptar la organización para garantizar el funcionamiento adecuado del nuevo servicio.

6. ¿Cómo cree que la implementación de una guardería cambiaría las dinámicas laborales y familiares de los comerciantes?

El presidente en el aspecto laboral muestra cierta empatía en las realidades específicas de su comunidad, como la situación de las madres solteras y las limitaciones que enfrentan las familias para maximizar sus ingresos debido a las responsabilidades de cuidado infantil. En el aspecto familiar, considera que reduciría enormemente el estrés y la culpa que sienten muchos padres por traer a sus hijos al ambiente comercial. Por esta razón, los niños tendrían un espacio apropiado para su desarrollo, con actividades educativas y socialización con otros niños de su edad, en lugar de estar sentados con sus padres o corriendo entre los negocios. Por último, esto permitiría que los padres puedan planificar mejor sus actividades familiares fuera del horario laboral, porque sabrían que, durante las horas de trabajo, sus hijos estarán bien atendidos.

7. ¿Estaría dispuesta la directiva de la asociación a apoyar la iniciativa y destinar recursos económicos para la implementación de este proyecto?

El presidente de la asociación manifiesta que sí, lo puede afirmar porque ya se ha discutido este tema en alguna reunión de directiva. Como junta, se ha identificado que esta es una de las necesidades importantes de los asociados, y están comprometidos a hacer que este proyecto sea una realidad. La directiva está dispuesta a destinar parte de los fondos de reserva para la adecuación del espacio y la compra del equipamiento inicial. Su visión de la guardería como herramienta de crecimiento organizacional evidencia una perspectiva de desarrollo institucional que va más allá del beneficio inmediato para los socios actuales. El presidente considera que, combinando responsabilidad social con viabilidad económica, fortalecerá la asociación a largo plazo, lo que refleja liderazgo visionario y compromiso con el desarrollo sostenible de la organización.

8. ¿Qué mecanismos de financiamiento considera viables para la implementación y sostenibilidad de la guardería? ¿Existe la posibilidad de alianzas con instituciones públicas o privadas?

El presidente expone métodos para viabilizar la guardería. Se podrían analizar varias opciones de financiamiento. Como alternativa principal, contemplar un modelo mixto donde la asociación aporta la inversión inicial y luego el servicio se autofinancia a través de las cuotas

mensuales de los usuarios. Se calcula que con una tarifa accesible puede cubrir los gastos operativos y generar un pequeño excedente para mantenimiento y mejoras. En cuanto a alianzas, podrían tomar en cuenta a los programas Creciendo con Nuestros Hijos (CNH) o Centros Integrales del Buen Vivir, que resultarán de apoyo para centros de desarrollo infantil comunitarios. Asimismo, se considera la posibilidad de establecer convenios con instituciones educativas locales para que lleguen pasantes de carreras como Parvularia o Educación Básica, así se ayudaría a reducir costos de personal hasta contar con una estabilidad.

9. ¿De qué manera la implementación de este proyecto podría fortalecer la imagen, cohesión y crecimiento de la asociación "Feria Libre"?

El presidente comenta que esto, en términos de imagen, posicionaría a la Asociación como una organización innovadora y socialmente responsable en la localidad. Sería la primera asociación comercial del cantón en ofrecer este tipo de servicio integral a los socios, lo que daría un reconocimiento importante ante las autoridades locales y la comunidad en general. Esto mejoraría la reputación y abriría puertas para futuros proyectos y colaboraciones. Los socios se sentirían más unidos porque estarían compartiendo no solo un espacio comercial, sino también la crianza y cuidado de sus hijos, creando lazos más profundos entre las familias. Las reuniones de padres, actividades infantiles y eventos familiares serían oportunidades adicionales para fortalecer estas relaciones.

Para el crecimiento, atraería nuevos comerciantes que buscan este tipo de beneficios para sus familias, también en un futuro podría expandir el servicio a comerciantes de otros mercados aledaños a la zona, generando ingresos adicionales. Por último, se posicionaría mejor para acceder a fondos o apoyo del gobierno con programas de desarrollo empresarial.

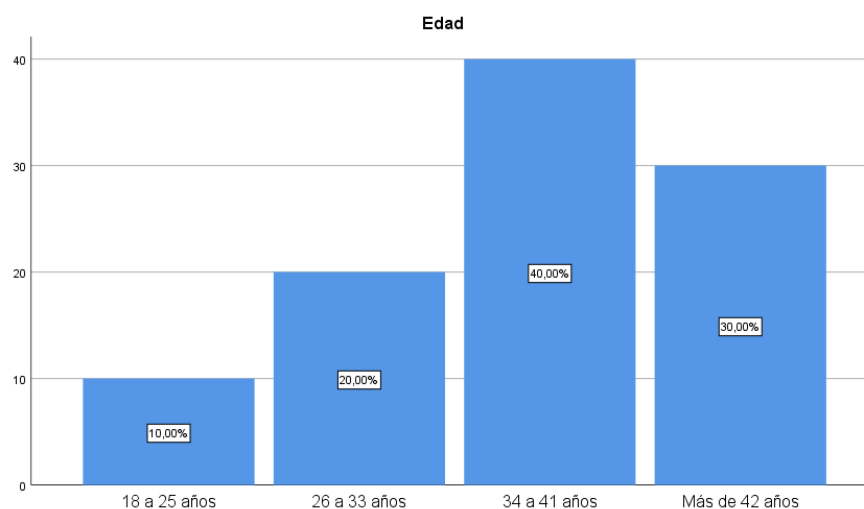
Análisis de los resultados de las encuestas

Tabla 4 Edad

Edad		
	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	12	10,0
26 a 33 años	24	20,0
34 a 41 años	48	40,0
Más de 42 años	36	30,0
Total	120	100,0

Notas: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación.

Gráfica 1 Edad



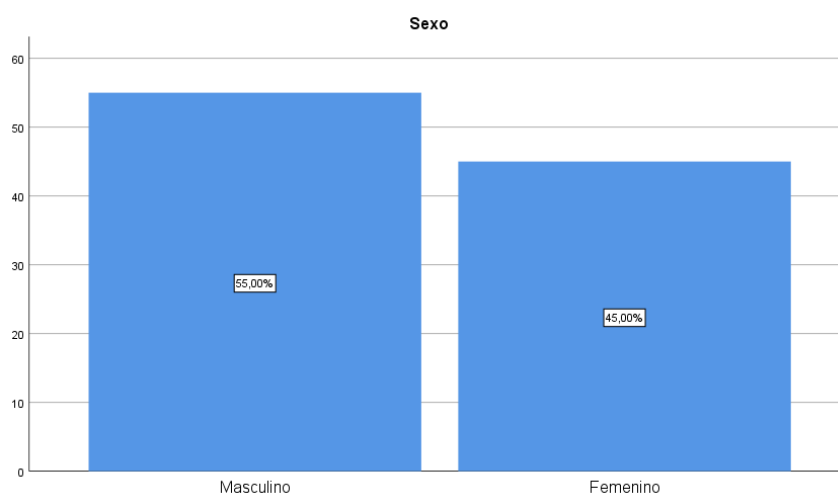
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: El grupo predominante corresponde a comerciantes de 34 a 41 años, seguido por aquellos de más de 42 años. Esto significa que la gran mayoría de los encuestados tiene más de 34 años, lo cual sugiere que muchos podrían tener hijos en edad de requerir servicios de guardería.

Tabla 5 Sexo

Sexo		
	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	66	55,0
Femenino	54	45,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 2 Sexo

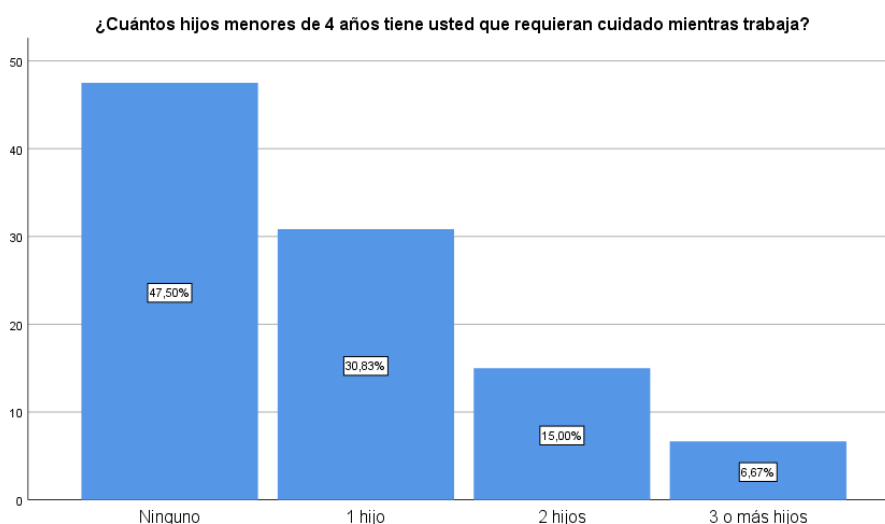
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan una distribución relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, con más de la mitad de los comerciantes masculinos y el restante de sexo femenino. La presencia importante de mujeres, quienes tradicionalmente asumen mayor responsabilidad en el cuidado infantil, representa un mercado potencial directo para el servicio. Además, la participación de ambos sexos sugiere que muchas familias podrían tener a ambos padres trabajando en la asociación, lo que incrementaría la demanda del servicio de cuidado infantil.

Tabla 6 Número de hijos

¿Cuántos hijos menores de 4 años tiene usted que requieran cuidado mientras trabaja?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	57	47,5
1 hijo	37	30,8
2 hijos	18	15,0
3 o más hijos	8	6,7
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 3 Número de hijos

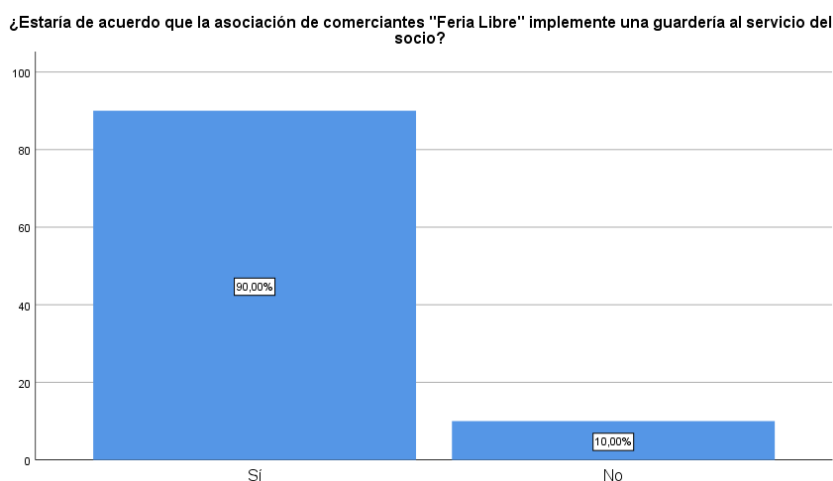
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados muestran una leve mayoría de los comerciantes encuestados tienen hijos menores de 4 años que requieren cuidado mientras trabajan, siendo los colaboradores que tienen 1 hijo con mayor porcentaje. Aunque una parte considerable no tiene hijos menores de 4 años actualmente, la demanda identificada de más de la mitad de los encuestados representa un mercado objetivo considerable para el proyecto de guardería.

Tabla 7 Implementación de guardería

¿Estaría de acuerdo que la asociación de comerciantes "Feria Libre" implemente una guardería al servicio del socio?		
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	108	90,0
No	12	10,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 4 Implementación de guardería

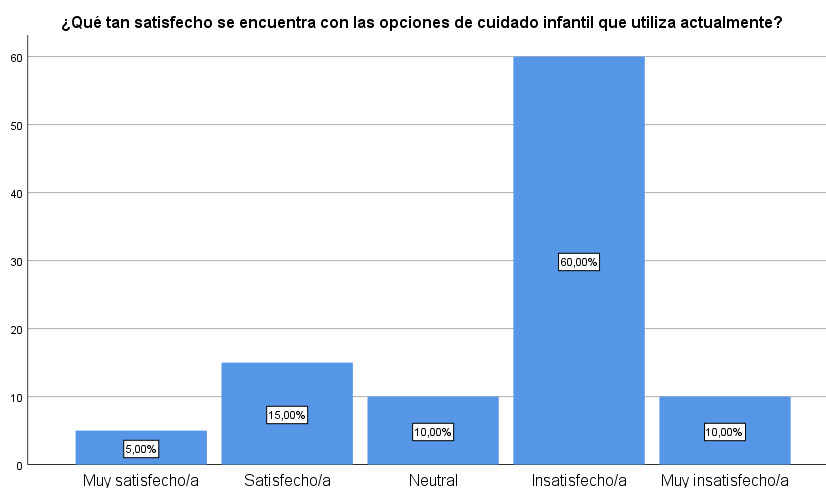
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan una aceptación extraordinariamente alta del proyecto, manifestando su acuerdo con que la asociación "Feria Libre" implemente una guardería al servicio de los socios. Solo una décima parte expresó desacuerdo con la propuesta. Esta abrumadora mayoría a favor del proyecto demuestra no solo la necesidad percibida del servicio, sino también el respaldo y apoyo de la comunidad comercial hacia la iniciativa. El alto nivel de aceptación sugiere que el proyecto tendría una recepción favorable y potencial éxito en su implementación, ya que cuenta con el consenso de prácticamente toda la asociación de comerciantes.

Tabla 8 Satisfacción de otras guarderías

¿Qué tan satisfecho se encuentra con las opciones de cuidado infantil que utiliza actualmente?		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho/a	6	5,0
Satisfecho/a	18	15,0
Neutral	12	10,0
Insatisfecho/a	72	60,0
Muy insatisfecho/a	12	10,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 5 Satisfacción de otras guarderías

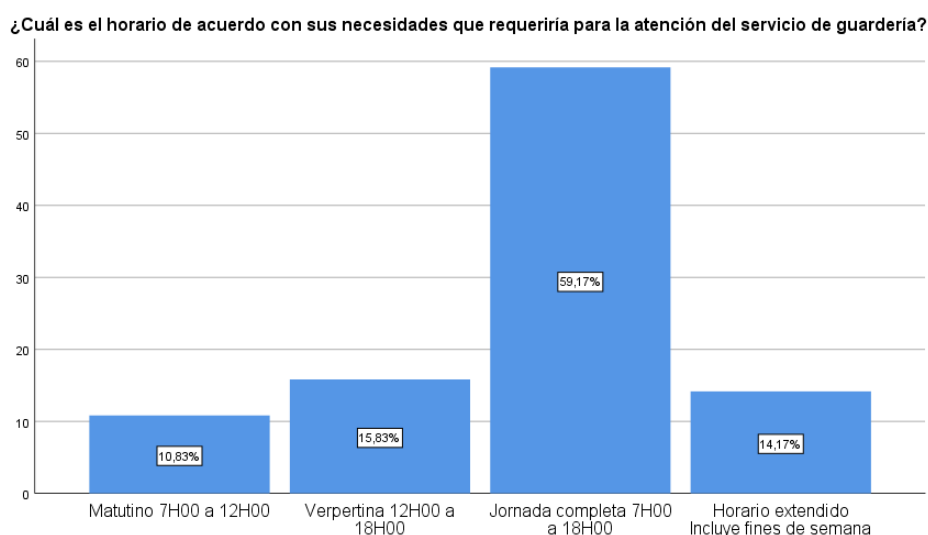
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados evidencian un alto nivel de insatisfacción con las opciones de cuidado infantil disponibles actualmente, ya que una amplia mayoría de los encuestados se encuentra insatisfecho o muy insatisfecho con los servicios existentes. Solo un pequeño segmento expresó algún grado de satisfacción, mientras el resto se mantuvo neutral. El elevado nivel de insatisfacción con las alternativas actuales de cuidado infantil indica una demanda no satisfactoria en el mercado local.

Tabla 9 Horario de atención

¿Cuál es el horario de acuerdo con sus necesidades que requeriría para la atención del servicio de guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Matutino (7:00 a 12:00)	13	10,8
Vespertina (12:00 a 18:00)	19	15,8
Jornada completa (7:00 a 18:00)	71	59,2
Horario extendido (Incluye fines de semana)	17	14,2
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 6 Horario de atención

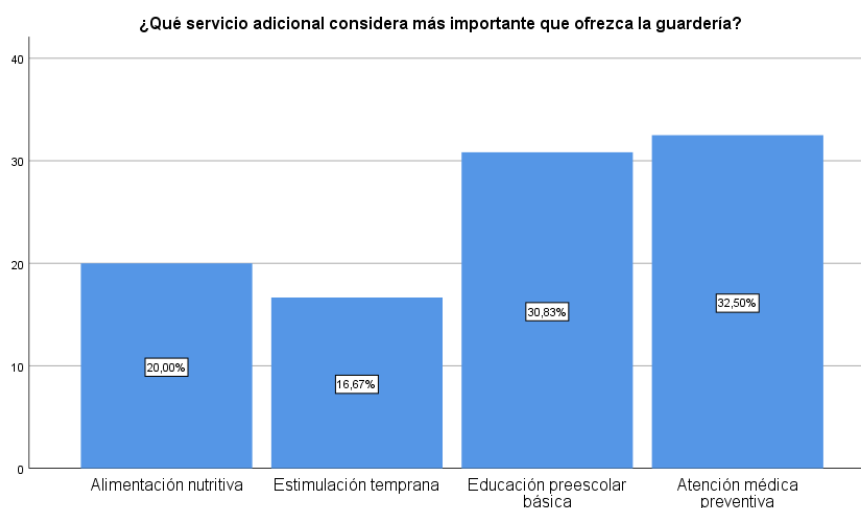
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados demuestran una clara preferencia por horarios amplios de atención, requiriendo una jornada completa de 7:00 a 18:00 horas para el servicio de guardería. Adicionalmente, una parte limitada de los encuestados necesita un horario extendido que incluya fines de semana. Estos datos indican que la mayoría de los comerciantes requiere un servicio de guardería de jornada completa que se alinee con sus extensas horas de trabajo en la asociación, lo que implica que el proyecto debe contemplar un horario amplio y flexible para satisfacer las necesidades laborales de los socios.

Tabla 10 Servicio adicional

¿Qué servicio adicional considera más importante que ofrezca la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación nutritiva	24	20,0
Estimulación temprana	20	16,7
Educación preescolar básica	37	30,8
Atención médica preventiva	39	32,5
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 7 Servicio adicional

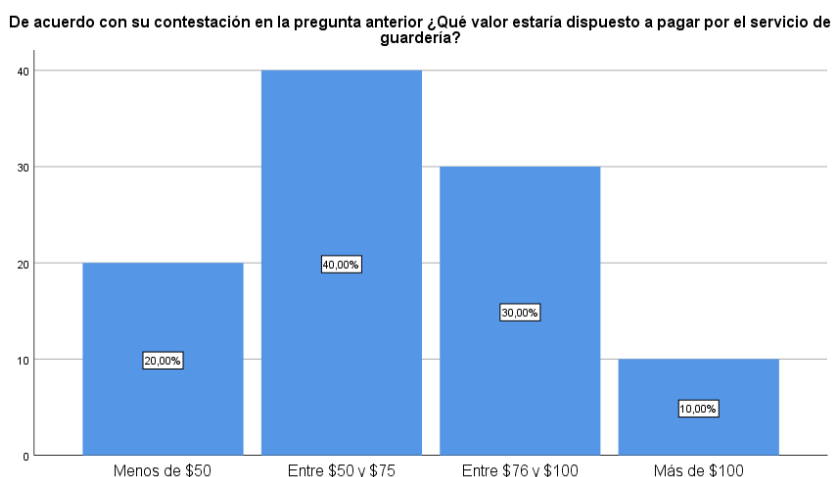
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan que los comerciantes priorizan servicios complementarios orientados al desarrollo integral y bienestar de sus hijos. La atención médica preventiva emerge como el servicio más valorado, seguido por la educación preescolar básica, lo que indica que una parte ligeramente superior de los padres busca servicios que combinen cuidado, salud y educación temprana. La alimentación nutritiva y la estimulación temprana alcanzan un porcentaje considerable. Estos datos sugieren que los comerciantes no solo buscan un servicio de cuidado básico, sino una propuesta integral que incluya componentes educativos y de salud preventiva, lo que posiciona al proyecto de guardería como una oportunidad para ofrecer un servicio diferenciado y de mayor valor agregado.

Tabla 11 Valor dispuesto a pagar

De acuerdo con su contestación en la pregunta anterior ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$50	24	20,0
Entre \$50 y \$75	48	40,0
Entre \$76 y \$100	36	30,0
Más de \$100	12	10,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 8 Valor dispuesto a pagar

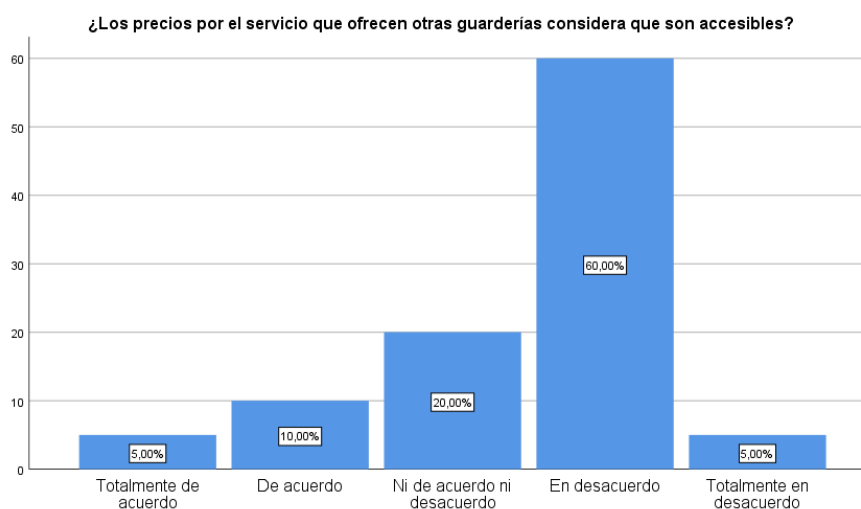
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados muestran que los comerciantes tienen una disposición de pago moderada para el servicio de guardería, con la mayor concentración en el rango de \$50 a \$75. Le sigue entre \$76 y \$100 que están dispuestos a pagar, mientras que el restante prefiere un costo menor a \$50. La minoría pagaría más de \$100 por el servicio. Estos datos indican que una clara mayoría de los potenciales usuarios se encuentra en un rango de pago de \$50 a \$100, sugiriendo que el proyecto debe estructurar una propuesta de precios accesible que se ajuste a la capacidad económica de los comerciantes.

Tabla 12 Precios de guarderías

¿Los precios por el servicio que ofrecen otras guarderías considera que son accesibles?		
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	5,0
De acuerdo	12	10,0
Ni de acuerdo ni desacuerdo	24	20,0
En desacuerdo	72	60,0
Totalmente en desacuerdo	6	5,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 9 Precios de guarderías

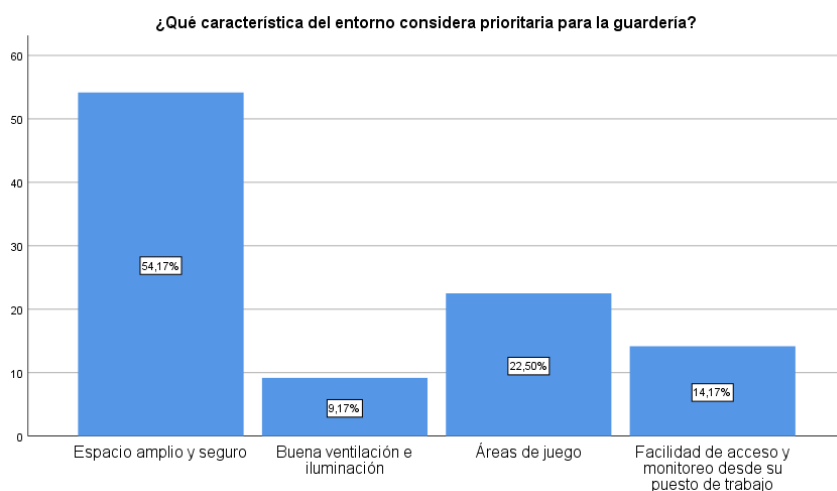
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre la accesibilidad de los precios de las guarderías existentes, expresando desacuerdo respecto a que los costos actuales sean accesibles. Solo una fracción reducida considera que los precios son accesibles. Esta percepción de precios elevados en el mercado actual representa una ventaja competitiva para el proyecto de guardería de la Asociación. Los datos confirman la necesidad de desarrollar una propuesta de valor que ofrezca calidad a precios competitivos, aprovechando la insatisfacción generalizada con los costos de los servicios existentes en el mercado local.

Tabla 13 Características del entorno

¿Qué característica del entorno considera prioritaria para la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Espacio amplio y seguro	65	54,2
Buena ventilación e iluminación	11	9,2
Áreas de juego	27	22,5
Facilidad de acceso y monitoreo desde su puesto de trabajo	17	14,2
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 10 Características del entorno

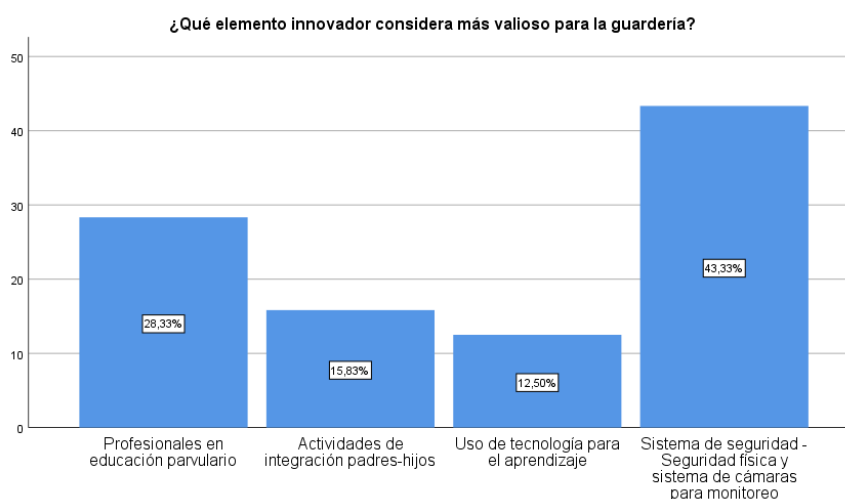
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados indican que la seguridad y amplitud del espacio constituyen la prioridad absoluta para los comerciantes como la característica más importante para la guardería. Las áreas de juego representan la segunda prioridad. Estos datos revelan que los padres comerciantes priorizan fundamentalmente la protección y el bienestar físico de sus hijos, seguido por espacios recreativos adecuados. La relativa baja valoración del monitoreo desde el puesto de trabajo sugiere confianza en el servicio propuesto, mientras que el énfasis en seguridad y amplitud debe ser considerado como requisito fundamental en el diseño de las instalaciones.

Tabla 14 *Elemento innovador*

¿Qué elemento innovador considera más valioso para la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Profesionales en educación parvulario	34	28,3
Actividades de integración padres-hijos	19	15,8
Uso de tecnología para el aprendizaje	15	12,5
Sistema de seguridad - Seguridad física y sistema de cámaras para monitoreo	52	43,3
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 11 *Elemento innovador*

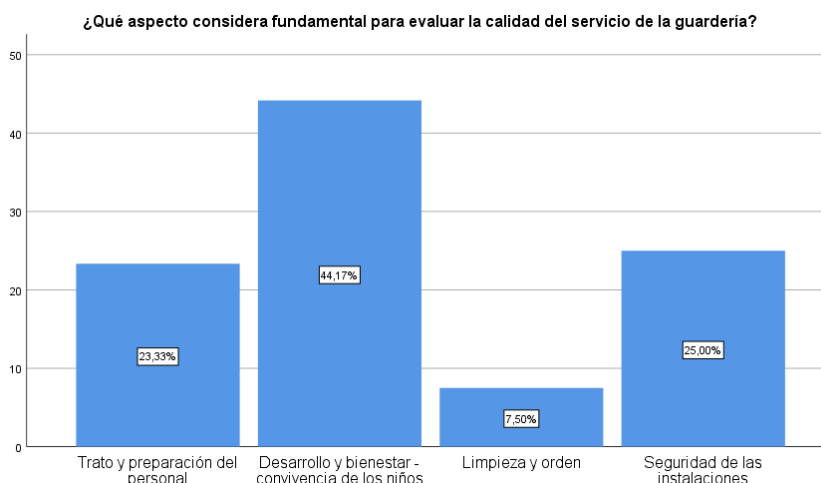
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados demuestran que la seguridad constituye la innovación más valorada por los comerciantes, priorizando el sistema de seguridad física y cámaras para monitoreo como elemento diferenciador más importante. Los profesionales en educación parvularia representan la segunda prioridad lo que indica que la gran mayoría de los encuestados valora aspectos relacionados con seguridad y calidad educativa profesional. Estos datos revelan que los padres buscan principalmente tranquilidad y confianza a través de sistemas de monitoreo y personal calificado, lo que sugiere que la propuesta debe enfocarse en generar credibilidad mediante seguridad visible y profesionalismo educativo.

Tabla 15 *Evaluación de calidad*

¿Qué aspecto considera fundamental para evaluar la calidad del servicio de la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Trato y preparación del personal	28	23,3
Desarrollo y bienestar - convivencia de los niños	53	44,2
Limpieza y orden	9	7,5
Seguridad de las instalaciones	30	25,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 12 *Evaluación de calidad*

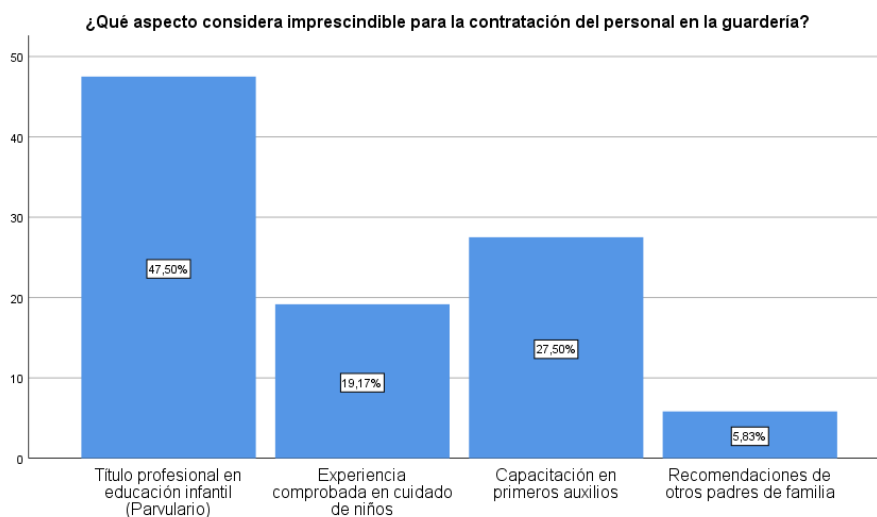
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan que el desarrollo y bienestar infantil constituye el criterio principal para evaluar la calidad del servicio, siendo la convivencia entre los niños un aspecto fundamental, es decir, cómo es su desarrollo compartiendo con otros infantes. La seguridad de las instalaciones representa la segunda prioridad. Estos datos indican que los padres comerciantes evalúan la calidad del servicio principalmente a través del impacto positivo en sus hijos, priorizando el ambiente social y emocional que propicie su desarrollo integral.

Tabla 16 *Contratación de personal*

¿Qué aspecto considera imprescindible para la contratación del personal en la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Título profesional en educación infantil (Parvulario)	57	47,5
Experiencia comprobada en cuidado de niños	23	19,2
Capacitación en primeros auxilios	33	27,5
Recomendaciones de otros padres de familia	7	5,8
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 13 *Contratación de personal*

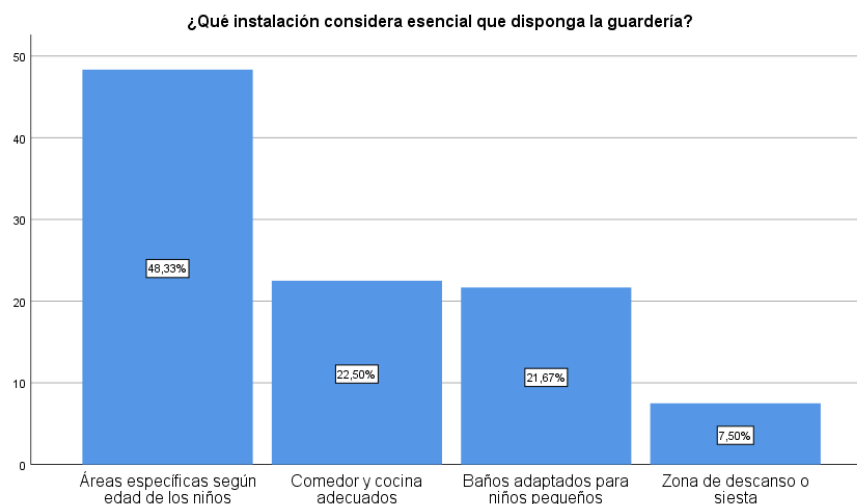
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados evidencian una clara preferencia por la formación académica especializada, considerando imprescindible que el personal cuente con título profesional en educación infantil. La capacitación en primeros auxilios representa la segunda prioridad, le sigue la experiencia comprobada en cuidado de niños. Estos datos revelan que los comerciantes priorizan la preparación técnica y profesional del personal por encima de referencias personales o experiencia empírica.

Tabla 17 Implementación de la instalación

¿Qué instalación considera esencial que disponga la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Áreas específicas según edad de los niños	58	48,3
Comedor y cocina adecuados	27	22,5
Baños adaptados para niños pequeños	26	21,7
Zona de descanso o siesta	9	7,5
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 14 Implementación de la instalación

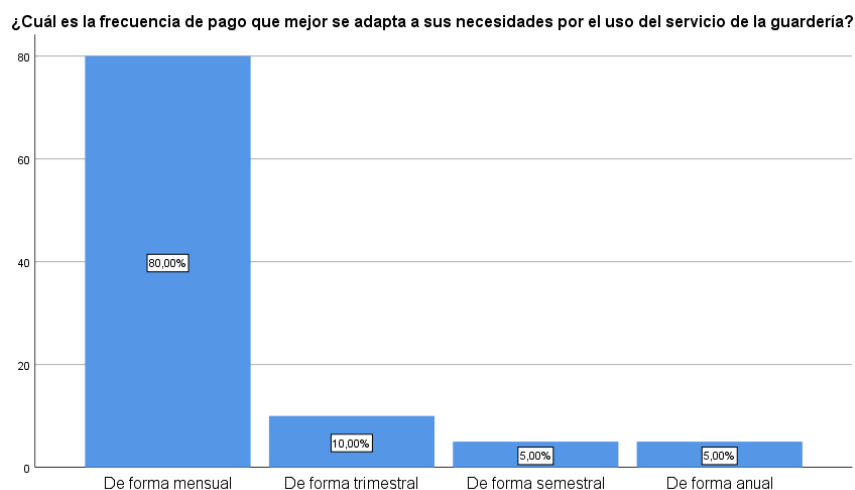
Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados demuestran que las áreas específicas según la edad de los niños constituyen la prioridad principal en el diseño de instalaciones. Las facilidades alimentarias representan la segunda necesidad requiriendo comedor y cocina adecuados, seguido muy de cerca por los baños adaptados para niños pequeños. Estos datos muestran la importancia de atender las necesidades específicas de desarrollo según la edad, priorizando espacios diferenciados que permitan actividades apropiadas para cada grupo por su edad.

Tabla 18 *Frecuencia de pago*

¿Cuál es la frecuencia de pago que mejor se adapta a sus necesidades por el uso del servicio de la guardería?		
	Frecuencia	Porcentaje
De forma mensual	96	80,0
De forma trimestral	12	10,0
De forma semestral	6	5,0
De forma anual	6	5,0
Total	120	100,0

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Gráfica 15 *Frecuencia de pago*

Nota: Respuestas otorgadas por los comerciantes de la Asociación

Análisis: Los resultados revelan una preferencia abrumadora por el pago mensual, considerando esta modalidad como la que mejor se adapta a sus necesidades para el uso del servicio de guardería. La marcada preferencia por el pago mensual refleja la necesidad de los comerciantes de mantener un flujo de caja manejable y predecible, alineado con sus ingresos periódicos de las actividades comerciales en la asociación. La baja aceptación de las otras frecuencias de pagos sugiere limitaciones de liquidez, lo que indica que el proyecto debe estructurar su modelo de cobro principalmente sobre una base mensual para maximizar la accesibilidad y aceptación del servicio.

Discusión

- Los resultados de este estudio evidencian una demanda significativa con un 90% de aceptación por la implementación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", lo que coincide con los hallazgos de Huezo, Luisa y Sánchez (2023) en su investigación en El Salvador, donde la creación de guarderías en entornos laborales redujo el ausentismo y mejoró la productividad de los trabajadores. Además, la insatisfacción del 70% de los encuestados con las opciones actuales de cuidado infantil refleja una brecha en el mercado similar a la identificada por los autores, donde las limitadas opciones de guarderías accesibles obligaban a las familias a recurrir a cuidadores informales. Estos datos confirman que el proyecto no solo responde a una necesidad social urgente, sino que también capitaliza una oportunidad de mercado no atendida.
- Por otro lado, un desafío crítico es la percepción de accesibilidad económica. El 65% de los encuestados consideró que los precios de las guarderías existentes son elevados, lo que coincide con las barreras identificadas por Regalado y Silva (2017) en poblaciones de ingresos medios. Esto muestra la necesidad de un modelo financiero sostenible, posiblemente con alianzas públicas, como sugirieron los autores al proponer colaboraciones con programas sociales.
- En cuanto a las preferencias de los usuarios, los datos revelan que los comerciantes valoran servicios como atención médica preventiva con el 32% y educación preescolar con 30%, lo cual coincide con las conclusiones de Viveros y Corral (2022) en Ecuador, quienes enfatizaron que los centros infantiles deben combinar cuidado, salud y educación para ser competitivos. Asimismo, los horarios que prefieren son de tiempo completo, la disposición a pagar entre \$50 y \$100 mensuales los cuales representan el 70% de los encuestados. Sin embargo, el desafío financiero señalado por el presidente de la asociación, similar a los obstáculos descritos por los autores sugiere la necesidad de un modelo mixto que combine cuotas de usuarios y alianzas públicas.

Propuesta

Descripción de la idea de negocio.

"Feli Kids Center" es un centro de cuidado infantil sin fines de lucro, ubicado dentro de la Asociación "Feria Libre" en el Cantón La Libertad. Ofrecerá servicios de guardería para hijos de comerciantes (0 a 4 años), con horarios flexibles (7:00 a 18:00), alimentación nutritiva, estimulación temprana, educación preescolar básica y atención médica preventiva. El proyecto busca mejorar la productividad de los padres al proporcionar un espacio seguro y educativo para sus hijos.

Justificación

La idea de negocio consiste en la creación de una guardería destinada a los hijos de los socios de la Asociación "Feria Libre" en el Cantón La Libertad. Este servicio busca brindar un espacio seguro, educativo y de calidad para el cuidado infantil durante el horario laboral de los padres, facilitando así la conciliación entre la vida laboral y familiar. La guardería ofrecerá atención integral, incluyendo actividades educativas y de desarrollo emocional, con personal capacitado y un ambiente adecuado para el bienestar de los niños. Esta iniciativa responde a la necesidad identificada en el estudio de mercado, donde se evidenció la demanda insatisfecha de servicios de cuidado infantil accesibles y confiables para los trabajadores de la asociación.

Nombre de la empresa

"Feli-Kids Center" es un nombre estratégicamente diseñado que combina las iniciales Fe y Li (Feria Libre) con la palabra "Kids" y "Center", creando una identidad única que conecta directamente el centro infantil con la Asociación de Comerciantes Minoristas que lo respalda. El componente "Feli" no solo representa esta conexión organizacional, sino que también evoca "felicidad", transmitiendo un ambiente positivo y alegre para los niños. La palabra "Center" aporta profesionalismo y seriedad al proyecto, sugiriendo instalaciones especializadas y servicios estructurados que generan confianza en los padres. Este nombre es memorable, fácil de pronunciar, y crea un fuerte sentido de pertenencia comunitaria entre los socios de la asociación.

Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta fundamental para "Feli Kids Center" debido a que examina todos los factores internos y externos que pueden influir en el éxito de la guardería.

Tabla 19 *Análisis FODA de Feli Kids Center*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Base de clientes garantizada. • Espacio y ubicación estratégica. • Apoyo institucional con directiva dispuesta a financiar parte del proyecto. • Precios competitivos entre \$50 y \$100. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con el MIES o programas públicos. • Enfoque en la primera infancia por el alto índice de desnutrición en la Provincia • Posibilidad de expandir servicios a otros mercados.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de cuotas de los socios. • Alta inversión inicial para su implementación. • Limitación en el personal calificado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de guarderías informales. • Crisis económica en la asociación “Feria Libre”. • Cambios en la política pública.

Nota: Análisis FODA realizado por Steven Rodríguez

Análisis PEST

Político	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos legales: Registro Único de Contribuyentes (RUC), permisos de bomberos y municipales • Cumplimiento de normativas del MIES para centros infantiles • Legalizar la guardería bajo las normativas del SRI y el GAD municipal. • Posibilidad de acceder a programas como "Creciendo con Nuestros Hijos"
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Posible exoneración o beneficios tributarios por ser un servicio social dirigido a comerciantes organizados • Nivel de ingresos variables de los comerciantes minoristas puede afectar la estabilidad de pagos. • Capacidad de pago de las familias comerciantes en función de sus ciclos de ventas

	<ul style="list-style-type: none">• Posibilidad de acceso a microcréditos o fondos para negocios sociales a través de instituciones financieras públicas o privadas
Social	<ul style="list-style-type: none">• Alta necesidad de servicios de cuidado infantil entre familias de comerciantes con horarios extendidos.• Tendencia hacia la búsqueda de servicios especializados que comprendan las dinámicas familiares de comerciantes.• Creciente concientización sobre la importancia del desarrollo infantil temprano en comunidades comerciales.• Necesidad de conciliación entre vida laboral y familiar en el sector comercial informal
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad: 43.3% de padres prioriza cámaras de vigilancia.• Software para control de asistencia, pagos y comunicaciones con familias• Uso de redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp) para comunicación con padres y promoción de servicios.• Integración de herramientas tecnológicas apropiadas para el desarrollo infantil temprano.
Ecológicos	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de espacios verdes y áreas de juego al aire libre cuando sea posible.• Uso de productos de limpieza y materiales ecológicos apropiados para espacios infantiles• Implementación de prácticas de ahorro de agua y energía como ejemplo educativo

-
- Promoción de hábitos ambientalmente responsables desde la primera infancia.
-
- Contratación de personal con títulos habilitantes en educación inicial, parvularia o afines
 - Registro ante el IESS de todo el personal y cobertura de riesgos laborales específicos del sector
- Legal**
- Registro y seguimiento de vacunación y controles médicos de los niños atendidos
 - Cumplimiento de normativas de infraestructura: salidas de emergencia, sistemas contra incendios, espacios mínimos por niño.
-

Nota: Análisis PESTEL elaborado por Steven Rodríguez

Filosofía empresarial

Misión

Brindar un servicio integral de cuidado y desarrollo infantil de calidad a los hijos de los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Feria Libre", ofreciendo un ambiente seguro, estimulante y amoroso que permita a las familias comerciantes desarrollar sus actividades laborales con tranquilidad, mientras sus hijos reciben atención especializada, educación temprana y valores comunitarios que fortalezcan su desarrollo integral y el tejido social de la comunidad comercial.

Visión

Ser reconocido en un plazo de cinco años como el modelo de referencia en servicios de cuidado infantil comunitario, siendo un centro de desarrollo integral que habrá contribuido significativamente al bienestar familiar y al fortalecimiento del tejido social de la Asociación "Feria Libre", expandiendo sus servicios para beneficiar a múltiples generaciones de familias comerciantes, consolidándose como un pilar fundamental del desarrollo social y económico sostenible de nuestra comunidad.

Valores

Feli Kids Center fundamenta su trabajo en valores sólidos que reflejan el espíritu comunitario de la Asociación "Feria Libre". Nuestra **solidaridad** nos lleva a trabajar unidos como una gran familia, apoyándonos mutuamente para el bienestar común de nuestros niños y familias comerciantes. Mantenemos un **compromiso** inquebrantable con la calidad, ofreciendo servicios de excelencia que superen las expectativas de las familias, con personal capacitado e instalaciones adecuadas para el desarrollo infantil. Fortalecemos el sentido de comunidad entre las familias de comerciantes, creando una red de apoyo sólida y duradera que trasciende el servicio de guardería. Operamos con total **transparencia** en el manejo de nuestros recursos y actividades hacia los socios y la comunidad, mientras que nuestro amor por los niños se manifiesta en el trato cariñoso, respetuoso y dedicado que cada menor recibe, reconociendo su individualidad y potencial único. Asumimos nuestra **responsabilidad social** contribuyendo al desarrollo integral de la comunidad a través de nuestro servicio sin fines de lucro, manteniendo una actitud de innovación constante para encontrar mejores formas de servir a nuestras familias y adaptarnos a sus necesidades cambiantes, todo ello respaldado por un compromiso inquebrantable con el bienestar de los niños y el éxito de las familias comerciantes.

Logo

Gráfica 16 *Logo de Feli Kids Center*



Nota: Logo de Feli Kids Center elaborado por Steven Rodríguez

Eslogan

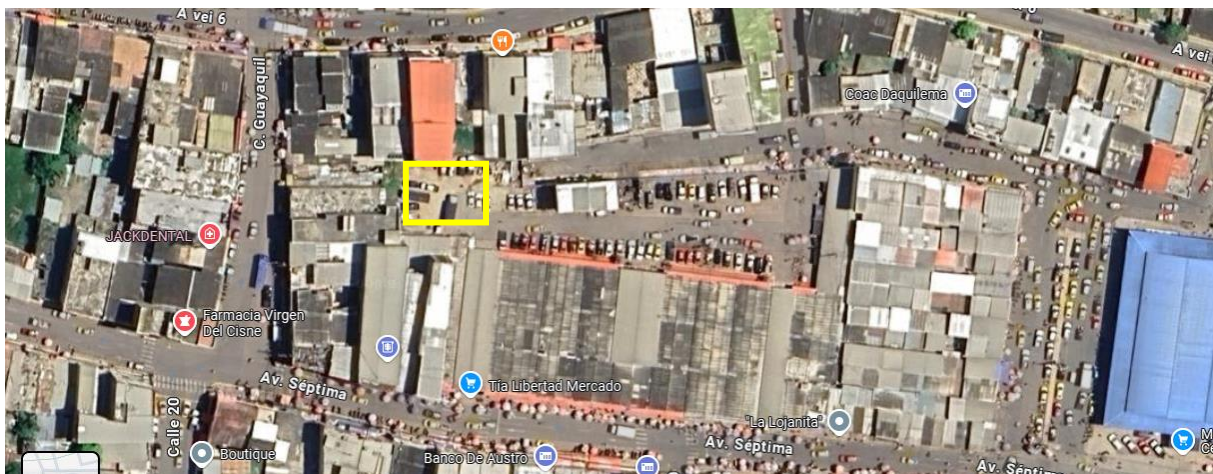
"Segundos padres, primeros en cuidado"

El slogan es una promesa poderosa que equilibra humildad y excelencia, reconociendo que los padres biológicos siempre serán la prioridad número uno mientras garantiza que el nivel de cuidado profesional será de primera calidad. Esta frase transmite a las familias de los comerciantes que sus hijos no solo recibirán atención básica, sino amor parental genuino combinado con expertise profesional, generando la tranquilidad necesaria para que puedan concentrarse en sus actividades laborales sabiendo que sus pequeños están en manos de personas que los cuidarán como si fueran propios.

Ubicación

La guardería “Feli Kids Center” se situaría dentro de la asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre” del cantón La Libertad, en un terreno de unos 120 metros cuadrados aldaño del edificio matriz de la asociación.

Gráfica 17 Ubicación de la guardería



Nota: Ubicación de la guardería

Recursos necesarios

Tipo de recursos

Humanos

- Directora/Coordinadora: 1 persona con título en Educación Inicial o Pedagogía Infantil, que también puede atender un grupo pequeño.
- Educadoras principales: 2 profesionales tituladas en Educación Inicial, una para el grupo de lactantes-maternal (0-2 años) y otra para preescolar (2-4 años)
- Asistente de aula: 1 auxiliar con certificación en cuidado infantil para apoyo general y reemplazo cuando sea necesario

Personal de apoyo (Tiempo parcial)

- Auxiliar de enfermería: 1 persona medio tiempo para atención médica básica
- Psicóloga infantil: 1 profesional por consultoría (2-3 veces por semana) para evaluaciones y apoyo.
- Personal de cocina y limpieza: 1 persona que combine ambas funciones con certificación en manipulación de alimentos.
- Secretaria/Administrativa: La directora puede manejar funciones administrativas o contratar medio tiempo.

Tecnologías

- Computadora: 1 equipo para administración y gestión general
- Tablet educativa: 1 dispositivo con aplicaciones educativas apropiadas para preescolares
- Sistema de sonido: Equipo musical portátil con entrada USB y Bluetooth
- Impresora multifuncional: Para material educativo, informes y comunicaciones
- Precios y servicios preliminares
- Software de gestión básico: Sistema simple para registro de asistencia y comunicación con padres

- Cámaras de seguridad: 2-3 cámaras en áreas comunes principales
- Sistema básico de comunicación: Teléfono fijo y celular institucional
- WhatsApp Business: Para comunicación directa con padres de familia

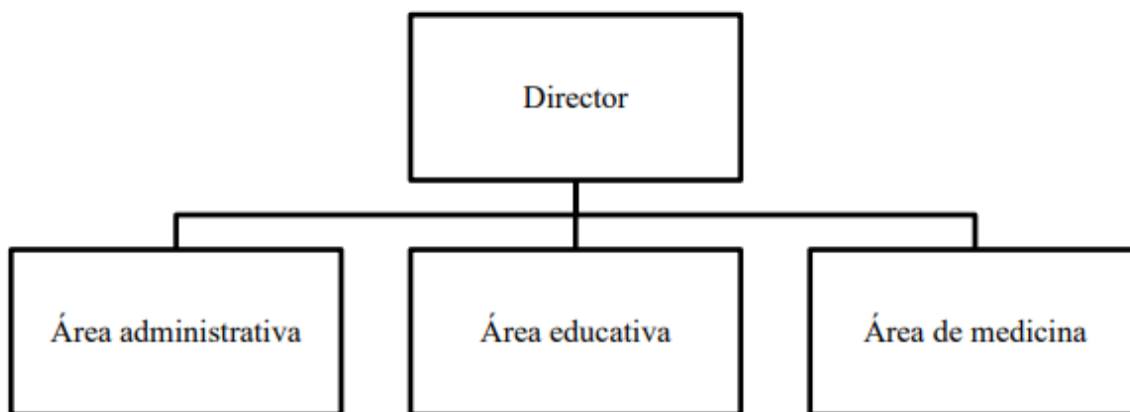
Mobiliario

- Cunas y corralitos: Para lactantes, con certificación de seguridad
- Mesas y sillas adaptadas: Diferentes alturas según grupos de edad
- Estantes bajos: Al alcance de los niños para fomentar autonomía
- Casilleros individuales: Para pertenencias personales de cada niño
- Rincones temáticos: Biblioteca, arte, construcción, juego simbólico
- Comedor infantil: Mesas y sillas apropiadas, fáciles de limpiar

Infraestructura

- 2 Aulas principales: Una para lactantes-maternal (0-2 años) y otra para preescolar (2-4 años)
- Área de usos múltiples: Espacio compartido para comedor, actividades grupales y reuniones
- Cocina básica: Equipada para preparación de alimentos y refrigerios
- Área de cambio y lactancia: Espacio combinado y privado
- Oficina pequeña: Para administración y archivo básico
- Bodega: Para almacenamiento de materiales
- Patio de juegos: Área segura para actividades al aire libre
- Área de juegos básica: Con columpios y resbaladilla apropiados para la edad
- Baños adaptados: Con sanitarios pequeños y facilidades para diferentes edades
- Sistema de agua potable: Con filtros y dispensadores a altura apropiada

Organigrama

Gráfica 18 Organigrama de la guardería

Nota: Propuesta de organigrama

Presupuesto Preliminar**Tabla 20** Capacidad de la guardería

CAPACIDAD	
Niños disponibles según encuesta	63
Total	63
Capacidad aulas 2 - 4 años	20
Número aulas	4
Capacidad aulas 1 año	18
Número aulas	2
Total	166

Nota: Capacidad

Tabla 21 Presupuesto inicial

PRESUPUESTO PARA LA GUARDERÍA		
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Construcción de la guardería	\$ 60	\$ 7200
Instalaciones eléctricas	\$ 800	\$ 800
Instalación sanitaria (2 baños infantiles)	\$ 600	\$ 600
Permisos municipales y sanitarios	\$ 500	\$ 400
Climatización	\$ 85	\$ 340
TOTAL	\$ 2045	\$ 9340

Nota: Presupuesto

Tabla 22 *Inversión inicial*

INVERSIÓN INICIAL	
Construcción y Adecuación	\$ 9.340
Mobiliario y Equipamiento	\$ 4.530
Tecnología y Seguridad	\$ 1.485
Materiales Educativos	\$ 1.680
Accesorios	\$ 1.330
Trámites Legales	\$ 940
Total	\$ 19.305

Nota: Inversión

Tabla 23 *Gastos y Ventas*

GASTOS ADM	
Remuneraciones	\$ 8.500
Servicios básicos	\$ 3.500
Alimentación	\$ 3.480
Arriendo del local	\$ 4.000
Otros gastos operativos	\$ 1.200
TOTAL	\$ 20.680

Nota: Gastos y ventas

Tabla 24 *Ingresos*

INGRESOS POR CUOTAS MENSUALES	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	\$ 20.700,00	\$ 24.300,00	\$ 31.320,00

Nota: Ingreso de la guardería por la cuota mensual de los socios

Tabla 25 *Flujo de caja*

INGRESOS POR VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	\$ 20.700	\$ 24.300,00	\$31.320,00
GASTOS ADM. Y VENTAS			
Remuneraciones	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00
Servicios básicos	\$ 3.500,00	\$ 2.500,00	\$ 4.000
Alimentación	\$ 3.480	\$ 4.240	\$ 5.350
Arriendo del local	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000
Otros gastos operativos	\$ 1.200	\$ 1.000	\$ 1.100
Total gastos de adm. y ventas	\$ 20.680,00	\$ 20.240,00	\$ 22.950,00

Flujo de caja neto	\$ 20.680,00	\$ 20.240,00	\$ 22.950,00
---------------------------	--------------	--------------	--------------

Nota: Flujo de caja

Tabla 26 *Flujo anual*

Desembolso inicial	Flujos anuales		
	Año 1	Año 2	Año 3
\$ -19.305	\$ 20.680,00	\$ 20.240,00	\$ 22.950,00

Nota: Flujo anual

Tabla 27 *Rentabilidad del proyecto*

Tasa de descuento	10%
VAN	\$ 12.785
TIR	12%
PRI	1 años 2 meses

Nota: Rentabilidad

Conclusiones

Se concluye que el desarrollo del estudio de mercado es fundamental para determinar la viabilidad técnica para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas “Feria Libre”, cantón La Libertad. Este estudio proporciona información valiosa sobre la situación actual del cuidado infantil, la demanda real del servicio, y las condiciones económicas y logísticas para su implementación. Al realizar un análisis exhaustivo y diseñar un plan de negocios adecuado, se podrá establecer un centro de cuidado infantil que responda a las necesidades específicas de los comerciantes con hijos menores de 4 años, facilitando la conciliación entre trabajo y familia. Así, la guardería podrá consolidarse como un proyecto sostenible que mejore la calidad de vida de los niños y sus familias, además de contribuir al desarrollo social y económico fortaleciendo así la cohesión comunitaria.

Se analizó el mercado, y una vez determinada la problemática se identificó que los comerciantes de la asociación enfrentan dificultades significativas para conciliar sus responsabilidades laborales con el cuidado de sus hijos menores de 4 años. Los resultados evidenciaron que el 70% de los encuestados se encuentra insatisfecho con las opciones actuales de cuidado infantil disponibles, ya que deben recurrir a familiares como niñeras o parientes cercanos, quienes en muchos casos no pueden brindar la atención adecuada que requieren los infantes. Por esta razón se muestra la viabilidad para la creación de un centro de cuidado infantil que integre servicios de calidad, con horarios amplios que se adapten a las jornadas laborales de los comerciantes, además se considera implementar servicios complementarios como atención médica preventiva y educación preescolar básica para satisfacer las necesidades de desarrollo integral de los niños.

Luego de determinar la oferta y la demanda del mercado que existe en la Asociación, mediante las encuestas aplicadas a 120 comerciantes y la entrevista realizada al presidente de la asociación se pudo evidenciar que existe una demanda significativa, donde el 52.5% de los comerciantes tiene hijos menores de 4 años que requieren cuidado mientras trabajan. El 90% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con la implementación de una guardería en la Asociación, lo cual refleja una necesidad insatisfecha y una aceptación extraordinaria del proyecto. Tomando en cuenta que el 59% de los comerciantes requiere un servicio de jornada completa de 7:00 a 18:00 horas y que el 70% está dispuesto a pagar entre \$50 y \$100 mensuales por el servicio, existe una gran demanda dentro de la localidad y evidencia una oportunidad concreta de inversión social.

Por último, se concluye que es de mucha importancia la propuesta para la creación de una guardería ya que permitió la identificación de factores tanto internos como externos que influyen en el proyecto, dando un valor de VAN de \$12.785 y un TIR de 12%, con un PRI de 1 año 2 meses. Cabe recalcar que a lo largo de esta investigación se pudo evidenciar que la guardería no solo resolverá un problema social urgente, sino que también contribuirá a mejorar la productividad de los comerciantes y fortalecer la cohesión de la asociación, siendo esta la mayor razón para la creación de este establecimiento que beneficiará tanto a los infantes como a sus familias trabajadoras.

Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda realizar un estudio de mercado aún más profundo y actualizado, que contemple no solo la demanda actual, sino también las proyecciones de crecimiento de la población infantil y los cambios en las condiciones laborales de los comerciantes de la Asociación “Feria Libre”. De esta manera, se podrá contar con información precisa y relevante para la correcta planificación y ejecución del proyecto de la guardería.

Por consiguiente, es fundamental que, una vez implementado el proyecto, se lleve a cabo un monitoreo constante de la oferta y la demanda del servicio de cuidado infantil. Esto permitirá ajustar la capacidad y los recursos de la guardería para responder de manera eficiente a las necesidades de los usuarios y evitar tanto la sobreoferta como la insuficiencia de cupos, asegurando así la sostenibilidad y el impacto positivo del centro.

Adicionalmente, se recomienda diseñar estrategias de comunicación y sensibilización dirigidas a los socios y trabajadores de la asociación, con el fin de informar sobre los beneficios del servicio, los requisitos de acceso y los protocolos de seguridad y bienestar infantil. Esto contribuirá a fortalecer la confianza de los padres y a incrementar el uso de la guardería.

Por último, se sugiere que la administración de la guardería mantenga un monitoreo constante del entorno interno y externo, evaluando periódicamente la satisfacción de los usuarios, la calidad del servicio y las tendencias del mercado. De esta forma, el proyecto podrá adaptarse a los cambios en las necesidades de los comerciantes y a las nuevas normativas, consolidándose como un referente de cuidado infantil en el cantón La Libertad y garantizando el bienestar de los niños y la tranquilidad de sus familias.

Referencias

- Alonso Aguilar, N., & Chitiva Acosta, H. Z. (2020). *Las preferencias del consumidor y su relación con los incentivos*. Universidad Piloto de Colombia, Bogotá, Colombia. <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10259>
- Arciniegas Ortiz, J. A., & Mejias Acosta, A. A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 8(1), 26-36. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449852109003>
- Buñay Lluilema, S. J. (2021). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de procesamiento de lácteos en la parroquia Tixán, cantón Alausí, provincia de Chimborazo*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/15911>
- Cardozo Pacheco, L. Á., Taborda Pérez, A. L., Barrios Salguero, A. M., & Cardozo Pacheco, L. Á. (2023). *Trayectorias curriculares de la educación física en Colombia*. [Trabajo de grado de Licenciatura en Educación Física Recreación y Deportes]. Universidad de San Buenaventura., Cartagena. <https://hdl.handle.net/10819/12582>
- Cifuentes, P. (2023). *Cuidado infantil desde el ámbito laboral y educativo: Casos de Chile, Luxemburgo y Noruega*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: https://www.bcn.cl/asesoriasparlamentarias/detalle_documento.html?id=81658
- Código de Trabajo. (2020). *Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Cuenca López, A. D., & Torres, D. E. (2020). Impacto de la inversión en infraestructura sobre la pobreza en Latinoamérica en el período 1996-2016. *Población y Desarrollo*, 26(50), 5-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2020.026.50.005-018>
- De Santos, D. (1990). *Marketing Mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid, España: MAPCAL, S.A.
- Díaz, W. (2021). *Estudio de mercado para la creación de un centro infantil en la Ciudad de Machala*. Universidad Técnica de Machala, Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/17778>
- Distrito del MIES. (2020). *Requisitos para la Autorización del Funcionamiento de Centros de Desarrollo Infantil (CDI) Privados, otorgado por el MIES*. <https://www.arboldemapple.com/requisitos-crear-abrir-centro->

infantil.html?srsId=AfmBOoq1TdHg_LX3H3H0ONRc6hQKG9CnjoUe1V0EjZwB
DONfbmW

- Eggers, F. G., & Brailovsky, A. E. (2018). *Economía*. Ituzaingo: Maipe.
<https://elibro.net/es/ereader/upse/145751>
- ELA; UNICEF. (2023). *Centros de cuidado en empresas: un espacio con el que ganan todos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: <https://ela.org.ar/prensa-gacetillas/centros-de-cuidado-en-empresas-un-espacio-con-el-que-ganan-todos/>
- Escalante-Bourne, T. M., Mackay-Castro, C. R., Escalante-Ramírez, T. A., & Mackay-Véliz, R. A. (2023). El perfil del consumidor en época postpandemia. *Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR*, 6(11), 32-48.
<https://doi.org/https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/110>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF]; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2024). *Global report on early childhood care and education: the right to a strong foundation*. UNESCO.
<https://doi.org/10.54675/fwqa2113>
- González Guale, N. (2022). *Estudio de mercado para la creación de una boutique en el cantón La Libertad, año 2022*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8752/1/UPSE-TAE2022-0076.pdf>
- Hein, C., & Cassirer, N. (2010). *Soluciones para el cuidado infantil en el lugar de trabajo*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@travail/documents/publication/wcms_151190.pdf
- Hidalgo, J. (2017). *Idea, producto y negocio*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- Hinojo Lucena, F. J., Aznar Díaz, I., & Romero Rodríguez, J. M. (2020). Factor humano en la productividad empresarial: un enfoque desde el análisis de las competencias transversales. *Innovar*, 30(76), 51-62.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85194>
- Huacanez Chapi, V. F. (2021). *Estudio de mercado para la distribución de productos agroindustriales de comercio justo de la Fundación Maquita en la ciudad de Riobamba*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
<https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14709>
- Huezo, C., Luisa, G., & Sánchez, T. (2023). *Estudio de factibilidad para la implementación de una guardería para los hijos de los empleados del comando de apoyo logístico de la Fuerza Armada Gral. E Ing. José María Peralta Lagos, ubicado en la ciudad de San Salvador*. Universidad de El Salvador, San Salvador.
- Iglesias Prada, M. Á., Tejedo Sanz, J., & Meseguer Galán, P. (2022). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. Macmillan Iberia S.A.

- Krugman, P., Wells, R., & Graddy, K. (2020). *Fundamentos de la Economía*. Editorial Reverté.
- León, K. (2019). Proyecto de prefactibilidad para la creación de un centro infantil de cero a cuatro años de edad sueños infantiles, ubicada en la parroquia Ximena , ciudad de Guayaquil. *Repositorio San Gregorio*. Universidad San Gregorio de Portoviejo, Guayaquil.
<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1463/1/tesis%20Katherine%20leon%20Moscoso%20ultima%20pdf.pdf>
- Leonard, L., Bennett, R., & Brown. (2000). *Cómo Medir la Satisfacción del Cliente*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos.
- Ley del Registro Único de Contribuyentes . (2004). Quito, Ecuador.
- Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo . (2016). Quito, Ecuador.
- Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú.
<http://hdl.handle.net/10757/628122>
- López, P. L. (2004). Poblacion muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
<https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Moncayo-Sánchez, Y., Salazar-Tenelanda, M., & Avalos-Peñañiel, V. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo del Conocimiento: Revista Científico - Profesional*, 6(3), 2205–2220. <https://doi.org/https://doi.org/10.20983/novarua.2021.22.4>
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 3(3), 4-26.
- Moreno Castro, T. (2019). *El pronóstico de ventas en los negocios: modelos y aplicaciones*. Santiago, Chile: RIL editores.
- Morillo Wellenius, M. (2019). *Emprende ya. Guía para emprendedores*. Quito: Imprenta Mariscal.
- Narváez, G. (2021). *Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de cuidado infantil con monitoreo digital permanente en la ciudad de Quito, año 2020*. Universidad Internacional SEK, Quito.
<https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/4233>

- Novik, M. (1 de Noviembre de 2022). *Cuatro de cada diez niños en Santa Elena tienen desnutrición crónica*. Plan V: <http://planv.com.ec/historias/cuatro-cada-diez-ninos-santa-elena-tienen-desnutricion-cronica/>
- Ochoa Fonseca, D. E. (2023). *Factores del entorno empresarial y su incidencia en las estrategias de PYMES de repuestos industriales manufacturados en el DM Quito*. Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/25166>
- Padrón Calle, J. E., & Orellana Orellana, F. (2023). Estudio de mercado para la creación de una empresa de sublimación. *Revista Enfoques*, 7(26), 154–161. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i26.161>
- Plata Hernández, Y., & Mendoza Méndez, R. (2020). "Importancia de la cultura de estudios de mercado en MIPYMES de Tejupilco". *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://doi.org/https://www.eumed.net/rev/oel/2020/02/estudios-mercado-mipymes.html>
- Prieto Herrera, J. E. (2021). *Investigación de mercados* ((3ra edición ed) ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Quaranta, N. (2019). *Planes de negocio*. Libertador San Martín, Entre Ríos: Editorial Universidad Adventista del Plata. <https://ulibros.com/planes-de-negocio-9ktwr.html>
- Razak, N. A., Aminuddin, Z. M., & Ghazali, A. R. (2020). Service Quality And Customer Satisfaction In Restaurant Industry Using Partial Least Square. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 88, 218-225. <https://doi.org/https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.20>
- Regalado, R., & Silva, K. (2017). *Viabilidad de mercado para la creación de una guardería en la ciudad de Sullana*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1185>
- Rodríguez Ardura, I., & Ammetller, G. (2018). *Principios y estrategias de marketing* (Vol. 1). Barcelona: Editorial UOC.
- Rodríguez Moreno, D. C. (2019). *La gestión del recurso humano en la micro y pequeña empresa*. Tunja: Editorial Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Ruilova Ruiz, A. I. (2020). *Estudio de mercado del sector norte de Guayaquil, para la propuesta de un emprendimiento gastronómico*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/50115/1/394.-%20Estudio%20de%20mercado%20del%20sector%20norte%20de%20Guayaquil%20C%20para%20la%20propuesta%20de%20un%20emprendimiento%20gastron%C3%B3mico.pdf>
- Salinas, A. (2023). *Estudio de mercado para la creación de un restaurante en el Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2022*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9351>

- Samman, E., & Lombardi, J. (Julio de 2019). *Cuidado infantil y familias trabajador: ¿Una nueva oportunidad o un vínculo perdido?*
<https://www.unicef.org/lac/media/11381/file/Cuidado-infantil-familias-trabajadoras.pdf.pdf>
- Simbaña-Haro, M. (2023). Primera Infancia: Modalidades de Atención y Educación en Latinoamérica. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(6), 236-253.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2095>
- Soriano Tigrero, E. (2021). *Estudio financiero para la creación de una empresa avícola, en la comuna San Marcos, Provincia de Santa Elena. La Libertad*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7627/1/UPSE-TAE-2022-0052.pdf>
- Villamizar Jaimes, M. (2023). *Macroeconomía. 2da edición*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Villao Reyes, J. M. (2022). Plan de Marketing y crecimiento empresarial del centro de capacitación profesional Andrade Proandrade S.A.S. del Cantón Pedro Carbo. *Facultad de Ciencias Económicas*. Unesum, Jipijapa.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4561>
- Viveros Padilla, A. M., & Corral Mendoza, I. A. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil de estimulación temprana para niños de 0 a 5 años de edad en la ciudad de Quito - parroquia Conocoto*. Quito : UCE.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25775>

Apéndice 1 Matriz De Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA			
Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", Cantón La Libertad, año 2024	¿En qué medida un estudio de mercado determinará la viabilidad para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre"?	Analizar en qué medida un estudio de mercado que determinará la viabilidad técnica para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre".	El estudio de mercado contribuye a la viabilidad técnica, comercial y financiera para la creación de una guardería sin ánimo de lucro en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre" del Cantón La Libertad.	Estudio de Mercado	Demanda	Perfil del consumidor	<p>Tipo de investigación: Mixta, descriptiva</p> <p>Método de la investigación: Inductivo, analítico.</p> <p>Diseño de muestreo: Población y Muestra</p> <p>Técnicas e instrumento de recolección de datos: Encuesta, cuestionario y entrevista</p>			
	PROB. ESPECIFICOS	ESPECIFICOS				<p>¿Cuál es la situación actual respecto al cuidado de los hijos de hasta 4 años de edad de los comerciantes de la Asociación "Feria Libre"?</p> <p>¿Cuál es la oferta y la demanda para el servicio de guardería en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre"?</p> <p>¿De qué manera el diseño de un modelo de negocio para la implementación de una guardería ayudará a los miembros de la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre"?</p>		<p>Examinar la situación actual respecto al cuidado de los hijos de hasta 4 años de edad de los comerciantes de la Asociación "Feria Libre".</p> <p>Determinar la oferta y la demanda para el servicio de guardería en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre".</p> <p>Proponer el diseño de un modelo de negocio para la implementación de una guardería que ayudará a los miembros de la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre".</p>	Oferta	Satisfacción de los consumidores
										Preferencias del consumidor
	Idea de Negocio	Producto								
		Precio								
		Competitividad								
	Creación de una empresa	Factores del entorno empresarial								
				Innovación						
				Calidad de Servicio						
		Recursos		Humanos						
				Infraestructura						
				Financieros						

Apéndice 2 *Guía de entrevista*



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CADE 2025-1



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN “FERIA LIBRE”

Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA EN LA ASOCIACIÓN "FERIA LIBRE", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado que determina la viabilidad para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre" del Cantón La Libertad.

Descripción: Esta entrevista se realiza con la finalidad de obtener datos relevantes de uso exclusivo para la realización de la investigación académica previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas

1. ¿Considera usted que es importante la implementación del servicio de guardería dentro de la asociación a beneficio de los socios?

2. ¿Se justificaría dentro del contexto económico poner en marcha la guardería con todos los servicios que ésta necesita en la actualidad?

3. ¿La asociación cuenta actualmente con un espacio físico que pudiera utilizarlo como guardería? ¿Qué características tiene este espacio?

4. ¿Qué impacto cree que tendría la implementación de una guardería en la productividad y calidad de vida de los comerciantes asociados?

5. ¿Cuáles considera que serían los principales desafíos para implementar y mantener funcionando adecuadamente una guardería dentro de la asociación?

6. ¿Cómo cree que la implementación de una guardería cambiaría las dinámicas laborales y familiares de los comerciantes?

7. ¿Estaría dispuesta la directiva de la asociación a apoyar la iniciativa y destinar recursos económicos para la implementación de este proyecto?

8. ¿Qué mecanismos de financiamiento considera viables para la implementación y sostenibilidad de la guardería? ¿Existe la posibilidad de alianzas con instituciones públicas o privadas?

9. ¿De qué manera la implementación de este proyecto podría fortalecer la imagen, cohesión y crecimiento de la asociación "Feria Libre"?

Apéndice 3 *Cuestionario de encuesta*

UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CADE 2025-1



**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA
ASOCIACIÓN "FERIA LIBRE"**

Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA EN LA ASOCIACIÓN "FERIA LIBRE", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado que determinará la viabilidad para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre" del Cantón La Libertad.

Agradeciendo su colaboración, esta información será utilizada para fines académicos se pide información veraz para llevar con éxito la respectiva investigación.

Preguntas Generales

1. Sexo

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 33 años
- 34 a 41 años
- Más de 42 años

3. ¿Cuántos hijos menores de 4 años tiene usted que requieran cuidado mientras trabaja?

- Ninguno
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 o más hijos

4. ¿Estaría de acuerdo que la asociación de comerciantes “Feria Libre” implemente una guardería al servicio del socio?

- Sí
- No

5. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las opciones de cuidado infantil que utiliza actualmente?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

6. ¿Cuál es el horario de acuerdo con sus necesidades que requeriría para la atención del servicio de guardería?

- Mañana (7:00 - 12:00)
- Tarde (12:00 - 18:00)
- Jornada completa (7:00 - 18:00)
- Horario extendido (incluye fines de semana)

**7. ¿Qué servicio adicional considera más importante que ofrezca la guardería?
Marque una o varias opciones**

- Alimentación nutritiva
- Estimulación temprana
- Educación preescolar básica
- Atención médica preventiva

8. De acuerdo con su contestación en la pregunta anterior ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de guardería?

- Menos de \$50
- Entre \$50 y \$75
- Entre \$76 y \$100
- Más de \$100

9. ¿Los precios por el servicio que ofrecen otras guarderías considera que son accesibles?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿Qué característica del entorno considera prioritaria para la guardería? Marque una o varias opciones.

- Espacio amplio y seguro
- Buena ventilación e iluminación
- Áreas de juego
- Facilidad de acceso y monitoreo desde su puesto de trabajo

11. ¿Qué elemento innovador considera más valioso para la guardería? Marque una o varias opciones

- Sistema de seguridad: Seguridad física y sistema de cámaras para monitoreo
- Profesionales en educación parvulario
- Actividades de integración padres-hijos
- Uso de tecnología para el aprendizaje

12. ¿Qué aspecto considera fundamental para evaluar la calidad del servicio de la guardería? Marque una o varias opciones.

- Trato y preparación del personal
- Limpieza y orden
- Seguridad de las instalaciones
- Desarrollo y bienestar: convivencia de los niños

13. ¿Qué aspecto considera imprescindible para la contratación del personal en la guardería? Marque una o varias opciones

- Título profesional en educación infantil (Parvulario)
- Experiencia comprobada en cuidado de niños
- Capacitación en primeros auxilios
- Recomendaciones de otros padres de familia

14. ¿Qué instalación considera esencial que disponga la guardería? Marque una o varias opciones.

- Áreas específicas según edad de los niños
- Comedor y cocina adecuados
- Baños adaptados para niños pequeños
- Zona de descanso o siesta

15. ¿Cuál es la frecuencia de pago que mejor se adapta a sus necesidades por el uso del servicio de la guardería?

- De forma mensual
- De forma trimestral
- De forma semestral
- De forma anual

Apéndice 4 Solicitud de aprobación del tema



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No. 0034 – ADE-IDOMO– 2025 – 1

La Libertad, 19 de marzo del 2025

Señor,
 Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 En su despacho.-

De mi consideración:

Estimado director, reciba de mi parte un cordial saludo y a su vez por este medio, comunico a usted lo siguiente:

Considerando que ha sido realizada la revisión y análisis, por parte del docente tutor y docente especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante **STEVEN OMAR RODRÍGUEZ CÁCERES** con cédula de identidad **2450612854** del paralelo **8/1**, denominado **"ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA EN LA ASOCIACIÓN FERIA LIBRE, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024"**, se ha considerado que el tema no requiere modificación quedando de la misma manera.

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente se dé continuidad con la aprobación del tema.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Ab. ISAURO HONORIO DOMO MENDOZA

Ab. Isauro Honorio Domo Mendoza, MSc.
Docente Tutor

Libi Caamaño

Ing. Libi Carol Caamaño López, MBA.
Docente Especialista

Steven Omar Rodríguez Cáceres
Estudiante

Archivo
 C.c. Comisión de Titulación - ADE

Apéndice 6 Cronograma UIC 2025-1

		UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA																
		FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS																
		PERÍODO ACADÉMICO 2025-1																
		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
		MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR																
		PERIODO ACADÉMICO 2025-1																
		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
No.	Actividades planificadas																	
1	Presentación de los Anteproyecto																	
	Designación de tutores y especialistas																	
	Aprobación de temas																	
2	Desarrollo de los trabajos de Integración Curricular:																	
	Introducción																	
	Capítulo I Marco Referencial																	
	Capítulo II Metodología																	
	Capítulo II Resultados y Discusión																	
	Conclusiones, Recomendaciones, Resumen																	
	Certificado de Antiplagio																	
3	Entrega de informe por parte de los tutores																	
	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																	
	Entrega de trabajos de titulación a los especialistas																	
	Revisión y calificación de los trabajos																	
4	Informe de los especialistas (Calificación basada en la rúbrica)																	
	Entrega del archivodigital del trabajo final al docente guía																	
	Sustentación de los trabajos de Integración Curricular																	
5	Aplicación recuperación y publicación de resultados																	
	Ingreso de calificaciones en el Sistema de Gestión Académica																	
	Registro de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del P.A.D 2025-1																	
	Entrega de Informe Final del Docente Coordinador al Director de Carrera																	



Firmado digitalmente por:
ISAURO HONORIO DOMO MENDOZA
 Validar únicamente con Firmat!

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ESTUDIANTE

Apéndice 7 Ficha del informe de opinión de experto



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", Cantón La Libertad, Año 2024.

Autor del Instrumento: Steven Omar Rodríguez Cáceres

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 15 de mayo de 2025

Firma del Experto Informante
 Ing. Divar Sebastián Castro Looor MSc.

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 8 *Certificado de validación de instrumentos***FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS****CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN****A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:**

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", Cantón La Libertad, Año 2024**, planteado por el/la estudiante **Steven Omar Rodríguez Cáceres** con cédula de identidad **#2450612854**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Guía de Entrevista
2. Cuestionario de Encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 15 de mayo de 2025.

Ing. Divar Sebastián Castro Loor MSc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Apéndice 9 Ficha del informe de opinión de experto



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", Cantón La Libertad, Año 2024.

Autor del Instrumento: Steven Omar Rodríguez Cáceres

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 15 de mayo de 2025

Firma del Experto Informante
Ing. Divar Sebastián Castro Loo MSc.

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 10 Carta aval

La Libertad, 29 de mayo del 2025

Lcdo.

José Xavier Tomalá Uribe, MGS

Director de la Carrera de Administración de Empresas

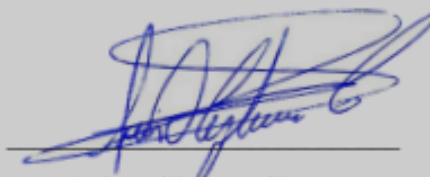
Universidad Estatal Península de Santa Elena

En su despacho

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, yo **Luis Cujilema Cujilema**, me dirijo a usted en calidad de Presidente de la Asociación de comerciantes minoristas "FERIA LIBRE", con el propósito de comunicarle que acepto la propuesta de Trabajo de Integración Curricular del señor **Steven Omar Rodríguez Cáceres** con cédula de identidad N° **2450612854**, titulado "Estudio de mercado para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre", Cantón La Libertad, Año 2024", por lo cual le emito el aval para su realización, otorgando así todas las facilidades para que realice el estudio.

Atentamente

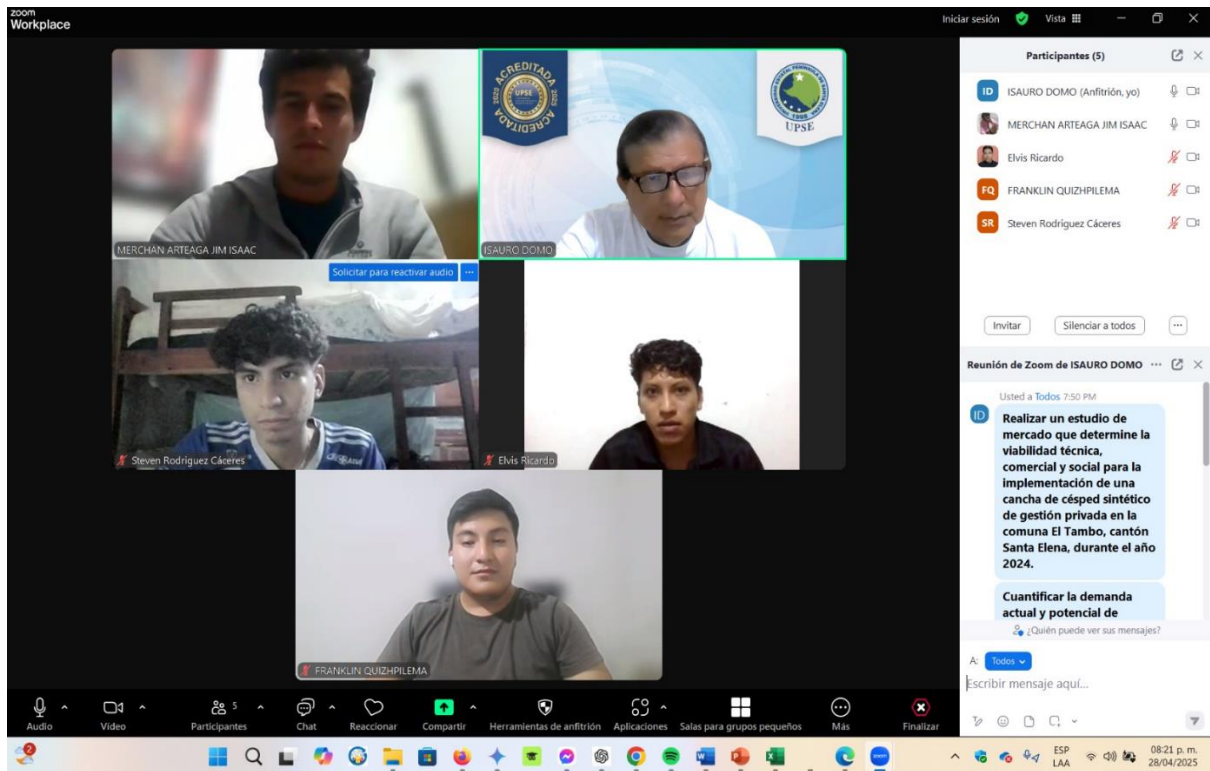


Luis Cujilema Cujilema

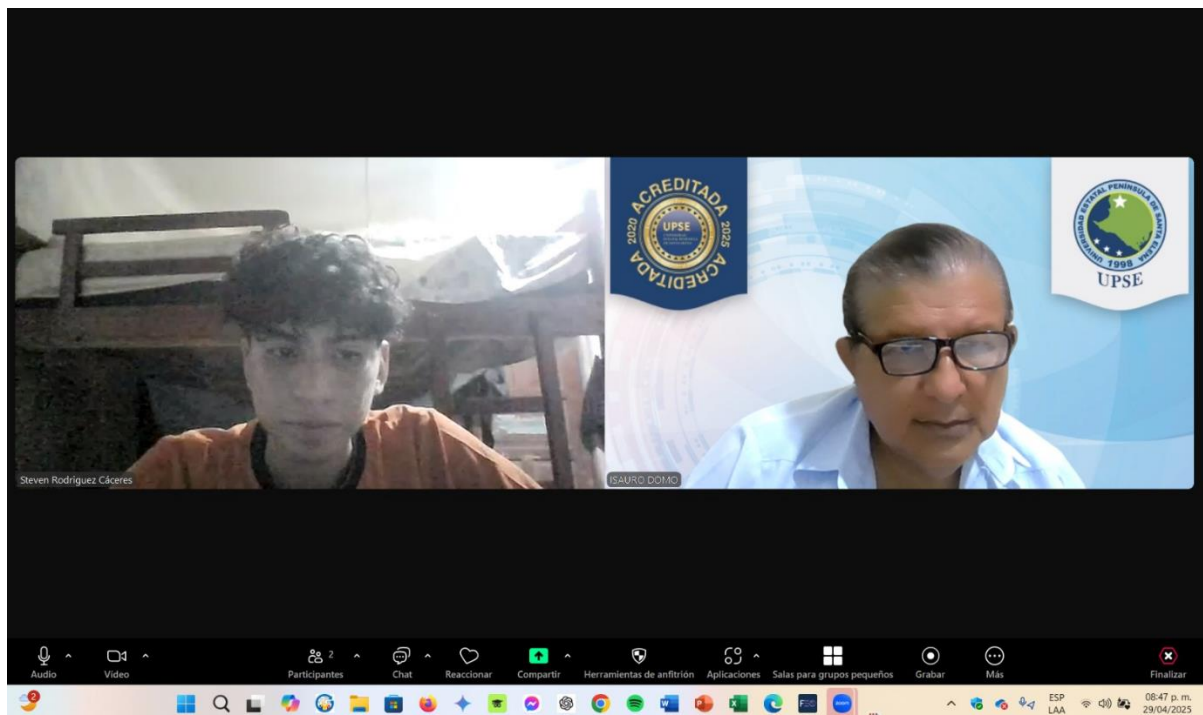
Presidente

Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre"

Apéndice 11 Evidencia de tutorías



Nota: Evidencias de tutorías



Nota: Evidencias de tutorías

Autoguardado Documento3 - Word

Archivo Inicio Insertar Dibujar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda Acrobat

Comentarios Edición Compartir

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición Crear y compartir PDF de Adobe Solicitar firmas Dictar Editor Complementos MathType

Entrevista dirigida al presidente de la Asociación "Feria Libre"

Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA EN LA ASOCIACIÓN "FERIA LIBRE", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2024.

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado que determinará la viabilidad para la creación de una guardería en la Asociación "Feria Libre" del Cantón La Libertad.

Descripción: Esta entrevista se realiza con la finalidad de obtener datos relevantes de []so exclusivo para la realización de la investigación académica previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas

¿Pienso usted que es de importancia la implementación el servicio de guarderías a beneficio de los socios?

Se justificaria dentro del contexto económico poner en marcha los servicios de guardería

¿Cuenta actualmente la asociación con un espacio físico que pudiera utilizarlo como guardería? ¿Qué características tiene este espacio?

Audio Video Participantes Chat Reaccionar Compartir Herramientas de anfitrión Aplicaciones Salas para grupos pequeños Grabar Más Finalizar

08:48 p. m. 13/05/2025

Nota: Evidencias de tutorías

Silencio

Steven Rodríguez

ISAURO DOMO

Steven Rodríguez

Audio Video Participantes Chat Reaccionar Compartir Herramientas de anfitrión Aplicaciones Salas para grupos pequeños Grabar Más Finalizar

11:39 a. m. 09/04/2025

Nota: Evidencias de tutorías

Apéndice 12 Evidencia de encuestas



Nota: Evidencia de encuesta



Nota: Evidencia de encuesta

Encuesta dirigida a los comerciantes minoristas de la Asociación "Feria Libre".

Objetivo: Analizar en qué medida un estudio de mercado que determina la viabilidad técnica para la creación de una guardería en la Asociación de comerciantes minoristas "Feria Libre". Agradeciendo su colaboración, esta información será utilizada para fines académicos se pide información veraz para llevar con éxito la respectiva investigación.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso. [Más información](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

- 18 a 25 años
- 26 a 33 años
- 34 a 41 años
- Más de 42 años