



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
ESTIMULACIÓN TEMPRANA PARA INFANTES DE 0 A 6 AÑOS DE EDAD DEL
CANTÓN MILAGRO**

Autores:

**Ochoa Tomalá Andrea Solange
Párraga Chávez Ana Patricia**

Tutor:

Eco. Evelin Arteaga

Milagro, Abril 2013

Ecuador

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado, cuyo título es: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro”**. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Licenciatura en Gestión Empresarial.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Expuesto por las egresadas:

- Ochoa Tomalá Andrea Solange
C.I. 0302467444
- Párraga Chávez Ana Patricia
C.I. 0928367333

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

Eco. Evelin Arteaga A.

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras, Andrea Solange Ochoa Tomalá y Ana Patricia Párraga Chávez declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto de: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro”** es de propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; además que parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

Andrea Solange Ochoa Tomalá
C.I. 0302467444

Ana Patricia Párraga Chávez
C.I. 0928367333

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciatura en Gestión Empresarial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Está tesis se la dedico a Dios por haberme dado la vida, inteligencia y sabiduría para seguir adelante en mis estudios profesionales y haber cumplido una de mis tantas mentas y darme la suficiente fuerza para poder sobresalir en todos los obstáculos que he pasado en el transcurso de mis estudios y vida personal.

Y el siempre llevar en mi mente que “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece.” y que “Jehová es mi pastor, nada me faltara. SALMO 23:1”

De la misma forma este proyecto se lo dedico a mis padres Bolívar Ochoa y Luzmila Tomalá, por haberme dado la oportunidad de estudiar, inculcándome buenos valores morales, que han hecho de mí una persona honorable, responsable y sobre todo caritativa, que siempre piensa en el bienestar de las personas que me rodean y en especial por haberme infundido desde muy temprana edad los caminos de Dios y que sin él no soy nadie ni nada en esta vida.

También cabe recalcar que aunque un ser que ya no está aquí en este mundo sé que desde el cielo me bendice y me protege de todo mal. Todo lo que soy se lo agradezco mucho a él, porque a pesar de que era solo mi abuelito, me amo y cuida como un padre. Me hubiese gustado que estuviera en este momento tan importante de mi vida.

A mi amiga y compañera de tesis Ana Párraga porque ambas nos propusimos un objetivo y por fin lo estamos logrando, sé que a pesar de las dificultades y malos entendidos que hemos tenido los supimos sobrellevar y hoy en día vemos el resultado de lo que nos emprendimos desde hace mucho tiempo. También que en todos estos años de estudio no solo fuiste una compañera de la universidad, sino que además fuiste y eres una excelente amiga, y que de la mejor manera me has hecho reconocer mis errores.

Esta tesis es muy importante para mí por eso se la dedico a ustedes que han sido parte fundamental en vida profesional y personal.

Andrea Solange Ochoa Tomalá

DEDICATORIA

Este trabajo quiero dedicar a Dios por haberme guiado durante este tiempo para alcanzar este propósito. A mis padres Nora Chávez y Bolívar Párraga, que con su apoyo crearon en mí, los pilares fundamentales como son los valores éticos y morales haciéndome entender el significado de la vida.

A mis hermanas María y Sara, que con su apoyo de una u otra forma estuvieron en esos momentos que parecían difíciles, y hoy, todo esfuerzo que hice es válido.

A mi esposo Javier Icaza, por haberme apoyado incondicionalmente durante la carrera universitaria, a mi queridísimo hijo Steven Icaza que con sus tiernas travesuras crearon momentos de felicidad.

A mis familiares y amigos que estuvieron apoyándome en las buenas y en las malas durante mi vida estudiantil

A mi amiga y compañera de tesis Andrea Ochoa, que con su responsabilidad, hoy en día estamos logrando un título más en nuestras vidas, a pesar de los malos ratos que pasamos, juntas los pudimos enfrentar.

En fin, este trabajo está dedicado a todas las personas que nos supieron guiar durante los estudios, a todos ellos, muchas gracias.

Ana Patricia Párraga Chávez.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco infinitamente a Dios, por haberme dado la vida y la sabiduría. Todo lo que soy se lo agradeceré eternamente a él. A mis padres por haber confiado en mí, dándome la oportunidad de estudiar. Este proyecto es el resultado de un trabajo en conjunto de muchas personas que de forma directa o indirecta colaboraron con el proceso de la creación de esta tesis.

Como es la Eco. Evelin Arteaga que nos inculco sus conocimientos para la realización de este trabajo, dándonos pautas de cómo iniciar y continuar con nuestro objetivo de investigación, motivándonos y aconsejándonos que íbamos a tener ciertos inconvenientes en el transcurso de la elaboración de la tesis, pero que tendríamos que saberlos sobrellevar, que por todo eso pasan los profesionales y que nada es fácil en esta vida.

De la misma forma también le quiero agradecer al Master Enrique Armendáris, porque cuando necesitamos de su ayuda profesional, nos colaboró de manera inmediata con la tesis. Inculcándonos sus conocimientos, guiándonos, motivándonos y siempre atendiéndonos con un buen humor. Siempre nos decía que todo lo pongamos en las manos de DIOS, que él se encargará de todo.

Y sobre todo, gracias a los catedráticos de UNEMI de la cual me siento muy orgullosa de haber estudiado y culminado mi carrera en esta institución.

También a todas las personas que de una u otra forma me han guiado en mis estudios con sus conocimientos y experiencias del mundo laboral, además a mis amigos y compañeros que tuve en la universidad les agradezco mucho por haber trabajado en equipo dándolo todo por lograr ser cada vez más competitivos.

Así mismo a todos mis familiares que me han apoyado y motivado para seguir en mis estudios.

Andrea Solange Ochoa Tomalá

AGRADECIMIENTO

Estoy eternamente agradecida con Dios por haberme dado la vida.

A nuestra Asesora de Tesis, Eco. Evelin Arteaga A., que con sus sabios conocimientos nos guio para desarrollar este trabajo investigativo.

A la Ing. Maritza Icaza Castro que nos asesoró en uno de los capítulos de la tesis.

A mis amigas y compañeros de la UNEMI, que con ellos compartimos momentos de tristezas y alegrías.

A los maestros de la UNEMI, y de manera muy especial al Master Enrique Armendáris que nos apoyó y guio en la continuidad de nuestra tesis.

Y al personal de la UNEMI, principalmente al CSI@ que por motivos de pasantías, fui enviada a ese departamento, y sin conocerme, depositaron su confianza en mí, y gracias a ello, hoy en día, conservamos una bonita amistad.

A todos ellos les agradezco de todo corazón.

Ana Patricia Párraga Chávez.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autoría del Proyecto realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para Infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

Andrea Solange Ochoa Tomalá

C.I. 0302467444

Ana Patricia Párraga Chávez

C.I.0928367333

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

Carátula	i
Certificación de aceptación de tutor	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Certificación de la defensa (calificación)	iv
Dedicatoria	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Agradecimiento	viii
Cesión de derechos de las autoras a la UNEMI	ix
Índice General	x
Índices de Cuadros	xiv
Índice de Gráficos	xvii
Resumen	xx

B.- TEXO:

Introducción	1
--------------------	---

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1 Problematización	4
1.1.2 Delimitación del problema	8
1.1.3 Formulación del problema	9

1.1.4	Sistematización del problema	9
1.1.5	Determinación del tema	9
1.2	OBJETIVOS	
1.2.1	Objetivo General	9
1.2.1	Objetivo Específicos	10
1.3	JUSTIFICACIÓN	10

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO.....	12
2.1.1	Antecedente históricos	12
2.1.2	Antecedentes referenciales	15
2.1.3	Fundamentación	18
2.2	MARCO LEGAL	47
2.3	MARCO CONCEPTUAL	64
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	68
2.4.1	Hipótesis General	68
2.4.2	Hipótesis Particulares	68
2.4.3	Declaración de variables	68
2.4.2	Operacionalización de variables	69

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	75
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	75
3.2.1	Características de la población	75

3.2.2	Delimitación de la población	76
3.2.3	Tipo de muestra	77
3.2.4	Tamaño de la muestra	78
3.2.5	Proceso de selección	79
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	79
3.3.1	Métodos teóricos.....	79
3.3.2	Métodos empíricos	81
3.3.3	Técnicas e instrumentos	81
3.4	Procesamiento estadístico de la información	81

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1	Análisis de la situación actual	84
4.2	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	93
4.3	Resultados	93
4.4	Verificación de hipótesis.....	96

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1	Tema.....	97
5.2	Fundamentación	97
5.3	Justificación	100
5.4	Objetivos	101
5.5	Ubicación	102
5.6	Estudio de Factibilidad	111
5.7	Descripción de la propuesta	125

5.7.1 Actividades	145
5.7.2 Recursos, Análisis financiero	147
5.7.3 Impacto	155
5.7.4 Cronograma	156
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	157
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	159
B.- MATERIALES DE REFERENCIA:	
Bibliografía	160
Lincografía	163
ANEXOS	
Anexo 1: Formato de la encuesta	166
Anexo 2: Fotografías de la aplicación de encuestas	167
Anexo 3: Registro Único Contribuyente (RUC)	169
Anexo 4: Permiso y Patente Municipal	170
Anexo 5: Formato de permiso del cuerpo de bomberos	171
Anexo 6: Formato de la Afiliación a la Cámara de Comercio	172
Anexo 7: Permiso de Dirección de Higiene Municipal	173
Anexo 8: Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	174
Anexo 9: Imagen del Archivo que se Analizó en COPIONIC	175

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Operacionalización de las variables 69

Cuadro 2.

Población económicamente activa masculino y femenino entre 25 y 40 años de edad del Cantón Milagro 76

Cuadro 3.

Conocimientos sobre Estimulación Temprana 84

Cuadro 4.

Importancia de aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad 85

Cuadro 5.

Importancia de la calidad de los centros de estimulación temprana 86

Cuadro 6.

Desarrollo integral de los infantes mejora con la intervención de especialistas en atención temprana 87

Cuadro 7.

Infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana 88

Cuadro 8.

Incumplimiento de las disposiciones legales 89

Cuadro 9.

Escasa publicidad de las empresas que ofrecen servicios 90

Cuadro 10.

Nivel de especialización del personal en los Centros de Atención Temprana 91

Cuadro 11.

Importancia de crear un Centro de Estimulación Temprana en este Cantón 92

Cuadro 12.

Verificación de hipótesis 96

Cuadro 13.	
Ubicación	102
Cuadro 14.	
Activos tangibles e intangibles con los que contara el Centro de Estimulación Temprana	104
Cuadro 15.	
Análisis FODA de Centro de Estimulación Temprana “CRECER FELIZ”	127
Cuadro 16.	
Estrategias FOFA – DODA del Centro de Estimulación Temprana	128
Cuadro 17.	
Personal del Centro de Estimulación Temprana “Crece Feliz”	147
Cuadro 18.	
Activos fijos del Centro de Estimulación Temprana “Crece Feliz”	148
Cuadro 19.	
Inversión total de la propuesta	149
Cuadro 20.	
Financiamiento de la propuesta	149
Cuadro 21.	
Tasa de Préstamo del Banco Pichincha	149
Cuadro 22.	
Préstamo bancario de la propuesta	149
Cuadro 23.	
Tabla de amortización del financiamiento de la propuesta	150
Cuadro 24.	
Estado de resultados de la propuesta	150

Cuadro 25.

Flujo de caja proyectado de la propuesta 151

Cuadro 26.

Balance General de la propuesta 152

Cuadro 27.

Índices financieros de la propuesta 153

Cuadro 28.

Diagrama de Gantt de la propuesta 156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1

Total de la población económicamente activa masculina y femenina entre 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro en el año 2010 76

Gráfico 2

Conocimientos sobre Estimulación Temprana 84

Gráfico 3

Importancia de aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad 85

Gráfico 4

Importancia de la calidad de los centros de estimulación temprana 86

Gráfico 5

Desarrollo integral de los infantes mejora con la intervención de especialistas en atención temprana 87

Gráfico 6

Infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana 88

Gráfico 7

Incumplimiento de las disposiciones legales 89

Gráfico 8

Escasa publicidad de las empresas que ofrecen servicios 90

Gráfico 9

Nivel de especialización del personal en los Centros de Atención Temprana 91

Gráfico 10

Importancia de crear un Centro de Estimulación Temprana en este Cantón 92

Gráfico 11

Mapa del Cantón Milagro	102
-------------------------------	-----

Gráfico 12

Croquis de Ubicación del Centro de Estimulación Temprana	103
--	-----

Gráfico 13

Perspectiva del Centro de Estimulación Temprana	108
---	-----

Gráfico 14

Fachada del Centro de Estimulación Temprana	109
---	-----

Gráfico 15

Organigrama estructural del Centro de Estimulación Temprana	112
---	-----

Gráfico 16

Diagrama de flujo del proceso de asesoría y diagnóstico del infante en el Centro de Estimulación	122
--	-----

Gráfico 17

Diagrama de flujo del proceso del servicio de las terapias en el Centro de Estimulación	123
---	-----

Gráfico 18

Las cinco Fuerzas de Porter	129
-----------------------------------	-----

Gráfico 19

Logo del Centro de Estimulación Temprana	137
--	-----

Gráfico 20

Letrero del Centro de Estimulación Temprana	139
---	-----

Gráfico 21

Tarjeta de presentación de la Directora del Centro de Estimulación 140

Gráfico 22

Tarjeta de presentación de la Coordinadora del Centro de Estimulación 140

Gráfico 23

Afiche del Centro de Estimulación Temprana 141

Gráfico 24

Tríptico parte externa del Centro de Estimulación 142

Gráfico 25

Tríptico parte interna del Centro de Estimulación 143

Gráfico 26

Hojas volantes del centro de Estimulación Temprana 144

Gráfico 27

Análisis Dupont de la propuesta del Centro de Estimulación Temprana “Crece Feliz”
..... 154

RESUMEN

En los últimos años las empresas de servicio han tomado mucha importancia en el mundo empresarial, es así como existen un sin número de servicios como son los de salud, educación, servicios básicos, entre otros.

Estas clases de empresas que ofrecen a los consumidores un servicio de cualquier índole para mantenerse en el mercado y atraer cada día más clientes y fomentar una fidelización a la entidad; tienen que estar bien organizadas y plasmar bien lo que quieren ofrecer a los clientes, contar con un personal apto para desenvolverse en sus labores, ser innovadores y brindar un servicio de calidad.

En el transcurso de esta investigación se pudo analizar la problematización que existen en las empresas de servicio del Cantón Milagro y en especial en las instituciones que se dedican a ofrecer servicios de Estimulación Temprana al no estar constituidas legalmente, ni cuentan con un personal profesional adecuado para ayudar a los infantes en su desarrollo integral. Cabe recalcar que en esta localidad solo existe un Centro de Estimulación Temprana donde una sola persona se encarga de dirigir, controlar, organizar y aplicar las terapias, esto hace que exista una moderada satisfacción a los usuarios. Por este motivo los clientes potenciales acuden por necesidad a otras ciudades aledañas a que sus hijos reciban estas terapias.

La estimulación temprana es un conjunto de terapias, en el que interviene el niño y el terapeuta adecuado para mejorar el desarrollo del mismo. El objetivo es intervenir en el infante para mejorar su progreso evolutivo y destrezas con especialistas en Estimulación Temprana que estén altamente capacitados para desempeñar estas funciones.

Para la investigación de esta tesis se aplicaron encuestas a la población económicamente activa de 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro, para poder conocer si era factible o no, la implementación de un centro de estimulación temprana para infantes de 0 a 6 años de edad de esta localidad, los resultados fueron muy interesantes, porque existe una gran demanda de clientes potenciales y

ellos tienen el conocimiento de lo que son estas clases de terapias, a ellos les interesa la calidad, el profesionalismo de los terapeutas entre otras cosas.

Palabras Claves: *Servicio, Estimulación Temprana, Marketing.*

ABSTRACT

In recent years, service companies have taken great importance in the business world, and there are a number of services such as health, education, basic services, among others.

These kinds of companies that offer consumers a service of any kind to remain in the market and attract more and more customers and encourage loyalty to the institution, must be well organized and realize what they want to offer customers, have with a friendly staff to function in their work, be innovative and provide quality service.

In the course of this research could analyze the problem that exist in the Canton Milagro and especially in institutions dedicated to providing early stimulation services not being legally incorporated or have appropriate professional staff help infants in their overall development. It should be noted that in this town there is only one Early Learning Center where one person is responsible for directing, controlling, organizing and implementing therapies, this means that there is a moderate user satisfaction. Therefore potential customers need to go to other cities surrounding their children to receive these therapies.

Early stimulation is a set of therapies, involving the child and the right therapist to improve development. The goal is to intervene in the infant for evolutionary progress and improve their skills with early learning specialists who are highly trained to perform these functions.

For research of this thesis surveys were applied to the economically active population aged 25 to 40 years old of Canton Milagro, to know whether it was feasible or not, the implementation of an early learning center for infants 0-6 years age of this locality, the results were very interesting, because there is huge demand of potential customers and they have the knowledge of what these kinds of therapies, they care about the quality, the professionalism of the therapists and more.

Keywords: *Service, Early Learning, Marketing.*

INTRODUCCIÓN

Mientras las empresas de manufacturación crean productos, las organizaciones de servicio adquieren su propósito fundamental a través de la producción y oferta de servicios como son: educación, salud, transporte, hotelería entre otros.

La investigación que realizamos fue sobre la administración en las empresas de servicio en el Cantón Milagro, en especial las instituciones que se dedican a prestar servicios de Terapias de Estimulación Temprana. Los negocios deben tener una buena planificación estratégica, ya que es la base primordial para la creación de empresas.

Es de vital importancia que todas las empresas cuenten con la parte administrativa, y más aún cuando son instituciones que prestan un servicio, donde tienen que interactuar con el cliente, como las que aplican terapias de estimulación temprana, donde el talento humano debe estar debidamente capacitado y apto para realizar sus labores según su profesión. En estas empresas, los empleados deben trabajar en grupo y tener bien claro cuál es el servicio que la institución quiere ofrecer a los clientes, informar a los usuarios a que se dedica la empresa y en el caso de que el cliente potencial esté interesado por recibir estas terapias, explicarle los beneficios que obtendrá el infante con la intervención de profesionales en estimulación temprana.

La estimulación temprana se dio a conocer en la década de los 60 gracias a los programas de Acción Comunitaria en el año de 1965 para niños de tres a seis años de edad en EEUU, esto ayudó a la creación de diferentes instituciones que se dediquen a esta labor, lo cual benefició distintos aspectos, por ejemplo apoyó a la mujer para insertarse en el mundo laboral, en el aspecto sociocultural hubo un cambio en las familias con relación al entorno socio afectivo, y la explotación laboral de los infantes etc.

La Declaración de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes; fue un gran aporte para los infantes porque ellos tienen una ley que los protege si en el caso de que lleguen a sufrir maltrato o explotación laboral ya sea de los padres o quien tenga

su patria potestad. Los niños necesitan que los protejan y los cuiden desde su concepción y después de su nacimiento.

Milagro es un Cantón que está en constante cambio, es por eso que acudimos a varias instituciones que ofrecen estimulación temprana, y se averiguó que existe una Institución que se dedica a este servicio, mientras que las demás instituciones, tienen como valor agregado ofrecer el servicio de estimulación.

La opinión de los encuestados es que están de acuerdo con la implementación de centro de estimulación temprana, que brinde un servicio de calidad, que cuente con un personal apto para realizar sus labores según su profesión y que sea un servicio innovador; lo más interesante fue que estos clientes potenciales tienen el conocimiento de los beneficios que reciben los infantes con estas terapias.

De la misma manera existe una ley que está en proceso y que aún no está vigente, la cual menciona que los infantes de 0 a 1 año deberán asistir con los padres a sesiones de estimulación temprana, y los niños de 2 a 4 años permanecerán en las guarderías, sean estas públicas o privadas y posteriormente acudirán a la etapa primaria con normalidad.

Si esta ley es aprobada esta propuesta será factible ya que en nuestra localidad existe un solo centro que se dedica a prestar este servicio.

Los servicios de estimulación temprana son importantes porque ayudan a estimular distintas áreas del desarrollo en el infante, cada una de las áreas que contenga el centro de estimulación temprana se desarrollaran distintos programas para niños de acuerdo a su edad,

Esta tesis está enfocada a realizar estimulaciones a infantes normales para ayudarlos en su desarrollo integral. Milagro no cuenta con un centro que se dedique a la aplicación de estimulación temprana en infantes sanos, que ayuden a prevenir cualquier riesgo en el desarrollo. Esto beneficia a la niñez milagreña, porque se detectará a tiempo cualquier anormalidad en su desarrollo, y por consiguiente se les recomendará a dónde acudir para que sean atendidos.

El objetivo de esta investigación es realizar un estudio sobre la administración en los centros de estimulación temprana para brindar un servicio de calidad, generando satisfacción y confianza en los clientes.

La propuesta es “Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para Infantes de 0 a 6 Años de Edad en el Cantón Milagro. La misma que contará con áreas administrativas y áreas de terapias que son de gran importancia, porque se contratará a profesionales en coordinación con el manual de funciones del Centro de Estimulación Temprana.

Esta propuesta es interesante porque será el primer Centro de Estimulación Temprana en este Cantón, que cuente con las diferentes características que ya hemos mencionado con anterioridad, atendiendo al cliente con cordialidad y responsabilidad en el servicio que se va a ofrecer.

En este centro se ofrecerán los servicios de:

- Asesoría y Diagnóstico
- Psicología Infantil
- Fisioterapias
- Logopedia

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

En la actualidad las empresas de servicio han tomado gran demanda en el mundo empresarial, ofrecen un sin número de opciones a los clientes reales y potenciales como lo son de salud, educación, hotelería, servicios básicos etc.

En el Cantón Milagro, existen un sin número de empresas que ofrecen distintos servicios y muchas de ellas no cuentan con una organización adecuada, para que así puedan ofrecer un servicio de calidad a los usuarios, en este tema se va a realizar una investigación sobre las instituciones que se dedican a prestar servicios de estimulación temprana. Es evidente la carencia que existe en el desempeño de las funciones internas y externas de estas empresas, haciendo que la calidad del servicio sea poco satisfactoria en las necesidades de los consumidores.

Los usuarios de estos servicios no son asesorados de una manera adecuada por los empleados, desde ahí se hace presente la insatisfacción del cliente que proviene de la parte interna de la empresa, al no existir una debida organización y relación con el personal que labora en ella, entonces, ¿Cómo un empleado va a brindar asesoramiento del servicio, si él no lo recibe por parte de los subordinados? Es aquí donde toda empresa, debe capacitar al talento humano, motivarlo y proporcionar ese

valor agregado que son los incentivos, ya que los empleados son quienes están en contacto directo con el cliente y por ende son ellos quienes demuestran la eficiencia y eficacia de la empresa.

La calidad en las empresas que brindan este tipo de servicios, es esencial para el crecimiento empresarial y llegar a ser altamente competitivos. La base primordial en estas empresas es contar con un personal orientado a las metas y expectativas a corto y largo plazo que se proponga la empresa y también que los empleados cuenten con todos los conocimientos del servicio que van a ofrecer, para que así atiendan de una manera excelente al cliente, ya que se estará satisfaciendo sus necesidades y posiblemente volverá otra vez a recibir el servicio. Si una persona está satisfecha por el producto/servicio que recibió, éste a su vez compartirá su experiencia con una o más personas, es aquí cuando funciona la muy conocida publicidad boca a boca, pero en el caso de que el cliente no esté correctamente satisfecho por el producto/servicio esto provocará que se tenga una posible pérdida de clientes potenciales.

La calidad en el servicio es importante porque debe existir una relación cordial entre el empleado y el cliente, para poder entender que es lo que en realidad necesita y si el servicio que se está ofreciendo, cumple con las expectativas que el consumidor requiere. Por eso cuando un cliente es atendido más allá de lo que esperaba, se crea una lealtad de él hacia la empresa y atrae nuevos clientes, produciendo un impacto favorable y buen prestigio para la empresa.

Pero en ocasiones ese prestigio o historial empresarial puede ser afectado, dando como resultado un mal aspecto a los clientes y a la sociedad en general.

Si la empresa no cumple con las disposiciones legales, estarán proporcionando desprestigio hacia la empresa y poca asistencia de los consumidores, porque han perdido la credibilidad como entidad en brindar seguridad y confianza del servicio que ofrecen.

Cada empresa o institución tiene una razón de ser y a dónde desearían llegar en un futuro, los cuales marcan la diferencia de trabajo de una organización, contemplando ofrecer un servicio y brindar a sus clientes una atención de calidad.

Las empresas que tienen bien clara todas sus expectativas a corto y largo plazo, resultan ser empresas altamente competitivas e innovadoras, no solo se preocupan en generar ganancias, sino que también se preocupan por los empleados, ofreciéndoles capacitaciones, motivaciones e incentivos. Así el personal se sentirá agradecido con la empresa, debido a los beneficios recibidos.

Las entidades no deben descuidar a los clientes, tienen que darles un seguimiento, ya que ellos son el pilar fundamental para que la empresa siga en constante crecimiento.

En la actualidad, el personal que trabaja en las empresas de servicio, no están debidamente preparados para realizar su labor, esto se debe a la inadecuada selección del personal, que no son escogidos por sus conocimientos o experiencias laborales, y provocan como resultado un incumplimiento desfavorable en el desempeño laboral por este motivo existe la rotación de los empleados, lo cual retrasarían en los procesos de la organización, además también se dan porque son seleccionados por conveniencia, para conservar la amistad o por ahorrarse algo de dinero contratando a personas que no cumplen con los requisitos académicos para realizar dicha labor, esto hace que exista una insatisfacción a los usuarios y pérdidas en la inversión a corto y largo plazo.

Los usuarios desde que ingresan a conocer o adquirir el servicio, observan el entorno y el ambiente interno de la empresa, es ahí donde ellos se fijan que tan confiable es el servicio que pretenden brindar y si cumplen con las expectativas deseadas.

Si una empresa no cuenta con los mobiliarios y los equipos de oficina necesarios para ofrecer un servicio de calidad, tienen mucha desventaja, pues el cliente no se fijará en la empresa, porque no disponen de los implementos adecuados y su ambiente es totalmente inoportuno, y no podrán mostrar o vender el servicio que están ofreciendo.

Existen empresas que ya están posesionadas en el mercado, pero no realizan un inventario de los activos fijos para saber que materiales están obsoletos y adquirir nuevos activos fijos, e incluso la fachada de la empresa sigue siendo la misma, porque no existe una innovación y reestructuración institucional.

Hoy en día estamos en un mundo tan competitivo, que del mínimo error que se presente, la competencia aprovecha esta oportunidad y se convierte en una fortaleza, ya que esto ayudaría a obtener los resultados establecidos en esta problemática.

Las estrategias de marketing en las empresas de servicios muchas veces son usadas incorrectamente porque no se enfocan en llamar la atención del cliente, ya que no proyectan un servicio innovador y de calidad. La imagen empresarial es importante debido a que, es la primera impresión que el cliente obtiene del mismo; las personas hoy en día buscan obtener un servicio de primera, donde exista un ambiente que sea confiable, armónico y novedoso; en el que sobresalga el desempeño del servicio que ofrecen.

El marketing es una herramienta esencial para toda empresa porque es fundamental para el constante crecimiento y competitividad empresarial. La competencia está siendo cada día más agresiva. En la actualidad los clientes no solo buscan en el producto/servicio calidad, precios bajos o tecnología de primera, sino también desean recibir una buena calidad en la atención al momento de adquirir el servicio, y es primordial que toda organización tenga conocimientos de aquello.

Pronóstico

Si las empresas de servicio no se plantean exactamente una visión, misión y objetivos a corto y largo plazo; no podrán brindar CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y la competitividad empresarial será nefasta porque no existe una organización interna que dirija a los empleados a proyectarse en el mercado.

En términos empresariales, no podrán progresar, ya que si no tiene expectativas de lo que quieren lograr, dando como resultado, el cierre de sus actividades, es decir estas empresas quebrarían, por no tener una administración, organización adecuada y por no proyectar un interés por los clientes, ya que ellos son la base esencial para el crecimiento empresarial; esto es consecuencia de que no se cumple el proceso administrativo, para poder brindar un servicio de calidad.

Control del Pronóstico

Una vez dado el pronóstico, se sugiere a las empresas de servicio, que se dedican a la atención de infantes, deberán aplicar un proceso administrativo y primero se tienen que planear que es lo que se pretenden brindar al cliente, cuál es su proyección en un futuro y cómo cumplirán los objetivos.

Las empresas nunca deben dejar atrás la innovación para poder ofrecer un servicio de calidad y el cumplimiento de todos los reglamentos gubernamentales, así no puedan tener inconvenientes en un futuro, y no se pierda la confianza de los usuarios en este servicio.

1.1.2. Delimitación del Problema

Campo: Gestión

Área: Administrativa

Aspecto: Estructuración de las Empresas de Servicio

TEMA: Implementación de un Centro de Estimulación Temprana.

País: Ecuador

Región: 5

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Dirección: Calle principal Jacobo Bucaram entre García Moreno y Boyacá

Sector: Universidad Agraria del Ecuador

Tiempo: Menor a 5 años

Universo: Dirigido a la población económicamente activa entre 25 a 40 años del Cantón Milagro.

1.1.3. Formulación del Problema

¿Cómo incide la escasa calidad para prestación de servicios en estimulación temprana para niños(as) de 0 – 6 años de edad del Cantón Milagro?

1.1.4. Sistematización del Problema

¿Cómo incide la aplicación de disposiciones legales sobre las actividades de centros de estimulación temprana, en la confianza de los usuarios?

¿De qué manera afecta el insuficiente conocimiento de los emprendedores con respecto al servicio que van a ofrecer en la contratación del personal profesional y especializado?

¿Qué incidencia tiene la infraestructura y equipamiento en la calidad de servicios ofertados por los centros de estimulación temprana?

¿Cómo afecta la difusión de los servicios a la captación de clientes de los nuevos negocios?

1.1.5. Determinación del Tema

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de estimulación temprana para infantes de 0 a 6 años del Cantón Milagro.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General de la Investigación

Realizar una investigación sobre la realidad de los Centros de Estimulación Temprana, en cuanto a requerimientos y expectativas sobre sus servicios, mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación, con la finalidad de analizar cómo afecta al desarrollo integral de los niños del cantón Milagro, de 0 a 6 años de edad, el no contar con instituciones que oferten servicios de calidad.

1.2.2. Objetivos Específicos de la Investigación

- Determinar cómo incide la aplicación de disposiciones legales sobre las actividades de centros de estimulación temprana, en la confianza de los usuarios.
- Establecer de qué manera afecta el insuficiente conocimiento de los emprendedores con respecto al servicio que van a ofrecer, en la contratación del personal profesional y especializado.
- Analizar qué incidencia tiene la infraestructura y equipamiento en la calidad de servicios ofertados por los centros de estimulación temprana.
- Establecer cómo afecta la difusión de los servicios a la captación de clientes de los nuevos negocios.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto está enfocado para contribuir en la economía e investigar la calidad en el desempeño de las funciones de las empresas que prestan servicios de Estimulación Temprana en este Cantón y aportar con la niñez Milagreña, ya que ellos son el futuro de nuestro país.

Se analizó en general que varias entidades no cuentan con una debida administración y organización, esto trae como consecuencia pérdidas en la inversión y pérdida de clientes reales y potenciales.

En este Cantón las entidades que ofrecen un bien o servicio, demuestran poco interés tanto en el marketing como en la innovación, siendo estas dos, la base primordial de toda empresa para dar a conocer al usuario lo que se está ofreciendo, es por estos motivos que los clientes no se sienten atraídos, a lo mejor el servicio que brindan es bueno, pero en realidad les hace falta la publicidad, que llame la atención del cliente; a los empleados se ha notado que les falta capacitación, motivación e incentivos, para que brinden un servicio de calidad donde los consumidores se sientan satisfechos, de esta manera ellos depositaran la confianza y lealtad en la empresa.

Además esta investigación se contribuyó con la niñez Milagreña (de 0-6 años), ya que en la actualidad existen muchos problemas familiares y del entorno social, que afectan al infante desde que es un feto, por consiguiente, ocasionan trastornos en el desarrollo del niño.

Milagro se ve afectado en este tema, debido a que siendo un Cantón en constante cambio, no cuente con un lugar apropiado, que beneficie a la población infantil y a sus progenitores, ofreciendo una orientación a los padres, para que puedan relacionarse de mejor manera con sus hijos, y tengan el conocimiento de, qué tan importante es para estos infantes, el asistir a un centro de atención temprana óptimo, con un personal altamente calificado, por ende los padres puedan despejar cualquier duda e inquietud y seguir un tratamiento en conjunto, que ayude al desenvolvimiento del niño.

Los especialistas deben tener carisma y vocación para cumplir con su labor, de esta manera habrá un vínculo entre la empresa y el cliente. Atrayendo como consecuencia una atención de calidad, óptima y oportuna, para alcanzar excelente satisfacción a los usuarios.

Para desarrollar este proyecto se realizará una investigación de mercado, donde se conocerá que tan aceptada será nuestra propuesta en el Cantón Milagro y sectores aledaños. En este estudio plantearemos estrategias oportunas, tanto para el usuario, como para la empresa, cumpliendo con todas las disposiciones legales para no tener inconvenientes; y la inversión que se efectuara, será recuperada oportunamente, ya que se formará un adecuado planteamiento de los márgenes de rentabilidad a corto y largo plazo.

Hoy en día el cliente busca un servicio que sea novedoso y por su puesto de primera calidad, que se sientan seguros del servicio que están usando, también buscan un lugar que sea cercano a sus domicilios y bien concurrido.

Las personas hoy en día buscan en invertir su dinero en propuestas interesantes, que sea algo nuevo para el sector donde se encuentren y que aporten a la sociedad.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes Históricos

Historia de la Estimulación temprana

“Los antecedentes de la Atención Temprana, conocida hasta hace unos años como “estimulación precoz”, se encuentran en los programas de Acción Comunitaria que se desarrollaron en EEUU durante la década de los años sesenta. Concretamente, la ley federal norteamericana Economic Opportunity Act incluyó el programa pionero Head Start en 1965 para niños de tres a seis años. Por su parte, el movimiento neoconductista americano estableció la eficacia de las relaciones entre los estímulos y la consecución de respuestas.

Entre las bases científicas que sustentan la Atención Temprana cabe destacar también los trabajos realizados por el Dr. Katona (Instituto Pediátrico de Budapest), que fundamentan la neurohabilitación temprana, basada en la plasticidad del cerebro durante los primeros meses de vida.

Desde el ámbito psicopedagógico hay que hacer referencia al “Primer curso teórico práctico de Estimulación precoz” (Madrid, 1973), organizado por Doña Carmen

Gayarre y el que participó Lidia Coryat. Este curso marca un hito histórico al ser la primera iniciativa formativa en este campo.”¹

“El origen de la Estimulación Temprana se sitúa en la década de los años cincuenta y sesenta. Es en los años 60 cuando diversos cambios sociales, políticos, científicos y en educación abren el camino hacia el inicio e implantación de este tipo de intervención a la que se denominó en sus inicios Estimulación Precoz.

Varios son los acontecimientos durante esos años que impulsan el interés por la infancia y por su educación. Nombraremos los acontecimientos más significativos y relacionados con el tema que nos ocupa.

Los cambios en el ámbito socio laboral que favorecieron la creación de centros infantiles dedicados al cuidado o educación de niños pequeños fue sin duda la incorporación cada vez más masiva de la mujer al mundo laboral, y la necesidad de instruir a una población cada vez más industrializada pero poco preparada o especializada en los nuevos campos profesionales. En el aspecto socio-cultural se dieron cambios profundos en los valores familiares y sociales, en el aspecto jurídico-social se produjo una mayor sensibilización por la justicia social y principalmente frente a la explotación laboral de los niños. Uno de los acontecimientos más importantes relacionados con la infancia fue sin duda la Declaración de Los Derechos del Niño (1959).

La Declaración de los Derechos del Niño significó una revisión de políticas sociales y educativas que se han ido plasmando en programas, leyes específicas, servicios sociales y asistenciales. Los Derechos del Niño además de ser un instrumento jurídico vinculante que incorpora toda clase de derechos civiles, políticos, económicos sociales y culturales impulsan un cambio de actitud social hacia la forma de tratar a los niños y a las necesidades específicas de los mismos. Tal como se indica en la Declaración de los Derechos del Niño, " el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento".²

¹(LEANDRO, 2009)

²(<http://www.reeduca.com/historia-estimulacion.aspx>)

“Las raíces filosóficas y prácticas de la intervención temprana emergen alrededor de los sesenta en una variedad de forma. En este sentido, la intervención temprana en los primeros años de vida ha ido evolucionando bajo la influencia de cuatro campos distintos a saber: educación infantil temprana, los servicios de salud materno-infantil, la educación especial y la investigación sobre el desarrollo del niño. A su vez, es importante reseñar que estos cuartos dominio se han ido interaccionando a través de la intervención entre las investigaciones y las prácticas profesionales, por un lado, y las exigencias socioeconómicas. Hemos visto como las raíces filosóficas y pragmáticas de la intervención temprana anterior a los años sesenta emergen de una variedad de fuentes.

En cada momento, las interacciones entre las destrezas profesionales y las exigencias sociopolíticas ayudan a fijar los fundamentos para los desarrollos educativos, psicológicos, salud pública y política pública de los últimos cuarenta años.

Por otro lado, y en todos estos temas existe una creencia en la responsabilidad de la sociedad de proveer cuidado y protección a los niños, un compromiso para las necesidades especiales de los niños que son particularmente vulnerables como resultado de una discapacidad crónica o cómo consecuencia de crecer en condiciones de pobreza, y un sentido de que la prevención y la promoción u optimizaciones del desarrollo es mejor que el tratamiento, así como que la intervención temprana es mejor que los remedios posteriores. Estos tres temas reflejan los orígenes de la intervención temprana y proporcionan un marco organizador, para examinar las principales iniciativas que se han seguido durante las últimas décadas y que pueden influenciar en el campo en los años venideros.

El objetivo de este apartado es analizar cómo han ido evolucionando la intervención temprana tanto en sus aspectos conceptuales, como en sus aspectos aplicados”.³

³(GÓMEZ ARTEAGA AMPARO, 2010)

Evolución de la atención temprana

“El concepto de atención temprana ha ido evolucionando a lo largo de las últimas décadas, pasando de un modelo tradicional, imperante en los años 70-80, hasta el modelo actual basado en una concepción biopsicosocial.

El modelo tradicional también llamado estimulación precoz, planteaba una intervención dirigida fundamentalmente al niño. Estaba basado en el entrenamiento sensoriomotor y utilizaba criterios conductuales para enseñar al niño habilidades concretar al máximo. El objetivo era potenciar al máximo las capacidades del niño, y para ello se ponía en marcha actividades sistémicas que pretendían mejorar los niveles madurativos en las distintas áreas.

Las familias en este modelo tenían el papel de ejecutar las pautas que ofrecía el profesional y realizar serie de ejercicios para lograr las distintas habilidades. Este modelo tuvo una gran importancia en el momento que surgió. El presente ha ido evolucionando a partir de aquellos primeros pasos en los que los profesionales fueron conscientes de la necesidad de intervenir lo más pronto posible aprovechando las posibilidades que ofrece la plasticidad de un sistema nervioso en los primeros momentos de su desarrollo”.⁴

2.1.2. Antecedentes Referenciales

Institución: Escuela Politécnica del Ejército Sede Latacunga.

Tema: Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro de Estimulación para Temprana Edad en la Ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

Título: Proyecto de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Comercial.

Autor: Deysi Elizabeth Carrera Iler.

Fecha: Abril 2008.

Resumen: El proyecto de factibilidad para la creación de un centro de estimulación temprana realizado en Latacunga, se investigó que existe una gran demanda para la

⁴ (SONSOLES, 2009)

atención de los niños, debido a que en la actualidad exhiben peligros que destruyen el bienestar de ellos.

Una de las causas que investigaron mediante el INEC y el CONADIS es que existen muchos niños afectados por alguna dificultad física, y que a su vez no son atendidos por especialistas.

Es por ello que se propuso la creación de un centro de estimulación temprana que funcione con los equipos, mobiliarios y materiales necesarios; como también que cuente con el espacio físico adecuado, de esta manera podrán recibir estimulación para el desarrollo de la visión, audición intelección y motricidad.

Su objetivo general de investigación es “Evaluar la factibilidad para la creación de un centro de estimulación para temprana edad en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi”

La finalidad de este proyecto fue brindar un servicio de calidad, haciendo que los padres se sientan confiados gracias al personal de alta calidad en dicha empresa, cumpliendo con el tratamiento que necesite el paciente.

Institución: Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Tema: “Estudio para la Creación de un Centro de Desarrollo de Habilidades de Niños con Discapacidad. A Ubicarse en la Ciudad de Manta. Año 2009

Título: Tesis de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autor: Mercedes María Mero Murillo, Diana Carolina Prado Flores.

Fecha: 21 de Febrero del 2010

Resumen: En este proyecto el problema principal es que en muchas de las familias existe un tipo de discapacidad, ya sea por falta de recursos económicos, o porque desconocen sobre este tema.

Para llegar a las conclusiones correspondientes los estudiantes han realizado varias investigaciones sobre los tipos de discapacidades que existen en la ciudad de

Manta, se aplicó encuestas a sus posibles clientes, finalizando con cuadros estadísticos que ha sido de gran ayuda para fortalecer su propuesta.

La finalidad de esta investigación es mejorar la calidad de vida de los niños dentro de la ciudad de Manta, pues brindarán terapias, talleres de aprendizaje y varios estímulos que ayuden al desarrollo cerebral del niño y sobre todo que tengan precios muy cómodos, en las cuales podrán asistir infantes de bajos recursos económicos.

Institución: Universidad Central del Ecuador.

Tema: La Sobreprotección de los Padres en el Desarrollo Social en la Institución de los Niños y Niñas de Tres a Cinco Años de Edad del Centro de Educación Inicial “Pueblo Blanco II” Barrio del Carmen Durante el año lectivo 2010-2011

Título: Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Grado de Licenciatura Ciencias de la Educación. Mención: Parvularia.

Autor: Juana del Rocío Herrera Lozada

Fecha: Marzo del 2012.

Resumen: En el Centro de Educación Inicial “Pueblo Blanco II” se observó que los niños no se adaptan con el nuevo ambiente que les rodea, es decir que los niños son sobreprotegidos por los padres y empiezan a hacer a tener una mala conducta, ellos no se dan cuenta que esto les afecta al desarrollo del infante produciendo alteraciones en el lenguaje, motricidad, relación con los padres, autoestima, entre otros. Es importante este tema, pues los maestros deben estar más preparados que nunca en el tema del comportamiento con los niños, para poder resolver los problemas que se presentan en el día a día, así tendremos un buen porvenir en nuestro país.

El fin de la siguiente investigación es dar a conocer la importancia del desarrollo social en niños de tres a cinco años, en las cuales se practicará destrezas habilidades y muchos estímulos más, para que de esta manera el niño pueda mejorar en su desarrollo en conjunto con sus padres. Este trabajo está sustentado

bajo la revisión documental y de campo para la recolección de datos y luego ser transformada en datos que apoya a la propuesta de esta investigación.

2.1.3.Fundamentación

Fundamentación Científica

DESARROLLO INTEGRAL DE LOS NIÑOS

En qué consiste

“El crecimiento y el desarrollo, el cambio y la progresión constantes, tanto en sus características físicas como en las aptitudes y habilidades psíquicas, es la característica fundamental que diferencia al niño del adulto. El niño es un ser en continua transformación, mientras que el adulto por definición, ha dejado de crecer físicamente, aunque puede seguir mejorando sus capacidades intelectuales y psíquicas a lo largo de toda su vida. La palabra desarrollo se refiere sobre todo a la maduración de los órganos y de los aparatos que forman el cuerpo humano, que se van organizando, diferenciando y perfeccionando a medida que aumenta de tamaño. El desarrollo, la maduración, es un fenómeno simultáneo al crecimiento, pero a veces no se manifiesta de una manera tan evidente.

Mientras que el desarrollo de algunos órganos internos, como pueden ser el hígado o el intestino, es difícil de apreciar desde el exterior, el desarrollo y la maduración de un órgano esencial como es el cerebro se evidencia bien con los avances en las funciones motoras y psíquicas del niño.

El cerebro, encerrado en la caja craneana, es el centro del sistema nervioso, el que gobierna todo el cuerpo. Dirige tanto el sistema muscular, y por consiguiente, los movimientos, como las funciones intelectuales, bien sean el lenguaje, la visión, el aprendizaje y hasta los sentimientos y emociones.

En el desarrollo cognitivo van a influir sobre todo los factores biológicos ligados al crecimiento y a la maduración del sistema del sistema nervioso.”⁵

Por qué es importante en los niños de 0 a 6 años

“La educación preescolar de 0 a 6 años tiene un perfil que le confiere unas notas características que la distinguen de la educación primaria. Los niños de esta etapa presentan rasgos psicológicos y pedagógicos especiales por lo que el profesorado que se ocupe de esta etapa debe poseer cualidades apropiadas y recibir una formación especializada junto a la formación general como maestro. Considerando la especificidad de esta etapa se deducen una serie de rasgos que se deben tener en cuenta para atender su enseñanza y aprendizaje. Entre ellas están:

- La educación preescolar debe de atender más al desenvolvimiento de la personalidad del niño que al proceso de enseñanza de conceptos.
- Es importante lograr el desarrollo integral del niño (físico y mental) pero insistir en el desarrollo físico.
- La intuición y la acción serán las dos formas con que se lleve la dinámica de enseñanza-aprendizaje.
- La observación y la experimentación llevadas a cabo por el propio niño, deberán ser fomentadas y guiadas por el profesor teniendo en cuenta el grado de curiosidad de esta etapa.
- El ambiente del centro y del aula donde han de desarrollarse las actividades tendrán un carácter especial más cercano al familiar que a una disciplina controlada y organizada.
- Los programas, los objetivos, el ajuste de sus contenidos, la metodología y el control del rendimiento deberán fundamentarse y tener siempre presente los principios de maduración e intereses del niño.”⁶

Qué se requiere para lograrlo

“El inicio de la niñez es la etapa de desarrollo intelectual más importante de toda la existencia. Es vital facilitar una estimulación y alimentación apropiadas para el

⁵(CABEZUELO HUERTA GLORIA, FRONTERA IZQUIERDO PEDRO, 2010)

⁶(CARDA ROS ROSA MARÍA, LARROSA MARTÍNEZ FAUSTINO)

progreso en los tres primeros años, debido a que la mente del infante es más perceptiva a las atribuciones del ambiente superficial. Un agilitado desarrollo cerebral perturba al desarrollo cognitivo, social y emocional, que ayuda a certificar que cada infante tendrá un alcance a su potencial y se constituya como parte beneficiosa en una humanidad mundial en constante evolución.

Si existe mayor estímulo en el medio desde el nacimiento, el desarrollo y el aprendizaje del niño se incrementarán. El desarrollo lingüístico y cognitivo es primordial en el sexto meses hasta los tres años de vida. Los menores que transcurran su niñez en un ambiente poco estimulante, o menos protector emocional y físicamente, su desarrollo cerebral se verán perturbados y padecerán retrasos cognitivos, sociales y de comportamiento. Estos infantes, en un futuro, poseerán problemas para desafiar contextos y entornos complicados. Los niveles altos de calamidad y estrés en la infancia pueden acrecentar el peligro de enfermedades afectadas por el estrés y los inconvenientes en aprendizaje hasta la edad adulta.

Para lograr su potencial, los infantes deben tener un entorno cariñoso y receptivo en el que no toleren la soledad ni el maltrato.

Los padres y las familias son la clave para el desarrollo en los infantes, pero requieren apoyo para proveer el entorno adecuado. La aplicación de políticas públicas de protección social “favorables a las familias”, que garantizan que cuentan con ingresos suficientes, subsidios a la maternidad y apoyo financiero, y que permiten que los padres, madres y cuidadores puedan dedicar tiempo y atención a los niños menores de edad, es beneficiosa para éstos.

A nivel global, las sociedades ricas o pobres que invierten en los infantes y en sus familias durante su primera infancia son las que detallan las poblaciones con mayores índices de alfabetización y destreza numérica, y las que gozan de una mejor fortaleza y menores índices de desigualdad en materia de salud del universo.”⁷

⁷ (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs332/es/index.html>)

ESTIMULACIÓN TEMPRANA

Definición

“La atención temprana infantil está definida como el conjunto de acciones e intervenciones que favorecen al desarrollo del ser humano en sus primeras etapas de crecimiento (0-6 años), durante las cuales el sistema nervioso se encuentra en proceso de maduración y el cerebro tiene una gran plasticidad que dota al sistema nervioso de capacidad de recuperación y reorganización funcional. El desarrollo normal es entonces vulnerable los primeros años de vida; por lo tanto la evolución de cada niño dependerá del momento en el que se detecte la deficiencia y cuando se inicie la atención temprana.

Durante el proceso de estimulación temprana se han de considerar aspectos sociales, psicológicos, culturales, familiares, afectivos, biológicos y personales, además es importante conocer cada paso del proceso de formación de la estructura cerebral infantil.”⁸

“El concepto de Atención temprana partió de la oferta educativa para niños con discapacidad. Este planteamiento facilitó la aparición de políticas sociales de apoyo a estas personas con un fin esencialmente rehabilitador. Hoy día se profundiza en el estudio del desarrollo considerando que lo que ocurre en el primer periodo de la infancia es determinante para etapas posteriores y se opta por una intervención de carácter interdisciplinar y preventivo, que permite atender de manera global las necesidades de todos los niños con y sin dificultades para lograr su máximo desarrollo y su mejor integración escolar y social.

Así pues, prevención, estimulación y rehabilitación son términos que van a establecer objetivos propios de la educación del niño de 0 a 6 años con y sin necesidades educativas especiales.”⁹

“Los servicios de intervención temprana se deben proporcionar desde el momento de la detección de un riesgo o de una minusvalía, de manera que mejoren el nivel de desarrollo del niño en las áreas que peligran por la minusvalía.

⁸ (MOLINA TATIANA, BANGUERO LINA, 2008)

⁹ (ARANDA ROSALÍA. 2008)

En terminología médica hablamos de terapia oportuna (fisioterapia, terapia con medicación y terapia ocupacional); desde el punto de vista educativo, utilizamos términos tales como educación temprana, apoyo (educativo) temprano, intervención oportuna o atención temprana.”¹⁰

Importancia

“La estimulación adecuada si se da tempranamente, permite encaminar a los padres en el desarrollo de cada etapa de crecimiento de su bebé, también se pueden detectar anomalías que se presenten a nivel madurativo y neuronal interviniendo así tempranamente y capacitando a los padres que por lo general se dan cuenta muy tarde. El programa prepara a la madre para que estimule en su casa a su bebé desde que nace hasta las 24 o 36 semanas, que asiste junto con otros niños a continuar el programa, consiguiendo a un futuro bebé competente, seguro y feliz.”¹¹

Objetivo y funciones de la atención temprana

“La estimulación temprana pretende prevenir posibles problemáticas que puedan presentarse en bebés que en principio no presentan anomalías de ningún tipo pero que, especialmente, por el ambiente en que se van a desarrollar pueden llegar a padecer algún tipo de disfunción. Está dirigida, principalmente, a niños que forman parte de los grupos de riesgo, niños que son susceptibles de que su desarrollo sea afectado por causas prenatales, perinatales y/o posnatales.

Trata de proporcionar al sujeto un ambiente rico en experiencias que permitan eliminar trastornos que, en caso de no ser atendidos a tiempo, suelen detectarse cuando el niño ingresa en la escuela y entonces pueden resultar ser difícil solución.

La intervención termina cuando se prevé que la evolución del sujeto va a ser la correspondiente a la media de los niños de su edad.

Los programas de intervención temprana, centrados en la interacción, tienen como objetivos más importantes:

¹⁰ (GENTO SAMUEL, KVETONOVÁ LEA, 2011)

¹¹(MÓNICA GARCÍA DE CASTRO, 2009)

- a) Conseguir que los padres inicien actividades y juegos placenteros con su hijo, de forma que se vuelva más motivado y reactivo ante las señales sociales, y que los padres disfruten de su rol de padres.
- b) Que los padres desarrollen habilidades de observación para interpretar las señales de su hijo y para observar ante qué actividades y juegos el niño se encuentra más motivado y así seleccionarle los materiales y actuaciones que más le gusten.
- c) Aumentar y mejorar la comunicación en la relación uno a uno entre padre e hijo haciendo intercambios que sean placenteros y socialmente reforzantes.

Tiene una doble función: asistencial y preventiva. Asistencial para paliar las consecuencias de una problemática ya producida, y para prevenir y poner en marcha actuaciones que permitan seguir una evolución del niño lo más cercana posible a la del grupo normativo.”¹²

Beneficios y beneficiarios

1. “Proporcionar a los padres y a toda la familia la información, el apoyo y el asesoramiento necesarios, con el fin de que puedan adaptarse a la nueva situación, y de que mantengan unas adecuadas relaciones afectivas con el niño.
2. Enriquecer el medio en que se va a desenvolver el niño proporcionando estímulos adecuados en todos los aspectos para favorecer su desarrollo.
3. Fomentar la relación padres-hijo, evitando la aparición de estilos interactivos inadecuados.
4. Elevar al máximo los progresos del niño para lograr su independencia en las distintas áreas del desarrollo.
5. Emplear estrategias de intervención en un contexto natural y a través de las situaciones rutinarias del niño, evitando fórmulas demasiado artificiales.
6. Llevar a cabo una acción preventiva, ya que los programas de atención temprana permiten, de alguna manera, frenar el deterioro progresivo de los niveles de desarrollo, evitando que los niños presenten alteraciones más graves en los distintos aspectos evolutivos.

¹² (CASTEJÓN Y NAVAS, 2009)

Esta faceta preventiva se extiende también a todo el ámbito familiar, instaurándose desde el principio comportamientos adecuados, más adaptados a la realidad”.¹³

Los beneficiarios son los niños, los padres y el entorno que los envuelven.

“Los estudios científicos en torno a la primera infancia en estas últimas décadas han dado por resultado la posibilidad de conocer mejor y de una forma más profunda el desarrollo del niño y el impacto del diagnóstico de un posible trastorno para la familia. La atención temprana como forma de intervención dirigida a los años que presentan un trastorno en su desarrollo o puede tener el riesgo de padecerlo, a sus familias y entorno, también ha experimentado grandes e importantes cambios y hoy nadie duda de sus efectos beneficiosos.”¹⁴

LOS CENTROS DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA

Definición de este tipo de negocios

“En los primeros años de la infancia, los centros de educación infantil o guarderías, ludotecas y centros de día favorecen el desarrollo de las capacidades de los más pequeños al tiempo que la conciliación de la vida familiar y profesional de los padres.

Los centros de día y ludotecas son recursos de carácter no residencial que acompañan la trayectoria de intervención social con la familia. Los centros de día en colaboración con las familias a las que ofrecen orientación y apoyo, favorecen una intervención integral de carácter preventivo en la que se incluyen medidas para el desarrollo personal y social.”¹⁵

“La función de un CDIAT (Centro de Desarrollo Infantil y Atención Temprana) finaliza en el momento en el que se considere que se han conseguido los objetivos que nos habíamos planteado, o bien que por edad o por otras razones, ha finalizado su atención en el centro. En estos momentos, se volverá a realizar una valoración con su informe correspondiente, para que los padres estén informados y para que los equipos de profesionales que asuman la intervención a partir de los seis años

¹³(JUAN, 2011)

¹⁴(CRISTÓBAL CRISTINA, FORNÓS ANNA, GINÉ CLIMENT, MAS MARÍA, PEGENAUTE FÁTIMA, 2010)

¹⁵(CERMI, 2008)

conozcan al niño y a su familia y estén documentados acerca de su evolución en el CDIAT.”¹⁶

Análisis de la importancia de la actividad que desempeñan

“Los Centros de Desarrollo Infantil (CDIAT), serán los que realicen la detección precoz de las deficiencias, den la correspondiente información y orientación a los padres y faciliten los medios de rehabilitación y mejora de que disponen. Por tanto, la escuela infantil se convierte en el centro coordinador de todo el proceso de actuación temprana, recibiendo la orientación y actuación de los especialistas, favoreciendo dicha actuación y mejorando las posibilidades de aprendizaje.”¹⁷

“Cada vez son más frecuentes, las situaciones que se presentan en las aulas de niños y niñas con todo tipo de déficits o discapacidad, además de los inmigrantes procedentes de otras razas y nacionalidades. A algunos de estos niños solo hay que observarlos y acompañarlos en su crecimiento evolutivo, porque pertenecen a un grupo de riesgo. Esto quiere decir que si no recibieran una atención primaria y escolar adecuada, las pequeñas dificultades que tiene pueden aumentar y convertirse en un verdadero problema. Es el caso de los niños prematuros, o niños en situaciones de riesgo social, los inmigrantes, etc. Estos niños solo necesitan un seguimiento más detallado y estar algo más pendientes de ellos en las aulas, para que no se aislen o se retrasen y puedan seguir el ritmo de los demás. Con ellos se utilizan programas de estimulación que abarcan todas las áreas de desarrollo madurativo, trabajando la psicomotricidad, el lenguaje, el desarrollo cognitivo y la afectividad.

La mayoría de estos niños suelen estar atendidos por los equipos de CDIAT (Centros de Desarrollo Infantil y Atención Temprana). En estos centros reciben los tratamientos específicos que necesitan, fisioterapia, atención familiar, etc. La mayoría de los programas son de estimulación precoz. Estos centros suelen estar en contacto con las escuelas Infantiles para hacer un seguimiento común y coordinado del niño y su familia.”¹⁸

¹⁶ (JUAN MARÍA, PÉREZ JULIO, 2009)

¹⁷ (ARANDA ROSALÍA, 2008)

¹⁸ (GARCÍA ALFONSO, LLULL JOSUÉ, 2009)

Tipo de personal que requiere para generar sus servicios

“La intervención sistemática y diaria con el infante por parte de los diferentes expertos de la Estimulación Temprana con el fin de ir valorando cada día las ventajas del niño, admite una comprensión muy puntualizado en el tratamiento del mismo, haciendo más eficiente la recomendación de los familiares encargados. Por otra parte estos son conscientes de que los reales estimuladores de los menores son ellos, concernientes al valor de la intervención directa del profesional y dándole su real sentido como herramienta de análisis y evaluación constante. Esto les brinda seguridad en relación a la información y las orientaciones que plantea y les permite intervenir en las ansiedades que se van presentando a lo largo del procedimiento.

La función del experto será dirigir y organizar la información para que resulte más clara, explicarla y traducirla dando a conocer la respuesta del mismo, resaltar la información principal sobre la irrelevante y presentar nueva información que dé riqueza al asunto y haga dables los cambios. Por tanto debe tener apropiados conocimientos técnicos en el ámbito de la comunicación para desenvolverse adecuadamente en su cargo.

El profesional en Estimulación Temprana servirá de guía entre los familiares y la educación primaria cuando el infante esté escolarizado, conteniendo también a este nuevo régimen en el proceso, apoyando posiciones, beneficiando la percepción de competencia de una técnica respecto al otro, actuando en aquellos asuntos en los que puedan generar peligros, para encontrar en cualquier responsables.”¹⁹

Los profesionales en Estimulación Temprana son:

- Psicoterapeuta/Psicólogo clínico
- Psicomotricista
- Fisioterapeuta
- Neurólogo infantil
- Terapeuta ocupacional
- Estimulador
- Logopeda

¹⁹ (PERPIÑÁN SONSOLES, 2009)

- Psicólogo Pedagogo
- Médico Pediatra

Importancia del personal profesional y especializado para este tipo de negocios.

“Los profesionales de los Centros de Atención Temprana ejercen funciones docentes de manera formal: imparten charlas y organizan o participan en seminarios, reuniones o congresos, que permitan difundir e informar para prevenir posibles problemas futuros (por ejemplo imparten charlas de educación maternal, cursos sobre desarrollo evolutivo en la primera infancia.).

Colaboran también habitualmente con las universidades a través de la formación de alumnos, que realizan en los centros sus prácticas.

No menos importante es la docencia “informal”, realizada a partir del análisis de casos en los encuentros con los profesionales de la zona: pediatras, enfermeras, educadores, maestros, etc.

En los últimos años y de forma progresiva, los profesionales de la Atención Temprana se incorporan a trabajos colaborativos con otros centros y con la universidad.”²⁰

Cuáles son los equipos o mobiliarios que necesitan

“Si bien los materiales no deben ser el eje desde dónde pensar las propuestas ni dejar en un segundo plano a los contenidos y acciones, en estas primeras edades es importante tomar buenas decisiones al respecto.

En principio y fundamentalmente, los materiales deben ser seguros y reunir las siguientes características:

- No pueden ofrecer ningún peligro, por mínimo que fuese,
- No se deben romper por facilidad,
- Deben ser fácilmente lavables y

²⁰(MAR, LA ATENCIÓN TEMPRANA Y EL DESARROLLO INFANTIL, 2008)

- Deben cumplir con las normas que determinan los materiales no tóxicos permitidos para su elaboración.

Conocimiento especializado.- Los profesionales tienen acceso a una base de conocimientos que van más allá de lo que sabe el público general. La base proviene de una combinación de teorías e investigación que se aprende leyendo, reflexionando, observando y en la práctica. Abarca terminologías, hechos, principios y conceptos que no sirven para entender la conducta del niño. También nos orientan para determinar cuáles estrategias de intervención son útiles y cuáles no. Las adquisiciones del contenido relevante se dan tras un estudio prolongado y una formación especializada.

Competencia probada.- Otra manera de distinguir entre un profesional un inexperto es que el primero demuestra cualidades relacionadas con su especialidad. La evidencia más formalizada de dominio es la licencia o certificación regida, normalmente, por normas estables o federales. Un criterio menos formal consiste en aplicar pruebas al aspirante, en aprobar los cursos y en demostrar una buena práctica en un ambiente idóneo o en el trabajo. Todo ello se realiza bajo la supervisión de personas calificadas”²¹

Además, deben ser:

- Atractivos,
- Posibilitadores de diferentes acciones y usos,
- Adecuados a diferentes hechos, gustos, experiencias y edades.

Puede ocurrir que las actividades no se desarrollen como se ha planificado si los materiales no atraen por sus colores, formas, sonidos y por sus diversas posibilidades de exploración y manipulación. Frecuentemente, los niños de una misma sala de jardín maternal presentan diferencias de algunos meses entre ellos, situación que determina importantes diferencias en necesidades y posibilidades. Éste es uno de los motivos por los cuales los objetivos seleccionados deben permitir la realización de diversidad de acciones por parte de todos los niños y las

²¹(KOSTELNIK MARJORIE, 2009)

actividades que se propongan deben pensarse con suficiente amplitud para considerar las diferentes posibilidades infantiles.

Es importante considerar que los materiales deben permitir tanto el juego y el accionar individual como la interacción con los otros y plasmar oportunidades para que los niños pongan en acción sus intereses personales en relación con los objetivos y contenidos, deben fomentar la acción y la interacción, lograr la participación activa, responder a las acciones de los niños y brindarles la posibilidad de actuar según sus propios intereses y logros.”²²

Los equipos y mobiliarios que cuentan los centros de estimulación son:

- Muebles de oficina
- Computadoras
- Archivadores
- Fotocopiadoras
- Fax
- Teléfonos
- Mesa grande de reuniones
- Sillas
- Estanterías para bibliotecas
- Pizarras. Tablón de corcho
- Mesas para niños: de seguridad, trapecio y con tablero móvil
- Sillas pequeñas
- Sillas posturales regulables
- Sillas adulto
- Mesa de trabajo
- Sillas esquineras para el suelo

Para las sesiones de terapias:

- Material de estimulación
- Espejos
- Camilla

²² (PITLUK LAURA, 2007)

- Colchonetas de alta densidad
- Material de psicomotricidad (Pelotas, aros, tacos...)
- Paralelas
- Escalera y rampa
- Espaldera
- Bipedestadores
- Cuñas y rulos, elementos de foam
- Circuitos múltiples psicomotrices
- Plano basculante
- Triciclos
- Balones para rehabilitación
- Gateador
- Andadores graduables
- Piscina de bolas

Fundamentación Empresarial

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

En qué consiste

“La responsabilidad social de la empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y bienestar social de la sociedad en la que se entrega.

Pretende buscar la excelencia en la empresa, atendiendo con especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como la calidad de sus procesos productivos con la incorporación de las tres facetas del desarrollo sostenible: la

economía, la social y la medioambiental, lo cual favorece la consolidación de la empresa, promueve su éxito económico y afianza su proyección de futuro.

Por lo tanto, se entiende como responsabilidad social de la empresa a la actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente.”²³

Importancia

“La importancia de la responsabilidad social de las compañías salió a flote en la década de 1960, cuando un movimiento activista empezó a cuestionar si el objetivo económico era el único de las organizaciones. Por ejemplo, ¿eran las compañías grandes irresponsables porque discriminaban a las mujeres y a las minorías, como demostraba la evidente ausencia de gerentes minorías y de gerentes mujeres en aquellos días? ¿Estaba una compañía como Dow Corning ignorando su responsabilidad social al comercializar implantes de senos cuando la información indicaba que las fugas de siliconas eran un peligro para la salud? ¿Estaban las compañías tabacaleras ignorando los peligros para la salud por causa de la nicotina, así como sus propiedades adictivas? Antes de la década de 1960, pocos se planteaban estas preguntas. Incluso hoy podemos presentar argumentos válidos para los dos bandos del tema de la responsabilidad social. Dejando a un lado los argumentos, los tiempos han cambiado. Ahora los gerentes afrontan con regularidad decisiones que incluyen una dimensión de responsabilidad social; algunos de los factores más evidentes son la filantropía, las políticas de precios, las relaciones con los empleados, la conservación de los recursos, la calidad de los productos y las operaciones en países con gobiernos representativos. Abordan estos campos replanteando las formas de los empaques, el reciclamiento de los productos, las prácticas no nocivas para el medio ambiente, etc. La idea de ser inocuo para el medio ambiente o ser “verde” tendrá consecuencias en todos los aspectos de

²³(GARCIA, 2009)

negocios, desde la concepción de los productos y servicios hasta su uso por parte de los clientes y el desecho posterior. En un mundo de competencia global, pocas organizaciones pueden afrontar críticas adversas de la prensa o padecer ramificaciones económicas potenciales debido a su responsabilidad con la sociedad.

Pocos términos han sido definidos en tantos sentidos distintivos como la responsabilidad social. Algunos de los significados más populares son: “maximizar las utilidades”, “ir más allá de producir utilidades”, “actividades voluntarias”, “interés por el sistema social más amplio” y “sensibilidad para responder a la sociedad”. Casi todas las polémicas se han centrado en los externos. Por una parte encontramos la visión clásica, o puramente económica, de que la única responsabilidad social de la administración es aumentar las utilidades al máximo. Por otra tenemos la posición socioeconómica que sostiene que la responsabilidad de la administración trasciende la idea de producir utilidades e incluye proteger a la sociedad y mejorar su bienestar.”²⁴

Cómo afecta al desempeño e imagen de las empresas

“La incorporación de la ética al mundo de los negocios hace que las empresas adopten una nueva concepción como entidades ciudadanas. Del único objetivo de beneficios defendido por el economista Milton Friedman, la empresa evoluciona y lo completa con aspectos relacionados con el respeto al medio ambiente, los derechos humanos y las actividades filantrópicas. En este nuevo entorno, la responsabilidad social establecida como estrategia empresarial puede reportar beneficios. Si, por ejemplo, la incorporación de la sensibilidad ecológica y social puede suponer una ventaja competitiva ante la demanda cada vez mayor de consumidores proclives a esta preocupación. Además, estos comportamientos sociales y filantrópicos suelen dar a la empresa una mejor imagen de marca.

La empresa que actúa bajo unos parámetros de responsabilidad social no puede entenderse solo como una institución socio-económica que prospera en función de los resultados legítimos obtenidos por sus propietarios, sino como una institución en

²⁴(ROBBINS, 2009)

la que también hay otros grupos de interés (en Inglés stakeholders) o personas que están interesados en su buena marcha.

Lo que definirá a los grupos de interés de una empresa sería el que pueden afectar o ser afectados por la empresa al realizar sus objetivos, y el que tienen también interés en que crezcan sus resultados. Es decir, en este concepto ampliado se parte de la idea de que existe un reparto del poder en las organizaciones en el que cada grupo desempeña una función, ya sea interna o externa. Una relación de estos grupos incluye, primero a los accionistas e inversores que son los que arriesgan sus capitales, pero también directivos y empleados, suministradores, clientes, competidores, distribuidores, gobiernos, comunidades locales, opinión pública, medios de comunicación, administraciones, grupos de apoyo, etc.

La inclusión de los stakeholders en la teoría de la ética en el marketing ha hecho que todos esos grupos sean contemplados en la toma de decisiones. Esta visión amplia del alcance de las funciones de la planificación de marketing, del uso de recursos, del concepto de productos y servicios, y de la comunicación hacia los componentes de la red de stakeholders.”²⁵

La responsabilidad en el siglo XXI

“En las últimas décadas, la empresa ha dejado de ser un mero agente económico, encargado de fabricar productos y o prestar servicios para el consumidor final convirtiéndose en un ente incierto en el entorno social y medioambiental con el cual interactúa. En este contexto se ha desarrollado la responsabilidad social empresarial (RSE) que representa a un nuevo modelo de gestión o paradigma empresarial, de manera que las empresas e instituciones ya no se cuestionan si la RSE es una moda pasajera.

La principal idea del RSE consiste en que una organización tiene obligación de trabajar para conseguir una mejora del bienestar social, se puede asumir esta obligación de manera voluntaria o puede ser impuesta por las distintas autoridades. Bajo esta filosofía el cumplimiento de la legislación vigente podría considerarse como una acción de RSE. No obstante, se considera que una organización es

²⁵(ANTONIA, 2009)

socialmente responsable cuando asume obligaciones a un nivel superior al cumplimiento de las normas económicas y legales.

Ante esta realidad en los primeros años del siglo XXI podemos afirmar que dos términos han adquirido una especial relevancia, “crecimiento sostenible” y “responsabilidad social de la empresa”, aunque el primero nace ligado al medio ambiente y la Comisión Brundtland en 1987 lo definió como “un desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para dar respuesta a sus propias necesidades” hay autores que defienden la unidad de ambos conceptos y deberíamos utilizar el término Empresa Responsable y Sostenible (ERS).

En el siglo XXI trae consigo un resurgimiento de la responsabilidad social empresarial asistida por una serie de circunstancias o factores que han facilitado el imparable crecimiento de la conciencia social, pero el mayor acicate del renacimiento ha sido el interés secundado por organismos internacionales de carácter público y privado.”²⁶

LA CONFIANZA

En qué consiste

“Es la esperanza positiva de que otra persona no se conducirá de forma oportunista, por medio de palabras, obras o decisiones. Los dos elementos más importantes de nuestra definición son que implica familiaridad y riesgos.

La confianza es un proceso que se da en el tiempo y se basa en muestras relevantes pero limitadas de experiencia. Tarda en formarse; se fortalece gradualmente y se acumula. A todos se nos hace difícil, cuando no imposible, confiar en alguien inmediatamente si no sabemos nada sobre esa persona. En última instancia, en un caso de ignorancia total, podemos apostar, pero no confiar.

²⁶(RODRIGUEZ DAPONTE ROCIO D. P., 2013)

La confianza consiste en hacerse vulnerable, como cuando revelamos información íntima o confiamos en las promesas de otros.”²⁷

Cómo logra la confianza de los clientes

“La confianza es la seguridad que el cliente tiene en los beneficios de una determinada marca, producto o servicio. La confianza se gana en cada contacto y en cada uso del producto/servicio. Su base reside en la credibilidad, la imagen y las experiencias pasadas.

El nivel de confianza para realizar la primera adquisición depende de la importancia del producto para el comprador, el precio y la vida útil del producto. Si el producto tiene poca importancia para el usuario, el nivel de confianza para comprar por primera vez será bajo. Si el producto tiene un precio elevado, será necesario tener un nivel de confianza alto. Igualmente, si la vida útil del producto es grande, será necesario un nivel de confianza alto. Con ciertos productos serán necesarias varias compras e interacciones con el cliente para ganarse su confianza. Sin embargo, con otros productos o servicios que sean importantes para el comprador, su precio de venta sea elevado o su vida útil sea larga, será necesario ganarse la confianza del cliente para vendérselos.

La confianza es uno de los pilares clave de la fidelidad. Sin confianza no hay lealtad. Para ganarnos la confianza del cliente debemos desarrollar los siguientes elementos:

La credibilidad es el factor que implica la aceptación de afirmaciones como verdades. Es el elemento principal para inspirar confianza. La credibilidad la obtenemos:

- Facilitando información verificable, relevante y fidedigna para el comprador.
- Realizando demostraciones del producto, las cuales muestran cómo el producto cumple las expectativas del usuario.

²⁷(STEPHEN, 2009)

- Presentando una dilatada experiencia en el mercado, la industria y la empresa.
- Evitando los errores.
- Posibilitando que el cliente pueda contactar con nosotros a través de diferentes canales.
- Siendo específico, conciso y claro en las comunicaciones.

La imagen de nuestra empresa y de nuestras marcas que el cliente tiene en su mente. Esta imagen se compone de percepciones subjetivas fruto de las distintas características del producto, el diseño, el precio, la publicidad, el boca a boca y las experiencias pasadas. Para crear una imagen positiva es necesario desarrollar una estrategia de comunicación efectiva.

La fiabilidad de nuestros productos. A medida que el usuario usa nuestros productos y puede comprobar que éstos cumplen con sus expectativas, nos vamos ganando su confianza. Si el cliente aún no ha probado nuestros productos, las recomendaciones positivas de otros compradores, así como las demostraciones del producto contribuyen a que compruebe la fiabilidad de éste.

La seguridad que transmitimos en cada contacto con el cliente. Las variables que nos ayudan a transmitir seguridad son: la autoconfianza, el conocimiento del mercado y las habilidades comunicativas.

Actuaremos honestamente en todo momento. No mentiremos, diremos siempre la verdad, expresaremos sólo aquello que sea creíble, cumpliremos todas las promesas que realicemos, evitaremos la letra pequeña en los contratos y comunicaremos todas las condiciones importantes de la negociación.

Nos interesaremos siempre por el cliente. Es más, debemos hacerle percibir que mostramos interés por él en cada contacto. A las personas les gusta que se preocupen por ellas. El cliente debe sentir que es importante para nosotros. Las estrategias y los planes de acción de la compañía se planifican y ejecutan teniendo en cuenta las necesidades del comprador. El cliente se sitúa en el centro de gravitación de la empresa.

Buscaremos constantemente el beneficio mutuo. Para ello, transmitiremos al cliente que pretendemos desarrollar una relación de socios, en la cual ganamos los dos. Creamos, compartimos y nos repartimos los beneficios de la relación comercial.
»²⁸

Importancia de lograr la confianza de los clientes

“Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.”²⁹

LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

En qué consiste la calidad

“La calidad en los servicios actualmente han dejado de ser una prioridad competitiva para convertirse en un requisito imprescindible para competir en muchos mercados. Es decir, tener calidad no garantiza el éxito, sino que supone una condición previa para competir en el mercado.

Las empresas necesitan gestionar de forma eficaz no solo la calidad de sus servicios propiamente dicha, sino también sus impactos en el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales, tanto para ser competitivos, como para satisfacer los requerimientos legales y las demandas que cada vez más exige la sociedad.

Hasta ahora las empresas han optado por la puesta en práctica de sistemas de gestión independientes basados en modelos más o menos normalizados. Pero son muchos los aspectos que tienen en común estos modelos, por lo que parece lógico

²⁸(<http://www.elcomercial.net/fidelizacion/cap07.htm>, 2013)

²⁹(<http://www.oocities.org/es/acertijopilot/ger/ii.gestiondelacalidad.htm>, 2013)

intentar unificar esfuerzos en una sola dirección: la integración de los tres sistemas. Por ello, en los últimos años se tiende a una gestión integral de las decisiones relativas a la calidad, medioambiente y prevención de riesgos laborales, surgiendo los denominados sistemas integrados de gestión de calidad”³⁰

Cómo se logra la calidad en los servicios

“Condiciones necesarias, que deben estar presentes en toda organización para poder alcanzar la calidad:

A) El liderazgo y el compromiso de la dirección. La calidad empieza de arriba hacia abajo. La implantación de un sistema de calidad supone una transformación suficientemente radical de la empresa, de sus modos de funcionamiento, de las formas de ejercer el poder y de su propia identidad, que no puede realizarse sino es desde la decisión de la alta dirección. No sería tan necesaria la responsabilidad de la dirección si sólo se tratase de establecer un sistema de control de calidad que implicara superponer un sistema sobre los sistemas de gestión tradicionales. El sistema de calidad entendido, como, aseguramiento y como mejora continua supone cambios relevantes en la gestión y, sobre todo, implica la necesidad de incorporar localidad al planteamiento estratégico de la empresa afectando, tanto interna como externamente, a sus actividades y a la filosofía con que se realizan.

Pero decidir la implantación de un sistema de calidad y poner los medios materiales para ello no es suficiente. La calidad no sólo se define y se diseña, necesita ser construida día a día por todas las instancias y niveles de decisión de la empresa. Es por eso que cabe propiciar un cambio fundamental en las formas de ejercer el poder. Los directivos han de plantearse que sus funciones incluyan también el generar una visión compartida de la empresa y de los servicios que prestan, así como incorporar nuevas modalidades de dirección que suponen la participación del personal en la toma de decisiones desde criterios comunes en los diferentes niveles de responsabilidad. La calidad supone una nueva visión de la empresa, que ha de extenderse todos sus niveles. La Calidad Total significa calidad de todos, y ésta

³⁰(MIRANDA GONZÁLEZ FRANCISCO, 2007)

tiene más que ver con las actitudes que con los procedimientos. El mejor procedimiento es capaz de fallar o mostrar su inoperancia para enfrentar una situación nueva o un problema inédito. Sólo una actitud favorable al cambio, de apertura a la innovación y a la mejora continua, garantiza la entrada en una dinámica de calidad en la medida que predispone a “hacer las cosas bien a la primera” y al aprendizaje de la propia experiencia, incorporando así la prevención y la mejora como conceptos clave.

B) La identificación de procesos. La actividad de la organización consisten un conjunto de procesos de trabajo que tienen, cada uno de ellos, un objetivo centrado en la satisfacción de las necesidades de uno o varios clientes, sean estos internos o externos. La organización por tareas conlleva la fragmentación de la actividad y la pérdida de sentido de la misma. Aunque la gestión por procesos aparece como deseable en prácticamente todas las empresas, se convierte en una necesidad ineludible en el caso de los servicios de apoyo a personas, donde la posición central del cliente resulta ineludible. Sin el concepto de proceso no es posible la adaptación al cliente y la flexibilidad.

La incorporación del proceso como concepto estructurador de la actividad de la empresa implica que todas las actividades han de formar parte de alguna secuencia dirigida a la satisfacción de un cliente y añadir algún valor a la misma, creando una red de cadenas proveedor-cliente, que se convierten en un entramado de relaciones entre todos los ámbitos de la organización, incluyendo todos los niveles de decisión de la misma.

La eficacia de los procesos (grado de satisfacción de necesidades) se garantiza a través de designar un “propietario” a cada uno de ellos(líder), evitando la asignación de tareas y atribuyendo autoridad y responsabilidad a personas respecto de objetivos a cumplir relacionados con clientes concretos.

La eficiencia es tratada desde planteamientos de mejora continua de los procesos y se produce a través de tres tipos de acciones de optimización:

1) Simplificación: acortando las secuencias de actividad desde la identificación de la necesidad hasta su resolución.

2) Eliminación: de las actividades que no aportan valor al cliente del proceso (actividades nulas), y que se mantienen en la organización muchas veces por efecto de la inercia.

3) Sinergia: que se consigue relacionando una misma actividad con varios procesos simultáneamente, posibilitando el aprovechamiento de recursos.

Los procesos se ordenan jerárquicamente según que los implicados en la gestión de los mismos dispongan de toda la autoridad y disponibilidad de recursos para llevarlos a cabo (unipersonales); requieran del concurso de otras personas pertenecientes a una misma unidad organizativa (departamentales); o impliquen a instancias diferenciadas de la organización (interdepartamentales). De esta manera, el proceso se superpone a las unidades organizativas de la empresa, y sitúan a éstas al servicio de la consecución de objetivos, eliminando la fragmentación (departamentalización) que caracterízalas organizaciones piramidales, en las que prima la jerarquía sobre las necesidades del cliente.

C) El ajuste entre el personal y las funciones. Las competencias del personal a nivel de conocimientos, habilidades y actitudes habrán de ser acordes con las funciones a desempeñar. Ello supone prestar una atención permanente y preferente a las necesidades de formación, lo que implica la consciencia de las propias competencias y la habilitación de instrumentos y espacios adecuados para adquirirlas, mejorarlas mantenerlas. La evaluación del desempeño resulta de especial importancia porque es susceptible de mejora continua a través del análisis de la experiencia, y facilita la utilización del propio trabajo como espacio de aprendizaje tanto individual como grupal.

En los servicios de apoyo a personas la preparación del personal en contacto resulta ser un factor crítico de calidad, ya que éste acaba convirtiéndose en la imagen de la empresa ante el cliente y el instrumento fundamental de trabajo, quien activa los recursos encada momento, quien establece la relación más próxima, identifica e interpreta las expectativas, y gestiona la participación en el proceso de gestión del servicio.

D) Los sistemas adecuados de supervisión y control. Ya que no es posible la calidad sin control, controlar supone capacidad de medida. Ello supone la existencia de paneles de control en la empresa que incorporen indicadores claros y fiables, capaces de evaluar los resultados de los procesos y de ofrecer información intermedia acerca de las secuencias de trabajo. El sistema de control ha de permitir que el personal obtenga percepción de control. Los valores de los indicadores ofrecen la posibilidad de disponer de referentes para fijar objetivos de mejora, y su conocimiento por todo el personal es obligado para conseguir la implicación del mismo. Por otra parte, el conocimiento de los indicadores de control, permite la auto-supervisión de los trabajadores y la configuración de una visión compartida de la empresa, sin la cual no resulta viable la participación del personal.

E) El trabajo en equipo constituye una unidad funcional básica en la empresa. La complejidad de los servicios de apoyo a personas hace inviable el abordaje de las necesidades del cliente desde una posición unipersonal, a no ser que el trabajo se vuelva una rutina, y obliga al trabajo cooperativo sin el cual se pierde de vista el objetivo de los procesos centrados en el cliente.

Asimismo, el trabajo en equipo permite:

- 1) Identificar y gestionar procesos de índole superior a los unipersonales.
- 2) Estimular la cooperación en la empresa generando objetivos comunes.
- 3) Facilitar el aprendizaje entre el personal, creando espacios de socialización y de transferencia de la experiencia.
- 4) Socializar las competencias individuales.
- 5) Optimizar el uso de recursos que puedan ser compartidos de forma programada a través de la auto-organización.
- 6) Mejorar los sistemas de información y comunicación en la empresa.
- 7) Redistribuir cargas de trabajo y niveles de ansiedad.

- 8) Posibilitar la emergencia y desarrollo de grupos de mejora que trabajen sobre procesos que son comunes a los miembros del equipo.”³¹

Importancia de la calidad en los servicios

“La calidad se refiere a cualquier actividad planteada y sistemática dirigida a proveer a los clientes productos/servicios de calidad apropiada, junto con la confianza de que los productos/servicios satisfagan los requerimientos de los clientes. El aseguramiento de la calidad depende de la calidad durante la ejecución de la manufactura y la entrega de los servicios. Por lo general, incluye también alguna forma de actividad de medición e inspección. El aseguramiento de la calidad ha sido un aspecto importante de las operaciones de producción histórica a través de la historia. El éxito de las empresas de servicio es un buen diseño del mismo, uso congruente de métodos y técnicas para brindarles a los consumidores un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades.”³²

LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

Qué es un cliente (definición)

“Clientes aquella persona que adquiere un producto o un servicio de una organización a cambio de una remuneración económica para la empresa.”³³

“Un cliente es alguien que elige y compra algo. La palabra cliente abarca al individuo en cualquier fase del ciclo de compra. En si podemos decir que Un cliente es una persona o entidad que compra los productos (bienes o servicios) que una empresa pone en el mercado. Por ello, se puede afirmar que el cliente es el agente más importante para una empresa. Ya que una empresa solo sobrevive si sus productos se demandan.”³⁴

³¹(BELDA, 2009)

³²(EVANS JAMES R., 2008)

³³(MEJIA, 2009)

³⁴(JAIME, 2008)

Importancia de los clientes

“En ocasiones, las empresas parecen olvidar este hecho en la creencia de que los clientes van a comprar por inercia siempre en su empresa o que llegado el momento siempre habrá otros que reemplacen a los que no vuelven. También olvidan que en el mercado actual suelen competir empresas que ofertan productos similares y que el cliente cuando elige comprar a una firma en concreto está haciéndole un verdadero regalo, la elige, deposita en ella su confianza y, por supuesto, su dinero.

Toda empresa que pretenda perdurar en el tiempo debe tomar en serio la gestión de sus relaciones con los clientes, fijando como objetivo primordial: conocerlos, entenderlos y cuidarlos para que su oferta se defina y ajuste a las necesidades reales del mercado, incluso mejorando sus expectativas. ¿Por qué? Porque si el producto satisface las necesidades del cliente éste seguirá demandándolo, pero si el producto no le satisface buscará otro que sí lo haga.

Al hablar de necesidades y satisfacción de las mismas incluyo tanto las características técnicas de un bien o las especificaciones de un servicio como cualquier otra prestación que el cliente recibe por parte de la empresa, desde la atención del comercial que le asesora hasta la financiación pasando por el trato dispensado por departamento de atención al cliente como por cualquier otro representante de la organización (secretarias, transportistas, instaladores, responsables de mantenimiento.)

Técnicamente los productos que se ofertan en el mercado son similares, un cliente puede ver que las especificaciones técnicas de un producto de determinado fabricante no le agradan y es posible que no vuelva a comprar esa marca más, o puede que sí (depende), ya que la mayoría de los clientes que dejan una empresa lo hacen por la indiferencia o mala gestión del personal de atención al cliente (comerciales, supervisores, personal atención telefónica, personal de atención presencial, secretarias, repartidores, cobradores, personal técnico o de reparaciones.)

Las empresas que tratan la atención al cliente como un coste no como una inversión, se equivocan en la gestión de su relación con los clientes. La externalización del

servicio a costa de la reducción de costes conlleva, en muchos casos, clientes insatisfechos en sus relaciones con la empresa y que permanecen en ella únicamente por el precio del producto, por eso en cuanto otra empresa les ofrece menor precio no lo dudan, se marchan. Pensemos en la atención al cliente de las compañías suministradoras de servicios de telefonía e Internet. ¿Alguien conoce a algún cliente satisfecho con el servicio de atención al cliente de su suministradora?

Además, los clientes que se sienten incómodos, defraudados o engañados por una empresa, tarde o temprano se formulan la siguiente cuestión: ¿me quejo, o no vuelvo? Es bastante habitual que el cliente no se queje. He escuchado decir a algunos ex clientes de empresas: "con lo mal que me han tratado no les digo nada, se quedan sin la información". Simplemente no vuelven y cuentan su experiencia a personas de su entorno o en redes sociales. Lo peor que le puede ocurrir a una empresa, aunque algunos empresarios no lo crean así, es perder un cliente y además, no saber por qué."³⁵

En qué consiste la captación de clientes

“Consiste en como una empresa debería generar lealtad por parte de sus clientes, de modo que los costos no superen las ganancias. En primer lugar, hay que distinguir cinco niveles a la hora de invertir en la creación de relaciones con los clientes:

- **Marketing básico.** El vendedor únicamente vende el producto.
- **Marketing reactivo.** El vendedor vende el producto/servicio y ánima al cliente a que le llame si tiene cualquier pregunta, comentario o reclamación.
- **Marketing responsable.** El vendedor llama al cliente para comprobar si el producto o servicio ajusta sus expectativas. El vendedor también pide al cliente sugerencias para mejorar el producto/servicio e información sobre cualquier problema que haya podido tener.
- **Marketing proactivo.** El vendedor llama de vez en cuando al cliente para presentarles nuevas mejoras del producto/servicio y ofrecerles los nuevos con que cuenta.

³⁵(<http://www.emagister.com/curso-servicio-atencion-cliente-empresa/importancia-cliente>, 2013)

- **Marketing de colaboración.** La empresa se relaciona constantemente con sus principales clientes para ayudarles a conseguir mejores resultados.

La mayoría de las empresas solo practican el marketing básico como sus mercados son muy numerosos y los márgenes por unidad reducidos. Un empleado de una empresa no va a telefonear a cada comprador de lavadoras para conocer su percepción del producto. A lo sumo, establecerá una línea telefónica de atención al cliente. En mercados con pocos clientes y grandes márgenes de utilidad, la mayoría de vendedores practican el marketing de colaboración. Un elemento cada vez más indispensable para la práctica del marketing relacional en la actualidad es la tecnología”³⁶

DIFUSIÓN DE SERVICIOS

En qué consiste

“La **difusión** es un proceso de comunicación y aceptación del producto/servicio, por el mercado a lo largo del tiempo. Supone dar a conocer la existencia, características y ventajas del producto/servicio. Puede llevarse a cabo de forma verbal y personal, por medio de los vendedores de la empresa o de los propios usuarios del producto/servicio.

En si la difusión de los servicios consiste en hacer o dar información del servicio que se va a ofrecer. Para las empresas de servicio es más complicado difundir lo que están ofreciendo a los consumidores, ya que los servicios son menos comunicables que los bienes, pues en ellos son más importantes las características de experiencia y confianza.”³⁷

Importancia

Es importante porque es la forma de dar a conocer el servicio al consumidor, que es lo que está ofreciendo la empresa. En él se detalla los beneficios del servicio, el

³⁶(KOTLER, 2008)

³⁷(ESTEBAN, 2010)

precio, etc. Si una empresa no hace una correcta difusión del servicio que va a ofrecer a los usuarios, no va a tener acogida por los clientes.

Formas de difundir los servicios al mercado

”Para difundir los servicios al mercado las empresas deben diseñar un plan de comunicación donde se combinen de forma eficaz todos los instrumentos del mix de la comunicación , en función del público objetivo, del crecimiento y la evolución del mercado y el ciclo de vida de los productos o servicios. A continuación se exponen los diferentes instrumentos del mix de la comunicación y la función que corresponde a cada uno de ellos:

- **La publicidad.** Dar a conocer los productos y servicios de la empresa con objeto de crear notoriedad e imagen de marca.
- **Las relaciones públicas.** Crear una actitud positiva hacia la empresa, sus productos y servicios.
- **La promoción de ventas.** Comprende aquellas actividades comerciales que utilizan para estimular la eficiencia compradora de los consumidos y del distribuidor, como exposiciones, muestras, exhibiciones, demostraciones y diversos esfuerzos que se realizan esporádicamente.
- **La venta personal.** Inducir a los clientes a comprar mediante técnicas de comunicación y negociación personal.
- **El marketing directo.** Incluir a la compra mediante acciones directas y personalizadas utilizando medios como correos, el teléfono o internet.”³⁸

³⁸(S.L, 2008)

2.2. MARCO LEGAL

NORMAS CONSTITUCIONALES

Sección quinta

Educación

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir.

Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 29.- El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

Sección séptima

Salud

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

Sección quinta

Niñas, niños y adolescentes

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

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

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

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

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.
2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. Se prohíbe el trabajo de menores de quince años, y se implementarán políticas de erradicación progresiva del trabajo infantil.
3. El trabajo de las adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación ni realizarse en situaciones nocivas o peligrosas para su salud o su desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral. Atención preferente para la plena integración social de quienes tengan discapacidad. El Estado garantizará su incorporación en el sistema de educación regular y en la sociedad. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.

4. Prevención contra el uso de estupefacientes o psicotrópicos y el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias nocivas para su salud y desarrollo. Atención prioritaria en caso de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.
5. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.
6. Protección y asistencia especiales cuando la progenitora o el progenitor, o ambos, se encuentran privados de su libertad.
7. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas.

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.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Capítulo segundo

Políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y reformularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección primera

Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Sección segunda

Política fiscal

Art. 285.- La política fiscal tendrá como objetivos específicos:

1. El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos.
2. La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados.
3. La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Art. 286.- Las finanzas públicas, en todos los niveles de gobierno, se conducirán de forma sostenible, responsable y transparente y procurarán la estabilidad económica. Los egresos permanentes se financiarán con ingresos permanentes.

Los egresos permanentes para salud, educación y justicia serán prioritarios y, de manera excepcional, podrán ser financiados con ingresos no permanentes.

Sección quinta

Régimen tributario

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Sección sexta

Política monetaria, cambiaria, crediticia y financiera

Art. 302.- Las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrán como objetivos:

1. Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia.
2. Establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera.
3. Orientar los excedentes de liquidez hacia la inversión requerida para el desarrollo del país.
4. Promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivo y activo que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas, con el propósito de mantener la estabilidad de precios y los equilibrios monetarios en la balanza de pagos, de acuerdo al objetivo de estabilidad económica definido en la Constitución.

Art. 303.- La formulación de las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera es facultad exclusiva de la Función Ejecutiva y se instrumentará a través del Banco Central. La ley regulará la circulación de la moneda con poder liberatorio en el territorio ecuatoriano.

La ejecución de la política crediticia y financiera también se ejercerá a través de la banca pública.

El Banco Central es una persona jurídica de derecho público, cuya organización y funcionamiento será establecido por la ley.

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Art. 307.- Los contratos celebrados por el Estado con personas naturales o jurídicas extranjeras llevarán implícita la renuncia de éstas a toda reclamación diplomática, salvo contrataciones que correspondan al servicio diplomático.

Sección octava

Sistema financiero

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de

financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito. Se prohíben las prácticas colusorias, el anatocismo y la usura.

La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del Estado. Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia.

Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o generalizada de los fondos o depósitos en las instituciones financieras públicas o privadas.

Art. 309.- El sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez. Estas entidades serán autónomas. Los directivos de las entidades de control serán responsables administrativa, civil y penalmente por sus decisiones.

Art. 310.- El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

Art. 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y del micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento

diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Art. 312.- Las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera.

Se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

Cada entidad integrante del sistema financiero nacional tendrá una defensora o defensor del cliente, que será independiente de la institución y designado de acuerdo con la ley.

Sección segunda

Tipos de propiedad

Art. 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

NORMAS LEGALES

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO V

PRESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 18.- Entrega del bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 27.- servicios profesionales.- Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se regirá para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

CAPITULO XII CONTROL DE CALIDAD

Art.- 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinara la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborara una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 68.- unidades de control.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización –INEN– promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios. Así mismo, reglamentara la posibilidad de que alternativamente, se contraten laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

CAPITULO XIII INFRACCIONES Y SANCIONES

Art.- 75.- servicios defectuosos.- Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor

cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de Americano su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar.

REGLAMENTOS DE FACTURACIÓN

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Capítulo I

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Art.1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento

Art.2.- Documentos complementarios.-Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión.

Art.9.- Sustento del crédito tributario.- Para ejercer el derecho al crédito tributario del impuesto al valor agregado por parte del adquirente de los bienes o servicios, se considerarán válidas las facturas, liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios y los documentos detallados en el Art. 4 de este reglamento, siempre

que se identifique al comprador mediante su número de RUC, nombre o razón social, denominación o nombres y apellidos, se haga constar por separado el impuesto al valor agregado y se cumplan con los demás requisitos establecidos en este reglamento.

Art.10.- Sustento de costos y gastos.- Para sustentar costos y gastos del adquirente de bienes o servicios, a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, se considerarán como comprobantes válidos los determinados en este reglamento, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el mismo y permitan una identificación precisa del adquirente o beneficiario.

Capítulo II

DE LA EMISIÓN Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE VENTA, NOTAS DE CRÉDITO Y NOTAS DE DÉBITO

Art.11.- Facturas.- Se emitirán y entregarán facturas con ocasión de la transferencia de bienes, de la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con impuestos, considerando lo siguiente:

- a) Desglosando el importe de los impuestos que graven la transacción, cuando el adquirente tenga derecho al uso de crédito tributario o sea consumidor final que utilice la factura como sustento de gastos personales;
- b) Sin desglosar impuestos, en transacciones con consumidores finales; y,
- c) Cuando se realicen operaciones de exportación.

Art.12.- Notas de venta.- Emitirán y entregarán notas de venta exclusivamente los contribuyentes inscritos en el Régimen Simplificado.

Art.13.- Liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios.- Las liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios se emitirán y entregarán por los sujetos pasivos, en las siguientes adquisiciones:

- a) De servicios prestados en el Ecuador o en el exterior por personas naturales no residentes en el país, en los términos de la Ley de Régimen Tributario Interno, las que serán identificadas con sus nombres, apellidos y número de documento de identidad;

- b) De servicios prestados en el Ecuador o en el exterior por sociedades extranjeras que no posean domicilio ni establecimiento permanente en el país, las que serán identificadas con su nombre o razón social;
- c) De bienes muebles y de servicios a personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, ni inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que por su nivel cultural o rusticidad no se encuentren en posibilidad de emitir comprobantes de venta;
- d) De bienes muebles y servicios realizadas para el sujeto pasivo por uno de sus empleados en relación de dependencia, con comprobantes de venta a nombre del empleado. En este caso la liquidación se emitirá a nombre del empleado, sin que estos valores constituyan ingresos gravados para el mismo ni se realicen retenciones del impuesto a la renta ni de IVA; y,
- e) De servicios prestados por quienes han sido elegidos como miembros de cuerpos colegiados de elección popular en entidades del sector público, exclusivamente en ejercicio de su función pública en el respectivo cuerpo colegiado y que no posean Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo.

Con excepción de lo previsto en la letra d) del presente artículo, para que la liquidación de compras de bienes y prestación de servicios, den lugar al crédito tributario y sustente costos y gastos, deberá efectuarse la retención de la totalidad del impuesto al valor agregado y el porcentaje respectivo del impuesto a la renta, declararse y pagarse dichos valores, en la forma y plazos establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Las personas naturales y las sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad, deberán actuar como agentes de retención en los términos establecidos en el inciso anterior, cuando emitan liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios.

El Director General del Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, podrá establecer límites a la emisión de liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios a las que hace referencia este artículo, tales como montos máximos por transacción y por proveedor, tipos de bienes y servicios, número de transacciones por período, entre otros.

Las liquidaciones de compra emitidas a contribuyentes que se encuentren inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a la fecha de la transacción, no servirán para sustentar crédito tributario y costos y/o gastos para efectos de impuesto a la renta e impuesto al valor agregado.

Art.15.- Notas de crédito.- Las notas de crédito son documentos que se emitirán para anular operaciones, aceptar devoluciones y conceder descuentos o bonificaciones.

Las notas de crédito deberán consignar la denominación, serie y número de los comprobantes de venta a los cuales se refieren.

El adquirente o quien a su nombre reciba la nota de crédito, deberá consignar en su original y copia, el nombre del adquirente, su número de Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o pasaporte y fecha de recepción.

Las facturas que tengan el carácter de “comercial negociables”, a las que se refiere el Código de Comercio y que en efecto sean negociadas, no podrán ser modificadas con notas de crédito.

Art. 16.- Notas de débito.- Las notas de débito se emitirán para el cobro de intereses de mora y para recuperar costos y gastos, incurridos por el vendedor con posterioridad a la emisión del comprobante de venta.

Las notas de débito deberán consignar la denominación, serie y número de los comprobantes de venta a los cuales se refieren.

Las facturas que tengan el carácter de “comercial negociables”, a las que se refiere el Código de Comercio y en efecto sean negociadas no podrán ser modificadas con notas de débito.

NORMAS REGLAMENTARIAS

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

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.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado.

La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Capítulo noveno

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.
2. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.
3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
4. Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.
17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Estimulación temprana:** “La estimulación temprana es una técnica de abordaje interdisciplinario dedicada a los niños de 0 a 36 meses. Se aplica aquellos pequeños que, por sus características específicas, necesitan de un tratamiento precoz, con el fin de ayudarlos a que adquieran las progresivas etapas de su desarrollo motor, cognitivo, social y del lenguaje de la forma más rápida, adecuada y correcta posible, descubriendo y respetando las posibilidades de cada niño en particular. (MARÍA JOSÉ FERNÁNDEZ FERRARI, 2010)”
- **Neo conductista:** “Este movimiento parte de los principios básicos del conductismo (como el **ambientalismo**, el **mecanicismo** y el **condicionamiento**) y utiliza variables intermedias para el análisis, la predicción y el control de la **conducta**. (**Edward Chace Tolman (1886-1959)** y **Clark Leonard Hull(1884-1952)**)”
- **Rehabilitación:** “La rehabilitación es un proceso interactivo de aprendizaje entre el paciente, su familia y la comunidad, con la aplicación de procedimientos para que logre su estado funcional óptimo, tomando en cuenta sus capacidades residuales, logrando una mejor calidad de vida.(Lydia Ruíz Flores, 2012)”

- **Acrecentar:** “Dar incremento a cosas del orden físico, intelectual o moral.(MARTHA ALICIA ALLES,2008)”
- **Interdisciplinar:** “En el que es imposible conseguir un conocimiento total de todas las disciplinas relevantes.(MIEKE BAL, 2009)”
- **Terminología:**“La palabra terminología puede entenderse de diferentes maneras: en primer lugar, la terminología es el conjunto del vocabulario especial de una disciplina o un ámbito de conocimiento (la terminología de la química, del marketing, de la lingüística, etc.); en segundo lugar, la terminología puede entenderse como aquella disciplina, que tiene por objeto la construcción de una teoría de los términos, el estudio de los mismos y su recopilación y sistematización en glosarios especializados.(Eugenio Wüster, 2008)”
- **Psicomotricidad:** “Podría definirse como el desarrollo físico, psíquico e intelectual que se produce en el hombre mediante el movimiento.(JOSE JIMÉNEZ ORTEGA, JULIA ALONSO OBISPO, 2007)”
- **Responsabilidad social:** “Obligación de una empresa, más allá de lo que requiere por las leyes y la economía, de perseguir metas de largo plazo que sean buenas para la sociedad. (STEPHEN P. ROBBINS, DAVID A. DECENZO, 2012)
- **Rentabilidad económica:** “Relación entre el beneficio antes de interés e impuestos y el total del activo.(ORIOL AMAT SALAS,2011)”
- **RSE:** Responsabilidad Social Empresarial
- **Filantropía:** “Palabra de raíz griega que señala el amor del hombre y la humanidad, que no se basa necesariamente en principios religiosos; si bien tiene añeja prosapia, comenzó a usarse habitualmente en el siglo XVIII. (NELSON DE VIDA MARTINCORENA, 2007)”
- **Políticas de precio:** “La fijación de precios es el único elemento de la mezcla de marketing que es generador de ingresos, todos los demás son costos. Por tanto, debe usarse como un instrumento de estrategia activo en las principales áreas de la toma de decisiones de marketing.(MICHAEL R. CRINKOTA, 2007)”
- **Servicio:** “El *Servicio* se puede definir como cualquier actividad primaria o complementaria que no produce directamente un bien físico; es decir, la parte

sin producto de la operación entre el comprador (cliente) y el vendedor (proveedor). (JAMES R. EVANS, WILLIAM M. LINDSAY, 2008)”

- **Comprador:** “Denominación válida para cualquier empresa o estamento que actúa como comprador ante un individuo que actúa como vendedor, bien de forma directa o a través de terceros.(JAMES ROBERT EVANS, 2008)”
- **Mercado:** “Se refiere a cualquier lugar o medio a través del cual se realiza un intercambio económico, es decir, en que se interrelacionan un comprador (demanda) y un vendedor (la oferta). (MARIA EUGENIA CALDAS BLANCO, REYES CARRION HERRÁEZ, ANTONIO J. HERAS FERNANDEZ, 2011)”
- **Consolidación:** Es lo mismo que fusión, excepto porque se crea una empresa por completo nueva, en una consolidación, tanto la empresa compradora como la adquirida concluyen su existencia legal previa y se convierten en parte de la nueva empresa. El concepto es frecuente en la economía con diversos usos. (RUBÉN VALBUENA ALVAREZ,2010)
- **Stakeholders:** Es integrar en una sola metodología la idea básica de que la empresa tiene una responsabilidad, que da lugar a obligaciones concretas, frente a diferentes públicos o grupos en los que están incluidos, por ejemplo, los accionistas, los clientes, los trabajadores o los directivos.(FERNANDO NAVARRO GARCÍA,2012)
- **Estrategias:** “Es un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella. (JOSE LUIS MUNUERA ALEMÁN, ANA ISABEL RODRIGUEZ ESCUDERO, 2007) ”
- **Riesgos laborales:** “Los riesgos laborales son situaciones potenciales por exposición de los trabajadores ligadas, directa o indirectamente, al trabajo que se pueden materializar causando daños concretos.(FRANCISCO JAVIER LLANEZA ÁLVAREZ, 2009)”
- **Gestión de calidad:** “Puede definirse como el conjunto de características que posee un producto/servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario.(LUIS CUATRECACAS, 2010)”

- **Liderazgo:** “Es un proceso de influencia social a través del cual un individuo recluta y moviliza la ayuda de otros para alcanzar un objetivo colectivo.(HOGG, VAUGHAN, 2008)”
- **Calidad total:** “En la actualidad, el concepto de calidad total preside toda la gestión de las empresas y se ha convertido en las estrategias claves, el camino hacia la competitividad, mejorando los costes y los plazos, al mismo tiempo que el servicio al cliente y la capacidad de respuesta frente a su demanda. (LLUÍS CUATRECASAS ARBÓS, 2012)”
- **Procesos:** “La palabra proceso significa una serie de cambios continuados y ordenados que se suceden unos a otros hacia un fin determinado.(MAURICE EYSSAUTIER DE LA MORA,2007)”
- **Sinergia:** “Es una palabra griega que significa la cooperación de dos agentes a un mismo fin; de esta cooperación podrá resultar un efecto equivalente a la suma del propio de cada agente (sinergia aditiva) o un efecto aun mayor (sinergia de potencializarían). Estas variaciones de la resultante pueden aparecer incluso al incrementar la dosis de una misma sustancia. (MANUAL REPETTO JIMÉNEZ, GUILLERMO REPETTO KUHN, 2009)”
- **Marketing:** “Es una disciplina que utiliza una serie de herramientas (investigación de mercados, segmentación, posicionamiento, etc.) que sirven para agregar valor a las marcas en términos perceptibles para el consumidor. Intenta que, a la vez, el consumidor esté dispuesto a pagar un plus de precio, llamado Premium, por la marca que elige entre todas las que compiten en el mercado. (PATRICIO BONTA, MARIO FARBER, 2007)”
- **Difusión:** “Si ya se sabe lo que se tiene que decir, como se tiene que decir y a quien se quiere decir, ya solo se necesita llegar el mensaje al mayor número posible de personas del público objetivo (cobertura), ponerse en contacto con ellos las veces necesarias para que lo perciban (frecuencia) y estar en su memoria durante el máximo tiempo posible (recuerdo); es decir, hay que diseñar la estrategia de difusión publicitaria. (INMA RODRIGUEZ ARDURA, 2007)”

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis General

La escasa calidad para la prestación de servicios en estimulación temprana a niños(as) de 0 – 6 años de edad del cantón Milagro origina una limitada afluencia de usuarios que requieran este tipo de atención.

2.4.2. Hipótesis Particulares

- La aplicación de disposiciones legales sobre las actividades de centros de estimulación temprana incide en la confianza de los usuarios.
- El insuficiente conocimiento de los emprendedores con respecto al servicio que van a ofrecer, afecta al momento de la contratación del personal profesional y especializado.
- La infraestructura y equipamiento incide en la calidad de servicios ofertados por los centros de estimulación temprana.
- La difusión de los servicios afecta a la captación de clientes de los nuevos negocios.

2.4.3. Declaración de Variables

Variables Independientes:

- Servicios de calidad de estimulación temprana
- Disposiciones legales
- Conocimiento de los emprendedores
- Infraestructura y equipamiento
- Difusión

Variables Dependientes:

- Limitada afluencia de los usuarios
- Confianza de los usuarios
- Contratación de personal profesional y especializado
- Calidad de servicios
- Captación de clientes

2.4.4. Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables de investigación.

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES
Variable independiente: Servicios de calidad de estimulación temprana	Ofrecer un servicio de calidad en atención temprana, haciendo un exhaustivo diagnóstico al infante y poner en práctica las terapias para el desarrollo integral del infante y que el cliente se sienta satisfecho.	<ul style="list-style-type: none"> Control de la organización empresarial interna y externa. Identificación de las necesidades de los usuarios.
Variable dependiente: Limitada afluencia de los usuarios	Identificar los clientes reales y los clientes potenciales para el centro de estimulación temprana.	<ul style="list-style-type: none"> Conocer los clientes reales y potenciales
Variable independiente: Disposiciones legales	Ordenamientos jurídicos gubernamentales para la iniciación de una empresa, que lo debe mantener para el buen prestigio de la entidad.	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de las leyes gubernamentales
Variable dependiente: Confianza de los usuarios	Cumplimiento de los reglamentos establecidos y prestigio de la empresa según el tiempo que tenga en su desarrollo empresarial en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Control organizacional. Satisfacción a los usuarios
Variable independiente: Conocimiento de los emprendedores	Nivel de conocimientos empresariales por parte de los emprendedores.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de competitividad
Variable dependiente: Contratación de personal profesional y especializado	Llevar a cabo con el cumplimiento de un sistema de selección del personal, para obtener grandes resultados favorables tanto para la empresa como para los usuarios de un producto/servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Controles internos de la empresa.
Variable independiente: Infraestructura y equipamiento	Es el conjunto de elementos que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera.	<ul style="list-style-type: none"> Controles internos de la empresa.
Variable dependiente: Calidad de servicios	Contar con profesionales aptos para realizar sus labores, determinando estrategias para contribuir con la satisfacción a los usuarios, permitiendo lograr el éxito para la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de las necesidades de los usuarios.
Variable independiente: Difusión	Comunicación extendida de un mensaje.	<ul style="list-style-type: none"> Cronograma de actividades.
Variable dependiente: Captación de clientes	Cuando las empresas formulan distintas estrategias por medio de los medios publicitarios para atraer a la clientela	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de marketing

Fuente: Investigación de mercado

Elaboración: Ana Párraga & Andrea Ochoa

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se puede realizar en distintas formas, y cada una de ellas tiene un valor fundamental. El presente proyecto busca determinar qué elementos deben ser considerados para el tipo y diseño de la investigación para el estudio de factibilidad para la implementación de un Centro de Estimulación Temprana, cuya línea argumental está orientada en brindar un buen servicio en la atención especializada a los niños del cantón Milagro.

Se consideró que para este punto hay que tomar en cuenta los siguientes elementos:

- **Según su finalidad:**

Se optó por la fundamental porque ayudó a coordinar el método científico de análisis y generalización con las fases deductivas e inductivas del razonamiento.

“Comprende cualquier tipo que consta en una investigación original cuya finalidad sea el progreso del conocimiento científico, sin tener objetivos comerciales específicos, pudiéndose situar en dominios que interés en actual o potencialmente a la empresa considerada.

Es la que tiene como objetivo esencial, a medio y a largo plazo, contribuir a ampliar, intensificar y aclarar todos los campos de la ciencia sin otras implicaciones inmediatas. Lo cual no excluye que esta búsqueda desemboque en importantísimas aplicaciones, lo que sucede con frecuencia”.³⁹

Es teórica porque reflejó las relaciones esenciales existentes entre las propiedades, objetos y fenómenos. Además de que la teoría es el hilo conductor de la actividad investigativa, y contiene en su centro los principios, leyes, categorías, conceptos, hipótesis y los problemas de investigación que explican el objeto de una ciencia.

“Son aquellos que permiten revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación, son fundamentales para la comprensión de los hechos y para la formulación de hipótesis de investigación. Los métodos teóricos potencian la posibilidad de realización del salto cualitativo que permite ascender del acondicionamiento de información empírica a describir, explicar, determinar las causas y formular la hipótesis investigativa”.⁴⁰

- **Según su objetivo gnoseológico:**

Este proyecto utilizó el método descriptivo porque su objetivo primordial es la explicación de los fenómenos.

“Las investigaciones descriptivas, como su nombre sugiere, explican situaciones y pueden perseguir muchos objetivos, entre ellos,

- Describir las características de grupos, de consumidores, empresas, marcas, o intermediarios.
- Identificar la imagen de productos, marcas o empresas.
- Encontrar fortalezas y debilidades de empresas, productos o competidores.
- Medir el posicionamiento de bienes y servicios.
- Segmentar mercados.
- Medir la eficacia de la comunicación.
- Diseñar productos, envases o encontrar denominaciones de marca.

³⁹ (JOSÉ C. S., 2011)

⁴⁰(LUIS D. O., 2009)

- Fijar precios.
- Controlar los resultados de acciones ya tomadas.
- Contrastar o verificar hipótesis formuladas en investigaciones exploratorias.
- Desarrollar experimentos”.⁴¹

- **El método correlacional:**

Se eligió este método porque se conoció cómo se comporta un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas.

“Miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no correlacionadas en el mismo sujeto y después se analiza la correlación. El propósito y utilidad principal de los estudios correlacionales son de saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas”.⁴²

- **Explicativas:**

Porque se explicó los fenómenos y el estudio de sus relaciones y se conoció su estructura y los aspectos que intervienen en la dinámica de aquéllos.

“Son aquellos trabajos donde muestra preocupación, se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que suceden ciertos hechos a través de la delimitación de las relaciones causales existentes o, al menos, de las condiciones en que ellas producen.

Este es el tipo de investigación que más profundiza nuestro conocimiento de la realidad, porque nos explica la razón, el porqué de las cosas, y es por lo tanto más complejo y delicado pues el riesgo de cometer errores aumenta considerablemente”.⁴³

⁴¹(ILDEFONSO GRANDE ESTEBAN, 2009)

⁴²(PATRICIO, 2009)

⁴³<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

- **Según su contexto:**

El método que se efectuó fue el de campo porque se aplicará la encuesta, para la recolección de información.

- **Según el control de las variables:**

Se desarrolló la no experimental porque la investigación se enfoca en observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos, por ende se desarrolló un sondeo.

“La metodología no experimental se procede a la igualación o aleatorización de los grupos que intervengan en ella, junto al llamado control estadístico, mediante el empleo de técnicas tales como el análisis de covarianza, correlación parcial, que permiten estudiar estadísticamente la relación de ciertas variables entre sí, controlando la influencia en dicha relación de otras variables”.⁴⁴

- **Según la orientación temporal:**

Se aplicó las históricas porque explicamos la evolución de un fenómeno dado dentro de un contexto determinado. Todo esto conlleva a la explicación de la situación problemática.

“Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia. Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento más profundo de esta, de su esencia. La estructura lógica del objeto implica su modelación”.⁴⁵

⁴⁴(NIETO MARTÍN SANTIAGO, 2010)

⁴⁵<http://www.gestiopolis.com/economia/metodologia-de-la-investigacion.htm>

- **El diseño fue declarado como:**

Cuantitativo y Cualitativo: En la investigación cualitativa fue indispensable contar con una teoría ya construida, es por esa razón que se utilizó el método deductivo. Y las cuantitativas ayudaron a cuantificar los datos de dicho proyecto.

“En la actualidad, la investigación cuantitativa se asocia principalmente con las encuestas o los experimentos, y se considera aun fundamental en el sector de investigación para reunir datos de marketing. En cualquier investigación cuantitativa destaca primordialmente el recurso a preguntas formales normalizadas y opciones de respuestas predeterminada en cuestionarios o encuestas aplicadas a muy numerosos entrevistados.

El principal objetivo de la investigación cuantitativa es proporcionar hechos concretos para que quienes tomen las decisiones puedan conseguir las metas que a continuación se detallan:

- Hacer pronósticos atinados sobre las relaciones entre los factores y las conductas del mercado.
- Adquirir conocimientos sobre esas relaciones,
- Verificar o validar las relaciones que hubiera.
- En el ejercicio de la investigación cuantitativa, los investigadores están capacitados para elaborar constructos, medir escalas, diseñar cuestionarios, tomar muestras y efectuar análisis estadísticos de datos. Además, deben tener una gran habilidad para convertir estructuras de datos numéricos en información textual significativa”.⁴⁶

“La investigación cualitativa proporciona información sobre aspectos internos del individuo tales como motivaciones, actitudes, creencias, opiniones, a través de pequeñas muestras con representatividad tipológica. Su objetivo no es cuantificar dichas variables sino mostrar una visión del espectro de formas y matices con el tema a investigar, sin ánimo de generalizar las conclusiones al total de la población. Se aplican en diseños exploratorios de investigación”.⁴⁷

⁴⁶(EQUIPO VÉRTICE, 2009)

⁴⁷(TALAYA ÁGUEDA ESTEBAN, 2008)

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1. Características de la población

Población: Es el conjunto de todos los elementos a los que se somete a un estudio estadístico donde se obtiene la muestra con la que se va a trabajar según cuál sea la investigación emprendida.

“Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados”.⁴⁸

Existen dos tipos de investigación:

Población finita: como su nombre lo indica es aquella que tiene un número limitado de medidas y observaciones, donde hay un cierto límite hasta donde se puede proceder para llevar a cabo el estudio que se empezó.

“Se refiere a una población finita cuando la población tiene un tamaño establecido y limitado, esto es, existe un número denotado por N que indica cuántos elementos conforman la población”.⁴⁹

Población infinita: Es infinita si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo. Son poblaciones infinitas porque hipotéticamente no existe límite en cuanto al número de observaciones que cada uno de ellos puede generar.

“Es infinita cuando los elementos que lo conforman no tienen límite o para efectos prácticos no es posible determinar su magnitud”.⁵⁰

El presente proyecto se orientó a la población económicamente activa, ya a su vez fue finita, así se lo estableció de acuerdo a los datos estadísticos que presentó el INEC.

⁴⁸(SÁBADO, 2009)

⁴⁹(MÓNICA C. R., 2009)

⁵⁰(BORDA PÉREZ MARIELA, 2009)

3.2.2. Delimitación de la población

En esta investigación la delimitación es para la población económicamente activa masculina y femenina entre 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro, porque son las edades representativas en las que posiblemente estas personas tengan hijos de 0 a 6 años de edad. El total de esta población económicamente activa estimada es de 38.512; por lo tanto 18.933 es masculina y 19.579 es femenina.

Cuadro 2. Población económicamente activa masculino y femenino entre 25 y 40 años de edad del Cantón Milagro

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN MILAGRO			
EDADES DE LA P.E.A	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL DE P.E.A
25 - 26	2642	2750	5392
27 - 28	2503	2690	5193
29 - 30	2568	2670	5238
31 - 32	2430	2542	4972
33 - 34	2559	2323	4582
35 - 36	2230	2245	4475
37 - 38	2212	2129	4341
39 - 40	2089	2230	4319
TOTAL	18933	19579	38512

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaboración: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Gráfico 1. Total de la población económicamente activa masculina y femenina entre 25 a 40 años de edad del Cantón



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaboración: Andrea Ochoa y Ana Párraga

3.2.3. Tipo de muestra

Muestra: Un conjunto de medidas u observaciones tomadas a partir de una población dada. Es un subconjunto de la población.

“Una muestra es una parte o un subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población”.⁵¹

Existen varios tipos de muestras: probabilística y no probabilística.

Las muestras probabilísticas: Son aquellas que el investigador selecciona y donde todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Estas pueden ser a su vez estratificadas y por racimos.

“Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transaccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y analizan con pruebas estadísticas en una muestra, donde se presupone que esta es probabilística y todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos.”⁵²

Las muestras no probabilísticas: son aquellas en las que el investigador selecciona a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características del investigador.

“En él, las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por las personas. Los diversos tipos de muestreo no probabilístico tienen las siguientes características comunes:

- La selección de la muestra no es aleatoria, sino que se basa, en parte, en el juicio del entrevistador o del responsable de la investigación.
- No se basa en ninguna teoría de la probabilidad, y, por lo tanto, no es posible calcular la precisión o acotar el error cometido.

⁵¹(SÁBADO, 2009)

⁵²(ROBERTO HERNÁNDEZ SAMPIERI, 2010)

- No es posible calcular estos errores ni la confianza de las estimaciones que, además, no siempre se reducen aumenta el tamaño de la muestra.
- El muestreo no probabilístico, los costes y la dificultad del diseño son más reducidos (al no ser necesario disponer de un marco). Este muestreo puede dar buenos resultados, pero también apareja el riesgo de proporcionar una información errónea”.⁵³

De acuerdo a la problemática de la investigación se aplicó la muestra probabilística, la población fue: “La población económicamente activa según los datos obtenidos por el último CENSO que fue el año 2010 información que se obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.”

En el Cantón Milagro según el último censo que aplicaron, existen un total de 38.512 de hombres y mujeres que están trabajando actualmente y que por lo tanto corresponde al rango entre 25 a 40 años de edad. Por este motivo es que se aplicó la muestra probabilística y se la calculó mediante la aplicación de la fórmula correspondiente.

3.2.4. Tamaño de la muestra

Fórmula 2: Cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

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

$$n = \frac{38.512 * 0,5 * 0,5}{\frac{(38.512 - 1) 0,05^2}{1,96^2} + 0,5 * 0,5}$$

⁵³(GRANDE ESTEBAN ILDEFONSO, 2011)

$$n = \frac{9.628}{\frac{38.511 * 0,0025}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{9.088}{\frac{96,28}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{9.088}{25,07 + 0,25}$$

$$n = \frac{9.088}{25,32}$$

$$n = 359$$

3.2.5. Proceso de selección

Se aplicará al azar a la parte poblacional que reúnan los requisitos especificados (edad: 25 a 40 años y con hijos de 0 a 6 años de edad).

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos a seleccionar para el cumplimiento de las tareas de investigación son los teóricos y los empíricos.

Los métodos teóricos se utilizaron para procesar la información indagada y la obtenida por la aplicación de los métodos empíricos; pueden ser:

- **Histórico-lógico.** Se profundizó en la evolución y desarrollo de la problemática.

“Mediante el método histórico-lógico se estudia la trayectoria del objeto de investigación, de la influencia de las teorías psicológicas y pedagógicas tal y como se manifestaron, su condicionamiento por las estructuras económicas, políticas,

ideológicas y sociales en los diferentes periodos históricos, y donde debe revelarse la lógica de desarrollo de esas teorías en la evolución del objeto investigado”.⁵⁴

- **Analítico-sintético.** Para la determinación de las partes que constituyó el proceso investigativo y su integración en las distintas etapas del cumplimiento de las tareas científicas.

“Es indispensable que en el estudio de las cuestiones históricas se analicen los sucesos, descomponiéndolos en todas sus partes para conocer sus posibles raíces económicas, sociales, políticas, religiosas o etnográficas, partiendo de este análisis llevar a cabo la síntesis que reconstruya y explique el hecho histórico”.⁵⁵

- **Inductivo-deductivo.** Es un método filosófico, que colaboró a una conclusión general de la investigación.

“Establece que a partir de las observaciones individuales pueden plantearse generalizaciones, cuyo contenido rebasa el de los hechos inicialmente observados”.⁵⁶

- **Método hipotético-deductivo:** En esta investigación se analizaron hipótesis.

“Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias de los conjuntos de datos empíricos o de principios y leyes más generales. En el primer caso arriba a la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógico deductivas para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente.”⁵⁷

- **Modelación:** Se estudió el objeto como un sistema, su composición, su estructura, sus relaciones funcionales; sistematizar la información hasta modelar teóricamente el sistema objeto de estudio en óptimas condiciones de desarrollo y funcionamiento.

⁵⁴(LUIS, 2011)

⁵⁵(GREGORIO, 2010)

⁵⁶(MÉNDEZ RODRÍGUEZ ALEJANDRO, 2008)

⁵⁷(ENA, 2008)

“Es justamente el método mediante el cual se crean abstracciones con vistas a explicar la realidad. El modelo como sustituto del objeto de investigación. En el modelo se revela la unidad de los objetivos y lo subjetivo.

La modelación es el método que opera en forma práctica o teórica con un objeto, no en forma directa, sino utilizando cierto sistema intermedio, auxiliar, natural o artificial.”⁵⁸

Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación:

- **La encuesta:** Por medio de la encuesta obtuvimos información representativa de un grupo de personas que se determinó bajo datos estadísticos.

“La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado.

A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos”.⁵⁹

3.4. El tratamiento estadístico de la información

El análisis de datos será realizado en función de los resultados de las encuestas. Así mismo, los datos referentes a la muestra probabilística serán aplicados a los padres

⁵⁸(ANGELA, 2008)

⁵⁹(ANGELA, 2008)

que están afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, mediante los procesos estadísticos, los que ayudarán a verificar las hipótesis planteadas.

Manualmente se recolectará la información, se procederá a la clasificación, organización y posteriormente a la tabulación.

Para la tabulación de los datos se utilizará un proceso electrónico, hojas de cálculo del programa Microsoft Excel que facilita transformar la información en tablas.

Por último se analizará e interpretará la información y se representará mediante gráficos estadísticos, los mismos que están basados en los resultados obtenidos a través de la investigación de campo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la actualidad el Cantón Milagro ha ido incrementando su actividad económica, con lo cual se va disminuyendo el índice de desempleo, debido a que su población se ha motivado para crear sus propios negocios. Además este Cantón cuenta con varias instituciones de estimulación temprana, que ayudan al desarrollo de la niñez Milagreña.

Se tuvo la posibilidad de visitar dichos centros, en los cuales se observó que no todas estas instituciones cuentan con los materiales necesarios, ni con el personal adecuado para brindar un servicio de calidad; en el ámbito administrativo no están debidamente organizados por el cual no existe una eficiencia y eficacia en estas instituciones que prestan este servicio.

Por este motivo se decidió hacer una investigación de mercado donde se planteó la Implementación de un centro de estimulación temprana para niños(as) de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro, que proporcione un servicio de calidad, que esté debidamente estructurado y organizado cumpliendo con un proceso administrativo.

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

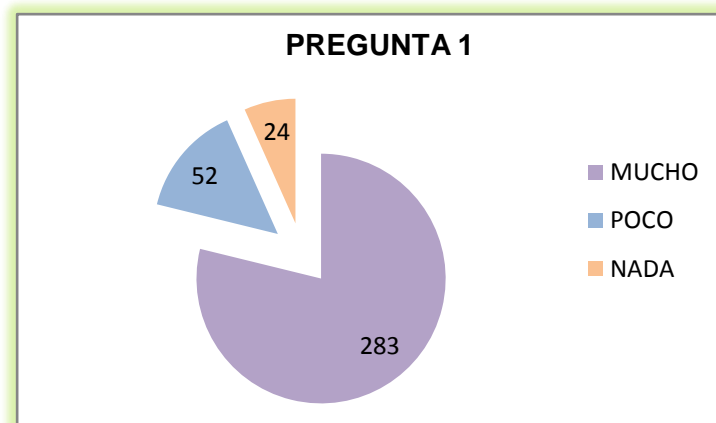
PREGUNTA 1. ¿Qué conocimientos posee usted sobre Terapias de Estimulación Temprana?

Cuadro 3. Conocimientos sobre Estimulación Temprana

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUCHO	283	79%
POCO	52	14%
NADA	24	7%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 2. Conocimientos sobre Estimulación Temprana



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Podemos observar en el gráfico que el 79% de los encuestados, tienen conocimientos de terapias de estimulación temprana, además el 14% de este sector tienen poco conocimiento de las áreas antes mencionadas; y una diferencia del 7% tienen ningún tipo de conocimientos sobre las terapias de estimulación temprana en el Cantón Milagro, por lo que se hará fácil llegar hacia ellos, trabajando con eficiencia y eficacia, demostrando la calidad del servicio que se ofrecerá.

PREGUNTA 2. ¿Considera usted importante que toda madre debe aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad?

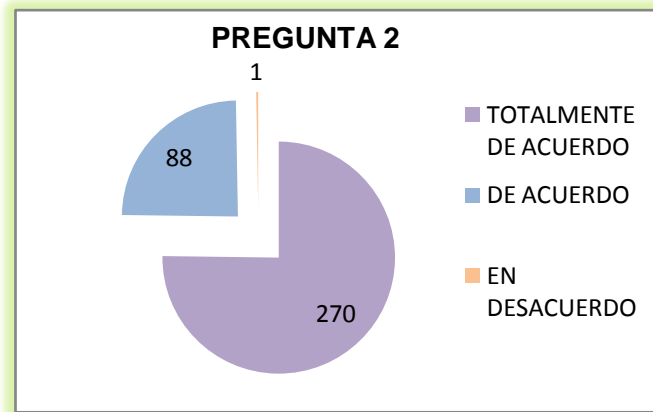
Cuadro 4. . Importancia de aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE DE ACUERDO	270	75%
DE ACUERDO	88	25%
EN DESACUERDO	1	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Grafico 3. Importancia de aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Las encuestas reflejaron que el 75% está totalmente de acuerdo que toda madre debe aplicar prácticas y terapias de estimulación temprana a sus hijos a tierna edad, pero un 25% de la población encuestada opinó que están de acuerdo con que se apliquen estas terapias.

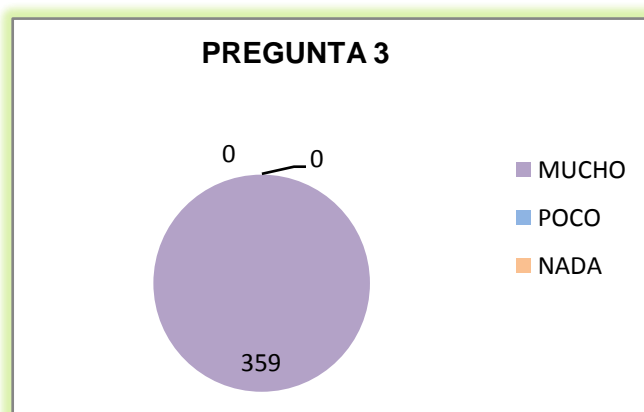
PREGUNTA 3. ¿Cuán importante es para usted, la calidad que le brinde un centro de estimulación temprana?

Cuadro 5. Importancia de la calidad de los centros de estimulación temprana

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUCHO	359	100%
POCO	0	0%
NADA	0	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 4. Importancia de la calidad de los centros de estimulación temprana



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada, el 100% de los encuestados opinaron, que la calidad es importante dentro del servicio que brindan estas instituciones. Además en la actualidad, el cliente busca un servicio de primera calidad y que satisfaga por completo sus necesidades. La calidad hoy en día, es lo más importante que toda empresa debe brindar a sus usuarios, para lo cual se debe contar con un personal idóneo, equipamiento e infraestructura adecuada para que tanto el consumidor como los empleados estén en un ambiente confiable y armónico.

PREGUNTA 4. ¿Cree usted que el desarrollo integral de los infantes puede mejorar con la intervención de especialistas en Atención Temprana?

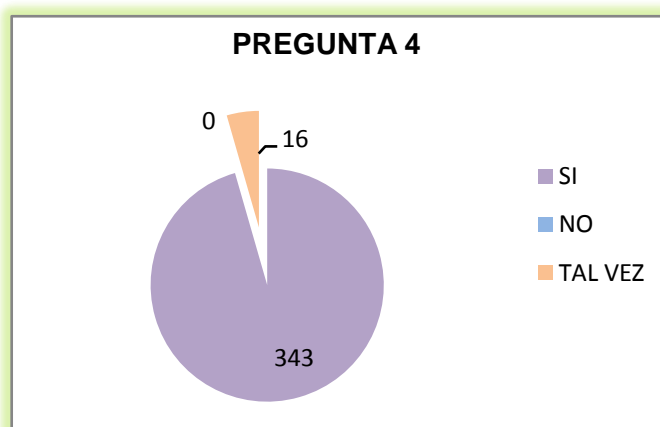
Cuadro 6. Desarrollo integral de los infantes mejora con la intervención de especialistas en atención temprana.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	343	96%
NO	0	0%
TAL VEZ	16	4%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 5. . Desarrollo integral de los infantes mejora con la intervención de especialistas en atención temprana.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

En relación al tema del desarrollo integral de los infantes para mejorar su evolución con la intervención de especialistas en Atención Temprana el 96% de la población encuestada opinó que SI y un 4% que TALVEZ. Los resultados que obtuvimos de esta investigación son muy interesantes, porque los clientes potenciales tienen conocimientos de los beneficios que adquieren los niños desde temprana edad al recibir ayuda profesional a través de terapias de estimulación temprana.

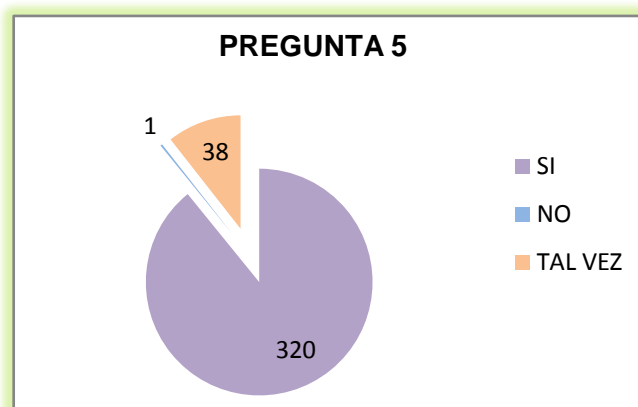
PREGUNTA 5. ¿Piensa usted que la inadecuada infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana afecta la calidad del servicio?

Cuadro 7. Infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	320	89%
NO	1	0%
TAL VEZ	38	11%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 6. Infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Podemos observar en el gráfico que el 89% de la población encuestada, consideran que si existe una inadecuada infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana y esto afecta la calidad del servicio que ofrecen y un 11% no están seguros de que sea necesario la infraestructura en estos centros, ya que consideran que no afecta al desenvolvimiento de los niños al momento de aplicar terapias.

PREGUNTA 6. ¿El incumplimiento de las disposiciones legales, proporcionara desconfianza por parte de los usuarios?

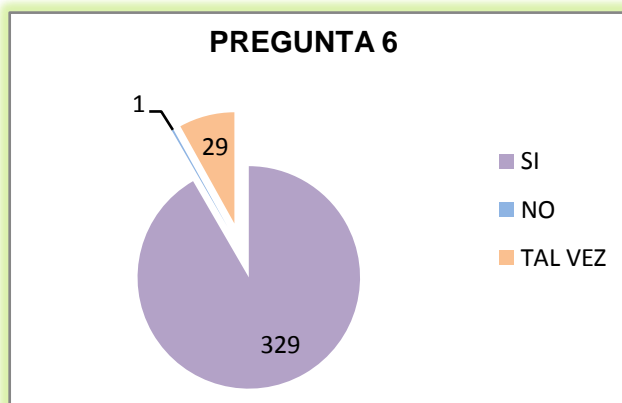
Cuadro 8. Incumplimiento de las disposiciones legales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	329	92%
NO	1	0%
TAL VEZ	29	8%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 7. Incumplimiento de las disposiciones legales.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Las encuestas reflejaron que el 92% de los encuestados opinaron que si afecta el incumplimiento en las disposiciones legales, lo cual ponen en duda a los progenitores en el servicio que van a recibir los menores y un 8% le es indiferente que este tipo de empresa cumpla disposiciones legales. Con estos resultados se puede interpretar que la mayoría de personas consideran que si existe un incumplimiento de las disposiciones legales, esto proporcionara desconfianza por parte de los usuarios y así la empresa perderá el buen prestigio, lealtad de sus clientes reales y potenciales

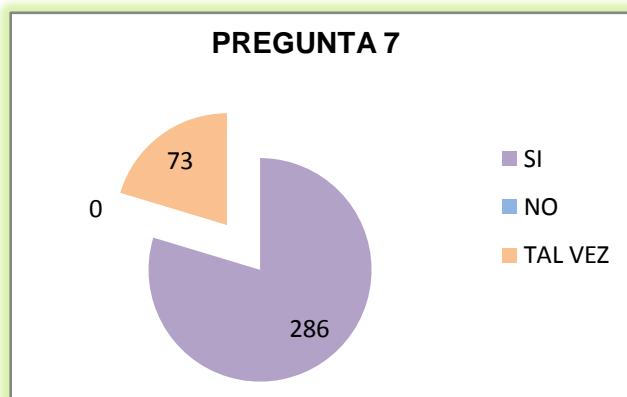
PREGUNTA 7. Las empresas de servicio que no atraen clientes, ¿cree usted que es por la escasa publicidad del servicio que ofrecen?

Cuadro 9. Escasa publicidad de las empresas que ofrecen servicios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	286	80%
NO	0	0%
TAL VEZ	73	20%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 8. Escasa publicidad de las empresas que ofrecen servicios.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Mediante este gráfico podemos observar que un 80% opinaron que si afecta la escasa publicidad en una institución/empresa que brinda un bien/servicio, ya que no da a conocer acerca de sus ventajas y beneficios y un 20% no está de acuerdo en que el marketing pueda atraer clientes. Con estos resultados interpretamos que a los usuarios les interesa conocer acerca del bien/servicio a través de los distintos medios publicitarios, ya que ellos así conocen aún más a la empresa.

PREGUNTA 8. ¿Cuán importante considera usted el nivel de especialización del personal que labora en estos Centros de Atención Temprana?

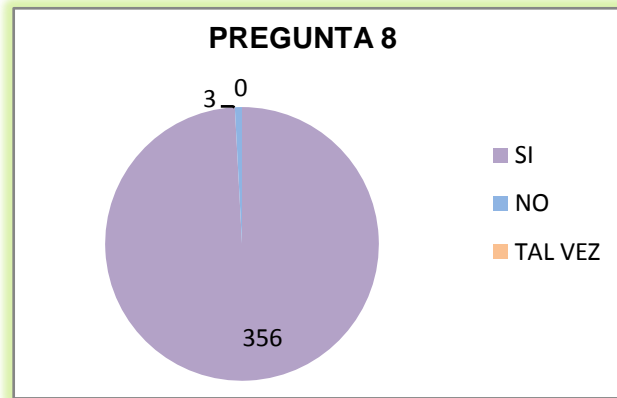
Cuadro 10. Nivel de especialización del personal en los Centros de Atención Temprana.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUCHO	356	99%
POCO	3	1%
NADA	0	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 9. Nivel de especialización del personal en los Centros de Atención Temprana.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

El 99% consideran que si es muy importante el nivel de especialización de los profesionales que trabajan en los Centros de Estimulación Temprana porque brindaran un diagnostico en el que refleje el procedimiento de las terapias adecuadas, y el 1% le es indiferente con respecto a la preparación de los especialistas.

PREGUNTA 9. ¿Según su opinión considera usted importante la creación e implementación de un centro de Estimulación Temprana en el Cantón Milagro (para infantes de 0-6 años de edad)?

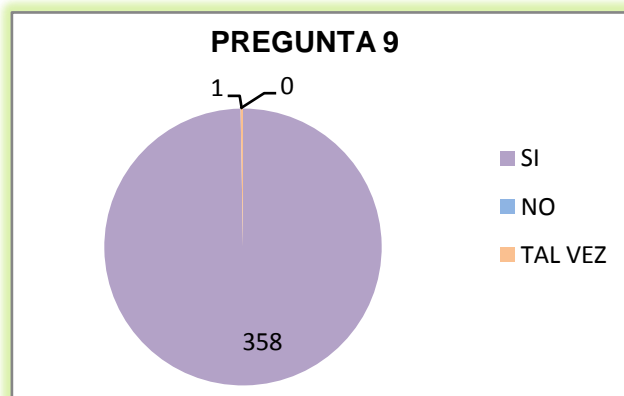
Cuadro 11. Importancia de crear un Centro de Estimulación Temprana en este Cantón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	358	100%
NO	0	0%
TAL VEZ	1	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 10. Importancia de crear un Centro de Estimulación Temprana en este Cantón.



Fuente: Información obtenida en la aplicación de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Análisis:

Podemos observar mediante el gráfico que el 100% de los encuestados opinaron que es importante la creación e implementación de un centro de estimulación para niños de 0 a 6 años de edad en el Cantón Milagro. Ya que milagro solo cuenta con un centro de estimulación temprana y no existe un lugar que brinde un servicio especializado para atender a niños y ayudarlos a estimular su desarrollo con normalidad.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Se pudo comparar que los resultados de otras investigaciones con un tema similar al que se pretende presentar, si existe la necesidad de crear un centro de atención temprana en el Cantón Milagro, ya que muchos progenitores desean el bienestar para sus hijos, pero en ciertas instituciones no se relacionan debido a que no se preocupan en brindar un servicio óptimo de calidad, en el cual el cliente se sienta satisfecho. Este tipo de instituciones deben contratar un personal que cumpla con los requerimientos adecuados para poner en práctica los conocimientos necesarios para el desenvolvimiento integral del infante.

Hoy en día el usuario desea que un servicio sea de calidad e innovador, con resultados altamente satisfactorios. Hace poco, los servicios de atención temprana no eran tan mencionados en el mercado debido a que los progenitores no tenían los conocimientos básicos, ni sabían los beneficios que obtenían los infantes al recibir estas terapias. La intervención de estos profesionales en los infantes ha sido encaminada a evitar las dificultades, riesgos en el desarrollo de los niños; aplicando diversas técnicas donde la realidad es fortalecer las habilidades del niño mediante un control de las terapias de estimulación, pero sin forzar en ningún sentido del infante.

La finalidad de esta propuesta es la IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA para brindar un servicio que refleje cada uno de los procesos con las funciones administrativas, actuando adecuadamente como una institución que ejerza sus labores con normalidad.

4.3. RESULTADOS

Tomando en cuenta los objetivos y las hipótesis establecidas sobre la problemática que se planteó para la IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA para niños(as) de 0 a 6 años de edad en el Cantón Milagro, se realizó un estudio de mercado y se demostró que esta propuesta si es factible. La herramienta que se utilizó para esta investigación de mercado fue la encuesta y fue aplicada a la población económicamente activa de 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro obteniendo una muestra de 359 personas. Con esta investigación se obtuvo

información relevante y oportuna; las preguntas que se establecieron en la encuesta fueron: ¿Qué conocimientos posee usted sobre Terapias de Estimulación Temprana?, el 79% de los encuestados respondió que sí tienen mucho conocimiento de lo que son las terapias de estimulación temprana, pero hay un 21% que tienen poco conocimiento sobre ello, y otros no conocen sobre este tema y es en aquí donde existe una falta de difusión sobre este servicio de sus beneficios a corto y largo plazo; ¿Considera usted importante que toda madre debe aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad?, el 75% de los encuestados opinaron que están totalmente de acuerdo y un 25% está de acuerdo. ¿Cuán importante es para usted, la calidad que brindan los centros de estimulación temprana?, todas las personas encuestadas opinaron que es muy importante la calidad del servicio que brindan estas instituciones porque así los infantes no solo tendrán beneficios en su desarrollo integral, sino que también podrán prevenir algún riesgo en las distintas etapas del niño; ¿Cree usted que el desarrollo integral de los infantes puede mejorar con la intervención de especialistas en Atención Temprana?, las personas encuestadas respondieron que si es importante la ayuda de los profesionales para el desarrollo integral de los infantes porque ellos ya tienen el conocimiento y saben las técnicas que hay que aplicar; ¿Piensa usted que la inadecuada infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana afecta la calidad del servicio?, la mayoría de los encuestados dijeron que si existe una inadecuada infraestructura y equipamiento por ende afectaría a la calidad del servicio que se ofrece; ¿El incumplimiento de las disposiciones legales, proporcionará desconfianza por parte de los usuarios?, los encuestados opinaron que si las empresas no cumplen con las disposiciones legales existirá desconfianza en los clientes, dando como resultado la pérdida de usuarios que asisten a este centro; Las empresas de servicio que no atraen clientes, ¿cree usted que es por la escasa publicidad del servicio que ofrecen?, el 80% de los encuestados opinaron que si las empresas no dan a conocer el servicio/producto que ofrecen, cómo el cliente va saber lo que pretenden vender al mercado; ¿Cuán importante considera usted el nivel de especialización del personal que labora en estos Centros de Atención Temprana?, todas las personas encuestadas opinaron que es muy importante el nivel de especialización de los profesionales que laboran en estas instituciones porque así se generará una ayuda profesional satisfactoria en los niños;

¿Según su opinión considera usted importante la creación e implementación de un centro de Estimulación Temprana en el Cantón Milagro (para infantes de 0-6 años de edad)?, todas las personas encuestadas respondieron que si sería importante la creación de un CET en este Cantón.

En conclusión podemos decir que los objetivos que se plantearon en esta investigación si se relacionaron con los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas. Donde surgió la necesidad y si sería factible la IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA para infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro, en esta investigación hemos notado que existe un gran interés por las personas en recibir este servicio.

Lo que las personas desean, es recibir un servicio de calidad en el cuál el personal que labora en estas instituciones esté debidamente capacitado y preparado para ayudar al infante en su desarrollo integral y que si las empresas cumplen con las disposiciones legales no perderán la confianza de los usuarios de este servicio. También obtuvimos un resultado de que los clientes hoy en día quieren que un bien/servicio cumpla con un marketing de publicidad, dando a conocer las ventajas y beneficios que se obtendrá del mismo porque así ellos conocerán con profundidad lo que desean ofrecer.

Y para finalizar, los clientes quieren que estos servicios de estimulación cuenten con infraestructura e equipamiento adecuado para los infantes. Por ese motivo que la creación de un CET es factible en esta localidad, ya que existe una gran demanda de los usuarios por recibir este servicio pero hay un solo ofertante y no cumple con las expectativas que los clientes desean.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 12. Verificación de las hipótesis planteadas

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS
<p>La escasa calidad para la prestación de servicios en estimulación temprana a niños(as) de 0 – 6 años de edad del cantón Milagro origina una limitada afluencia de usuarios que requieran este tipo de atención.</p>	<p>A los usuarios les importa mucho la calidad que brindan los CET; tanto la infraestructura como la innovación es esencial para los usuarios. Este resultado lo obtuvimos de la pregunta 3 y 5 que se aplicó en la encuesta.</p>
<p>Hipótesis particular 1.-</p> <p>La aplicación de disposiciones legales sobre las actividades de los centros de estimulación temprana incide en la confianza de los usuarios.</p>	<p>Los clientes opinaron que si no se cumplen las disposiciones legales se proporcionará una desconfianza en ellos. Este resultado lo obtuvimos del resultado de la pregunta 6 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis particular 2.-</p> <p>El insuficiente conocimiento de los emprendedores con respecto al servicio que van a ofrecer, afecta al momento de la contratación del personal profesional y especializado.</p>	<p>Si la empresa no tiene bien clara las perspectivas del servicio que pretende ofrecer, es imposible que realicen una adecuada selección del personal. Los encuestados opinaron que para ellos es muy importante el nivel de especialización de los profesionales de estas instituciones no solo por la parte administrativa de la empresa sino también por los profesionales en terapias para poder brindar los distintos servicios correctamente que ayude al infante en su desarrollo integral. Este resultado lo obtuvimos de la pregunta 4 y 8 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis particular 3.-</p> <p>La infraestructura y equipamiento incide en la calidad de servicios ofertados por los centros de estimulación temprana.</p>	<p>La infraestructura y equipamiento es muy importante porque así los usuarios observan la calidad de esta clase de servicio y al compararlo con otras instituciones se fijaran por el que le atrae más, ya sea por su infraestructura, la calidad de los materiales que utilizan y como tratan a los clientes. Este resultado lo obtuvimos de la pregunta 5 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis particular 4.-</p> <p>La difusión de los servicios afecta a la captación de clientes de los nuevos negocios.</p>	<p>Si una empresa no utiliza adecuadamente el marketing publicitario, no atraerá clientes. Los encuestados opinaron que para ellos es muy importante que toda empresa utilice debidamente la publicidad para llamar la atención del público. Este resultado lo obtuvimos de la pregunta 7 de la encuesta.</p>

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de estimulación temprana para infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro.

5.2. FUNDAMENTACIÓN

La propuesta está enfocada en ofrecer un servicio de calidad, disponiendo con una infraestructura adecuada y habilitada con los equipos de oficina para la gerencia y mobiliarios especiales de estimulación para ayudar al desarrollo integral del infante, con la intervención de un personal altamente calificado, que se lo capacitará de acuerdo a su función con sus respectivas áreas.

La adecuación del centro de estimulación va a contar con distintos materiales, serán cómodos para poder realizar terapias, sobre todo serán seguros y desinfectados por ende no habrá ninguna preocupación en ese ámbito.

El proyecto es de gran valor, por ende se examinará minuciosamente al infante para prevenir algún déficit en su progreso y se estimulará a los infantes para evolucionar el desarrollo integral, con esto no quiere decir que se va a adelantar al infante en su tratamiento, sino que se lo ayudará en su desarrollo para que valla progresando de

la mejor manera posible, utilizando los materiales adecuados que sean necesarios para su proceso.

Plasticidad: La plasticidad es una propiedad fundamental del sistema nervioso, el invento de la naturaleza para poder superar las limitaciones que impone el genoma. (ALVARO PASCUAL LEONEL, 2012).

Prenatal: comprende el periodo de tiempo que transcurre desde el momento de la fecundación hasta el nacimiento. (CREATIVE COMMONS LICENSE, 2011).

Centro de estimulación temprana: establecimientos preparados para brindar varios tratamientos como estimulación, fisioterapia, psicomotricidad, logopedia, para infantes que presentan algún riesgo en su desarrollo. (KERLY LASSO)

Programas de atención temprana: es el conjunto de intervenciones enfocadas a niños de 0 a 6 años, mediante varias sesiones de terapias con el fin de evolucionar el desarrollo integral. (KERLY LASSO)

Ludotecas: son servicios de educación a través del juego y el juguete, con una personalidad propia que las diferencia de otros centros infantiles y juveniles como un espacio de educación en el tiempo libre, incluyéndolas dentro de los programas educativos y sociales. (CECILIA GARCÍA TORRES Y MARÍA LUISA ARRANZ MARTÍN, 2011)

Competitividad: es la capacidad para entrar, permanecer y desarrollarse en un mercado. Esta definición implica, precio, diferenciación, innovación, desarrollo tecnológico y distribución de la riqueza. (JOSÉ LUIS OROZCO MARTÍNEZ, 2009)

Trabajo en equipo: es aquél en el que sus componentes interactúan principalmente para compartir información y tomar decisiones, a fin de ayudar a cada miembro a desarrollarse dentro de su área de responsabilidad. (CÉSAR CAMISÓN, 2009)

Plan de negocio: es una actividad que requiere un pensamiento honesto sobre el concepto del negocio, la oportunidad del negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. (HARVARD BUSINESS PRESS, 2009).

Foda: es un instrumento de planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (Factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos). Es una técnica sencilla, que puede emplearse como instrumento libre intercambio de ideas para ayudar a presentar un panorama de la situación actual. (FAO, 2007).

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc. (HUGO ESTEBAN GLAGOVSKY, 2013).

Oportunidades: constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. (HUMBERTO PONCE TALANCÓN, 2007).

Debilidades: entendiéndose por tales, las limitaciones o carencias de habilidades, conocimientos, información, tecnología y recursos financieros de las que carece la organización, y que impiden el aprovechamiento de las oportunidades que se consideran ventajosas en el entorno. (M^a ESTHER DEL MORAL PÉREZ, LOURDES VILLALUSTRE MARTÍNEZ 2009).

Amenazas: son aquellos factores externos a la empresa (y, por tanto, también no controlables) que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de esas mismas metas y objetivos trazados. (JOSÉ MARÍA SAINZ DE VICUÑAS ANCÍN).

Marketing Mix: es el conjunto de herramientas que utiliza una empresa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado elegido. (EDITORIAL VÉRTICE, 2008)

Producto: comprende las características del producto físico o del servicio. (Diego Germán Arango Muñoz, 2009).

Precio: se convierte en costo para el cliente. (PHILIP KOTLER, 2008).

Plaza: consiste en poner el producto demandado a disposición del mercado, de manera que se facilite y estimule su consumo, las decisiones sobre distribución son

decisiones a largo plazo y en numerosas ocasiones irreversibles. (URBANO MEDINA HERNÁNDEZ, ALICIA CORREA RODRÍGUEZ, 2008).

Promoción: este es el término generalmente empleado para diseñar la estrategia de comunicación entre la empresa y los consumidores. Comprende las áreas de comunicación personal y de masas. La comunicación de masas se realiza a través de uno o más medios de comunicación de los existentes en el mercado, como: diarios, revistas, radio, televisión, carteles, Internet, etc. La influencia de la publicidad es decisiva y forma parte de nuestra vida, cultura y economía. (PEDRO RUBIO DOMÍNGUEZ, 2009).

Las cinco fuerzas de Porter: las cinco fuerzas gobiernan la estructura de ganancias de una industria al determinar cómo se divide el valor económico que genera. Es posible que dicho valor desaparezca debido a la rivalidad entre la competencia existente; pero, también puede cambiar gracias al poder de los proveedores y clientes o puede ser limitado por la amenaza de nuevos jugadores o la amenaza de sustitutos. La estrategia puede verse como una defensa en contra de las fuerzas competitivas. (HARVARD BUSINESS REVIEW, 2008).

5.3. JUSTIFICACIÓN

La propuesta que se ha planteado está basada en la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para infantes de 0 a 6 años de edad del Cantón Milagro, la cual llevará a cabo la aplicación de los procesos de la administración logrando así ser una empresa bien estructurada y organizada para poder ofrecer un servicio de calidad, cumpliendo con las disposiciones legales que requieren este tipo de empresa para poder brindar seguridad y confianza en los clientes. Por este motivo se aplicaron encuestas dirigidas a la población económicamente activa de 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro, con la finalidad de obtener información directa y relevante sobre la factibilidad de la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana en este Cantón.

La empresa capacitará cada cierto tiempo, para así enriquecer los conocimientos del personal que labora para esta institución y puedan proporcionar satisfacción al

cliente del servicio que reciben. Para captar la lealtad y fidelización de los hacia esta empresa establecerá un plan de marketing, para llamar la atención de los usuarios, porque hoy en día los clientes quieren un servicio que sea innovador, con resultados altamente satisfactorios. Si se lleva a cabo este proceso la institución crecerá empresarialmente y será reconocida por ofrecer servicios de calidad, seguridad y confianza.

Esta investigación dará a conocer que existen empresas que se dedican a prestar esta clase de servicio pero no están debidamente estructuradas y no cuentan con un personal calificado para que satisfaga las necesidades de los clientes.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo general de la propuesta

Realizar un estudio de factibilidad, con la finalidad de determinar la posibilidad de crear un centro de estimulación temprana para niños (as) de 0 – 6 años de edad en el cantón Milagro, mediante el desarrollo de un plan de negocios.

5.4.2. Objetivos específicos de la propuesta

- Incluir un plan de capacitación a las distintas áreas que dispone la empresa.
- Establecer estrategias de marketing.
- Determinar un plan de actividades para la ejecución del proyecto.
- Realizar un análisis externo e interno de la empresa.
- Elaborar los flujos de procesos de las actividades desarrolladas en el centro.
- Desarrollar un organigrama funcional con su respectivo manual de funciones.

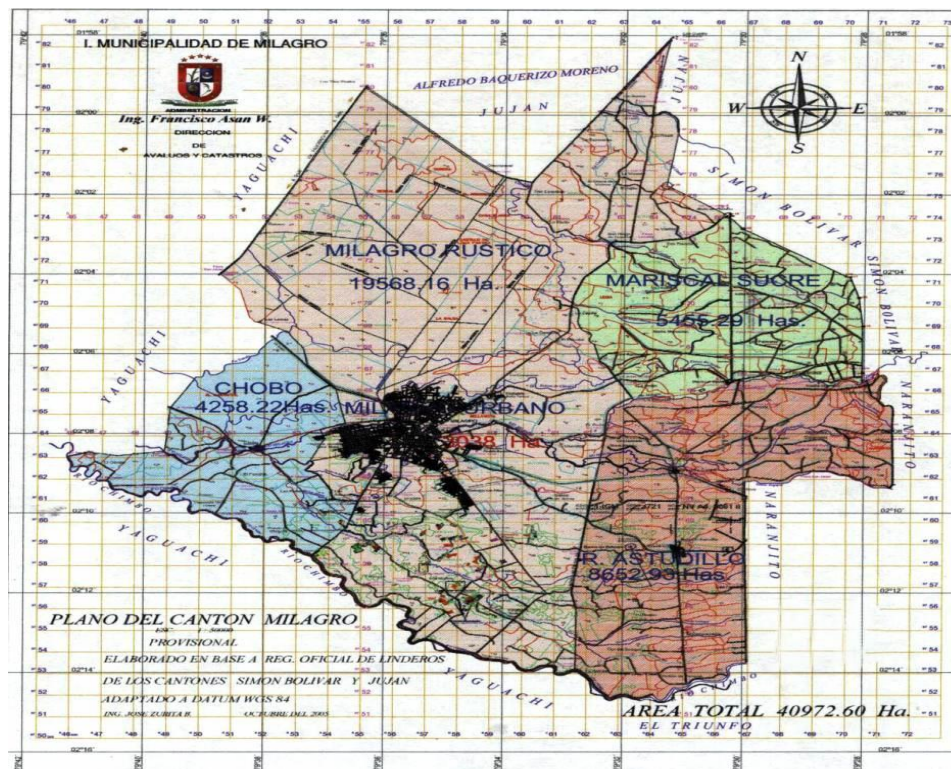
5.5. Ubicación

Cuadro 13. Ubicación de donde estará el CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”

País	Ecuador
Región	Litoral o Costa
Provincia	Guayas
Cantón	Milagro
Dirección	Calle Principal Jacobo Bucaram entre García Moreno y Boyacá

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 11. Mapa del Cantón Milagro



CROQUIS

Gráfico 12. Croquis de Ubicación del Centro de Estimulación Temprana



Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

El centro de estimulación temprana se establecerá como una empresa de servicios que cuente con un talento humano eficaz y eficiente, tanto en el ámbito administrativo, como terapéutico, entre otros. Trabajando en equipo se lograra ofrecer a los clientes un servicio de calidad e innovador, donde los infantes demuestren positivamente los resultados de haber recibido estas terapias.

Infraestructura y Equipamiento

Como lo mencionamos con anterioridad, el local será amplio, con las distintas señalizaciones, y con equipamiento adecuado a las distintas áreas como psicología infantil, fisioterapia, y logopedia; mejorando el desenvolvimiento de cada infante a través de las terapias que irá a recibir. El área administrativa del centro de estimulación dispondrá con equipos y muebles de oficinas, para el área de terapias contará con los distintos materiales para cada función.

A continuación se muestra la descripción de los mobiliarios que se irán a utilizar en el centro de estimulación:

Cuadro 14. Activos tangibles e intangibles con los que contara el Centro de Estimulación Temprana

UNIDADES	DESCRIPCION
MUEBLES Y ENSERES	
2	Escritorios en "L" – Estación de trabajo
1	Escritorio – Estación de Gerencia
6	Escritorio
5	Mesas para niños varios colores
5	Sillas giratorias de oficina
4	Sillas tapizadas para los terapeutas
1	Silla para la gerencia
7	Sillas de espera para clientes
15	Sillas para niños varios colores
4	Archivadores metálicos de 4 gavetas para oficinas
EQUIPOS DE OFICINA	
1	Acondicionador de aire 12000 BTU
1	Enfriador / ventilador de aire
4	Ventiladores de pared
2	Dispensador de agua
4	Teléfonos de mesa de oficina
2	Extintor de incendios de 10 libras
1	Pizarrón Informativo

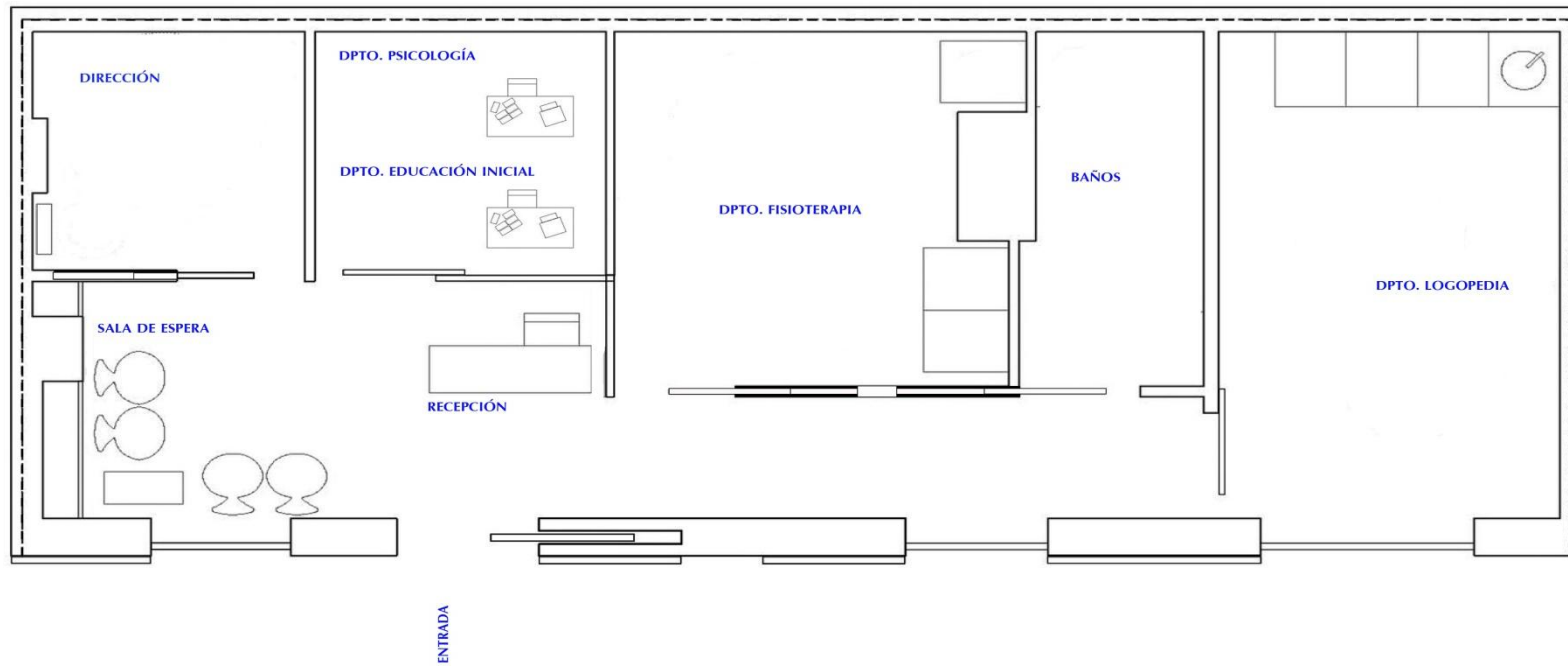
3	Plasma de 20"
3	DVD
4	Mampara
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN
2	Laptop hp 14" memoria 4 GB y disco duro de 500 GB
4	Computadoras de mesa
2	Impresoras Canon
4	UPS
4	Regulador de Voltaje
	SUMINISTRO DE OFICINA
9	Grapadoras
9	Perforadoras
1	Pizarra de tiza liquida 120X80 cm
9	Tachos de clic
9	Tachos de clip mariposas
9	Cajas de grapas
8	Sellos de fechas
9	Sellos de profesión
4	Sellos recibidos
15	Resmas de hojas A4
1	Cajas de esferos de color negro
3	Cajas de marcadores permanentes de color rojo, negro, azul c/u.
1	Cajas de resaltadores
2	Caja de lápiz HB
2	Caja de borradores blancos
15	Carpetas de archivadoras grandes
9	Liquidpapers
9	Notas adhesivas
9	Agendas
6	Pen drivers de 4 GB
3	Paquetes de sobres amarillos
1	Funda de ligas grandes de colores
5	Tijeras punta redonda
2	Cinta escott
2	Cinta de papel
5	Distintivos
5	Reglas de 30 cm
1	Caja de sacapuntas
	SUMINISTROS DE LIMPIEZA
9	Tachos de basura
2	Escobas
2	Trapeadores
2	Escobillones
2	Recogedores de basura
5	Fundas de color rojo y negro

1	Galón de alcohol
1	Galón de ácido
3	Galones de desinfectantes
3	Galones de cloro
5	Detergente 1000 gr
3	Ambientales
3	Jabón líquido anti-bacterial
3	Repuestos de jabón líquido anti-bacterial
1	Paca de papel higiénico
1	Docena franelas rojas
2	Docenas de toallas medianas
	MATERIALES DE ESTIMULACIÓN
12	Cajas de plastilinas
12	Cajas de Crayones
10	Fundas de papel brillante
10	Fundas de papel manteca
10	Fundas de papel cometa
12	Fundas de marcadores
10	Funda de fomix
5	Caja de gomas pequeñas
12	Cajas de tijeras punta redondas
5	Funda de hojas Parvularia
2	Pizarra de dos caras con letras y números imantados
25	Libros infantiles
5	Juego de donas
5	Set de pies y manos
5	Colchonetas varios colores
5	Pasado de figuras
5	Cubo de destrezas manuales
5	Cajas de legos
10	Rompecabezas de madera varios diseños
5	Plantado numérico
10	Pasado de números, letras y figuras geométricas
15	Diverticubos
10	Casita armable de letras
25	Cd y Dvd
15	Títeres varios diseños
5	Visomotores
50	Flash cards varios tamaños y diseños
5	Rodillo de gateo
1	Set de equilibrio
5	Círculo grande
1	Set de estimulación

2	Piscina con pelotas
2	Gusanito túnel con transparencia
1	Taburete
5	Balancines varios modelos
2	Asiento para bebé
3	Flexipisos – alfombra con diseños
3	Alfombra bebé
5	Cubos encajable con diseños
5	Pelotas de terapias, varios tamaños
2	Set de olas
5	Set de pinturas

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 13. Perspectiva del Centro de Estimulación Temprana



VISTA DE ARRIBA

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Gráfico 14. Fachada del Centro de Estimulación Temprana



FACHADA PRINCIPAL

Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Ventaja:

- Está situado por la Universidad Agraria del Ecuador, es muy transitado, está a pocas cuadras del Comando Policial de Milagro, a su alrededor se encuentran distintos lugares educativos y sobre todo es céntrico.
- El personal que se contratará, estará altamente capacitado para realizar las terapias.
- El centro de estimulación contará con distintas áreas para un mejor desempeño en el infante.
- Cada una de las áreas serán amplias y adecuadas con los materiales de estimulación de acuerdo a la función que se va a emplear.
- El equipamiento de las aulas irán de acuerdo a la función que se va a desarrollar, por ejemplo: psicología infantil, fisioterapia y logopedia.
- El centro de estimulación tendrá la adecuada señalización para una mejor accesibilidad del cliente.

Desventaja:

- El centro de Estimulación no se encuentra en la Calle Principal, por ende al cliente se le haría un poco difícil llegar.
- Las calles no cuentan con semáforos, lo cual hace que se torne difícil la accesibilidad para los peatones.

Razón social:

El Centro de Estimulación Temprana, llevará el nombre de:

“CRECER FELIZ”

... el mundo de caricias tiernas que tus angelitos necesitan

5.6. FACTIBILIDAD

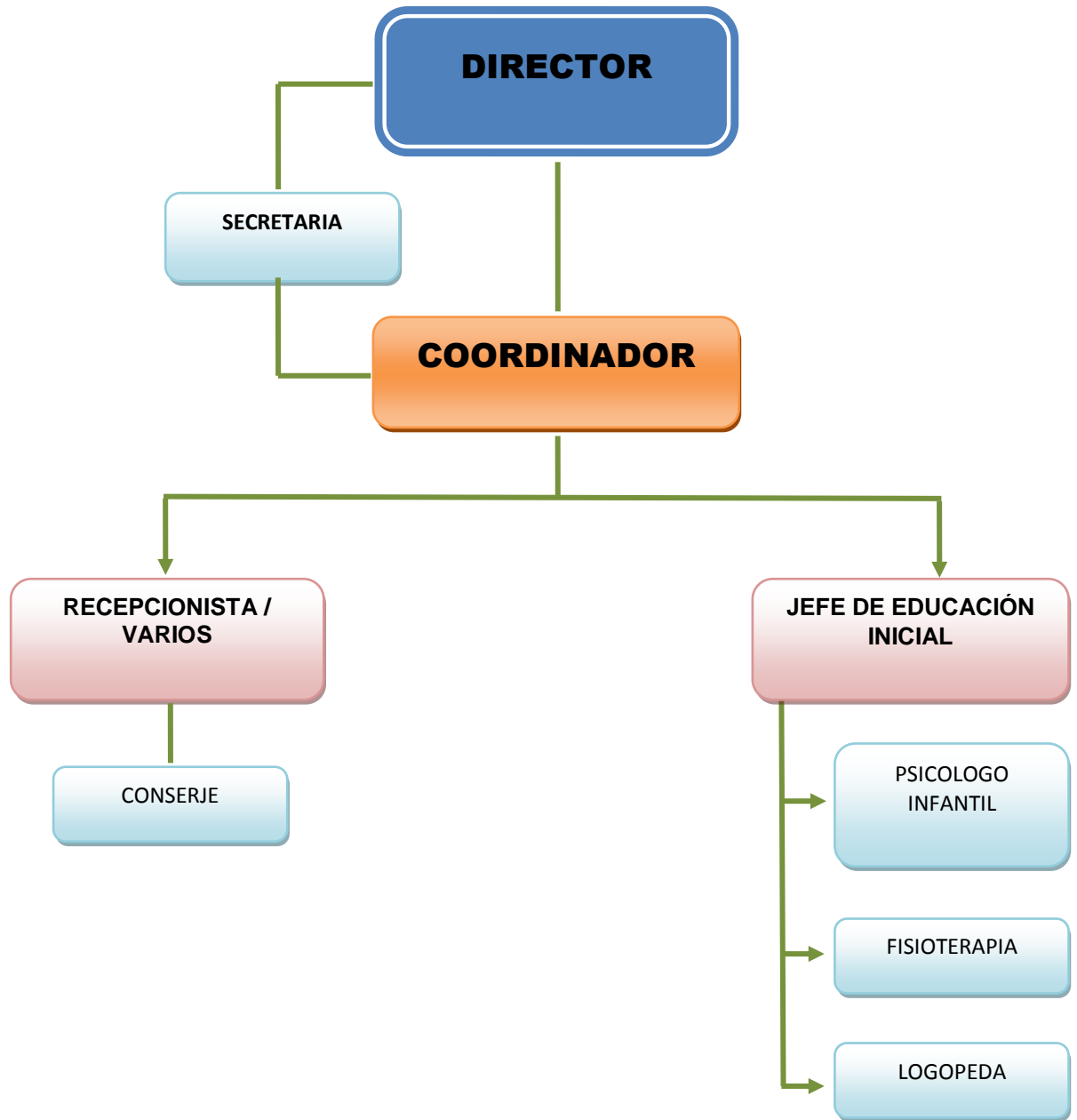
Aspecto administrativo

La parte administrativa de una empresa, es uno de los temas más importantes dentro de la misma, puesto que es la encargada de coordinar en forma correcta las actividades a desarrollarse en los distintos departamentos, cumpliendo de esta manera su función que es la de la utilización de los recursos disponibles, tanto materiales, humanos y financieros para lograr sus objetivos propuestos.

En cuanto al talento humano, nuestra empresa se desarrollará en un ambiente armónico y estará conformado por 9 profesionales distribuidos estratégicamente como se muestra en el presente organigrama.

Organigrama

Gráfico 15. Organigrama estructural del Centro de Estimulación Temprana



Elaborado por: Andrea Ochoa & Ana Párraga

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	DIRECTOR GENERAL	
Jefe inmediato:	_____	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Tendrá la función de administrar, organizar, dirigir y controlar las funciones de la empresa. • Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos. • Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la Institución. • Dar a conocer a todos los niveles de la organización la misión, visión, objetivos a corto y largo plazo. • Tomar decisiones con respecto a la evaluación del desempeño de sus subordinados, y con base en estas establecer bonificaciones, incentivos y todo lo referente al bienestar de los empleados. • Velar porque se cumplan las metas y estrategias establecidas por la Institución. • Debe verificar y establecer junto con el Coordinador, los presupuestos a asignar en los diferentes Áreas que componen la Empresa, al igual que su ejecución. • Revisará el plan estratégico del centro de estimulación temprana, con el personal de trabajo. • inspeccionará la disciplina laboral, asistencia, puntualidad, normas de conductas éticas y acorde con un servicio de excelencia. • Planificará, organizará mensualmente reuniones de trabajo para verificar el rendimiento de los niños en su desarrollo. • Notificará las capacitaciones de los empleados, así como, en el esquema y desarrollo del plan de capacitación. • Hará cumplir el reglamento general del centro de estimulación. • Utilizará correctamente el talento humano, recursos materiales y financieros establecidos para el servicio. 		
Requisitos de Educación:	Título Profesional Lcdo. Gestión Empresarial, Ing. Administración de empresas, Economista o carreras afines.	
Requisitos de Experiencia:	Cinco (5) años de experiencia profesional y tres (3) años en cargos directivos de áreas Administrativas y Financieras.	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimientos en Administración, Planificación Estratégica, Organización, Control, Liderazgo, etc. • Capacidad para promover y gerenciar proyectos orientados al logro de resultados proactivos. • Capacidad de interrelacionarse y comunicarse con todos los niveles de la organización. 	
Edad:	27 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR: <i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	REVISADO POR: <i>Lcda. Ana Párraga</i>	APROVADO POR: <i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	COORDINADOR GENERAL	
Jefe inmediato:	_____	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Se responsabilizará por apoyar al Director en todas las actividades de la empresa. • Será el representante de la empresa y acudirá a entidades sociales o personas individuales. • Advertirá las situaciones que puedan afectar negativamente a la empresa. • Supervisará los distintos departamentos de la empresa, verificando si se está cumpliendo con el cronograma de actividades. • Coordinará la agenda de actividades del director. • Realizará un seguimiento y custodiar por el cumplimiento de los acuerdos que se decidieron en las reuniones de la empresa. • Comunicará con anticipación las reuniones y los temas a ser tratados. • Asistirá a las reuniones de la empresa, registrar, dará por escrito las actas, legalizará en general todos los actos del centro de estimulación temprana. • Atenderá junto con el director los asuntos de la empresa. • Atenderá a los clientes en circunstancias que lo ameriten, y en casos concretará entrevistas con el director. 		
Requisitos de Educación:	Título Profesional Lcdo. Gestión Empresarial, Ing. Administración de empresas, Economista o carreras afines.	
Requisitos de Experiencia:	Cuatro (4) años de experiencia profesional y tres (2) años en cargos directivos de áreas Administrativas y Financieras.	
Habilidades:	Conocimientos en coordinación de reuniones y liderazgo. Conocimiento en técnicas de conflicto. Conocimiento de negociación. Conocimiento de técnicas de comunicación eficaz.	
Edad:	27 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Denominación del Cargo:	SECRETARIA(O)	
Jefe inmediato:	DIRECTOR Y COORDINADOR	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • La Secretaria estará subordinada ante el director y el coordinador del centro de estimulación temprana. • Apoyará a su jefe inmediato y a los empleados que requieran de su función, velando por la eficiencia, confidencialidad y oportunidad de la entrega y recepción de la documentación del área. • Utilizará y conservará adecuadamente los bienes a su cargo. • Archivará los documentos que ingresen o salgan de la oficina. • Realizará oficios correspondientes según instrucciones de su jefe inmediato. • Dará apoyo secretarial al director y a los demás empleados para el cumplimiento de sus funciones. • Redactará, tomará dictado y digitalará documentos internos y externos. • Recibirá y efectuará llamadas telefónicas, concertando citas o reuniones de trabajo. • Administrará los sistemas de comunicación vía correo electrónico, postales, telefónicos, facsímile o similares y servicios de mensajería, así como mantener actualizado el directorio telefónico y de correo electrónico. • Solicitará, mantendrá y distribuirá los útiles de oficina, según necesidades del área. • Mantendrá debidamente ordenado y clasificado el archivo general del área, así como mantener actualizada la documentación y el etiquetado de archivos de acuerdo a procedimientos establecidos. • Elaborará presentaciones en Power Point de acuerdo a requerimiento de su Jefatura. • Cumplirá con las normas y procedimientos establecidos por la Empresa. 		
Requisitos de Educación:	Licenciatura en Secretaria Ejecutiva, oficinista.	
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia profesional y un (1) año de experiencia en cargos similares.	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos computacionales de Word, Excel, Power Point, e Internet. 	
Edad:	22 a 40 años	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCION DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	RECEPCIONISTA	
Jefe inmediato:	DIRECTOR Y COORDINADOR	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocerá a cerca de la empresa, a que se dedicará y que servicios brindará. • Conocerá las herramientas esenciales para el desarrollo de un buen servicio. • Identificará los tipos de clientes. • Dará información adecuada a los clientes sobre los servicios y beneficios que ofrecerá el centro de estimulación temprana. • Generará en los clientes la debida confianza y seguridad en la satisfacción de las necesidades que requerirán. • Buscará información, dará soluciones, sugerirá recomendaciones a los clientes, de manera que puedan fidelizarse con la empresa. • Mantendrá en correcto estado los bienes que estarán a cargo en su área. • Realizará la función de cajera. • Redactará cronogramas mensuales para la ejecución de las actividades en atención al cliente. • Informará de manera adecuada, eficaz y eficiente a los usuarios, sobre los servicios que se ofrecen. • Realizará un reporte diario de reclamos, quejas o sugerencias por parte del cliente. • Realizará un estado de ingresos y egresos. 		
Requisitos de Educación:	Licenciatura en comunicación, administración o carreras a fines	
Requisitos de Experiencia:		
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en gestión de calidad. • Conocimientos en el desarrollo y las relaciones humanas. • Conocimientos en sistemas informáticos. • Conocimientos de las técnicas de atención a los clientes. • Conocimientos legales y comerciales. • Conocimientos en contabilidad básica. 	
Edad:	23 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	AUXILIAR EN EDUCACIÓN INICIAL	
Jefe inmediato:	DIRECTOR Y COORDINADOR	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • A su cargo estarán las áreas de terapias de estimulación. • Ayudará al jefe de talento humano en el momento de contratar al personal de dar terapias de estimulación. • Vigilará el área de las terapias, con sus respectivos especialistas. • Presentará un control de actividades mensuales al director. • Acudirá a reuniones en conjunto con el Director, el Coordinador, para tomar decisiones con respecto al desenvolvimiento del infante. • Realizará reuniones con el personal de terapias para verificar el desarrollo del infante. • Realizará un plan de trabajo según la metodología de cada área a desarrollarse. • Llevará un control sobre los materiales de estimulación y cuales se requieren para el desarrollo del niño. • Registrará las novedades del día según el infante para posterior analizar su evolución. • Planteará, establecerá, realizará, monitoreará y evaluará el desarrollo de investigaciones de estimulación temprana. 		
Requisitos de Educación:	Licenciatura en educación inicial o carreras a fines	
Requisitos de Experiencia:	4 años	
Habilidades:	Conocimientos en técnicas de enseñanza, dinámicas de grupos, desarrollo personal, relaciones humanas, desarrollo evolutivo del infantes, entre otras.	
Edad:	Entre 25 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCION DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	PSICÓLOGO INFANTIL	
Jefe inmediato:	JEFE DE EDUCACIÓN INICIAL	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizará propuestas pedagógicas junto al Licenciado en Educación Inicial. • Vigilará la meteorología afectiva del infante. • Desarrollará programas específicos dependiendo las necesidades de cada niño. • Corregirá los problemas que presenten los menores. • Realizará un análisis sobre los resultados obtenidos de la valoración del infante. • Recomendará que terapias necesite el niño en caso de que lo requiera. • Realizará informes finales dando sus propias conclusiones, para ser enviados al Licenciado en Educación Inicial. • Realizará charlas de motivación para padres. • Organizará exposiciones sobre temas que estén afectando a los infantes. • Se reunirá con los progenitores en cada cierto tiempo. • Creará talleres con padres, profesionales e infantes para ir mejorando su desarrollo. • Evaluará periódicamente al menor en caso de que lo requiera, para verificar su evolución. • Dará asesoramiento en estimulación temprana al personal de terapias. • Realizará historias clínicas de cada infante. 		
Requisitos de Educación:	Psicólogo Infantil	
Requisitos de Experiencia:	4 años	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en investigaciones de psicología infantil. • Conocimientos teóricos y prácticos en psicología infantil. • Conocimientos en técnicas de medición psicológica en infantes. • Conocimientos de estadísticas aplicadas a la psicología. 	
Edad:	Entre 24 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	FISIOTERAPEUTA INFANTIL	
Jefe inmediato:	JEFE DE EDUCACIÓN INICIAL	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Tendrá bajo su responsabilidad el diseño de programas de rehabilitación e inspeccionar su cumplimiento. • Evaluará el proceso del infante. • Entregará reportes al Licenciado de Educación Inicial. • Realizará terapias junto con los progenitores del infante. • Se responsabilizará por los materiales que estén en su área de trabajo. • Realizará la evaluación fisiátrica en relación a las terapias en la atención, del niño. • Concordará el programa a las condiciones específicas del servicio. • Evaluará al paciente con el apoyo de escalas de valoración funcional para brindar un pronóstico. • Realizará terapias acorde a los requerimientos del paciente. • Empleará procesos fisioterapéuticos para mejorar las funciones motrices. • Realizará un cronograma de actividades con cada niño. • Realizará el pronóstico rehabilitador. • Establecerá interrelación con el resto de las especialidades cuando sea necesario. 		
Requisitos de Educación:	Especialista en Medicina Física y Rehabilitación Infantil.	
Requisitos de Experiencia:	3 años	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos teóricos y prácticos en fisioterapias. • Conocimientos de evolución infantil. • Conocimientos en programas educativos para la sociedad. • Conocimientos en programas de orientación a los progenitores de los infante. 	
Edad:	Entre 25 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

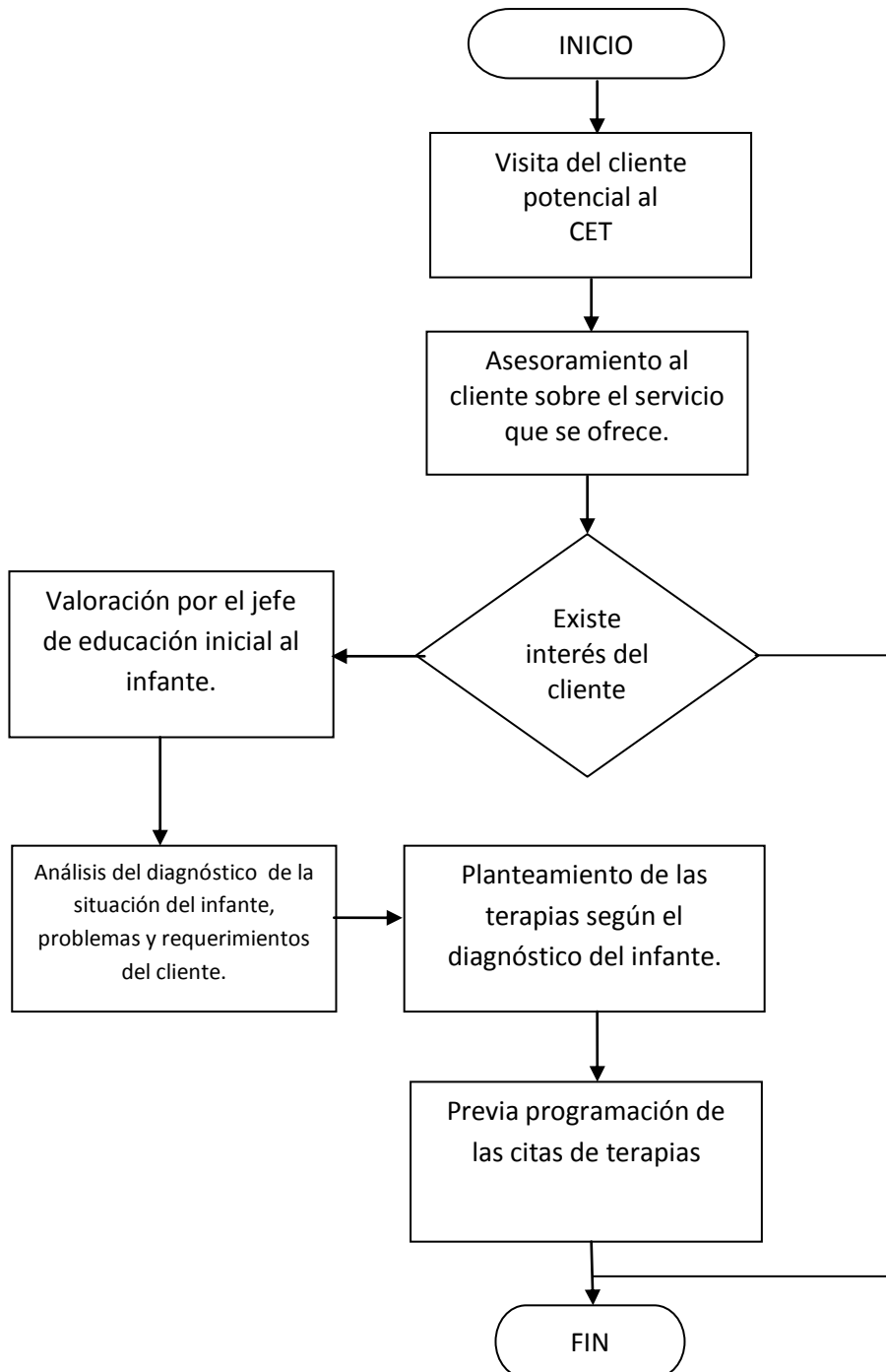
CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	LOGOPEDA	
Jefe inmediato:	JEFE DE EDUCACIÓN INICIAL	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplirá con las normas establecidas por la empresa, ejercerá con profesionalidad su trabajo e incrementará su superación profesional. • Será responsable de la custodia de los materiales adecuados a su área. • Verificará toda documentación e información que genere su equipo de trabajo. • Dará un diagnóstico relacionado con el tratamiento, a los padres de los infantes. • Entregará informes con las recomendaciones necesarias para el Licenciado en educación inicial. • Aplicará al infante terapias con relación al lenguaje, habla y voz. • Efectuará actividades de desarrollo y prevención de trastornos logofoniatricos y auditivos en todos los pacientes. • Ejecutará un plan de evaluación y estimulación temprana del lenguaje en los niños como parte del equipo de la empresa. • Informará al pediatra y a los progenitores del menor los avances del infante a través de la realización de terapias de la comunicación. • Realizará un informe final con sus respectivas conclusiones al Licenciado en Educación Inicial. 		
Requisitos de Educación:	Médico Especialista en Logopedia	
Requisitos de Experiencia:	3 años	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de varios test para el desarrollo del infante. • Conocimientos de métodos de comunicación. • Conocimientos de las teorías lingüísticas. • Conocimientos de la anatomía y fisiología de los órganos del habla, audición, voz y deglución. • Conocimiento de teorías educativas y aprendizaje. 	
Edad:	Entre 23 a 40 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA “CRECER FELIZ”		
MANUAL DE FUNCIONES		
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Denominación del Cargo:	CONSERJE	
Jefe inmediato:	RECEPCIONISTA	
Número de personas a su cargo:		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Será responsable de la mensajería de la empresa. • Estará al mando de la recepcionista. • Estarán a cargo todos los materiales de limpieza. • Realizará un informe de los materiales que necesita en su debido tiempo. • Brindará apoyo cuando el personal lo requiera. • Realizar la actividad que le solicite el director, el coordinador o el recepcionista. • Se encargará de abrir el centro de estimulación temprana. • Se encargará de limpiar los distintos departamentos de la empresa. • Acudirá al banco cuando lo requiera el director o coordinador del centro. • Desinfectará las áreas de terapias para la estimulación. 		
Requisitos de Educación:	Bachiller	
Requisitos de Experiencia:	1 año	
Habilidades:	Tener conocimientos de buenos modales. Conocimientos para trabajar con personas.	
Edad:	Entre 23 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROVADO POR:
<i>Lcda. Andrea Ochoa</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>	<i>Lcda. Ana Párraga</i>

Flujo de procesos

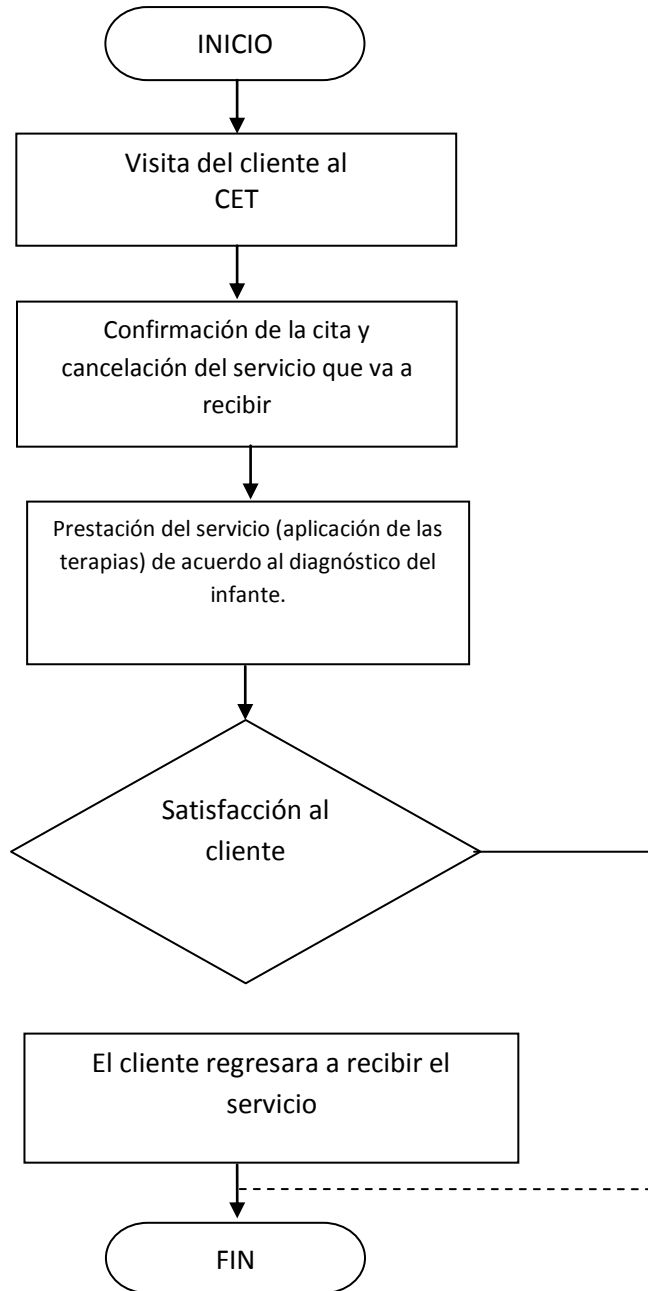
Se ha elaborado un flujo de procesos en el cual pueda distinguir los procesos a seguir en relación al servicio que se va a brindar.

Gráfico 16. Diagrama de flujo del proceso de asesoría y diagnóstico del infante en el Centro de Estimulación



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

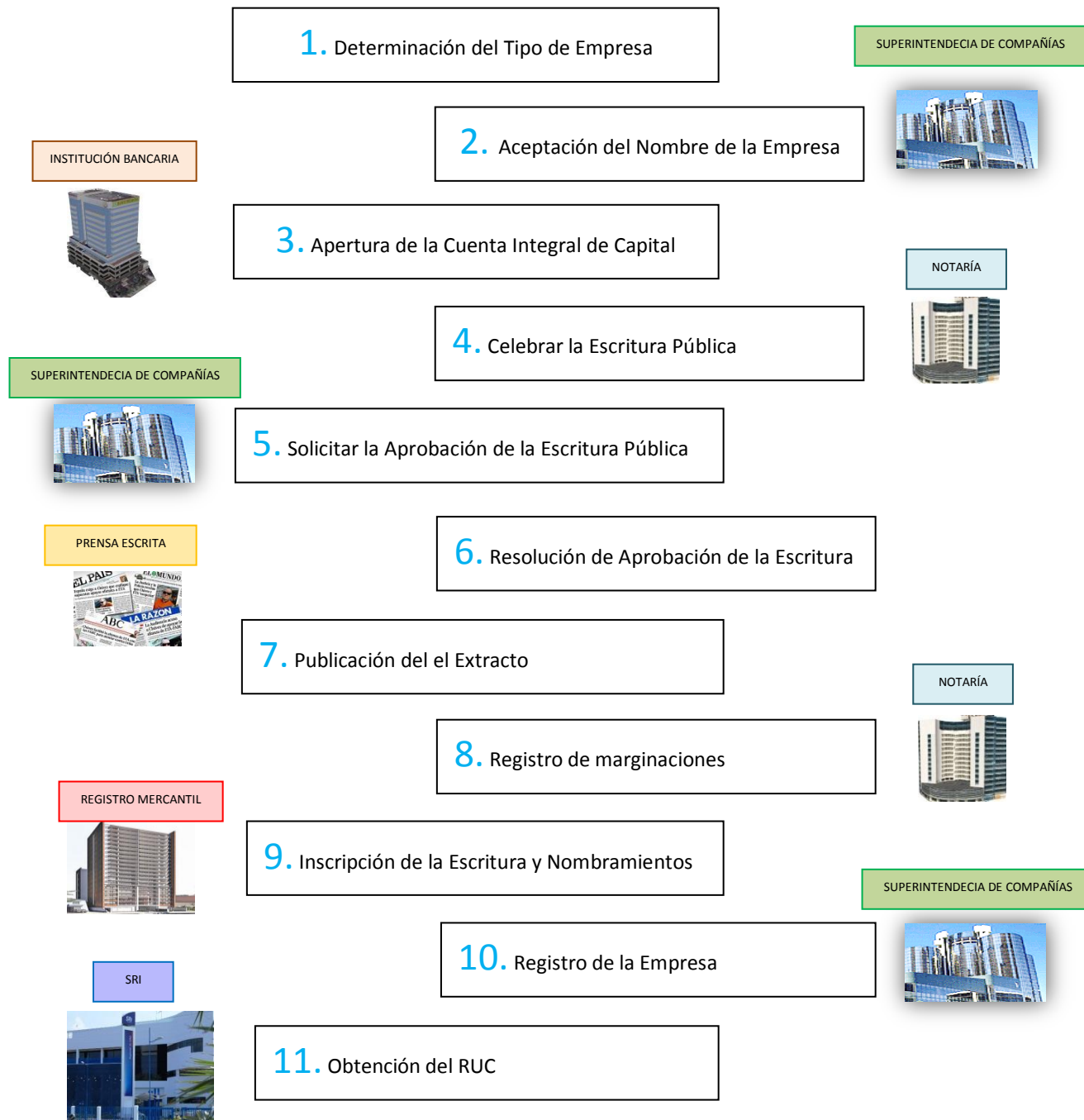
Gráfico 17. Diagrama de flujo del proceso del servicio de las terapias en el Centro de Estimulación



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Aspecto legal

CICLOS PARA LA CRECIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA



Interpretación: estos son los pasos a seguir para constituir legalmente una empresa, empezamos por distinguir qué tipo de empresa se va a crear y se solicita al SRI el RUC, que es el que nos va a ayudar a dar vida cuando la empresa empiece su actividad económica, para lo cual se refleja en las declaraciones al SRI.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación detallaremos la propuesta de implementación de un Centro de Estimulación Temprana para niños de 0 a 6 años en el Cantón Milagro. La finalidad de esta idea es ayudar a los infantes en su crecimiento, evitar que no sufran un riesgo en su evolución, y puedan desarrollarse con normalidad, mejorando la calidad de vida de los niños de nuestro Cantón.

Misión

Ser una empresa constituida legalmente, dedica a brindar un servicio de calidad en terapias de estimulación temprana para infantes de 0 a 6 años de edad, mediante diagnósticos minuciosos a los niños, para así poder intervenir positivamente en el desarrollo integral de los mismos, contando con un personal calificado dispuesto a satisfacer las necesidades de los usuarios.

Visión

Ser reconocidos por brindar un servicio de calidad, contribuyendo al desarrollo físico y mental de los infantes de 0 a 6 años de edad, cumpliendo con las expectativas de los padres de familia, convirtiéndonos en un apoyo fundamental para el crecimiento de los infantes.

Valores Corporativos

Calidad: Es sinónimo de complacencia a los consumidores, y como tal se expresará en los padres.

Confianza: Es la seguridad que sienten los padres hacia la empresa.

Respeto: Este valor se lo pondrá en práctica con todo el personal de la empresa, existirá en el ámbito laboral la educación y el debido respeto entre los empleados, especialmente con los clientes.

Trabajo en equipo: Todas las áreas laboraran individualmente, pero al momento de dar un diagnóstico sobre los niños, se trabajará conjuntamente haciendo reuniones para valorar la evolución del infante.

Responsabilidad: El personal tendrá que realizar su labor con interés y compromiso con los infantes, colaborando en el desarrollo integral del mismo.

Ética: Se reflejarán en los principios y valores que se ha comprendido en el ámbito educacional del personal de la empresa.

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA se utilizara para identificar y estudiar las fortalezas y debilidades del Centro de Estimulación Temprana, así como también las oportunidades y amenazas existentes, para poder determinar los factores internos y externos que afectan ya sea positivamente como negativamente a la institución.

Cuadro 15. Análisis FODA de Centro de Estimulación Temprana “CRECER FELIZ”

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de calidad. • Instalaciones modernas y adecuadas para el servicio. • Asesoramiento a los futuros cliente. • Satisfactoria relación entre empresa y cliente. • Uso de materiales para estimulación temprana adecuados a las necesidades de los infantes. • Talento humano capacitado para desenvolverse en sus respectivas áreas de formación. • Estructura organizacional. • Ubicación estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Opciones para acceder a préstamos bancarios. • La competencia no cuenta con una adecuada organización administrativa y operativa. • Carencia de centros de estimulación temprana gran demanda, pocos ofertantes de este servicio. • Disponibilidad de un equipamiento moderno para cubrir las necesidades de los usuarios. • Alto interés de los clientes por recibir este servicio. • Relevancia de este servicio en la actualidad.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poca disponibilidad de recursos económicos. • Falta de experiencia administrativa. • Limitada disponibilidad de recursos destinados a la publicidad. • Nuevos en el mercado. • Incursión de marca. • Inversión alta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca disponibilidad de profesionales en estimulación temprana en este Cantón. • Precios altos de los mobiliarios para estimulación temprana. • Desastres naturales. • Inestabilidad económica del país. • Inestabilidad política. • Creación de nuevos centros de estimulación temprana públicos y privados • Incremento de los costos operativos.

Fuente: Andrea Ochoa & Ana Párraga

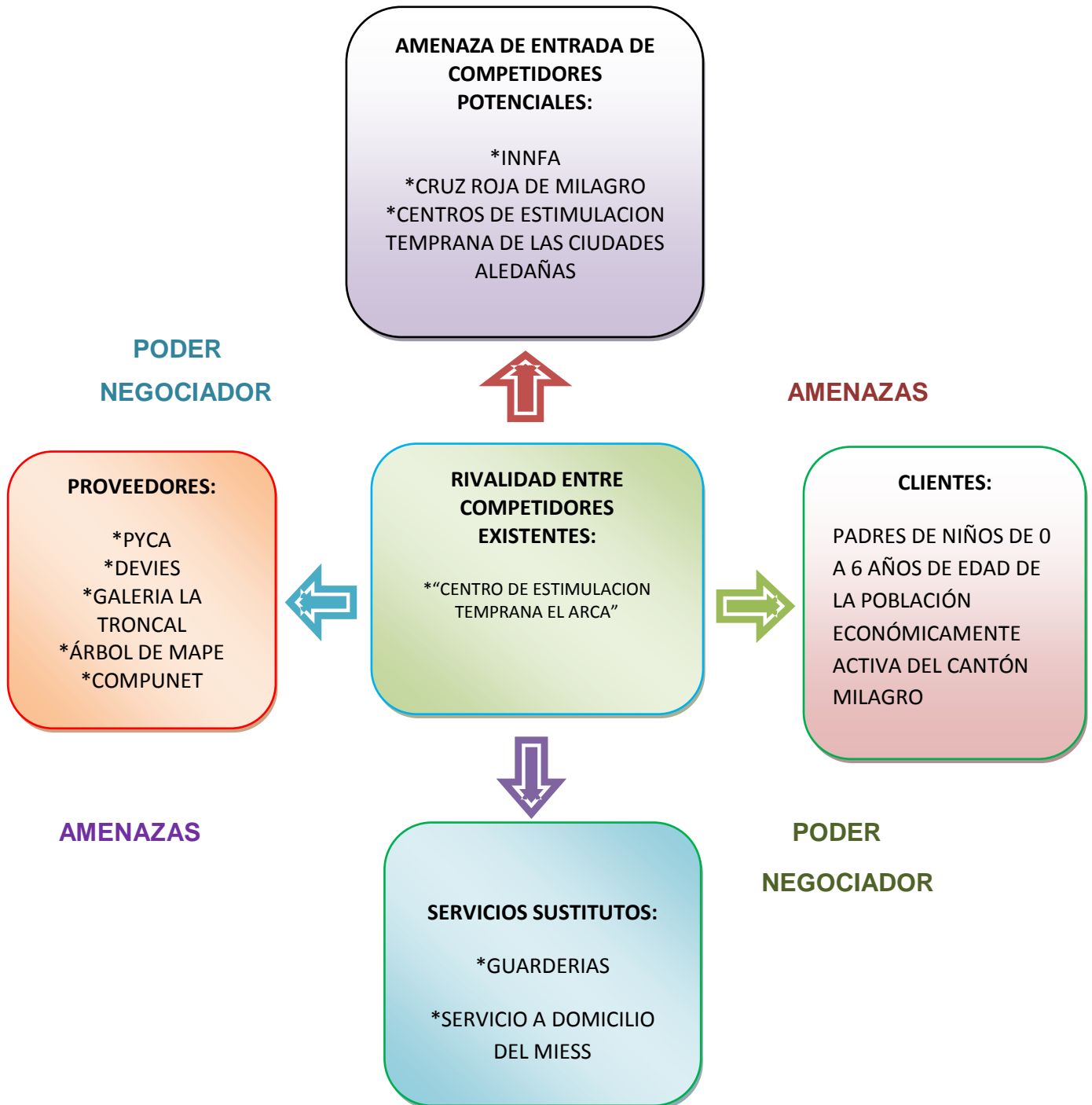
Cuadro 16. Estrategias FOFA – DODA del Centro de Estimulación Temprana

<p>ESTRATEGIAS</p> <p>FO-FA-DO-DA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opciones para acceder a préstamos bancarios. • La competencia no cuenta con una adecuada organización administrativa y operativa. • Carencia de centros de estimulación temprana gran demanda, pocos ofertantes de este servicio. • Disponibilidad de un equipamiento moderno para cubrir las necesidades de los usuarios. • Alto interés de los clientes por recibir este servicio. • Relevancia de este servicio en la actualidad. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca disponibilidad de profesionales en estimulación temprana en este Cantón. • Precios altos de los mobiliarios para estimulación temprana. • Desastres naturales. • Inestabilidad económica del país. • Inestabilidad política. • Creación de nuevos centros de estimulación temprana públicos y privados • Incremento de los costos operativos.
<p>FORTALEZAS</p>	<p>FO</p>	<p>FA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de calidad. • Instalaciones modernas y adecuadas para el servicio. • Asesoramiento a los futuros cliente. • Satisfactoria relación entre empresa y cliente. • Uso de materiales para estimulación temprana adecuados a las necesidades de los infantes. • Talento humano capacitado para desenvolverse en sus respectivas áreas de formación. • Estructura organizacional. • Ubicación estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar las terapias de estimulación utilizando el equipamiento moderno con el que va a contar el CET. • Proporcionar una imagen interesante de la institución a los clientes potenciales, donde ellos noten la seguridad, organización y compromiso del servicio que se les ofrece. • Implementar programas de actividades como casa abierta donde se asesore de forma gratuita a los futuros clientes sobre el servicio que se ofrece. • Utilizar de manera eficiente y eficaz el talento humano del CET. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer convenios con los proveedores para la accesibilidad y pago de los materiales y equipamiento para el Centro de Estimulación Temprana. • Evaluar periódicamente la capacidad de pago de los clientes para poder cubrir con los gastos. • Adquirir un seguro contra desastres naturales para el Centro de Estimulación Temprana. • Disponer la accesibilidad a profesionales en Atención Temprana de otras ciudades aledañas.
<p>DEBILIDADES</p>	<p>DO</p>	<p>DA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Poca disponibilidad de recursos económicos. • Falta de experiencia administrativa. • Limitada disponibilidad de recursos destinados a la publicidad. • Nuevos en el mercado. • Incursión de marca. • Inversión alta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de costo-beneficio para implementar planes de crédito. • Fortalecer el plan de marketing, para aprovechar el aumento de clientes potenciales. • Evaluar la capacidad de pago de los futuros clientes. • Mejorar la capacidad profesional del talento humano mediante charlas, seminarios, entre otros, y potencializar los materiales didácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el desarrollo de las terapias brindadas por la competencia con la finalidad de mejorar la calidad de nuestro servicio. • Disponer recursos económicos para poder capacitar al personal profesional. • Fomentar la difusión de este servicio en la localidad y sectores aledaños.

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Las Cinco Fuerzas de Porter

Gráfico 18. Las cinco Fuerzas de Porter



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Para elaborar el análisis externo referente a la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana para Infantes de 0 a 6 años de edad en el Cantón Milagro, se ha aplicado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de PORTER, en el cual se formulan 5 factores que establecen los resultados de la rentabilidad a largo plazo de un negocio, para de esta manera planear las acciones estratégicas y decidir si ingresar o mantenerse en este segmento.

Para la realización del modelo de Porter se ha analizado las características del poder de la negociación de cada una de las fuerzas que independientemente han sido planteadas en el cuadro anterior. Estas herramientas de gestión son las siguientes:

- Amenaza de entrada de potenciales competidores.
- Rivalidad entre competidores existentes.
- Amenaza de ingresos de servicios sustitutos.
- Poder de negociación de los compradores/clientes.
- Poder de negociación de los proveedores.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de las barreras de entrada si son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Interpretación:

En esta área se han identificado competidores de una gran trayectoria y con reconocimientos a nivel nacional e internacional como es el INNFA (que cuenta con ayuda económica internacional y nacional para brindar este servicio de forma gratuita a los niños, niñas y adolescentes de escasos recursos económicos con alimentación, educación, salud entre otros y esta institución cuenta con un personal capacitado para desenvolverse en sus labores de una forma eficaz y eficiente, además en todo el Ecuador existen instituciones del INNFA es muy reconocida a nivel nacional, la Cruz Roja de Milagro (esta institución a pesar que es del estado aquí se cobran los servicios que brindan de Guardería y ha tenido mucha acogida por los habitantes Milagreños) y los Centros de Estimulación Temprana de las

ciudades aledañas(muchos de ellos están en las grandes ciudades como es en Guayaquil donde hay un sin muero de instituciones privadas y públicas que prestan este servicio y cuentan con un personal altamente capacitado según sus áreas profesionales y con una organización administrativa íntegra, con una infraestructura y equipamiento moderna, donde los resultados de las mejorías de los infantes es evidente y una publicidad idónea que los hace ser cada vez más reconocidos en el mercado).

Las instituciones antes mencionadas ya tienen una larga trayectoria prestando este servicio por lo que ya tienen un mercado fijado y la experiencia en prestar este servicio los ha hecho que sean reconocido en muchos lugares del Ecuador, por la gran calidad que prestan y por los resultados que han obtenido los usuarios de este servicio.

- **La rivalidad entre los competidores**

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Interpretación: Nuestro competidor en este Cantón es el Centro de estimulación temprana “El Arca”, que ya tiene algunos años prestando este servicio y es el único CET particular que existe en esta localidad. Actualmente cuenta con una gran infraestructura acorde para prestar este servicio, pero en sí, esta institución no se dedica exclusivamente a dar terapias de estimulación temprana sino que más está enfocada a dar el servicio de guardería. Esto es lo que va diferenciar con la propuesta del CET que se está llevando acabó en esta investigación ya que el punto clave es prestar un servicio de calidad y para lograrlo se deberá contar con una organización administrativa eficaz y eficiente, personal altamente preparado para desenvolverse en las áreas de acorde a su especialidad profesional, espacio físico y equipamiento de acuerdo al servicio que se va a prestar y dando a conocerse en el mercado a través de los ámbitos publicitarios que existen, etc.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

Interpretación: Por ser una empresa de servicios, no se va a tener un contacto frecuente con los proveedores. Sin embargo para la prestación de este servicio por ser nuevos en el mercado se tendrá que adquirir bienes de consumo tanto para oficina, limpieza, educativos, tecnológicos, entre otros que son de mucha necesidad para el centro de estimulación temprana.

Se contara con los siguientes proveedores directos:

- ÁRBOL DE MAPE (Distribuidora de materiales y equipamiento para estimulación temprana).
- DEVIES (Suministros de limpieza)
- PYCA (Accesorios plásticos, etc.)
- COMPUNET(Equipos tecnológico)
- GALERIA LA TRONCAL (Muebles y enseres)

- **Poder de negociación de los compradores**

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Interpretación: En esta localidad según la investigación realizada a través de la encuesta a la población económicamente activa entre 25 a 40 años de edad, se pudo observar de que si existe un gran interés por los clientes potenciales de que sus hijos de 0 a 6 años de edad, reciban estas terapias que son de mucha ayuda para su desenvolvimiento en el desarrollo integral del infante. Por lo tanto en esta investigación se pudo notar que existe la necesidad de los usuarios por recibir este servicio pero no existe una institución de esta rama que brinde un servicio de calidad y que satisfaga sus necesidades. Por este motivo se plantearan estrategias donde se pueda atraer más cliente y su fidelización hacia nuestra institución.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Interpretación: Existen dos productos sustitutos en el mercado de esta localidad las guarderías y los servicios a domicilio del MIESS. Estas dos son una segunda opción por los habitantes cuando tienen el conocimiento de que sus hijos necesitan estimulación temprana o muchas veces no tienen con quien dejarlos porque tienen que ir a trabajar y los dejan en las guarderías donde además de recibir el cuidado personal, también reciben enseñanzas educativas que ayuden en su desarrollo integral y los adaptan al mundo educativo. Existen guarderías privadas y públicas. El MIESS es una institución pública y hoy en día cuenta con el servicio a domicilio que ha sido de mucha ayuda para los infantes y los padres han estado presentes en el desenvolvimiento de las terapias aplicadas a los niños. Por lo cual esto nos permite observar que existe la necesidad en los usuarios, y deberá tener un precio que esté acorde a la economía de los habitantes.

MARKETING MIX

Como antes mencionado, la propuesta de este proyecto es brindar terapias de estimulación para ayudar al desarrollo evolutivo en los niños de 0 a 6 años.

Es bien sabido que en la actualidad los infantes necesitan de estas terapias para prevenir cualquier riesgo en su desarrollo, por ello se brindará un servicio de calidad tanto en las terapias, como en la atención del cliente.

Para que se cumplan las metas que se han propuesto, se va a detallar ciertas herramientas que ayudaran a que los objetivos se puedan ejecutar.

- **PRODUCTO / SERVICIO:** en este caso no se brindará un producto lo que se brindará será el servicio de estimulación temprana. Dependiendo de las necesidades del infante se realizó un listado de servicios de terapias y un cronograma en el cual el niño pueda recibir las terapias necesarias para su desarrollo.

SERVICIOS QUE SE BRINDARAN:

- Asesoría y diagnóstico
- Servicios en educación inicial
- Servicios de psicología infantil.
- Servicios de fisioterapias.
- Servicios de logopedia.

Atención al cliente, información de los servicios que se brindan: el cliente tendrá la opción de averiguar o asegurarse de qué clase de terapias recibirá su hijo, y que beneficios obtendrá al ser atendido en este centro de estimulación temprana.

También el cliente podrá dar sugerencias sobre el servicio y cómo fue atendido. Así se tomará en cuenta para mejorar el servicio.

Servicios de educación inicial: se dará asesoramientos al cliente para informarle que terapias requiere el menor, luego se realiza una valoración al infante

en la cual demostrará si requiere el servicio de psicología infantil, o directamente recibe el servicio de fisioterapia o logopedia.

Si es el caso de que el infante padeciera algún riesgo en su desarrollo, le informará sobre lugares o doctores que puedan atenderlos o ayudarlos.

Servicios de psicología infantil: el psicólogo tendrá una conversación con los progenitores, en la cual serán evaluados para investigar cuáles son las causas que están afectando a ellos y al infante.

Al final de la consulta realizará una conclusión sobre la situación del menor y charlará con los padres para explicarles el estado en que se encuentra el infante y que acciones deben tomar para ayudarlo.

Los servicios que dará el psicólogo son:

- Tratamientos
- Reuniones con los padres
- El psicólogo acudirá a la institución para averiguar sobre el menor. (En caso de que éste acuda a una escuela).

Servicios de fisioterapias: El fisioterapeuta estimulará mediante varias sesiones el desarrollo físico del niño, impidiendo que surja un riesgo y afecte en su futuro.

Realizará terapias a infantes de 3 a 6 años para evitar alguna dificultad en la fase de enseñanza.

Servicios de logopedia: Realizara terapias relacionadas a la voz, es decir guía a los niños en los sonidos desde que son pequeños, para que en un futuro no tenga ningún inconveniente con el uso del lenguaje.

- **PRECIO:** El precio juega un papel muy importante en las estrategias de marketing, es por eso que se deberán manejar de acuerdo a los objetivos planteados. El costo del servicio irá de acuerdo a la inversión inicial, pago a empleados y servicios básicos.

Las terapias de estimulación irán de acuerdo a las sesiones que necesite el infante, pero se mostrará el valor unitario de cada una:

- Psicología infantil: \$ 15
- Fisioterapia: \$ 15
- Logopedia:\$ 15

El pago de las terapias será en efectivo.

- **PROMOCIÓN:** Son las herramientas de marketing que se van a utilizar para dar a conocer el Centro de Estimulación, con las que ayudaran para tener un posicionamiento en la ciudad, con el fin de atraer clientes haciendo uso de los diferentes medios de publicidad:
 - Periódico
 - Radios
 - Medios publicitarios

Periódico: Utilizaremos este medio debido a que en el Cantón existe una gran demanda por el periódico Prensa La Verdad y el Milagreño.

Radio: Debido a que en Milagro existen varias emisoras en las cuales tienen un mayor rating se ha escogido a La VegaMega y Radio La Voz de Milagro.

Medios Publicitarios: Son herramientas importantes, como son:

Afiches

Letreros

Trípticos y

Hojas volantes

Todos ellos ayudan a difundir información acerca de la institución a los posibles clientes de manera directa.

Descuentos:

- La primera semana de apertura del Centro de Estimulación Temprana, se darán asesorías de formas gratuitas y secciones de terapias, como muestras del servicio que se va a ofrecer.
- En caso de que requiera más de dos terapias en la misma semana, obtendrá un descuento del 5%.
- Si los infantes sean hermanos, obtendrán un descuento del 3% cada uno de ellos en sus terapias.
- Si un usuario fijo, lleva al centro de estimulación un cliente potencial, la próxima terapia pagará solo el 75%.
- Al contratar el servicio de terapias por un mes, recibirá un 20% de descuento.

Logo del Centro:

El Centro de Estimulación Temprana llevará por Razón Social “**CRECER FELIZ**”

El Slogan estará formado por: “El mundo de caricias tierna que tus angelitos necesitan.”

Gráfico 19. Logo del Centro de Estimulación Temprana



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Un slogan innovador y creativo, enviando un mensaje lleno de amor y ternura, que los infantes necesitan que sus progenitores le transmitan ese afecto armónico y comprensión. Cabe recalcar que el objetivo primordial de esta institución es ofrecer al mercado un servicio de calidad y que satisfaga las necesidades de los usuarios; contando con un talento humano responsable en cada una de sus labores y aprovechar al máximo los materiales y equipamientos con que cuenta la empresa, para así ser reconocidos por los consumidores por brindar un servicio de calidad.

Los colores utilizados en el logo de la empresa tienen un significado muy interesante porque están enfocados al servicio que se va ofrecer y a quienes queremos ayudar a mejorar su desarrollo integral que son los infantes de 0 a 6 años de edad.

El color depende de diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitirlos en la sensación de calma, plenitud, alegría, violencia, maldad, etc.

Para el logo hemos aplicado los colores de tonos pasteles, los cuales expresan sensación de tranquilidad, calma, energía, relajación pero sobre todo mucha armonía.

- Amarillo: tono aplicado para demostrar la intelectualidad del niño a través de su espacio y su desenvolvimiento integral.
- Rosado: tono energético aplicado para el relajamiento mental y psicológico en los infantes, influyendo en los sentimientos.
- Verde: una tonalidad energética aplicada para transmitir tranquilidad por ser un color muy expresivo de sentimiento y a su vez incita a la inteligencia.
- Naranja: tono que ayuda al niño a la estimulación de temperamento, produciendo sensación de mayor aporte a la oxigenación, el cual produce el efecto vigorizante y estimulación de la actividad mental.
- Púrpura tono especialmente dirigido a los niños, ya que expresa magia, misterio, sabiduría creatividad e independencia que el niño necesita en conjunto con la dignidad.
- Fucsia: tono aplicado para producir en el niño más confianza y personalidad absoluta y creativa.
- Las imágenes infantiles: provocan sentimiento de ternura, alegría, entusiasmo y armonía que todo niño prefiere a la hora de ser visualizadas,

son las preferidas en todo momento, ya que motivan al niño a la motivación mental.

- Blanco y negro en “Centro de Estimulación Temprana”: con todo esto se expresa la confianza y responsabilidad que brinda el centro de estimulación temprana.

Letrero:

Gráfico 20. Letrero del Centro de Estimulación Temprana



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Tarjetas de presentación:

Gráfico 21. Tarjeta de presentación de la Directora del Centro de Estimulación



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Gráfico 22. Tarjeta de presentación de la Coordinadora del Centro de Estimulación



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Afiches:

Gráfico 23. Afiche del Centro de Estimulación Temprana

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA

CRECER FELIZ

... el mundo de caricias tiernas que tus angelitos necesitan.

Estimulamos su desarrollo a través de...

TERAPIAS

- * Fisioterapia
- * Psicología Infantil
- * Logopedia

TALLER INFANTIL

- * Pintura
- * Manualidades
- * Inteligencia Emocional
- * Habilidades visuales y Auditivas
- * Pensamiento lógico - matemático
- * Agilidad y Comprensión lectora

Horario de Atención
Lunes a Viernes de: 9:00 a.m - 1:00 p.m / 14:00 p.m - 18:00 p.m

García Moreno entre Jacobo Bucaram y Boyacá
Telef: 042970462 E-mail: crecerfeliz_estimulacion@hotmail.com
Milagro - Ecuador

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Tríptico parte externa:

Gráfico 24. Tríptico parte externa del Centro de Estimulación

Más de 100

bebés y niños de cuidados especiales con **CRECER FELIZ**

Testimonio
Safia Palacio



Escogí **CRECER FELIZ** porque fue el centro que más confianza nos dió a mi esposo y a mí, aparte de empezar con su trayectoria que nos empiezan a brindar. Todos mis conocidos me dieron buenas referencias.

El servicio y la atención que recibo es siempre excelente, están pendientes en las citas a escoger y lo mejor es que cuidan de lo mejor a tu hijo. ¡Los recomiendo!

Costo de cada Terapia

\$15

Este valor incluye:

- * Servicio de asesoría
- * Diagnóstico de Valoración del niño.
- * Planteamiento de Terapias.
- * Programación de Citas .
- * Incluye actividades de talleres didácticos de acuerdo a la edad del niño.

Beneficios adicionales:

- * Ayudamos a que tu hijo mejore su desarrollo integral.
- * Además los preparamos para que tengan un buen desenvolvimiento para su educación inicial.



ESTIMULAMOS SU DESARROLLO A TRAVÉS DE...

TERRAPIAS

- * Fisioterapia
- * Psicología Infantil
- * Logopedia




TALLER INFANTIL

- * Pintura
- * Manualidades
- * Inteligencia Emocional
- * Habilidades visuales y Auditivas
- * Pensamiento lógico - matemático
- * Agilidad y Comprensión lectora



PREGUNTA POR NUESTROS SERVICIOS

MILAGRO

TELEF.: (04) 2970 - 462

CEL: 0989809418 / 0988116829

Horario de Atención

Lunes a Viernes de:
9:00 a.m - 1:00 p.m / 14:00 p.m - 18:00 p.m





Jacobo Bucarám entre García Moreno y Bayacá
Telef. 042970462
Milagro - Ecuador

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Tríptico parte interna:

Gráfico 25. Tríptico parte interna del Centro de Estimulación

El mejor regalo de vida para tus hijos.



Existe una oportunidad a tiempo para que tus hijos solucionen los problemas que se presentan en sus vidas desde su nacimiento.

Crecer Feliz es una de las mejores opciones que te brinda lo que necesita tu hijo. El lugar perfecto que buscabas.



La mejor elección a la hora de aprender y crecer.



La confianza que brindamos a la hora de formar parte de nosotros.



CRECER FELIZ
...el mundo de caricias tiernas que tus angelitos necesitan.

CRECER FELIZ
...el mundo de caricias tiernas que tus angelitos necesitan.

Somos una empresa constituida legalmente, dedica a brindar un servicio especializado en terapias de estimulación temprana para infantes de 0 a 6 años, ayudando a la evolución del infante, mediante pruebas y diagnósticos minuciosos, capaz de intervenir y mejorar en el desarrollo integral de los niños,

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Gráfico 26. Hojas Volantes del Centro de Estimulación Temprana

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA

CRECER FELIZ
...el mundo de caricias tiernas que tus angelitos necesitan.

HABILIDADES MOTRICES EN TUS HIJOS

Lo mejor es detectar o prevenir una necesidad intelectual madurativa, emocional o conductiva a tiempo, permitiendo que el niño reciba el tratamiento adecuado en las etapas iniciales del problema.

Ofrecemos Evaluaciones, terapias individuales y grupales de 0 a 6 años, juegos terapéuticos de motricidad, coordinación, ganeo, contacto entre Madre-Padre a través de masajes en Bebes, juegos para desarrollar la atención, memoria, lenguaje y motricidad.

TERAPIA \$15 + DESCUENTO ESPECIAL

ESTIMULADOS A TRAVÉS DE JUEGO

PREOCUPATE POR EL BIENESTAR DE TU HIJO/A
TANTO PSICOLÓGICA, EMOCIONAL Y FÍSICA
CUENTA CON NOSOTROS EN
"CRECER FELIZ"

Jacobo Bucaram entre García Moreno y Boyacá
Teléfono: 04 2 970462 / 0989809418

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

PLAZA: Es el sector donde se va a brindar el servicio.

Está situado por la Universidad Agraria del Ecuador, es muy transitado, está a pocas cuadras del Comando Policial de Milagro, a su alrededor se encuentran distintos lugares educativos y sobre todo es céntrico.

El Centro de Estimulación Temprana estará ubicado en la Calles García Moreno entre Jacobo Bucaram y Boyacá, esquina

Y como podemos darnos cuenta, el canal para transitar el servicio es directo ya que los futuros clientes, circularan por ese sector.

5.7.1. Actividades

Los factores que intervienen en la empresa son los siguientes:

- **Aspectos geográficos.-** Estará localizado en Ecuador. Provincia del Guayas, Cantón Milagro; que cumple con una ubicación estratégica en las Calles Jacobo Bucaram entre García Moreno y Boyacá.
- **Aspecto social.-** A través de la aplicación de encuestas, los datos obtenidos fueron positivos en relación a la propuesta. Esta información fue tomada de la población económicamente activa de 25 a 40 años, porque es la edad en que normalmente tienen hijos.
- **Aspecto económico.-** Como población tomamos a las personas que trabajan actualmente, debido a que el servicio que se va a tener un costo.
- **Aspecto financiero.-** este aspecto es de vital importancia debido a que se analiza cada valor que va a ser financiado, para que no exista ningún inconveniente en la administración financiera del Centro de Estimulación.
El Centro será una buena inversión, debido a que el presidente mencionó que los niños menores de un año, tendrán que asistir con sus padres a Centros de Estimulación Temprana, sean públicos o privados. Convirtiéndose en el primer Centro que cumple con las normas y leyes en relación a los demás.
- **Aspecto estratégico.-** Contamos con un plan de publicidad en el cual intervienen el periódico, la radio, flyers y afiches para llamar la atención del cliente en los servicios que se van a ofrecer.

- **Aspecto legal.-** Como es bien sabido para iniciar una actividad comercial se debe detallar con una correcta documentación que demuestra el cumplimiento de los requerimientos necesarios para ser atendidos con normalidad.

A continuación se describirá los permisos correspondientes para que en un futuro la empresa no sea sancionada:

1. Averiguación del financiamiento.
2. Acceso al préstamo.
3. Obtención de permisos para el Centro.
4. Búsqueda de local para arrendamiento.
5. Adquisición de materiales de estimulación, muebles de oficina, equipos de oficina.
6. Adecuación de los materiales de estimulación, muebles de oficina, equipos de oficina.
7. Selección del personal del Centro.
8. Contratación del personal del Centro.
9. Socialización de la identidad empresarial.
10. Marketing del servicio.
11. Ejecución del servicio.

5.7.2. Recursos, análisis financiero

Recursos humanos:

El talento humano del Centro de Estimulación Temprana “Crecer Feliz” estará conformado por:

Cuadro 17. Personal del Centro de Estimulación Temprana “Crecer Feliz”

DENOMINACIÓN EN EL CARGO	N° DE Personas
Director	1
Coordinador	1
Secretaria	1
Recepcionista / Varios	1
Jefe de Educación Inicial	1
Psicólogo infantil	1
Fisioterapeuta	1
Logopeda	1
Conserje	1

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

A continuación detallamos los activos fijos:

Cuadro 18. Activos fijos del Centro de Estimulación Temprana “Crecer Feliz”

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS EN L	160,00	320,00
1	ESCRITORIO GERENCIAL	180,00	180,00
6	ESCRITORIO	150,00	900,00
5	MESAS PARA NIÑOS VARIOS COLORES	7,00	35,00
5	SILLAS GIRATORIAS	60,00	300,00
4	SILLAS TAPIZADAS	60,00	240,00
1	SILLAS GERENCIAL	75,00	75,00
7	SILLAS DE ESPERA	40,00	280,00
15	SILLAS PARA NIÑOS	4,00	60,00
4	ARCHIVADORES METÁLICOS	40,00	160,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES	776,00	2.550,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	AIRES ACONDICIONADO	442,00	442,00
1	ENFRIADOR / VENTILADOR DE AIRE	198,00	198,00
4	VENTILADORES DE PARED	25,00	100,00
2	DISPENSADOR DE AGUA	140,00	280,00
4	TELÉFONOS DE OFICINA	60,00	240,00
2	EXTINTOR DE 10LBS.	26,00	52,00
1	PIZARRÓN INFORMATIVO	20,00	20,00
3	TV PLASMA 20"	300,00	900,00
3	DVD	35,00	105,00
4	MAMPARA	150,00	600,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	1.396,00	2.937,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
4	COMPUTADORAS	650,00	2.600,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300,00	600,00
2	LAPTOP HP 14" MEMORIA 4GB Y DISCO DURO DE 500GB.	317,00	634,00
4	UPS	60,00	240,00
4	REGULADOR DE VOLTAJE	300,00	1.200,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.627,00	5.274,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		10.761,00

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 19. Inversión total de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"		
INVERSIÓN DEL PROYECTO		
MUEBLES Y ENSERES	\$	2.550,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$	5.274,00
EQUIPO DE OFICINA	\$	2.937,00
CAJA – BANCO	\$	10.000,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$	20.761,00

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 20. Financiamiento de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"		
FINANCIACIÓN DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		20.761,00
Financiado	40%	8.304,40
Aporte Propio	60%	12.456,60
		20.761,00

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 21. Tasa de Préstamo del Banco Pichincha

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"		
TASA DE INTERÉS DEL PRESTAMO BANCARIO		
TASA ANUAL INTERÉS PRÉSTAMO	13,00%	0,13

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 22. Préstamo bancario de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"		
PRÉSTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	8.304,40	1.079,57

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 23. Tabla de amortización del financiamiento de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"				
FINANCIAMIENTO ANUAL				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO /ANUAL	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				8.304,40
1	2.768,13	1.079,57	3.847,71	5.536,27
2	2.768,13	719,71	3.487,85	2.768,13
3	2.768,13	359,86	3.127,99	-
	8.304,40	2.159,14	10.463,54	

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 24. Estado de resultados de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	86.400,00	90.720,00	95.256,00	100.018,80	105.019,74	477.414,54
COSTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD BRUTA	86.400,00	90.720,00	95.256,00	100.018,80	105.019,74	477.414,54
COSTOS INDIRECTOS	65.812,40	69.071,51	72.344,91	68.601,52	70.146,32	345.976,65
UTILIDAD OPERACIONAL	20.587,60	21.648,49	22.911,09	31.417,28	34.873,42	131.437,89
GASTOS FINANCIEROS	1.079,57	719,71	359,86	-	-	2.159,14
UTILIDAD ANTES IMP	19.508,03	20.928,78	22.551,23	31.417,28	34.873,42	129.278,75
IMPUESTO RENTA	4.291,77	4.604,33	4.961,27	6.911,80	7.672,15	28.441,32
UTILIDAD ANTES DE PART EMP	15.216,26	16.324,45	17.589,96	24.505,48	27.201,27	100.837,42
PARTICIPACION EMPLEADOS	2.282,44	2.448,67	2.638,49	3.675,82	4.080,19	15.125,61
UTILIDAD NETA	12.933,83	13.875,78	14.951,47	20.829,66	23.121,08	85.711,81

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Cuadro 25. Flujo de caja proyectado de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	86.400,00	90.720,00	95.256,00	100.018,80	105.019,74	477.414,54
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		86.400,00	90.720,00	95.256,00	100.018,80	105.019,74	477.414,54
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSIÓN INICIAL	20.761,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	54.341,87	55.157,00	55.984,36	56.824,12	57.676,48	279.983,83
GASTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS GENERALES	-	9.164,00	9.301,46	9.440,98	9.582,60	9.726,34	47.215,37
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	4.291,77	4.604,33	4.961,27	6.911,80	20.769,17
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	2.282,44	2.448,67	2.638,49	3.675,82	11.045,42
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	20.761,00	63.505,87	71.032,67	72.478,33	74.006,48	77.990,44	359.013,80
FLUJO OPERATIVO	-20.761,00	22.894,13	19.687,33	22.777,67	26.012,32	27.029,30	118.400,74
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRÉSTAMO BANCARIO	8.304,40	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	8.304,40	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	2.768,13	2.768,13	2.768,13	-	-	8.304,40
PAGO DE INTERESES	-	1.079,57	719,71	359,86	-	-	2.159,14
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	3.847,71	3.487,85	3.127,99	-	-	10.463,54
FLUJO NETO NO OPERATIVO	8.304,40	-3.847,71	-3.487,85	-3.127,99	-	-	-10.463,54
FLUJO NETO	-12.456,60	19.046,42	16.199,49	19.649,67	26.012,32	27.029,30	107.937,20
SALDO INICIAL	-	10.000,00	29.046,42	45.245,91	64.895,58	90.907,90	
FLUJO ACUMULADO	-	29.046,42	45.245,91	64.895,58	90.907,90	117.937,20	

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

TIR DEL NEGOCIO

17%

Cuadro 26. Balance General de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "CRECER FELIZ"						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA –BANCOS	10.000,00	29.046,42	45.245,91	64.895,58	90.907,90	117.937,20
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.000,00	29.046,42	45.245,91	64.895,58	90.907,90	117.937,20
ACTIVOS FIJOS	10.761,00	10.761,00	10.761,00	10.761,00	10.761,00	10.761,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		2.306,52	6.919,57	13.839,15	16.033,95	18.777,45
TOTAL DE ACTIVO FIJO	10.761,00	8.454,48	3.841,43	3.078,15	-5.272,95	8.016,45
TOTAL DE ACTIVOS	20.761,00	37.500,90	49.087,34	61.817,44	85.634,95	109.920,75
PASIVO						
CORRIENTE						
PRÉSTAMO	8.304,40	5.536,27	2.768,13	-	-	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	4.291,77	4.604,33	4.961,27	6.911,80	7.672,15
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	2.282,44	2.448,67	2.638,49	3.675,82	4.080,19
TOTAL PASIVO	8.304,40	12.110,47	9.821,13	7.599,77	10.587,62	11.752,34
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	12.456,60	12.456,60	12.456,60	12.456,60	12.456,60	12.456,60
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	12.933,83	13.875,78	14.951,47	20.829,66	23.121,08
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	12.933,83	26.809,60	41.761,07	62.590,73
TOTAL PATRIMONIO	12.456,60	25.390,43	39.266,20	54.217,67	75.047,33	98.168,41
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	20.761,00	37.500,90	49.087,34	61.817,44	85.634,95	109.920,75
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

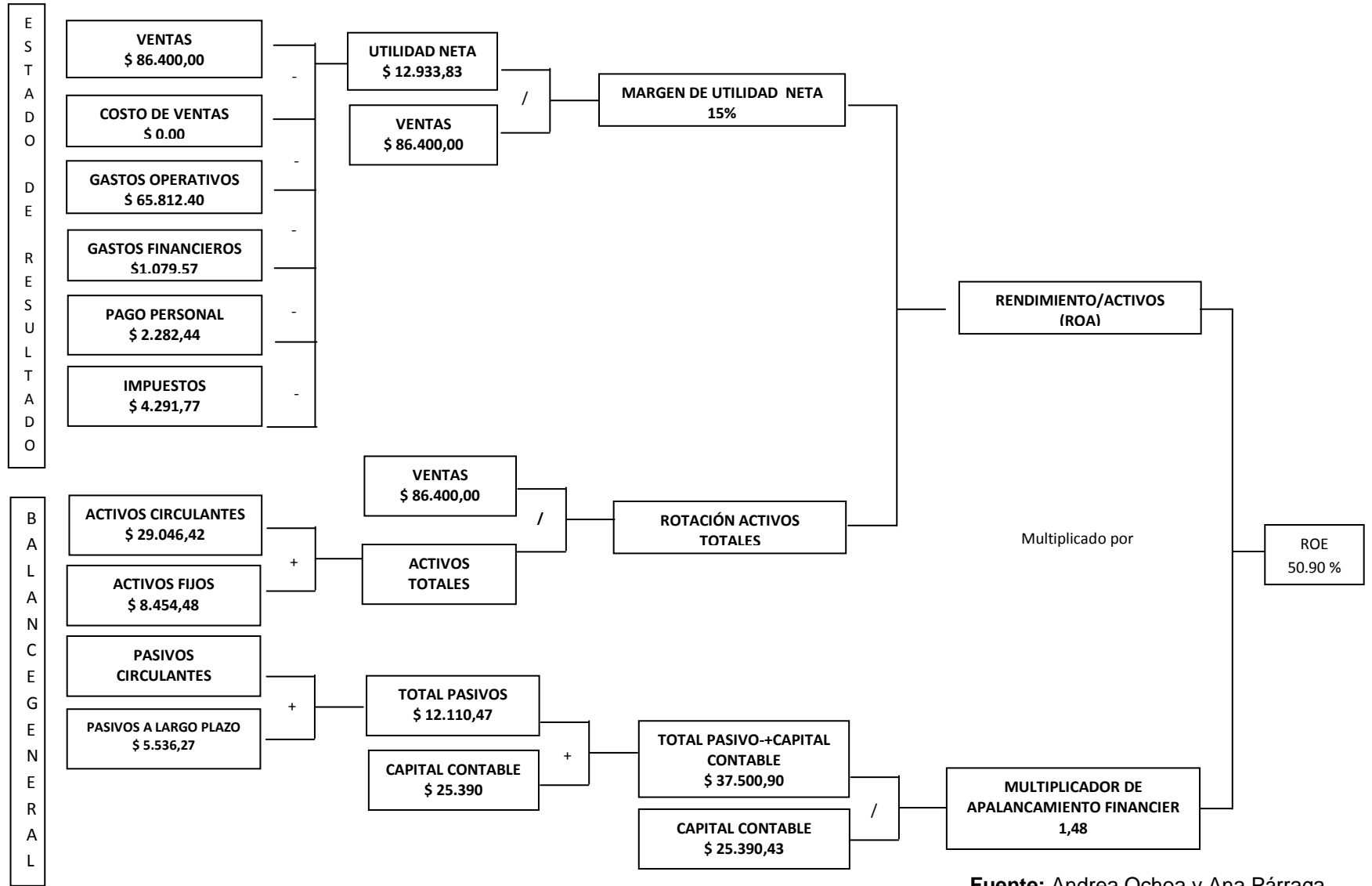
Fuente: Andrea Ochoa & Ana Párraga

Cuadro 27. Índices financieros de la propuesta

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA "CRECER FELIZ"							
Índices Financieros							
Índices			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	Índice de Solvencia	I.S = AC/PC	2,40	4,61	8,54	8,59	10,04
ROS	Rentabilidad sobre Ventas (ROS)	R.V = UN/V	15,0%	15,3%	15,7%	20,8%	22,0%
ROE	Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)	R.P = UN/P	50,9%	35,3%	27,6%	27,8%	23,6%
ROA	Rentabilidad sobre el Activo Total (ROA)	R. AT = UN/ AT	34,5%	28,3%	24,2%	24,3%	21,0%

Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

Gráfico 27. Análisis Dupont de la propuesta del Centro de Estimulación Temprana “Crecer Feliz”



Fuente: Andrea Ochoa y Ana Párraga

5.7.3. Impacto

- Demostrar a los usuarios, para qué sirve la estimulación temprana con sus ventajas y beneficios en el infante.
- Instruir a los usuarios y a la población milagreña que las terapias de estimulación pueden evitar un riesgo en el desarrollo del infante.
- Generar fuentes de empleo, para que Milagro siga en constante crecimiento y se reduzca la tasa de desempleo.
- Promover en los estudiantes, charlas educativas en distintas instituciones para enriquecer los conocimientos administrativos con la finalidad de ir creando una cultura empresarial,
- Cumplir con el objetivo 3, que está establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, como es el mejoramiento de la calidad de vida de la población ecuatoriana.

5.7.1. Cronograma

Cuadro 28. Diagrama de Gantt de la propuesta

N°	Actividades	Tiempo de duración (semanas)																	
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Averiguación del financiamiento.	■	■	■															
2	Acceso al préstamo				■	■													
3	Obtención de permisos legales para el Centro.					■	■												
4	Búsqueda de local para arrendamiento.							■	■										
5	Adquisición de materiales de estimulación, muebles y equipos de oficina.									■									
6	Adecuación de los materiales de estimulación, muebles y equipos de oficina.										■								
7	Selección del personal del Centro.											■	■						
8	Contratación del personal del Centro.													■					
9	Socialización de la identidad empresarial.														■				
10	Preparación de la publicidad.															■	■		
11	Ejecución del servicio.																		■

Fuente: Andrea Ochoa & Ana Párraga

5.7.4. Lineamiento para evaluar la propuesta

- Plantear estándares de calidad del servicio que estén encaminados a los objetivos, en el personal profesional y el servicio.
- Reforzar el personal del Centro de Estimulación Temprana, mediante charlas, capacitaciones, seminarios, entre otros, para brindar un servicio de calidad y conseguir la satisfacción del cliente.
- Realizar un listado de los recursos necesarios anualmente para poder brindar terapias con normalidad, para el bienestar del infante.
- Atender los problemas que manifiesten los clientes o la empresa.
- Indagar el sector infantil, y crear entornos favorables en base a las necesidades del niño, realizando charlas para padres en temas relacionados a la familia, a los riesgos que se presentan en el desarrollo, y otros factores que intervienen en ello.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Esta propuesta de negocio en el Cantón Milagro, los clientes potenciales tienen un gran interés en que sus hijos reciban terapias de estimulación temprana, en el cual demuestren la calidad del servicio.
- Mediante los índices financieros se observa que la institución es solvente, por ende esta propuesta es factible.
- Esta propuesta está proyectado para cinco años, en los cuales los primeros tres años se cancelará el préstamo, y a partir del 4 año, se contará con ganancias para poder invertir en el centro de estimulación temprana.
- Las empresas que brindan servicios de estimulación temprana tienen posicionamiento en el mercado, debido a los grandes cambios en la actualidad.
- En el Ecuador está en proceso una nueva ley, el cual estarán obligados los progenitores en llevar a los infantes de 0 a 2 años a recibir terapias de estimulación temprana, ya sean públicos o privados, ya que esto será un requisito importante para que el niño continúe con sus estudios básicos.

Recomendaciones:

- A los centros de estimulación temprana, se les recomienda que para ingresar al mundo empresarial, tendrán que llevar a cabo un proceso administrativo, donde la organización cuente con un talento humano adecuado para desenvolverse en sus respectivas áreas contando con innovación en el servicio que van a ofrecer.
- En los Centros de Estimulación Temprana el talento humano que van a contratar debe ser el adecuado, ya que son los profesionales quienes van a tratar directamente con los clientes y según su desenvolvimiento, el cliente percibirá qué tan eficaz y eficiente es el servicio que se pretende alcanzar.
- Las instituciones que ofrecen el servicio de estimulación temprana deben plantearse estrategias de marketing, dando a conocer los servicios que ofrecerá, con la finalidad de llamar la atención a los clientes.
- Una estrategia positiva en los centros de estimulación temprana, será que deberán contar con una infraestructura adecuada e innovadora, que cuente con una departamentalización y señalización, ayudando a los clientes a dirigirse en esta institución.
- Las empresas que se dedican en brindar terapias de estimulación temprana, deberán cumplir con todos los requisitos y reglamentos establecidos por la ley.

Bibliografía

- ¹ LEANDRO, C. J. (2009). *UNAS BASES PSICOLÓGICAS DE LA EDUCACIÓN ESPECIAL*. ESPAÑA: EDITORIAL CLUB UNIVERSITARIO.
- ³ GÓMEZ ARTEAGA Amparo, PAZ VIGUER Seguí, CANTERO LÓPEZ María José: *INTERVENCIÓN TEMPRANA*, LVEL.S.A., España, 2010.
- ⁴ PERPIÑÁN GUERRAS Sonsoles: *ATENCIÓN TEMPRANA Y FAMILIA: CÓMO INTERVENIR CREANDO ENTORNOS COMPETENTES*, Narcea, Madrid, 2009.
- ⁵ CABEZUELO HUERTA Gloria, FRONTERA IZQUIERDO Pedro: *El desarrollo psicomotor: desde la infancia hasta la adolescencia*, Narcea ediciones, Madrid, 2010.
- ⁶ CARDA ROS Rosa María, LARROSA MARTÍNEZ Faustino: *La organización del centro educativo: manual para maestros*, Editorial club universitario, España, 2007.
- ⁸ MOLINA VELÁSQUEZ Tatiana, BANGUERO MILLÁN Lina Fernanda: Diseño de un espacio sensorial para la estimulación temprana de niños con déficit, *Revista ingeniería biomédica*, N. 3, Vol. 2, Medellín, 2008, p. 41
- ⁹ ARANDA Rosalía E: *Atención Temprana en educación infantil*, Wik educación, España, 2008.
- ¹⁰ GENTO PALACIOS Samuel, KVETONOVÁ Lea: *Prevención e intervención temprana en el tratamiento educativo de la diversidad*, Uned, Madrid, 2011.
- ¹¹ GARCÍA DE CASTRO Mónica: Estimulación temprana integra a madres y bebés, *Revista samborondón*, Editoria uminasa del Ecuador, N. 143, Ecuador, 2009 p. 36.
- ¹² CASTEJON COSTA Juan Luis, NAVAS MARTÍNEZ Leandro: *Unas bases psicológicas de la educación especial*. España: Editorial club universitario, 2009.
- ¹³ PERERA Juan: *Atención temprana: "Definición, objetivos, modelos de intervención y retos planteado"*, *REVISTA SÍNDROME DE DOWN*, Vol. 28, New York, 2011, p. 142.
- ¹⁴ CRISTÓBAL Cristina, FORNÓS Anna, GINÉ Climent, MAS María, PEGENAUTE Fátima: *La atención temprana un compromiso con la infancia y sus familias*, Uoc, Barcelona, 2010.
- ¹⁵ COLECCIÓN CERMI. ES: *Los menores con discapacidad en España*, Cinca, Madrid, 2008.
- ¹⁶ JUAN VERA María José, PÉREZ LÓPEZ Julio: El funcionamiento de un centro de desarrollo infantil y atención temprana, *REVISTA INTERUNIVERSITARIA DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO*, N. 65, Vol.23, 2, España, p. 35.
- ¹⁷ ARANDA Rosalía E: *Atención Temprana en educación infantil*, Wikeducación, España, 2008.
- ¹⁸ GARCÍA VELÁSQUEZ Alfonso, LLULL PEÑALBA Josué: *El juego infantil y su metodología*, Editex, Madrid, 2009.

- ¹⁹ PERPIÑÁN GUERRAS SONSOLES: *Atención temprana y familia: Cómo intervenir creando entornos competentes*, Narcea ediciones, Madrid, 2009.
- ²⁰ DÍAZ QUINTERO María del Mar: *La atención temprana y desarrollo infantil*, Procompal publicaciones, España, 2008.
- ²¹ KOSTELNIK Marjorie, WHIREN Alice: *Desarrollo social de los niños*, Cengage learning editores, México, 2009.
- ²² PITLUK Laura, *Educación en el jardín maternal: enseñar y aprender de 0 a 3 años*, Ediciones novedades educativas, Buenos Aires, 2007.
- ²³ GARCÍA FERNANDÉZ Ricardo, *Responsabilidad social corporativa: cultura empresarial*, Ediciones Club Universitaria, España, 2009.
- ²⁴ ROBBINS Stephen P., DECENZO David A., *Fundamentos de administración*: Editorial Pearson Educación de México S.A., México, 2009.
- ²⁵ LÓPEZ Antonia, *Hacia el liderazgo europeo en las escuelas del pensamiento del marketing educar en el jardín maternal: enseñar y aprender de 0 a 3 años*, Editorial Visión libros, Madrid, 2009.
- ²⁷ ROBBINS Stephen P., DECENZO David A., *Comportamiento organizacional*: Editorial Pearson Educación de México S.A., México, 2009.
- ³⁰ MIRANDA GONZÁLEZ Francisco, CHAMORRA MERA Antonio, RUBIO LACOBIA Sergio, *Introducción a la gestión de calidad*: Editorial Jacarñan S.A. Madrid, 2007.
- ³¹ BELDA GONZÁLEZ Juan Carlos, *desarrollo infantil y la atención temprana*: Editorial Eulyaid España, 2009. pp. 74, 75, 76.
- ³² JAMES R. EVANS, W. M. (2008). *administración y control de calidad*. Mexico: cengage learning.
- ³³ MEJÍALIRA María Cermen: *Cómo mejorar el servicio al cliente*: Editorial Pearson, México, 2009.
- ³⁴ VARO Jaime: *Gestión estratégica de los servicios sanitarios*: Editorial Edigrafos S.A. Pearson, Madrid, 2008.
- ³⁶ KOTLER PILLP y NANE KELLER Kevin: *Dirección del marketing*: Editorial Pearson, México, 2008.
- ³⁷ IDELFONSO GRANDE Esteban: *Marketing de los servicios*: Editorial Esic, Madrid, 2010.
- ³⁸ VERTICE S. L.: *La comunicación comercial*: Editorial Vertice, España, 2008.
- ³⁹ CEGARRA SÁMCHÉZ José: *La metodología de la investigación científica*: Editorial Díaz de Santos, Madrid, 2011.
- ⁴⁰ ORTÍZ OCAÑA Luis Alexander: *Diccionario de pedagogía, didáctica y metodología*: Editorial Cepedid, Colombia, 2009.

- ⁴² DÍAZ NARVÁEZ Patricio Victor: *Metodología de la investigación científica y bioestadística*: Editorial Rill, Chile, 2009.
- ⁴⁴ NIETO MARTÍN Santiago, RODRÍGUEZ CONDO María José: *Investigación y evaluación educativa en la sociedad del conocimiento*: Editorial Aquilafuente, España, 2010.
- ⁴⁷ TALAYA ÁGUEDA Esteban, DE MADARIAGA GARCÍA Miranda Jesús, NARROS GONZÁLEZ María José, OLARTE PASCUAL Cristina, REINARES LARA Eva Marina, SACO VÁZQUEZ Manuela: *Principios de marketing*, Editorial Esic, Madrid, 2008.
- ⁴⁸ SABADO Joaquín Tomás: *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería*: Editorial Servei de publicacions, Barcelona, 2009.
- ⁴⁹ CANTONI ROBALINIMónica Nélica: Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa: *Revista de argentina de humanidades y ciencias sociales*, p2, Argentina.
- ⁵⁰ BORDA PÉREZ Mariela, TUESCA MOLINA Rafael, NAVARRO LECHUGA Edgar: *Métodos cuantitativos, herramientas para la investigación en salud*: Editorial Uninorte, Barranquilla Colombia, 2009
- ⁵² HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO Carlos, BAPTISTA LUCIO Pilar: *Metodología de la investigación*, Editorial Mcgrawhill, México, 2010.
- ⁵⁴ LISSABET RIVERO Luis José: La técnica cualitativa "análisis de contenido" como procedimiento del método histórico- lógico en las investigaciones educativa, *Roca revista científica educacional de la provincia de Granma*, 2011, España, p2.
- ⁵⁵ DELGADO GARCÍA Gregorio: Metodología de la investigación histórica, *Scielo Revista cubana de salud pública*, España, p3.
- ⁵⁶ MÉNDEZ RODRÍGUEZ Alejandro, ASTUDILLO MOYA Marcela: *La investigación en la era de la información*, Editorial Trillas, México, 2008.

Lincografías

<http://www.innovadirectivos.es/recursos-humanos/liderazgo/manuel-ramos/el-liderazgo-etico-como-recurso-humano-renovable>

<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs332/es/index.html>, 2009

<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/771/1/CD-1186.pdf>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/7944>

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4673/1/T-ESPE-032759.pdf>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lis/aguilar_c_eo/capitulo4.pdf

<http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4.html>

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/2303/1/FernandezGloria2012.pdf>

<http://www.youtube.com/watch?v=Al1sfFsIBNY>

http://www.youtube.com/watch?v=EUadHap4__U&feature=endscreen&NR=1

http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/015467/015467_Cap5.pdf

http://www.redlaceh.com/pdf/atencion_temprana.pdf

<http://estimaciontemprana-mi.blogspot.com/2007/10/blog-post.html>

<http://estimacionydesarrollo.blogspot.com/>

<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/771/1/CD-1186.pdf>

<http://www.redcreacion.org/articulos/OIncarbone.html>

<http://www.redcreacion.org/articulos/OIncarbone.html>

<http://www.fepi.org.ar/historia.html>

http://www.fundaciondowntigre.org/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=54-r0AGl15ChDQ&ved=0CGEQ6AEwBw#v=onepage&q=estimulacion%20temprana&f=false

<http://www2.pr.gov/agencias/acuden/Documents/GUIA%20PASOS%20PARA%20ESTABLECER%20UN%20CENTRO%20FINAL.pdf>

<http://ong.tupatrocinio.com/centro-de-desarrollo-infantil-voluntariado-1031.html>

http://www.saludalia.com/docs/Salud/web_saludalia/vivir_sano/doc/psicologia/doc/doc_programas_estimulacion.htm

<http://www.mipediatra.com/infantil/estimula.htm>

http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_37/MONICA_BENITO_1.pdf

<http://www.emagister.com/curso-empresa-organigrama-clasificacion/empresa-historia-definicion>

<http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>

<http://www.contener.org/docs/retraso.pdf>

<http://www.revistaciencias.com/publicaciones/EkppFuluEpOmYHMQi.php>

<http://www.agapea.com/libros/Fundamentos-de-gestion-empresarial-9788436816433-i.htm>

http://www.urosario.edu.co/urosario_files/61/61c6376b-3223-4826-874e-3baa8bc32133.pdf

<http://www.innovadirectivos.es/recursos-humanos/liderazgo/manuel-ramos/el-liderazgo-etico-como-recurso-humano-renovable>

<http://psicologiayempresa.com/desempeno-y-estandar-conceptos.html>

<http://www.innovadirectivos.es/recursos-humanos/manuel-ramos/inteligencia-emocional-destrezas-para-la-innovacion/>

<http://www.innovadirectivos.es/marketing/enrique-burgos-garcia/fidelizacion-de-clientes-un-elemento-clave-en-epoca-de-crisis/>

http://drupal.puj.edu.co/files/OI050_Herman_0.pdf

http://web.usal.es/~tonidm/DEI_02_Inversiones.pdf

<http://www.gestiopolis.com/economia/metodologia-de-la-investigacion.htm>

<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

ANEXOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Encuesta dirigida a la población económicamente activa de 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro.

Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de un Centro de Estimulación Temprana en los infantes de 0-6 años de edad.

Indicaciones: Para contestar las preguntas, coloque una (X) en el cuadro vacío de su elección.

<p>1. ¿Qué conocimientos posee usted sobre Terapias de Estimulación Temprana?</p> <p>MUCHO <input type="checkbox"/></p> <p>POCO <input type="checkbox"/></p> <p>NADA <input type="checkbox"/></p>	<p>2. ¿Considera usted importante que toda madre debe aplicar prácticas y terapias de Estimulación Temprana en los niños de tierna edad?</p> <p>TOTALMENTE DE ACUERDO <input type="checkbox"/></p> <p>DE ACUERDO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DESACUERDO <input type="checkbox"/></p>	<p>3. ¿Cuán importante es para usted, la calidad que brindan los centros de estimulación temprana?</p> <p>MUCHO <input type="checkbox"/></p> <p>POCO <input type="checkbox"/></p> <p>NADA <input type="checkbox"/></p>
<p>4. ¿Cree usted que el desarrollo integral de los infantes puede mejorar con la intervención de especialistas en Atención Temprana?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>	<p>5. ¿Piensa usted que la inadecuada infraestructura y equipamiento en los Centros de Estimulación Temprana afecta la calidad del servicio?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>	<p>6. ¿El incumplimiento de las disposiciones legales, proporcionara desconfianza por parte de los usuarios?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>
<p>7. ¿Las empresas de servicio que no atraen clientes, cree usted que es por la escasa publicidad del servicio que ofrecen?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>	<p>8. ¿Cuán importante considera usted el nivel de especialización del personal que labora en estos Centros de Atención Temprana?</p> <p>MUCHO <input type="checkbox"/></p> <p>POCO <input type="checkbox"/></p> <p>NADA <input type="checkbox"/></p>	<p>9. ¿Según su opinión considera usted importante la creación e implementación de un centro de Estimulación Temprana en el Cantón Milagro (para infantes de 0-6 años de edad)?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

Fotos de la población económicamente activa encuestada de 25 a 40 años de edad del Cantón Milagro.



Foto de uno de los lugares donde se aplicó las encuestas



ANEXO 3

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

SRI
Servicio de Rentas Internas

NUMERO RUC: **Financiero - Sección Rentas**

APELLIDOS Y NOMBRES:

DIRECCION:

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: **OTROS** OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: **NO**

FEC. NACIMIENTO: **1970/01/01** FEC. ACTUALIZACION:

FEC. INICIO ACTIVIDADES:

FEC. INSCRIPCION:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: **Manabí** Cantón: **San Jacinto** Parroquia: **San Jacinto** Calle: **10 de Agosto** Número: **S/N**
Intersección: **Referencia:** Teléfono:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* **DECLARACION MENSUAL DE IVA**

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: **del 001 al 001** ABIERTOS: **1**
CERRADOS: **0**

JURISDICCION: **REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS**

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: *[Firma]*

Uuario: **CANDRENO** Lugar de emisión: **GUAYAS FRANCISCO DE ORELLANA Y JUSTINO OCHOA** Fecha y hora: **08/05/2004 11:05:42**

SRI
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
R.U.C.

Carlos Andrés Moreno Chiriboga
DELEGADO DEL R.U.C.
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
LITORAL SUR

ANEXO 4

Permiso y Patente Municipal

 I. MUNICIPALIDAD DEL CANTON MILAGRO 	
TITULO DE CREDITO Nº 509910	
Departamento Financiero - Sección Rentas	
NOMBRE/RAZON SOCIAL: DIRECCION: C.I. o Ruc.: Usuario No.	
Partida No. 6.2.1.07.04	
CONCEPTO: PATENTE COMERCIANTE	
I. MUNICIPALIDAD DE MILAGRO  Ing. Nelly Pizarro Villacis JEFE DE RENTAS	
DESCRIPCION	VALOR
S DE LICITACION. 	
FECHA DE PAGO: Milagro, <u>30 DE AGOSTO DEL 2005</u>	SUB TOTAL IVA 12% RECARGOS TOTAL
 _____ DIRECTOR FINANCIERO	 _____ JEFE DE RENTAS
 _____ TESORERO MUNICIPAL	

ANEXO 5

Permiso del Cuerpo de Bomberos

MUNICIPALIDAD DEL CANTON MILAGRO

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
R.U.C. 0968513910001

CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO
R.U.C.: 0968513910001
Dirección: Rocafuerte # 461 y García Moreno
Teléfono: 2970-351 (Emergencia 102)
2974-283 (Oficina) • Milagro • Ecuador

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. 0016607

FECHA: 09/08/2005

AÑO : 2005

RUC :

NOMBRES: ADYS

DIRECCION: TA

ACTIVIDAD: S
IN

TASA : \$ 7.75

TITULO : \$ 1.25

RECARGO : \$ 0.00

TOTAL : \$ 9.00

CATEGORIA: CUARTA

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido.

Abnegación y Disciplina

09/08/2005 09:59:56 AM

JEFE DE PREVENCIÓN

EMISION

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

TESORERA



ANEXO 6

Afiliación a la Cámara de Comercio



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970161
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de los cuotos.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

JOHNSON E. MORA ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

ANEXO 7

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0008149



MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría _____

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo apercibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



— Director Financiero Municipal

ANEXO 8

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública



I. MUNICIPALIDAD DEL CANTON MILAGRO

TITULO DE CREDITO Nº 509912



Departamento Financiero - Sección Rentas

NOMBRE/RAZON SOCIAL:

DIRECCION:

C.I. o Ruc.:

Usuario No. **Partida No.** 6.2.3.0006.020

CONCEPTO: REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLOGICO

I. MUNICIPALIDAD DE MILAGRO

Ing. Nelly Diguero Villar
JEFE DE RENTAS

DESCRIPCION	VALOR												
REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLOGICO AÑO 2005, PARA TRABAJOS DE DIGITACION. -----	\$ 2.00												
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">FECHA DE PAGO: Milagro, <u>30 DE AGOSTO DEL 2005</u></td> <td style="width: 20%; text-align: right;">SUB TOTAL</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">2,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">IVA 12%</td> <td style="text-align: right;">--</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">RECARGOS</td> <td style="text-align: right;">--</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">\$ 2.00</td> </tr> </table>		FECHA DE PAGO: Milagro, <u>30 DE AGOSTO DEL 2005</u>	SUB TOTAL	2,00		IVA 12%	--		RECARGOS	--		TOTAL	\$ 2.00
FECHA DE PAGO: Milagro, <u>30 DE AGOSTO DEL 2005</u>	SUB TOTAL	2,00											
	IVA 12%	--											
	RECARGOS	--											
	TOTAL	\$ 2.00											


 DIRECTOR FINANCIERO


 JEFE DE RENTAS


 TESORERO MUNICIPAL

ANEXO 9

Imagen del Archivo que se Analizó en COPIONIC

CopioNIC | Listado de Análisis x copionic.citilab.eu/información x

me?id_session=73032847421FFFF47CA65833BDA3729C&id_documento=231124



Datos del usuario

25/04/2013
maritza_icaza@yahoo.es
MARITZA
ICAZA
UNIVERSIDAD ESTATAL

Documento analizado IMPLEMENTAC IÓN C.E.T. CRECER FELIZ 26.04.2013.docx

Documento / Dirección de Internet seleccionada
Sin direcciones relevantes. 1/1

Resumen de texto coincidente en el documento 73032847421FFFF47CA65833BDA3729C **0.0 %**

No se hallaron coincidencias relevantes en este documento.

Solware desarrollado por CIS3 Iberia, S.L. http://www.cis3iberia.com para el CITA de Induysa Sion