



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO  
INFANTIL EN LA CIUDAD DE MACHALA

DIAZ RIVERA WHITMAN DICKSON  
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA  
2021



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO  
INFANTIL EN LA CIUDAD DE MACHALA

DIAZ RIVERA WHITMAN DICKSON  
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA  
2021



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INFANTIL EN LA  
CIUDAD DE MACHALA

DIAZ RIVERA WHITMAN DICKSON  
INGENIERO EN MARKETING

TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA

MACHALA, 14 DE OCTUBRE DE 2021

MACHALA  
14 de octubre de 2021

# Trabajo de titulación modalidad complexivo

*por* Witman Diaz

---

**Fecha de entrega:** 04-ago-2021 02:18p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1627760890

**Nombre del archivo:** CREACIO\_N\_DE\_un\_Centro\_Infantil\_en\_la\_ciudad\_de\_Machala\_1.docx (100.9K)

**Total de palabras:** 3607

**Total de caracteres:** 18324

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, DIAZ RIVERA WHITMAN DICKSON, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INFANTIL EN LA CIUDAD DE MACHALA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 14 de octubre de 2021



DIAZ RIVERA WHITMAN DICKSON  
1003098975

# RESUMEN

El estudio de mercado permite analizar el comportamiento de la oferta y la demanda de un producto o servicio, es muy utilizado en proyectos de inversión. Gracias a la identificación de una brecha de acogida entre los demandantes y oferentes a través de la caracterización de la demanda insatisfecha existente, los resultados del estudio arrojan recomendaciones de adaptaciones para productos o servicios existentes, así como para los nuevos. Este trabajo escrito describe lo que debe de incluir un análisis exploratorio de la cantidad de oferentes y demandantes, la clasificación por estratos, así como los niveles de precio a utilizarse en un proyecto de inversión para la creación de un Centro de Cuidado Infantil de la ciudad de Machala.

Palabras claves: Guarderías, CIBV, estudio de mercado, Machala.

# ABSTRACT

A market research allows to analyze the supply and demand behavior of a product or a service, mostly used for investment projects. Thanks to the identification of a gap between suppliers and demanders through characterizing the unsatisfied demand. Results of this type of study give recommendations for adopting measures for products or existing products, as well as for brand new ones. The following pages describe what an exploratory analyze should include about suppliers and demanders, classified by incomes, as well as the prizes should be considered within a project investment of a Child Care Center in Machala.

Keywords: Childcare center, CIBV, market research, Machala.

## **Contenido**

RESUMEN.. 1

ABSTRACT. 1

ÍNDICE DE TABLAS.. 2

CAPÍTULO I 3

INTRODUCCIÓN. 3

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. 4

OBJETIVO GENERAL. 4

CAPÍTULO II 5

DESARROLLO.. 5

ESTUDIO DE MERCADO.. 5

OFERTA Y DEMANDA.. 5

PRECIO.. 6

METODOLOGÍA.. 6

CAPITULO III 12

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.. 12

BIBLIOGRAFÍA.. 14

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Modelo de encuestas-variables. 7

Tabla 2 Tamaño de la población. 7

Tabla 3 Resultados: Datos demográficos. 9

Tabla 4 Resultados: Oferta. 10

Tabla 5 Resultados: Demanda. 11

Tabla 6 Resultados: Precio.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

Los Estudios de Mercado a lo largo del tiempo han tomado mayor importancia en especial dentro de la planificación estratégica, ya que permiten tener una mejor perspectiva del entorno y permiten tomar oportunas decisiones, debido a que un correcto estudio de mercado nos permite conocer si un proyecto logra ser factible o no, logrando evitar gastos inoportunos de inversión.

Cuando tomamos la decisión de llevar a cabo un estudio de mercado estamos invirtiendo para un futuro, debido a que este estudio nos permite conocer el comportamiento que el mercado tiene en la actualidad y prever la tendencia que tendrá años después, por lo tanto, nos permite prever acciones futuras. Los Centros de Educación Infantil o también conocidos como CIBV, han cambiado su forma de atender durante la pandemia que nos encontramos viviendo. Estos centros son objeto de investigación de este estudio para reconocer las adaptaciones que sufrirán con la modalidad de retomar las actividades con mayor precaución y medidas de bioseguridad.

Previo a la pandemia, debido a la preocupación de mejorar la calidad de los niños y niñas en nuestro país, se desarrollaron estos centros de cuidados infantiles, los cuales tomaron mayor importancia en el desarrollo del plan del buen vivir (PNBV). “promover la igualdad, inclusión y cohesión social, contempla como punto importante promover las garantías necesarias para el desarrollo integral de la primera infancia, niños y niñas menores de 5 años” (Mero Figueroa, et al., 2018) era uno de los objetivos planteados en el PNBV. Estos centros logran desarrollarse tanto mediante administración directa o administración pública como mediante convenios con instituciones privadas (Moran Solis & Solis Sierra, 2018). Los denominados CIBV eran la principal modalidad proveedora de servicios públicos de cuidado infantil en Ecuador, antes de la pandemia que basado en datos administrativos del servicio, en 2011 estos centros atendían a alrededor de 140 mil niños (Araujo, et al., 2015).

Este trabajo de titulación modalidad examen complejo, parte práctica escrita, menciona el contenido de un estudio de mercado para determinar la cantidad de oferentes del producto, la cantidad de demandantes clasificados por estratos, así como los niveles de precios a utilizarse en un proyecto de inversión para la creación de un Centro de Cuidado Infantil que



se llevará a cabo en la ciudad de Machala bajo circunstancias de pandemia, por lo tanto se busca realizar un levantamiento de información que nos permita determinar si este proyecto es o no factible realizar.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desconocimiento del mercado potencial (oferta, demanda, precio) para la creación de un Centro de Cuidado Infantil en la ciudad de Machala.

## **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la cantidad de oferentes del producto, cantidad de demandantes clasificados por estratos, así como los niveles de precios como los niveles de precios a utilizarse en el proyecto de inversión para la creación de un Centro de Cuidado Infantil en la ciudad de Machala.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la cantidad de oferentes
- Determinar la cantidad de demandantes
- Determinar el estrato al que pertenecen los demandantes
- Determinar los precios del servicio a ofrecer

# **CAPITULO II**

## **DESARROLLO**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio o investigación de mercado es un punto fundamental para toda empresa o proyecto, esto se debe a que influye en la toma de decisiones de los encargados, ya sea para dar direccionamiento al proyecto, corregir y mejorar los problemas detectados en el estudio de mercado y/o también para determinar si un proyecto es o no factible para ponerse en marcha (Mendoza García & Véliz Valencia , 2018).

Dentro de los objetivos principales que tiene una investigación de mercado es, conocer si una necesidad no ha sido satisfecha en el mercado, o si existe la posibilidad de brindar un mejor servicio al cliente (Baca Urbina , 2013). Los estudios de mercado nos permiten conocer el comportamiento que tiene el consumidor hacia los productos o servicios de una empresa, mediante la oportuna recolección y análisis de la información obtenida (Morejón-Bravo, 2016).

Debido a que un estudio de mercado, en algunos casos, puede abarcar diferentes productos regiones y países, se pueden presentar dificultades en el proceso de investigación, debido a los diversos enfoques que se puedan presentar ya que cada región o país tiene sus propias características que lo definen. Aún con las precitadas dificultades, una investigación de mercado siempre será oportuna llevar a cabo para cualquier tipo de empresa o proyecto, ya sea grande o pequeña (Lazo Jaramillo, et al., 2017)

### **OFERTA Y DEMANDA**

Los modelos de oferta y demanda permiten determinar la acción que el consumidor o el mercado tienen con un determinado producto o servicio (Coca Carasila, 2014). Además, mediante esta ley se logra definir la cantidad de bienes que un productor es capaz de ofrecer al demandante en un tiempo determinado (Burgos, y otros, 2019).

La oferta en sí, no es más que la cantidad de productos que un vendedor puede ofrecer al mercado con un precio y tiempo determinado. La oferta se encuentra en función de varios factores, tales como: precios de mercado, apoyo gubernamental, entre otros (Baca Urbina , 2013).

Por otro lado, la demanda, es la cantidad de productos o servicios que un mercado necesita para lograr satisfacer una necesidad a un precio determinado. La demanda, al igual que la oferta de un producto, también será determinada por algunos factores que se pueden presentar, tales como: la necesidad real, el precio, el nivel de ingresos, entre otros (Baca Urbina , 2013).

## **PRECIO**

El precio determina el valor por el cual un oferente está dispuesto a ofrecer su producto y el demandante está dispuesto a pagar (Baca Urbina , 2013). El precio puede llegar a ser uno de los principales estímulos de compra en un consumidor, debido a que según el consumidor perciba el precio puede ser motivo para su proceso de búsqueda y evaluación de compra (Moreno, 2014).

## **METODOLOGÍA**

Dentro de los instrumentos más utilizados en una investigación son los cuestionarios, debido a su facilidad de elaboración y entendimiento, que además permiten recolectar grandes cantidades de información en un corto tiempo (Rodas Pacheco & Santillán Iñiguez, 2019). Por lo tanto, para el presente proyecto, se llevará a cabo la aplicación de una encuesta, la misma que está dirigida a padres de familia que tengan hijos de 6 meses a 5 años de edad, dicha encuesta se encuentra dividida en cuatro dimensiones; datos demográficos, oferta, demanda y precio con la finalidad de direccionar de manera oportuna la investigación. Mediante la aplicación de esta encuesta se logrará conocer cuál es la opinión que tienen los padres con relación a los centros de cuidado infantil existentes en la ciudad y que tan factible sería la creación de un nuevo centro de cuidado infantil, considerando la situación actual por la cual estamos atravesando.

- Modelo de la encuesta

DIMENSIONES	PREGUNTAS
DEMOGRAFÍA	Edad
	Género
	¿Tiene hijos de 6 meses a 5 años?
	Ocupación; Ingresos mensuales
OFERTA	Antes de la pandemia ha llevado a su hijo/a alguna vez a una guardería o a un Centro Infantil del Buen Vivir CIBV en la ciudad de Machala?
	¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio proporcionado por estas personas?
	Durante el periodo de pandemia, ¿ha tenido la necesidad de dejar a sus hijos al cuidado de terceros?
DEMANDA	¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de cuidado infantil a domicilio?
	¿Quién toma la decisión de adquirir este tipo de servicios en su hogar?
	¿En qué horario estaría dispuesto a contratar este servicio?
	¿Con qué frecuencia contrataría este servicio, en los diferentes horarios?

	¿Quién se encarga del cuidado de sus hijos diariamente?
PRECIO	¿Cuánto se encuentra dispuesto a pagar por día para el cuidado de su niño/niña? Estimado de 6 a 8 horas diarias.

Tabla 1 Modelo de encuestas-variables

### Tamaño de la población

“En toda investigación siempre debe determinarse el número específico de participantes que será necesario incluir a fin de lograr los objetivos planteados desde un principio” (Arias Gómez, et al., 2016) Para el desarrollo del proyecto, se tomó datos del INEC 2001 con referencia al número de familias en Ecuador y en Machala.

Población	Datos censo 2001	
	Habitantes	Familia
Ecuador	12.910.000	459.610[1]
Machala	204.580	
<b>Total</b>		<b>7.283</b>

Tabla 2 Tamaño de la población

Basados en una regla de tres, se logró determinar que en Machala existen 7.283 familias, a dicho valor se le saca un promedio que un 40% de los hogares tienen niños entre 6 meses y 5 años de edad, obteniendo como resultado 2.913 familias.

### Cálculo de la muestra

**n**= Tamaño de la muestra a buscar

**N**= Tamaño de la población o Universo (2913)

**Z**= Nivel de confianza (95% = 1,96)

**e**= margen de error (0,025)

**p**= probabilidad de éxito (5%=0,5)

**q**= probabilidad de fracaso (5%=0,5)

n=

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

n=

$$\frac{2913 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,5)^2 * (2913-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

n=

$$\frac{2913 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,025 * 2012 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

= 340

n=

2797,6452

8,2404

## RESULTADOS

Debido a la situación actual que nos encontramos atravesando, las encuestas fueron realizadas vía online, de las cuales logramos obtener los siguientes resultados:

<b>RESULTADOS DATOS DEMOGRAFICOS</b>		
<b>Edad</b>		
18 a 25 años	200	58,8%
26 a 33 años	81	23,8%
34 a 41 años	35	10,3%
42 a 50 años	24	7,1%
<b>TOTAL</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>
<b>Género</b>		
Femenino	255	75%
Masculino	85	25%
<b>TOTAL</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>
<b>Hijos de 6 meses a 5 años</b>		
Si	201	59%
No	139	41%

<b>TOTAL</b>	340	100%
<b>Ingresos mensuales</b>		
Igual o menos de 400	98	48,8%
De 401 a 820	66	32,8%
De 821 a 1200	27	13,4%
De 1201 a 2000	7	3,5%
Más de 2000	3	1,5%
<b>TOTAL</b>	201	100%

Tabla 3 Resultados: Datos demográficos

Con base en las encuestas realizadas se logró determinar que un 58,8% son personas de 18 a 25 años de edad, en su mayoría mujeres que sí tienen hijos de 6 meses a 5 años. Además, con referencia a los ingresos mensuales, un 48,8% cuenta con igual o menos de \$400 al mes, seguido de un 32,4% que cuenta con ingresos entre \$401 a \$820. Por lo tanto, nos indica que son personas económicamente activas y que posiblemente requieren del cuidado de sus hijos para realizar su labor.

<b>RESULTADOS OFERTA</b>		
<b>Antes de pandemia ha llevado a su hijo/a alguna vez a una guardería o a un Centro Infantil del Buen Vivir CIBV en la ciudad de Machala?</b>		
Sí, guardería	107	53,2%
Sí, CIBV	49	9,5%



No, exclusivamente familiares en el cuidado.	26	24,4%
No aplica	19	12,9%
<b>TOTAL</b>	201	100%
<b>¿Cuán satisfecho se encuentra con el servicio proporcionado por estas personas?</b>		
1	11	5,5%
2	11	5,5%
3	43	21,4%
4	63	31,3%
5	73	36,3%
<b>TOTAL</b>	201	100%
<b>Durante el periodo de pandemia, ¿ha tenido la necesidad de dejar a sus hijos con el cuidado de terceros?</b>		
Si	139	69,2%
No	62	30,8%
<b>TOTAL</b>	201	100%

Tabla 4 Resultados: Oferta

Para conocer mejor la oferta que existe en Machala con respecto a los centros de cuidado infantil, se realizaron preguntas que permitan determinar quiénes han realizado esta labor de cuidar a los niños mientras los padres no se encontraban disponibles, dando los siguientes resultados; antes de la pandemia un 53,2% de padres tenían a sus hijos en

guarderías, mientras un 24,4% indicó que los dejaban a cargo del cuidado de familiares. Además, solo un 36,3% indicó estar completamente satisfecho con el servicio recibido.

Finalmente, un 69,2% de encuestados indicaron que durante el período de pandemia también se han visto en la necesidad de dejar a sus hijos al cuidado de terceros. Por lo tanto, se considera que a pesar de las circunstancias que estamos atravesando debido al covid-19 los padres se siguen viendo en la necesidad de buscar a una persona de confianza que se quede a cargo de sus hijos para su cuidado y vigilancia mientras ellos no se encuentran disponibles.

<b>RESULTADOS DEMANDA</b>		
<b>¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de cuidado infantil a domicilio?</b>		
Sí	80	39,8%
No	32	15,9%
Tal vez	89	44,3%
<b>TOTAL</b>	201	100%
<b>¿Quién toma la decisión de adquirir este tipo de servicios en su hogar?</b>		
Padre del niño/a	126	29,4%
Madre del niño/a	59	62,7%
Familiares	14	7,0%
No lo necesito	1	0,5%
Conjunto padre y madre	1	0,5%
<b>TOTAL</b>	201	100%

<b>¿Con qué frecuencia contrataría este servicio, en los diferentes horarios?</b>		
De 1 a 2 veces a la semana	68	33,8%
De 3 a 5 veces a la semana	65	32,3%
Todos los días	35	17,4%
No contrato servicio de cuidado infantil	33	16,4%
<b>Total</b>	201	100%
<b>¿Quién se encarga del cuidado de sus hijos diariamente?</b>		
Padres, Abuelos y/o Tíos	2	
Padres, abuelos y servicio doméstico	1	
Abuelos, Tíos y servicio doméstico.	1	
Padres y Abuelos.	30	
Padres y otros familiares	1	
Padres y amigos	2	
Abuelos y tíos	6	
Abuelos y otros familiares	2	
Abuelos y amigos	1	
Padres del niño	63	
Abuelos del niño	56	

Tíos	12
Otros familiares	12
Servicio doméstico	1
Centro de cuidado infantil	1
Hermano(a)	2
Vecino(a)	1

Tabla 5 Resultados: Demanda

En base a los resultados proporcionados por los encuestados, se puede determinar que en su gran mayoría sí contratarían un servicio de cuidado infantil a domicilio, indicando que el 62,2% de las madres son las que toman la decisión al momento de contratar este tipo de servicios, en especial de lunes a viernes en horarios de 7H00 hasta las 18H00 a.m. Además, indicaron que frecuentemente son los padres (alternando) y abuelos quienes cuidan se hacen cargo de los niños cuando uno o los dos padres no están disponibles. Por lo tanto, se puede identificar que existe la necesidad de dejar a los niños al cuidado de otra persona, ya que los horarios indicados por los encuestados son horarios laborales de lunes a viernes.

<b>RESULTADOS PRECIO</b>		
<b>¿Cuánto se encuentra dispuesto a pagar por día para el cuidado de su niño/niña? Estimado de 6 a 8 horas diarias.</b>		
Entre \$8 a \$15	82	40,8%
Entre \$5 a \$7	70	34,8%
Entre \$16 a \$30	22	10,9%
Menos de \$5	19	9,5%

Más de \$31	8	4,0%
<b>TOTAL</b>	201	100%

Tabla 6 Resultados: Precio

En promedio los encuestados indicaron que los valores que estarían dispuestos a pagar por un día de cuidado de sus hijos serían entre \$5 a \$15. En este caso se debe considerar los ingresos mensuales que perciben y los gastos que se generan durante el mes para así poder establecer un precio accesible para los padres y favorable para el centro de cuidado infantil.

## CAPITULO III

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Ante la llegada de la pandemia a inicio del 2020 muchos de los centros de cuidado infantil, como CIBV o guarderías se vieron en la obligación de cerrar sus puertas[2], mientras otras se adaptaron de una manera virtual. Aunque el MIES ha indicado que a pesar de la situación que se atraviesa han buscado medidas que permitan ayudar a las familias de los niños de los cuales estaban a cargo como son; entregas de kits alimenticios y en algunos casos visitas domiciliarias que permitan realizar seguimientos de los niños.

La investigación realizada nos permite determinar que Machala es un mercado potencial para la creación de un centro de cuidado infantil, dado que existen padres que requieren del servicio de cuidados infantiles. A pesar de la situación que ha generado el coronavirus, las familias machaleñas se ven en la necesidad de salir de sus hogares para laboral dejando a los más pequeños al cuidado de terceras personas, como son los abuelos y los tíos, especialmente de lunes a viernes desde las 07:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. que son horarios de jornada laboral. También se puede determinar que los hogares en su mayoría se catalogaría de estrato social medio-bajo, considerados así por el promedio de ingreso mensual que recibe, con un sueldo menor a \$400 y máximo a \$820.

Por lo tanto, de acuerdo a este estudio realizado para este trabajo práctico de examen complejo, la creación de un centro de cuidado infantil sí sería factible, aunque muchos de los padres aún tienen dudas de mandar a sus niños a lugares de aglomeración, esto se dio a conocer mediante una pregunta abierta planteada en el cuestionario, donde ellos recalcaron el uso de las medidas de bioseguridad y protocolo anti-COVID en las instalaciones, además de la certeza que el personal que cuidaría a los niños esté en óptimas condiciones de salud.

Podría recomendarse la apertura de cuidados infantil a domicilio, es decir, ofrecer personal para que vayan a los hogares por determinadas horas para el cuidado de los niños, así como también para la enseñanza de estimulación temprana, pudiendo establecer un valor promedio por hora o por mes, según el caso lo requiera, de tal manera los padres de familia sientan mayor seguridad al dejar a sus hijos.

Otros aspectos a considerar para la apertura del centro de cuidado infantil, las mismas que fueron mencionadas por los encuestados son; considerar las medidas de bioseguridad, que el personal sea de confianza y capacitado para el cuidado de los niños, el buen trato, el respeto y la confianza son algunos de los aspectos que esperan encontrar y recibir los padres de parte de un centro de cuidado infantil para sus niños.

Cabe recalcar que existieron algunas limitaciones para el levantamiento de esta información, por la situación actual que se atraviesa ante el covid-19, por lo que es recomendable que para una mejor implementación de este proyecto se realice un estudio más minucioso y bajo las medidas establecidas de seguridad, esperando que este proyecto contribuya a trabajos futuros que puedan ser puestos en marcha para la ayuda de las familias machaleñas que realmente se ven obligados a buscar a terceras personas para el cuidado de sus hijos.

# BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, et al., (2015). La calidad de los centros infantiles del buen vivir en Ecuador. Resumen de Políticas. *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. 248 págs. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/299477968\\_La\\_calidad\\_de\\_los\\_Centros\\_Infantiles\\_del\\_Buen\\_Vivir\\_en\\_Ecuador](https://www.researchgate.net/publication/299477968_La_calidad_de_los_Centros_Infantiles_del_Buen_Vivir_en_Ecuador)
- Arias, et al., (abril-junio de 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Baca Urbina , G. (2013). *Evaluación de Proyectos* . México : McGrawHill.
- Burgos, et al., (2019). Un modelo de oferta y demanda con incertidumbre. *Modelling in Science Education and Learning*, 12(1), 11-121.
- Coca Carasila, A. M. (2014). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. *Revista Perspectivas*, 2(28). 171-192 págs  
Recuperado de:  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332011000200008](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332011000200008)
- Lazo, et al., (2017). Las investigaciones de mercado en Ecuador. *Revista Publicando*, 4(10), 474-492.
- Mendoza García , J., & Véliz Valencia , M. (Junio-Diciembre de 2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *Revista ECA Sinergia*, 9(2), 68-79.
- Mero Figueroa , et al., (2018). El potenciamiento de las capacidades humanas: Los Centros Infantiles del Buen Vivir en el Ecuador. *Revista Espacios*, 39(32), 32.
- Moran Solis , C. S., & Solis Sierra, M. (2018). Escenarios para la atención de la primera infancia y su articulación del derecho para el logro de una educación de calidad y calidez. *Universidad y Sociedad*, 10(4), 231-238.
- Morejón-Bravo, Y. (2016). Los estudios de mercado y perfiles de sector como herramientas útiles para la toma de decisiones. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 6(Especial), 143-151.
- Moreno, H. J. (2014). La influencia del precio y las estrategias de comunicación visual basadas en simbología cultural sobre la preferencia de marcas ecológicas y consumo sostenible. *Escuela de Administración de Negocios*(77), 168-182.

Rodas Pacheco, F. D., & Santillán Iñiguez, J. J. (Septiembre-Diciembre de 2019).  
Breves consideraciones sobre la Metodología de la Investigación para  
investigadores principiantes. *INNOVA Research Journal*, 4(3), 170-184.

---

[1] Diario El Telégrafo (2015).

[https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/palabra/1/el-numero-de-hogares-en-ecuador-de-una-persona-se-incremento-en-745#:~: text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica,5%25%2C%20llegando%20a%20459.610.](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/palabra/1/el-numero-de-hogares-en-ecuador-de-una-persona-se-incremento-en-745#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica,5%25%2C%20llegando%20a%20459.610.)

[2] Diario El Universo (2020).

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/20/nota/7981804/ninos-pandemia-covid-19-educacion-desnutricion-desayuno-escolar/>