



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
NIÑERAS A DOMICILIO CON SISTEMA DE CÁMARAS DE VIGILANCIA  
INCORPORADAS EN LOS HOGARES DE PADRES DE FAMILIA DEL BARRIO LA  
CAROLINA DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**

**MAYRA ALEJANDRA ÁLAVA VARGAS**

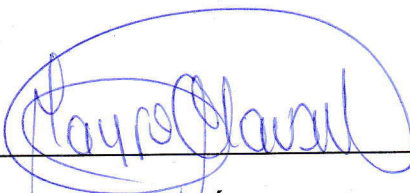
**DIRECTOR**

**ECO. JAIME CABEZAS M.**

**QUITO, Febrero del 2016**

## DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR

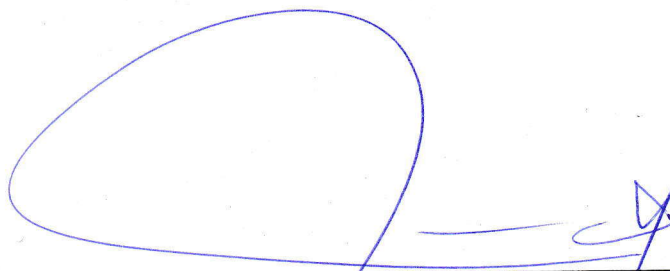
Yo, Mayra Alejandra Álava Vargas, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada. Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, así como en los respectivos reglamentos y leyes.



Mayra Alejandra Álava Vargas

## DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL DIRECTOR

Yo, Jaime Leopoldo Cabezas Maldonado, certifico que conozco a la autora del presente trabajo, siendo ella la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad como de su contenido.



Eco. Jaime Cabezas M.

Director

## RESUMEN

El objetivo del presente plan de negocios es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de niñeras a domicilio dirigida a padres de familia que residan en el norte de la ciudad de Quito. Se ha considerado de gran importancia crear un servicio innovador para padres que trabajan hasta altas horas de la noche o que simplemente no cuentan con personas de confianza para encargar a sus pequeños mientras asisten a un compromiso o evento social.

El presente proyecto empieza con la recopilación y análisis del entorno a nivel nacional y local, mediante el cual se puede conocer sobre este servicio o similares. Posteriormente se realiza un estudio de mercado mediante encuestas al segmento que este negocio desea enfocarse, así se podrá conocer la aceptación del servicio en el mercado, competidores y proveedores con el fin de conocer los gustos y preferencias del consumidor.

A continuación, se elabora un plan de marketing que ayudará a determinar precios, promoción, plaza y distribución necesaria para beneficio de la empresa y satisfacción de clientes.

También se realiza un estudio técnico que permite identificar ingeniería, recursos, localización, tecnología y diseño de procesos productivos requeridos para el proyecto. Se define la estructura organizacional, recursos humanos para el personal, así como también se elabora el proceso de constitución de la empresa y se establece un marco normativo relacionado al cuidado infantil.

Se determina monto de inversiones, capital de trabajo, costos de operación y mantenimiento que la empresa debe manejar para dar por iniciada y empezar su funcionamiento. Se calcula y se determina el punto de equilibrio el cual permite conocer la cantidad de niños a cuidar por día y por mes, además de conocer el nivel de utilización para saber cuándo empieza a tener ganancias el proyecto.

Finalmente, se elabora un estudio financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio, mediante el Van (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno), periodo de recuperación y balance del proyecto.

Para terminar la estructura general del proyecto, se establecen conclusiones y recomendaciones que brindarán un aporte extra sobre el desarrollado de este proyecto.

## ABSTRACT

The objective of this business plan is to conduct a feasibility study for the creation of a company of nursemaids at home aimed at parents who are working and living in northern Quito. It is considered of great importance to create an innovative service for parents who work late at night or simply do not have confidence people to entrust their young while attending a social compromise.

This project begins with the collection and analysis of the environment at national and local level, by which one can know about this or similar service. Subsequently a market study is done by surveying the segment this business wants to focus and be able to know the acceptance of service on the market, competitors and suppliers in order to meet the tastes and preferences of consumers.

Then a marketing plan that will help determine pricing, promotion, and distribution space required for the benefit of the company and customer satisfaction is made

a technical study that identifies engineering, resources, location, technology and design of production processes required for the project is also performed. the organizational structure is defined, human resources staff as well as the process of incorporation of the company also develops and establishes a regulatory framework as it relates to child care.

amount of investment, working capital, operating and maintenance costs that the company should manage to take for started and start its operation is determined. It is calculated and the balance point which allows to know the amount of child care per day per month in addition to know the level of use to know when to begin to make a profit the project is determined.

Finally, a financial analysis is made to determine the feasibility and profitability through the NPV (Net Present Value), IRR (internal rate of return), payback period and balance of the project.

It concludes with the general structure of the project, establishing conclusions and recommendations provide an extra input on everything developed in this project.

## **Dedicatoria**

*Dedico este proyecto en primer lugar a mis padres Antonio y Susana que han sido un apoyo incondicional en cada paso de mi vida personal, profesional y académica, porque han sabido encontrar siempre una solución a lo que he considerado perdido y porque siempre con amor me han guiado hacia el camino correcto, el camino del bien.*

*A mis hermanos, que día a día me han dado ánimos para seguir adelante y han puesto su mano cuando lo he necesitado.*

*A mi novio Marco que, con infinito amor, ha sabido ser un gran compañero y amigo durante esas largas jornadas laborales y académicas, mil gracias por permanecer a mi lado alentándome día a día para alcanzar este gran paso.*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por la vida y por la sabiduría que me ha entregado, por cada lección de vida que al final del camino siempre han sido para triunfar y ser mejor persona.

Agradezco infinitamente a mis padres, sin ellos nada de esto hubiera sido posible alcanzar, su apoyo, sus regaños y su amor han sido fortaleza en mi vida para ser quien ahora soy. A mis hermanos que siempre con alegrías, tristezas, peleas y amor hemos permanecido como los tres mosqueteros unidos.

A mi novio que siempre me acompañó y lo sigue haciendo, que siempre me animo cuando creía ya no poder más, gracias por cuidar de mí. Agradezco mucho a su familia por alentarme a concluir esta etapa y gracias especiales a mi amiga, mi casi hermana Paulina León por todo...

Un agradecimiento especial a la Ing. María Augusta Játiva, MBA., Directora Académica, por el apoyo y guía durante mi permanencia en esta Universidad, y al Eco. Jaime Cabezas, Mee., por haberme guiado en el desarrollo de este proyecto.

Mil gracias a cada uno de mis profesores que han aportado con conocimientos importantes durante mi vida estudiantil.

Agradezco a mis amigos y amigas por su apoyo incondicional, en especial a Karen Garófalo y Alba Cuenca que me han transmitido parte de su conocimiento, confianza, apoyo y amistad.

Agradezco mucho al Dr. Jaime Medina, Subsecretario de Investigación Científica, por el apoyo y comprensión que ha tenido, por los permisos laborales que me ha cedido dárme los.

Finalmente, gracias la Universidad Internacional del Ecuador, por cada una de las anécdotas vividas, porque en sus aulas he conocido personas maravillosas, y me llevo recuerdos inolvidables.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>9</b>
<b>ANÁLISIS DEL MEDIO (CONTEXTO) .....</b>	<b>9</b>
1.1. OBJETIVOS .....	9
1.1.1. Objetivo General.....	9
1.1.2. Objetivos Específicos .....	9
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	9
1.3. MARCO TEÓRICO .....	10
1.4. ANÁLISIS DEL MEDIO (CONTEXTO) .....	26
1.4.1. Diagnóstico del nivel Internacional.....	26
1.4.2. Diagnóstico del nivel Nacional .....	27
1.4.3. Diagnóstico de Nivel Local.....	28
1.5. CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	28
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>32</b>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>32</b>
2.1. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES ACTORES EN EL MERCADO DEL NEGOCIO.....	32
2.1.1. Análisis del Mercado Proveedor .....	32
2.1.2. Análisis del Mercado Competidor .....	36
2.1.3. Análisis del Mercado Distribuidor.....	48
2.2. LOS CONSUMIDORES: Segmentación del consumidor y perfil .....	48
2.2.1. Análisis cualitativo respecto a la aceptación del producto o servicio .....	49
2.2.2. Tabulación de resultados.....	52
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>65</b>

<b>PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>65</b>
3.1. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS .....	65
3.2. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	66
3.2.1. Estrategia de Venta .....	67
3.2.2. Estrategia de Precio .....	68
3.2.3. Estrategias de Canales de Distribución .....	69
3.2.4. Estrategia Promocional.....	70
3.2.5. Criterios de marketing digital aplicado al negocio .....	72
3.3. APLICACIONES MARKETING MIX.....	74
3.3.1. Producto / Servicio.....	74
3.3.2. Precio .....	77
3.3.3. Plaza .....	78
3.3.4. Promoción (Mezcla de Comunicación).....	78
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>81</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>81</b>
4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	81
4.1.1. Estimado de Ventas: flujos proyectados .....	82
4.1.2. Proceso de contratación de servicios .....	84
4.2. TECNOLOGÍA DEL NEGOCIO Y NIVEL DE ACCESO .....	86
4.3. LOCALIZACIÓN: Análisis de Principales criterios.....	87
4.3.1. Matriz de Localización .....	87
4.3.1.1. Macro localización.....	89
4.3.1.2. Micro localización.....	90
4.4. INGENIERÍA Y CONCEPCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL NEGOCIO.....	90
4.5. DISEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	93
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>95</b>
<b>ESTUDIO GESTIÓN ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>95</b>



5.1.	DISEÑO ORGANIZACIONAL, ESTRUCTURA Y DESCRIPCIÓN FUNCIONAL.....	95
5.1.1.	Valores Corporativos .....	95
5.1.2.	Estructura de la empresa.....	95
5.2.	DISEÑO DE PERFILES PROFESIONALES DEL PERSONAL.....	96
5.2.1.	Estructura y descripción funcional de los cargos .....	96
5.2.2.	Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización .....	99
5.3.	GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS: Análisis de Subsistemas.....	102
5.3.1.	Políticas De Selección .....	103
5.3.2.	Contratación .....	104
5.3.3.	Capacitación.....	104
5.3.4.	Remuneración .....	105
5.4.	ANÁLISIS DEL MARCO NORMATIVO.....	105
5.4.1.	Constitución de la Empresa.....	105
5.4.2.	Aspectos Legales .....	111
5.4.3.	Riesgos .....	113
<b>CAPÍTULO VI.....</b>		<b>114</b>
<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS.....</b>		<b>114</b>
6.1.	COSTOS DE INVERSIÓN: Análisis comparativo.....	114
6.2.	CÁLCULO DEMOSTRATIVO DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	115
6.3.	OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO: Análisis Comparativo .....	117
6.4.	CÁLCULO DEMOSTRATIVO Y ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO.....	118
<b>CAPÍTULO VII.....</b>		<b>122</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....</b>		<b>122</b>
7.1.	ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN: Tasa de descuento del proyecto .....	122
7.2.	CÁLCULO Y ANÁLISIS DE INDICADORES DE RENTABILIDAD .....	123
7.2.1.	Análisis del VAN .....	123
7.2.2.	Análisis del TIR.....	123

7.3. BALANCE DEL PROYECTO .....	125
<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>127</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>127</b>
8.1. CONCLUSIONES.....	127
8.2. RECOMENDACIONES.....	128
<b>Bibliografía.....</b>	<b>130</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>136</b>
<b>Anexo 1: Diseño de la encuesta .....</b>	<b>136</b>
<b>ANEXO 2: Contrato De Trabajo A Prueba .....</b>	<b>138</b>
<b>ANEXO 3: Contrato De Trabajo A Plazo Indefinido .....</b>	<b>141</b>
<b>Anexo 4: Matriz FODA .....</b>	<b>144</b>
<b>Anexo 5: Resumen de Inversiones.....</b>	<b>145</b>
<b>Anexo 6: Costos de Operación y Mantenimiento .....</b>	<b>147</b>
<b>Anexo 7: Evaluación Financiera del Proyecto: flujo de caja .....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 8: Evaluación Financiera del Proyecto: Costos de Inversión .....</b>	<b>150</b>
<b>Anexo 9: Costos de Operación y Mantenimiento .....</b>	<b>151</b>
<b>Anexo 10: Evaluación Financiera del Proyecto: Gráfico de Balance del Proyecto.....</b>	<b>152</b>
<b>Anexo 11: Cuadro de Pérdidas y Ganancias proyectado a 10 años .....</b>	<b>153</b>
<b>Anexo 12: Evaluación Financiera del Proyecto: Cuadro de Resultados .....</b>	<b>154</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Diseño de Servicios .....	30
Ilustración 2. Descripción de cámaras de vigilancia .....	31
Ilustración 3. Diseño para instalación de cámaras mediante sistema Panasonic .....	34
Ilustración 4. Sexo .....	52
Ilustración 5. Edad .....	53
Ilustración 6. Estado Civil.....	54
Ilustración 7. Cuántos hijos menores de edad tiene Usted.....	55
Ilustración 8. Ubique la edad de su o sus hijos .....	56
Ilustración 9. Su trabajo demanda de mucho tiempo fuera de casa .....	57
Ilustración 10. Ha visto la necesidad de encargar a sus hijos para que los cuiden.....	58
Ilustración 11. Es fácil conseguir una persona de confianza para que cuide a sus hijos .....	59
Ilustración 12. Estaría Usted dispuesto a pagar por un servicio de niñeras a domicilio .....	60
Ilustración 13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de niñeras a domicilio .....	61
Ilustración 14. Está de acuerdo que ubiquen cámaras de vigilancia en su domicilio .....	62
Ilustración 15. Conoce empresas en Quito que brinden el servicio de niñeras a domicilio ....	63
Ilustración 16. Matriz de Ansoff.....	66
Ilustración 17. Canal de Distribución Directo.....	70
Ilustración 18. Paquetes promocionales.....	71
Ilustración 19. Lista de Paquetes del Centro de Niñeras.....	75
Ilustración 20. Diseño de Marca.....	76
Ilustración 21. Precios.....	77
Ilustración 22. Tarjeta de Presentación .....	80
Ilustración 23. Cantidad de servicios en horas prestados al año.....	81
Ilustración 24. Proceso de contratación de servicios mediante página Web .....	85
Ilustración 25. Macro-localización .....	89
Ilustración 26. Micro-localización .....	90
Ilustración 27. Plano oficinas HADAS DE LA GUARDA .....	92
Ilustración 28. Flujograma de proceso productivo .....	94
Ilustración 29. Organigrama estructural .....	96
Ilustración 30. Descripción funcional del Gerente .....	97
Ilustración 31. Descripción funcional de la Secretaria .....	97
Ilustración 32. Descripción funcional del Psicólogo/a.....	98

Ilustración 33. Descripción funcional para Servicios Generales .....	98
Ilustración 34. Descripción funcional para Niñeras.....	99
Ilustración 35. Perfil profesional del Gerente.....	99
Ilustración 36. Perfil Profesional Secretaria.....	100
Ilustración 37. Perfil profesional Psicólogo/a.....	100
Ilustración 38. Perfil profesional para Asistente de Servicios Generales .....	101
Ilustración 39. Perfil profesional para Niñeras.....	101

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Variables y Características .....	49
Cuadro 2. Diseño del tamaño de la muestra para encuestas para poblaciones pequeñas.....	51
Cuadro 3. Área designada para el Personal .....	91
Cuadro 4. Número de días de desfase .....	115
Cuadro 5. Método de periodo de desfase .....	116
Cuadro 6. Fórmula Punto de Equilibrio .....	118
Cuadro 7. Punto de Equilibrio .....	119
Cuadro 8. Cálculo de la tasa de descuento - costo capital .....	122

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores sobre la población meta en la ciudad de Quito.....	50
Tabla 2. Indicadores de hogares y grupo de edades en el DMQ.....	82
Tabla 3. Cálculo estimado de ventas y flujo de ingresos proyectados.....	83
Tabla 4. Análisis de Localización .....	88
Tabla 5. Remuneración del Personal .....	105
Tabla 6. Resumen de Inversiones.....	114
Tabla 7. Resumen de costos de operación y mantenimiento .....	117
Tabla 8. Cálculo de Punto de Equilibrio .....	121
Tabla 9. Cuadro de resultados - indicadores de rentabilidad VAN y TIR.....	123
Tabla 10. Período de recuperación descontado.....	124
Tabla 11. Valor de desecho .....	124
Tabla 12. Balance del Proyecto .....	125

## INTRODUCCIÓN

Actualmente las mujeres desempeñan un rol importante en el ámbito laboral, situación que desequilibra emocionalmente a la familia, ya que no cuentan con el tiempo necesario para la crianza y cuidado de sus hijos, por lo tanto, se ven obligadas a buscar ayuda y recurren a la contratación de una empleada doméstica que, si bien da solución a este problema, también puede acarrearlos, ya que no es una persona preparada para el cuidado de los niños. También acuden a la contratación de guarderías, pero muchas de estas no cuentan con una infraestructura adecuada, horarios flexibles, buena aptitud del personal, permisos de funcionamiento y sobre todo existe exceso de niños, situaciones que ponen en riesgo la integridad de los mismos.

Recurrir a este tipo de cuidados causa una separación temprana del niño con el hogar y comienzan los problemas psicológicos como el hecho de sentirse maltratados, abandonados y poco amados por sus padres. La falta de atención provoca inestabilidad en el desempeño estudiantil y personal, dando como resultado un desequilibrio en el ámbito sentimental y emocional. El artículo de Virginia Villamediana publicado en la Revista Flacsoandes menciona que las guarderías o centros de desarrollo infantil no brindan los servicios necesarios o no tienen personal altamente capacitado para garantizar el correcto cuidado de los niños, además que, los padres han visto dificultades en cuanto a los horarios de estos centros educativos, pues las exigencias laborales son más fuertes y pesadas obligándolos a cumplir horas extras en sus trabajos, lo cual es ampliamente conflictivo para ellos debido a que tienen hijos menores que cuidar.

En el mercado ecuatoriano no existe demanda sobre el servicio de cuidado infantil a domicilio, esto según la Revista Lideres, por ello, se ha considerado elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de niñeras a domicilio que brinde el servicio de cuidado a niños y niñas, incorporando al mismo seguridad, responsabilidad y tranquilidad para el padre de familia.

## CAPÍTULO I

### ANÁLISIS DEL MEDIO (CONTEXTO)

#### 1.1. OBJETIVOS

##### 1.1.1. Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de niñeras a domicilio con servicio de cámaras de vigilancia incorporadas en hogares de padres de familia del barrio La Carolina del sector norte de la ciudad de Quito.

##### 1.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar un estudio de mercado en el norte de Quito, sector La Carolina y recopilar información mediante el cual se realizará un análisis completo sobre la creación del negocio;
- ✓ Establecer un plan de marketing acorde a las necesidades y exigencias de los posibles clientes;
- ✓ Realizar un estudio técnico del tamaño de la empresa, necesario para poder brindar un servicio de calidad con la tecnología necesaria;
- ✓ Identificar y cuantificar las inversiones necesarias para la implementación del presente plan de negocios.

#### 1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es necesario estudiar y analizar la creación de un centro de niñeras a domicilio, pues se ha considerado que ese es un campo con existencia relativamente escasa y la oportunidad para abrir nuevos espacios es cada día más grande.

Por esta razón, es importante crear una empresa que piense día a día en el bienestar infantil y familiar en lo relacionado a cuidados y educación de los niños, brindando de esta manera un servicio de calidad y ahorro de tiempo a los padres de familia, transformando al tradicional sistema de cuidado de niños en un servicio complementario que brinde más que un simple cuidado infantil, una forma de vida y bienestar familiar.

Es así que, el propósito de este estudio de factibilidad es crear e implementar una actividad parvularia diferente enfocada al cuidado de niños en sus domicilios bajo la responsabilidad de profesionales capacitadas en esta área, creando una nueva tendencia que trae consigo los siguientes beneficios:

- ✓ Niñeras (Parvularias) profesionales
- ✓ Horarios Flexibles
- ✓ Disponibilidad de un ambiente hogareño
- ✓ Tener al alcance una buena alimentación
- ✓ Materiales didácticos (juguetes)
- ✓ Seguridad (mediante un sistema de vigilancia con cámaras inalámbricas instaladas en los hogares de los padres)
- ✓ Factores que ayuden para el desarrollo emocional, promoviendo la formación de hábitos alimenticios, higiénicos, personales y responsabilidad.

Este Sistema también permite combinar la recreación, educación y alimentación de acuerdo a las edades y costumbres de los niños, brindando tranquilidad a los padres de familia en horas de ausencia, ya que tendrán la garantía de contar con un sistema de seguridad y con profesionales especializadas que estarán preparadas ante cualquier eventualidad.

### **1.3. MARCO TEÓRICO**

1.3.1. **Servicio.** - Es una prestación, un esfuerzo, una acción. El texto Marketing de los servicios menciona que la (AMA) American Marketing Association definió a servicio



como actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrece a título oneroso o que se proporcionan junto con los bienes. Los servicios son actividades que pueden identificarse aisladamente, son actividades esenciales intangibles que proporcionan satisfacción y que no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes. (Grande, 2005)

1.3.2. **Micro entorno.** - está formado por las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes, esto es: la empresa, los mercados de consumidores, los canales de marketing que utiliza, los competidores y sus públicos. (Kotler & Armstrong, 2012)

1.3.3. **Macro entorno.** - consiste en las grandes fuerzas sociales que influyen en todo el micro entorno: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales. (Kotler & Armstrong, 2012)

1.3.4. **Segmentación de mercado.** - La segmentación de mercados consiste en la división en grupos internamente homogéneos y heterogéneos respecto a los demás grupos. (Páramo Morales, 2004)

1.3.5. **Investigación de mercados.** - Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

La American Marketing Association(AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios». (Páramo Morales, 2004)

- 1.3.6. **Análisis del consumidor.** - consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. La importancia del análisis del consumidor radica en que, al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él; por ejemplo, podemos diseñar el producto que mejor satisfaga sus necesidades o elegir el canal de venta que le sea más accesible. Se suele pensar que el análisis del consumidor es una tarea compleja que requiere una exhaustiva investigación de mercados; sin embargo, lo cierto es que se trata de una tarea que puede llegar a ser tan sencilla como ponernos a conversar con nuestros clientes y prestar atención a los comentarios que hagan de nuestros productos. (Páramo Morales, 2004)
- 1.3.7. **Niñeras.** - cuidan de los niños en casas particulares, generalmente cuando su padre/s (o tutor/cuidador) salen a trabajar. Deben tener conocimientos sobre el desarrollo en los niños, y trabajar con ellos, ofreciéndoles atención y ayudando a los padres en la educación del niño. (EducaWEB, 1998)
- 1.3.8. **Pedagogía.** - La palabra pedagogía deriva del griego paidos que significa niño y agein que significa guiar, conducir El que conduce niños (Del gr. pedagogo παιδαγωγός) y pedagogía παιδαγωγική. La idea que se tiene de pedagogía ha sido modificada porque la pedagogía misma ha experimentado desde principios de siglo cambios favorables. Cada época histórica le ha impregnado ciertas características para llegar a ser lo que en nuestros días se conoce como: Ciencia multidisciplinaria que se encarga de estudiar y analizar los fenómenos educativos y brindar soluciones de forma sistemática e intencional, con la finalidad de apoyar a la educación en todos sus aspectos para el perfeccionamiento del ser humano. Es una actividad humana sistemática, que orienta las acciones educativas y de formación, en donde se plantean los principios, métodos, prácticas, maneras de pensar y modelos, los cuales son sus elementos constitutivos. Es una aplicación constante en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Por su carácter interdisciplinario, fusiona áreas como Filosofía, Psicología, Medicina,

Antropología, Historia, Sociología y Economía. El aporte que hace cada una de ellas a la pedagogía es lo que enriquece y favorece el quehacer pedagógico, además de proveer las bases científicas que dan el carácter de ciencia a la pedagogía. Por un lado, permite explicar y plantear de manera eficaz los fenómenos educativos y sus procesos desde todas sus vertientes, culturales, filosóficas, psicológicas, biológicas, históricas y sociales. (Salmerón Castro, 2008)

- 1.3.9. **Estimulación temprana.** - La estimulación temprana es una gran herramienta que se puede utilizar para estimular y fomentar el desarrollo físico, emocional y de la inteligencia de los niños. Se basa en que cuanto antes se estimulan las potencialidades más y mejor se podrá desarrollar un niño y más temprano.

La estimulación es dar información que puede ser recibida por los sentidos. La riqueza de estímulos, intensidad, frecuencia y duración adecuados, producen un buen desarrollo al cerebro y temprana es antes de lo que la sociedad cree necesario para llegar a la madurez neuronal.

Objetivo de la Estimulación: El principal objetivo consiste en convertir la estimulación en una rutina agradable que vaya estrechando cada vez más la relación madre-hijo, aumentando la calidad de las experiencias vividas y la adquisición de importantes herramientas de desarrollo infantil. (Smith, 2013)

- 1.3.10. **Parvulario.** - se trata de una palabra que deriva del latín “parvularium”, que es fruto de la suma de dos componentes claramente delimitados:

“Parvulus”, que puede traducirse como “niño pequeño”.

El sufijo “-arium”, que suele utilizar como indicativo de “lugar para guardar cosas”.

Un parvulario es un sitio en el que se le brinda educación y cuidado a los niños de poca edad. El concepto procede de párvulo, un término que justamente se emplea para nombrar a los infantes. (Peralta, 2000)

1.3.11. **Mortalidad infantil.** - El número de niños que mueren cada año en un país es un índice del bienestar y la salud de los niños en dicho país. En la actualidad, la situación mundial de la mortalidad infantil es trágica: cada 4 segundos muere un niño.

Sin embargo, la muerte de 22.000 niños por día no es inevitable, al contrario, existen soluciones y la gran mayoría casos pueden prevenirse fácilmente.

La mortalidad infantil se mide mediante la “Tasa de Mortalidad Infantil”, que consiste en el número anual de muertes infantiles dividido por el número total de nacimientos en una región determinada. (Hoarau, 2013)

1.3.12. **Derecho infantil.** - La protección del niño existe desde hace tiempo, incluso antes de la Convención sobre los Derechos del niño de 1989. Los Estados pusieron en marcha la protección del niño valiéndose de todos los tratados internacionales (declaraciones, convenciones, etc.), bien con textos referidos específicamente a los niños, bien de forma indirecta adoptando medidas de protección de la familia y las madres.

En 1923, la Sociedad de Naciones preparó una declaración sobre los derechos del niño. Los Estados miembros ratificaron esta primera declaración, que solo constaba de cinco artículos, en 1924. Si bien era limitada, ponía de manifiesto los derechos más importantes.

Artículo 1: derecho a desarrollarse normalmente desde el punto de vista material y espiritual. Artículo 2: derecho a la alimentación, al acceso a los cuidados y a las ayudas para los huérfanos y los discapacitados. Artículo 3: derecho del niño a ser el primero en recibir socorro en caso de peligro. Artículo 4: protección del niño contra cualquier tipo de explotación. Artículo 5: acceso a la educación en el respeto y la acogida del prójimo.

En 1959, las Naciones Unidas crearon la segunda declaración de los derechos del niño que resaltaba diez principios importantes: el disfrute de todos los derechos mencionados en la declaración sin discriminación; una protección especial por ley con el fin de permitir a los niños un sano desarrollo en el plano físico, intelectual, moral, espiritual y social, en condiciones de libertad y dignidad; el derecho a crecer bajo la protección y responsabilidad de sus padres; la protección de la salud y el derecho a la alimentación; la protección de los niños discapacitados; la noción del interés superior

del niño y el derecho a la educación; la posibilidad de recibir primeros auxilios en caso de peligro; la protección contra todas las formas de negligencia, crueldad y explotación; el derecho a tener un nombre y una nacionalidad al nacer; la no discriminación por raza, color, sexo, religión, opinión política o no política, etc.

Pero a pesar de la importancia de ambas declaraciones y de la mención que hacen de los derechos del niño, su valor jurídico era limitado, pues sus destinatarios no estaban obligados a someterse a ellas y no cometían ninguna infracción al no respetarlas.

Finalmente, los Estados miembros de las Naciones Unidas deciden crear una convención sobre los derechos del niño que se respete y sea obligatoria para los Estados signatarios. En 1989 los Estados anuncian la creación de la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño, que ratifican 193 Estados. Se considera una de las convenciones más ratificadas del mundo y contiene derechos civiles y políticos, así como derechos culturales, sociales y económicos.

Esta convención contiene 54 artículos que explican e indican de forma precisa todos los derechos del niño, como el derecho a la vida, a la alimentación, a la protección, a la educación, a la protección del niño discapacitado, etc. La segunda parte contiene los mecanismos de control y la puesta en marcha de la convención por parte del Comité de los Derechos del Niño. El Comité está compuesto por 18 expertos independientes que vigilan la aplicación de la Convención por parte de los Estados signatarios. Vigilan también la puesta en marcha de dos protocolos facultativos de la Convención.

En mayo del año 2000, la Asamblea General de las Naciones Unidas adopta y abre a la firma dos protocolos para la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño relativos a la venta, prostitución y pornografía infantil, así como a la participación de los niños en conflictos armados. Estos protocolos entran en vigor el 18 de enero de 2002.

El 19 de diciembre de 2011, la Asamblea General de las Naciones Unidas adopta el 3er Protocolo Facultativo de esta Convención, estableciendo así un procedimiento de denuncia individual en caso de violaciones de los derechos del niño. El Consejo de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas aceptó unánimemente este protocolo el 17 de junio de 2011. Dicho protocolo entró en vigor tres meses después de la décima ratificación. (Rihan, 2015)

1.3.13. **Motricidad fina.** - El control de la motricidad fina es la coordinación de músculos, huesos y nervios para producir movimientos pequeños y precisos. Un ejemplo de control de la motricidad fina es recoger un pequeño elemento con el dedo índice y el pulgar.

Lo opuesto a control de la motricidad fina es control de la motricidad gruesa (grande y general). Un ejemplo de control de la motricidad gruesa es agitar los brazos al saludar.

Los problemas del cerebro, la médula espinal, los nervios periféricos (los nervios que están fuera del cerebro y de la médula espinal), los músculos o las articulaciones pueden todos deteriorar el control de la motricidad fina. Las personas con la enfermedad de Parkinson pueden tener dificultad para hablar, comer y escribir debido a la pérdida del control de la motricidad fina.

El nivel de control de la motricidad fina en los niños se utiliza para determinar su edad de desarrollo. Los niños desarrollan destrezas de motricidad fina con el tiempo, al practicar y al enseñarles. Para tener control de la motricidad fina, los niños necesitan:

- ✓ Conocimiento y planeación
- ✓ Coordinación
- ✓ Fuerza muscular
- ✓ Sensibilidad normal

Las siguientes tareas pueden ocurrir sólo si el sistema nervioso se desarrolla de la forma correcta:

- ✓ Recortar formas con tijeras
- ✓ Dibujar líneas o círculos
- ✓ Doblar ropa
- ✓ Sostener y escribir con un lápiz
- ✓ Apilar bloques
- ✓ Cerrar una cremallera

(Kimmel SR, 2015)

1.3.14. **Motricidad Gruesa.** - En la motricidad gruesa encontramos los ejercicios y movimientos motrices que uno puede realizar con los grandes grupos de músculos como las piernas, los brazos o la cabeza. La motricidad gruesa es una parte muy importante del desarrollo infantil, puesto que, para el futuro desarrollo de la motricidad fina, es necesaria una buena base de motricidad gruesa. Solo un niño que haya desarrollado suficientemente su motricidad gruesa será capaz de aprender sin problemas las habilidades propias de la motricidad fina como escribir o atarse los cordones del zapato.

Un desarrollo motriz apropiado para la edad del niño es especialmente importante en el ámbito de la motricidad gruesa, puesto que el estado de desarrollo afecta directamente otros ámbitos de la vida del niño. Un niño que desarrolla con normalidad su motricidad gruesa tendrá con seguridad menos problemas en la escuela para aprender a escribir y en las clases de gimnasia, con temas como el equilibrio. Podrá concentrarse mejor, tendrá más confianza en sí mismo y podrá reaccionar más deprisa. Estas habilidades le beneficiarán en su día a día. (Marsal Riera, 2012)

1.3.15. **Desarrollo integral.** - El desarrollo del niño se inscribe dentro del concepto más amplio de desarrollo humano. Si bien este último alude generalmente a la población como conjunto, no es menos cierto que este concepto lleva implícito el desarrollo individual del ser humano. Este es un proceso continuo, dinámico, de etapas sucesivas, tendiente a una mayor diferenciación e integración de las funciones a lo largo de toda la vida. En este largo proceso, el desarrollo del niño es particularmente importante por la trascendencia y las implicancias que sucesos de esta etapa tienen durante toda la existencia del individuo.

El desarrollo se inscribe como parte integral de la salud del niño dentro del concepto de crianza y sustentado en la construcción social de la salud. Cuando los avances sobre la atención de la salud y la transición epidemiológica muestran logros sustantivos en la reducción de las tasas de mortalidad, es cada vez más importante la preocupación por la calidad de vida de aquellos que sobreviven. El desarrollo del niño ha sido y es una preocupación permanente de la Pediatría. Asimismo, los niños son sujetos de derecho. En ese sentido, toda acción a favor de los derechos del niño contribuye a procurar su desarrollo adecuado. Esta ha sido una preocupación

sostenida de la SAP y de UNICEF que, junto con otras agencias de Naciones Unidas, reconoce en esas acciones un enfoque estratégico para la superación de la pobreza. Últimamente la propia Organización Panamericana de la Salud incorpora al concepto de desarrollo dentro de la visión de salud integral del niño. Un modelo apropiado es el modelo ampliado de UNICEF.

Entendemos al desarrollo del niño como producto continuo de los procesos biológicos, psicológicos y sociales de cambio en los que éste resuelve situaciones cada vez más complejas, en los cuales las estructuras logradas son la base necesaria de las subsiguientes. Esta perspectiva del desarrollo asume su multidimensionalidad, así como la indivisibilidad de los procesos biológicos, psíquicos y sociales, los que se resumen en un todo que se constituye en el niño. Estos procesos están determinados por la información genética, así como por la acción del ambiente y la interacción entre ambos. La particularidad del desarrollo es lo que permite que el niño pueda adquirir en el proceso de humanización habilidades culturalmente aceptadas para desempeñarse en forma adecuada en su contexto y adaptarse cuando éste cambia.

Por otra parte, su estado de salud y nutrición, así como la herencia genética, su temperamento, su organización psíquica, su familia y el contexto social, económico, histórico y cultural condicionan el desarrollo del niño. (Molina, Cordero, & Silva, 2007)

- 1.3.16. **Protección Infantil.** - la prevención y la repuesta ante la violencia, la explotación y el abuso- es una alta prioridad para UNICEF. Con arreglo a la Convención sobre los Derechos del Niño y otros tratados internacionales, todos los niños y niñas tienen el derecho a ser protegidos contra cualquier daño. Sin embargo, la protección de millones de niños en todo el mundo es objeto de violaciones en momentos tanto de crisis como de estabilidad, incluidos el abuso y la explotación sexuales; la trata; las condiciones de trabajo peligrosas; la violencia doméstica; el reclutamiento por fuerzas y grupos armados; las prácticas perniciosas, entre otras, como el matrimonio infantil; la falta de acceso a la justicia; y la innecesaria puesta a cargo de las instituciones públicas.

En el impulso por alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) para 2015 resulta imperativo concentrar los esfuerzos sobre la igualdad en la protección infantil, de manera que las niñas y niños más vulnerables y marginados no se queden atrás. La protección infantil es común a cada uno de los ODM: desde la reducción de la



pobreza hasta la escolarización, desde la eliminación de la desigualdad por motivos de género hasta la reducción de la mortalidad infantil. Las prácticas dañinas contra los niños pueden exacerbar la pobreza, la exclusión social, la discriminación y el VIH, e incrementar la probabilidad de que las sucesivas generaciones afronten riesgos similares. Si no se abordan estos problemas de la protección, las inversiones en el desarrollo de la primera infancia, la salud, la educación, el VIH/SIDA y otras esferas no aportarán mejoras duraderas a las vidas de los niños y niñas. (Wulcayn, y otros, 2011)

1.3.17. **Psicología.** - La Psicología es la ciencia que estudia las funciones psicológicas, como la atención, la percepción, la memoria, el pensamiento, la inteligencia, el lenguaje, y el aprendizaje. También se ocupa de la afectividad, como las emociones y la sexualidad; de las etapas evolutivas del desarrollo humano, de la conducta, la personalidad, la vocación, el trabajo y los fenómenos sociales.

Existen distintas ramas de la Psicología, cada una de las cuales incluyen un área específica como la Psicología Clínica, la Forense, la Educacional, la Social, la Comunitaria y la Laboral.

La Psicología Clínica es la rama de la Psicología que se ocupa de los trastornos emocionales y de conducta.

Un Psicólogo puede realizar Psicodiagnósticos, administrando una batería de tests que miden funciones psicológicas, como la inteligencia, la percepción, la memoria y el aprendizaje y efectuar diagnósticos presuntivos para realizar las derivaciones necesarias o planificar el tratamiento. (Malena, 2007)

1.3.18. **Efectividad publicitaria.** - En un escenario cambiante, donde la relación anunciante-marca-consumidor es totalmente distinta a la de hace cinco años, donde la estrategia, creatividad y presencia en medios han de ser más innovadoras que nunca, donde las necesidades cortoplacistas de los anunciantes imperan sobre el pensamiento a largo plazo... ¿Cómo se determina la eficacia? ¿Es repercusión? ¿Ventas asociadas a una acción concreta? ¿El uso innovador de un soporte? ¿Desarrollar una política correcta de comunicación en las redes sociales? Hablamos de un nuevo escenario, en definitiva, donde la eficacia publicitaria debe adaptarse y redefinirse. (Rodríguez, 2013)

1.3.19. **Medios de comunicación.** - La información, en cualquiera de sus manifestaciones ha sido reconocida y valorada históricamente como algo necesario, sobre todo por su carácter orientador, en el más amplio sentido de la palabra. Sin embargo, en las últimas décadas (sin pretender ser absoluto) hemos asistido a la "construcción" de una sociedad global cuya cotidianidad pasa obligatoriamente por el abrumador desarrollo y alcance de los medios que llevan la información.

Un análisis de los medios de comunicación masiva o "mass media" (como también se les conoce) desde una perspectiva psicológica requiere que consideremos su carácter "unidireccional" , fenómeno que toma parte independientemente del tipo de medio (impreso, radio, cine, televisión, Internet ) y que se fundamenta en el hecho de que la comunicación se establece al menos como regla general en una sola dirección, la del transmisor hacia el receptor, no existiendo por tanto la reciprocidad y retroalimentación habituales del modelo comunicativo interpersonal. A diferencia de este, donde existen los interlocutores, los medios transmiten su mensaje (fundamentalmente en imágenes y sonidos) de forma indirecta hacia una audiencia masiva anónima (receptor) a los que el que controla o patrocina los medios, sea el Estado, propietario privado o sector social está interesado en informar. (Rubio Ramírez, 2010)

1.3.20. **Demanda.** - Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson, 2006)

1.3.21. **Oferta.** - es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

Complementando ésta definición y con el objetivo de proporcionar a los mercadólogos un panorama más completo de lo que es la oferta, en el presente artículo se incluye lo siguiente:

- 1) Las definiciones que proponen diversos expertos en temas de mercadotecnia y economía; y,
- 2) un análisis estructural de la definición de oferta que revela las partes más importantes de oferta como tal. (Thompson, 2006)

### 1.3.22. **Marketing.** -

**Stanton, Etzel y Walker**, definen el Marketing de la siguiente manera: Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización (Stanton J. William, 2007)

Para **Philip Kotler y Kevin Lane Keller**, el Marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones más cortas de marketing dice que el marketing consiste en "satisfacer necesidades de forma rentable" (Kotler & Lane, 2006)

1.3.23. **Publicidad.** - Los distintos sistemas de comunicación a través de los cuales se dan a conocer productos, se impone una imagen favorable de los mismos, y se estimula su compra y su consumo, se denomina publicidad.

En la sociedad de consumo, la publicidad constituye el instrumento adecuado para adaptar la demanda de bienes de consumo a las condiciones y exigencias del sistema productivo.

El volumen de recursos destinados a publicidad crece incesantemente en los países desarrollados. A su amparo se han forjado una completa industria: agencias de publicidad, de marketing, empresas de relaciones públicas.

Hoy día, la publicidad es la clave de la financiación y sostenimiento de los medios de comunicación de masas en sociedades desarrolladas de libre mercado.

Término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de diversos productos. La publicidad está dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz. Es preciso distinguir entre publicidad y otro tipo de actividades que también pretenden influir en la opinión pública, como la propaganda o las relaciones públicas. Hay una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio, folletos distribuidos por correo y otros medios de comunicación de masas. Desde sus inicios en el mundo antiguo, la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en una enorme industria. Tan sólo en Estados Unidos, a finales de la década de 1980, se gastó en un año en torno a 120.000 millones de dólares en publicidad. (Zorzini Roco, 2005)

1.3.24. **Administración.** - viene del latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro. Sin embargo, en la actualidad, la palabra administración tiene un significado distinto y mucho más complejo porque incluye (dependiendo de la definición) términos como "proceso", "recursos", "logro de objetivos", "eficiencia", "eficacia", entre otros, que han cambiado radicalmente su significado original. Además, entender éste término se ha vuelto más dificultoso por las diversas definiciones existentes hoy en día, las cuales, varían según la escuela administrativa y el autor.

Teniendo todo esto en cuenta, en el presente artículo se proporciona una definición general de administración que está basada en las propuestas de algunos prestigiosos autores, con la finalidad de brindar al lector una idea general del significado del término administración en nuestros días. Luego, se proporciona una breve explicación de ésta definición y un axioma para ser considerado. (Thompson, 2008)

1.3.25. **Misión.** - es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización [1]. Por tanto, resulta imprescindible que mercadólogos, empresarios, emprendedores y directivos en general, conozcan cuál es el concepto de misión, y

mejor aún, cuáles son los diferentes conceptos que proponen diversos expertos en temas de negocios, mercadotecnia y definición de términos, para que tengan una visión más completa y aplicable del mismo. (Thompson, 2007)

1.3.26. **Visión.** - Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland, el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc... Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir.

En síntesis, la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Thompson, 2006)

1.3.27. **Costos Variables.** - Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.

Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la

materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas. (Gonzales, 2002)

1.3.28. **Costos fijos.** - Es de conocimiento general, que los costos varían de acuerdo con los cambios en el volumen de producción. Los costos con respecto al volumen se clasifican como variables, fijos y mixtos.

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Por definición, los Costos Fijos no cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo (Por lo menos dentro de un rango de producción). Por ejemplo, los pagos de arrendamiento de las instalaciones y el salario del presidente de la compañía son Costos Fijos, cuando menos a lo largo de cierto periodo. (Thompson Baldiviezo & Antezana I., 2008)

1.3.29. **Flujo de caja.** - Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto, constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos (o gastos); si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos. El flujo de caja, reflejado de una manera sencilla en la planilla de la imagen, es el tema que abordamos hoy en nuestros Conceptos de Economía. (Moreno, 2010)

1.3.30. **Tasa interna de retorno TIR.** - s la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido. (Vaquiro C., 2012)

1.3.31. **Valor actual neto VAN.** - es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las PyMES. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto. (Vaquiro C., 2013)

## 1.4. ANÁLISIS DEL MEDIO (CONTEXTO)

### 1.4.1. Diagnóstico del nivel Internacional

Las familias ya no buscan solo un servicio de cuidado infantil monótono, buscan una serie de beneficios complementarios que no solo ayuden a los niños sino también al núcleo familiar, en conjunto con una nueva forma de protección al menor, que mejor que sea el lugar donde reside, el cual encierra un requisito primordial de los padres en cuanto al cuidado de sus hijos, que es seguridad y amor de hogar.

A. Clarke – Stewart en su libro *Guardería y Cuidado Infantil* menciona que el auge de servicios de cuidados infantiles a domicilio toma gran fuerza en la sociedad, en primera instancia por países desarrollados como son el caso de Estados Unidos, Alemania, Italia, Francia, España, además de países vecinos como Chile, Perú y México, tomando como precepto este incremento paulatino en la demanda de este servicio. (Stewart, 1982)

De acuerdo a diferentes artículos en revistas virtuales de niños como [Guiainfantil.com](http://Guiainfantil.com), mencionan que para garantizar la efectividad en este servicio todas las niñeras deben cumplir con ciertos estándares para aprobar el servicio y lograr cuidar a los niños.

El sitio web [Play Education.cl](http://Play Education.cl), menciona que, años atrás el servicio de niñeras tenía una gran demanda en los países más ricos del hemisferio norte como Estados Unidos y algunos países de Europa. Pero a lo largo de los últimos años este servicio va teniendo mayor acogida en los países que tienen madres emigrantes como: México, Filipinas, República Dominicana, El Salvador, Ecuador, Perú, entre otros, pues en la nueva economía global, los niños se quedan en sus países de origen cuando sus madres emigran, mismas que ganan un salario mucho más alto en el extranjero y pueden contratar este servicio de niñeras que de una u otra forma suplantando su ausencia.



Con el pasar del tiempo, las niñeras se han vuelto una figura importante para los niños, ya que se encargan de cuidarlos mientras los padres no están. El vínculo afectivo que se establece entre el niño y la niñera es importante, ya que gracias a esto puede suplir en cierto modo la carencia provocada por la ausencia de los padres.

#### **1.4.2. Diagnóstico del nivel Nacional**

Actualmente en Ecuador se ha considerado al cuidado infantil como un servicio alternativo. En el artículo de Virginia Villemadiana de la revista Flacso, menciona que muchos padres se han visto en la obligación de trabajar jornadas de trabajo más extensas y madres de familia a cargo del cuidado de sus hijos desean insertarse en el mercado laboral dejando de lado sus responsabilidades. Este es el motivo que existe una intervención estatal, brindando a los padres de familia facilidades para el cuidado de sus niños.

Ecuador se encuentra inmerso en un proceso de despoblamiento de las zonas rurales hacia las zonas urbanas, esto según estudios realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), desde el año 2010 más del 70% de la población reside en zonas urbanas. Quito y Guayaquil ocupan los primeros lugares con altos índices de población seguido por Cuenca, Ambato, Portoviejo, Machala y Riobamba.

El diario la Hora Nacional en un artículo publicado el 12 de abril de 2012 mencionó debido al aumento de población y necesidad de trabajar por más horas para sustentar los hogares, debió incrementar la contratación de servicio de cuidados infantiles por lo que el Ministerio de Inclusión Económica y Social conjuntamente con el Instituto de la Niñez y la Familia (INFA) dieron nuevos lineamientos que adoptaron quienes brindan el servicio de desarrollo infantil o centros de estimulación temprana.

Por ese motivo es que gran cantidad de empresas ecuatorianas han decidido ofrecer no solo un servicio de cuidado infantil sino combinar este con un servicio adicional como limpieza. Así será más fácil que los padres de familia tomen la decisión de contratar el servicio. Un claro

ejemplo es la empresa PROHOGAR, que brinda servicios complementarios para el hogar combinando servicio doméstico y cuidado infantil.

### **1.4.3. Diagnóstico de Nivel Local**

Algunas madres solo buscan que sus hijos estén bien cuidados. Sin embargo, hoy por hoy, el cuidado infantil debe involucrar al aprendizaje como eje principal. Y es que, según parvularias y pedagogos, la etapa de entre 0 a 5 años debe ser bien aprovechada.

Se ha evidenciado que, en la ciudad de Quito, es más común que padres de familia consideren varios aspectos previos a que sus hijos formen parte de guarderías infantiles ahora Centros de Desarrollo Infantil. EL diario la Hora, Noticias Quito, menciona que, las exigencias de padres de familia han incrementado por lo que ahora no solo desean un servicio de cuidado infantil, sino que también desean que sean aprovechadas al máximo las capacidades de sus pequeños con elementos educativos acorde a sus edades.

Actualmente en Quito existe un sin número de empresas que brindan el servicio de cuidado infantil, el que está dividido en guarderías, centros infantiles y niñeras a domicilio.

## **1.5. CONCEPTO DEL NEGOCIO**

Este estudio tiene como punto principal crear una empresa de servicio de niñeras a domicilio para niños de 0 a 10 años de edad, exclusivo para padres de familia que desean continuar con un ambiente familiar en sus hogares, considerando que actualmente la exigencia de los padres de familia en sus trabajos ha crecido, viéndose obligados a tener un servicio adicional al que normalmente tienen dentro de una guardería o centro de educación.

La idea central de este servicio es que los padres de familia no encuentren necesario dejar a sus niños durante largas horas en una guardería o a cargo de familiares. Sino que, puedan contar con una persona profesional que desde su propio hogar este al cuidado de sus niños durante horas de trabajo, eventos sociales, vacaciones y demás situaciones. Con esto, se quiere lograr que los padres puedan tener seguridad y confianza en el servicio, es así que se

ha propuesto la creación del centro de niñeras a domicilio ***“HADAS DE LA GUARDA, cuidamos a sus niños como si fueran nuestros”***. Este será el nombre y slogan con el que de este momento se identificará el proyecto.

### **Diseño de servicios**

Hadas de la Guarda, garantiza totalmente la seguridad de que sus hijos estarán siempre bien cuidados, para garantizar ello, se han desarrollado 4 paquetes de servicios de acuerdo a los gustos y preferencias de los padres de familia.

### Ilustración 1. Diseño de Servicios



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

## Servicio diferenciador

Hadas de la Guarda también ofrece servicio de software instalado mediante una página web, dentro de cual los padres de familia también puedes tener acceso a un sistema de vigilancia para sus hijos.

Ilustración 2. Descripción de cámaras de vigilancia



Fuente: Visto en TV.

Elaborado por: Mayra Álava V.

Este es un sistema de cámaras inalámbricas instalado en las zonas indicadas por los padres de familia dentro de sus hogares durante la visita de la niñera, sirve para monitorear a los niños y niñeras. La idea es que mientras los padres se encuentren fuera de casa puedan vigilar cuantas veces deseen a sus hijos.

Dentro de la página web, los padres también podrán sugerir y evaluar a las niñeras y si desean incluso mantener contacto con otros clientes e intercambiar palabras sobre el servicio.

## CAPÍTULO II

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Con este estudio se pretende conocer cuan interesado está el segmento en el servicio de cuidado infantil a domicilio. Para cumplir con este objetivo, se debe analizar a los consumidores, proveedores y competencia a la que este negocio podría enfrentarse.

#### 2.1. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES ACTORES EN EL MERCADO DEL NEGOCIO

##### 2.1.1. Análisis del Mercado Proveedor

Los proveedores son parte importante de este negocio puesto que empezando desde ellos el servicio que se ofrezca será de calidad y de gusto de los clientes.

Para cumplir con la planificación interna del negocio, es necesario contratar proveedores, mismos que están distribuidos de la siguiente manera:



##### ✓ GRUPO PROVEDATOS

Creada en mayo de 1983 y fundada como una de las primeras empresas en brindar el servicio de consultoría, desarrollo e implementación de software. Se dedica al desarrollo e implementación de software de gestión empresarial. Hadas de la Guarda considera importante que el manejo de los sistemas empresariales que se desean

aplicar sean instalados por una empresa con altos índices de confiabilidad y conocimiento en sistemas informáticos.

Es importante considerar la instalación y uso de software que ofrece este proveedor, ya que HADAS DE LA GUARDA trabajará constantemente con los clientes de manera directa pero electrónicamente, esto debido a que el segmento va enfocado a padres de familia que trabajan y viven en el sector La Carolina de la zona norte de la ciudad de Quito.



✓ **MATRIX**

Se especializa en el diseño, instalación y mantenimiento de cámaras de vigilancia para cada, oficina, transporte, edificios.

Los sistemas de video vigilancia de simple y de bajo costo para integrado objeto complejo de seguridad, con gran capacidad de análisis de vídeo tales como el reconocimiento de objetos, el movimiento de seguimiento, la vigilancia de las cosas olvidadas, y muchas otras funciones.

Este método ayudará a que los padres de familia tengan acceso a sus hijos desde cualquier lugar a cualquier hora desde su computadora o su celular.

Ilustración 3. Diseño para instalación de cámaras mediante sistema Panasonic



Fuente: Matrix

Elaborado por: Mayra Álava V.

Como se puede evidenciar en la imagen. Se realizará la instalación y conexión de cámaras y así convertir fácilmente un dispositivo móvil en video. Al conectar la cámara a una red inalámbrica o internet, se puede observar al niño sin importar en qué lugar del hogar se encuentre. La misma cámara incluye detección de movimiento, sonido, sensores de temperatura, así como la función de visión nocturna y grabar video mientras los padres se encuentran en sus actividades labores o reuniones, para luego reproducir los videos no vistos anteriormente.





**corporación nacional de telecomunicaciones**

✓ **Corporación Nacional de Telecomunicaciones**

Empresa pública líder en el mercado de las telecomunicaciones en Ecuador; se creó el 30 de octubre del año 2008 con la finalidad de brindar mejores servicios a los ecuatorianos y conectar a todo el país mediante redes de telecomunicaciones e internet.

CNT brinda servicios integrales como telefonía fija, telefonía móvil e internet, transmisión de datos, tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Uno de los proveedores más importantes a ser contratados, pues para trabajar de manera eficaz, esta empresa brinda los servicios requeridos por este negocio a costos accesibles.



✓ **ECUAPUBLICIDAD**

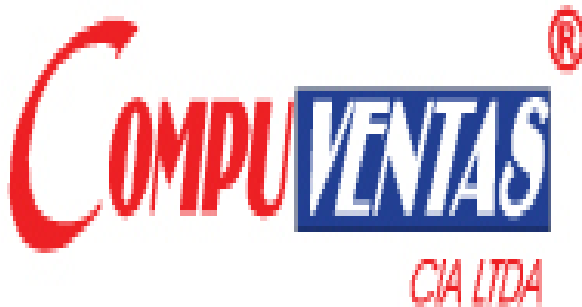
Se encuentra a la vanguardia de la industria gráfica y publicitaria, genera siempre un plan de marketing estratégico, adaptada a la necesidad de cada empresa. Brinda servicio publicitario en internet, diseño gráfico e imprenta. De tal modo que ofrece soluciones integrales de impresión y comunicación de acuerdo con las necesidades y requerimientos específicos, de una manera personalizada a cada uno de sus clientes.



✓ **Auron- Mobiliario de oficinas y hogar**

Esta empresa fue fundada en el año 2002, desde entonces se ha dedicado a la fabricación, importación y venta de mobiliario para oficina, hogar, espacios educativos, de alimentación y comunales. Ponen mucho énfasis en el diseño y mejora continua de sus productos, de tal forma que

pueden contar con clientes de importantes empresas ecuatorianas e internacionales. Esta empresa facilitará con la instalación de los muebles de oficina para el personal administrativo y operativo del centro de niñeras.



✓ **COMPU VENTAS CIA. LTDA.**

Es una empresa de venta de equipos de computación y tecnología de punta que nace en el Ecuador en el año 2000, con la firme convicción de ayudar al desarrollo de las instituciones, hoy en día actualizar los equipos informáticos le permitirá obtener una información más ágil y veraz. Este

proveedor aportará con la instalación de equipos de computación e impresoras necesario para el trabajo que realice el personal administrativo de la empresa dentro de oficina.

### 2.1.2. Análisis del Mercado Competidor

En el mercado ecuatoriano no se conoce de muchas empresas que brinden el servicio de cuidado infantil a domicilio, únicamente se encuentra un sin número de guarderías y centros de desarrollo infantil. Para determinar este mercado se ha establecido dos grupos de competidores: Directos e Indirectos.

## **a) DIRECTOS**

Ofrecen al mercado al que se dirige un producto o servicio con las mismas características que se ofrece al público, sea mejor o peor, seguramente para intentar satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo del target.

### **❖ NIÑERAS A DOMICILIO**

#### **NANNYS HOME**

Ofrece servicios de colocación inmediata de niñeras por horas y temporales.

Esta empresa fue creada en el 2007, actualmente cuenta con 500 colaboradoras que pasan por un estricto sistema de selección, son capacitadas y participan en talleres vivenciales.

Por la antigüedad de la empresa, cuenta con alianza de las siguientes empresas:

Centro de Estimulación temprana CRECER

- ✓ Nannys Home Centro de Estimulación temprana FIRSTEPS
- ✓ Nannys Home Pequeñín
- ✓ Nannys Home Mamisetas
- ✓ Nannys Home [www.quitobebes.com](http://www.quitobebes.com)
- ✓ Nannys Home Centro Infantil Tía Gaby (capacitación a nannies)
- ✓ Nannys Home Centro Infantil Pulgarcito (capacitación a nannies)

Los servicios que ofrecen son:

- ✓ Nannies Bilingües (inglés)
- ✓ Nannys Home Nannies de 23 hasta 55 años
- ✓ Nannys Home Disponibles las 24 horas. (no puertas adentro)
- ✓ Nannys Home Experiencia en el cuidado de niños especiales.
- ✓ Nannys Home Acompañan a la familia a sus compromisos sociales.
- ✓ Nannys Home Viajan con la familia en sus vacaciones.
- ✓ Nannys Home Cuidan de los niños en situaciones imprevistas de último momento.
- ✓ Nannys Home Dan apoyo con las tareas escolares.

Las niñeras que trabajan por horas son para eventos sociales y tienen horarios establecidos de la siguiente manera:

Mañana de 7h00 a 19h00

Noche de 19h00 a 7h00

## **NANNYS SCHOOL**

Esta empresa se ha creado aproximadamente hace 4 años, la idea central implementada es romper el mito de que una niñera es igual a una empleada doméstica.

NANNY'S SCHOOL está enfocada únicamente en la colocación de niñeras que han cumplido con un curso, pues de esto dependerá la aceptación por parte del mercado deseado.

Funciones que cumplen las niñeras:

- ✓ Estar capacitada para cuidar al niño ella sola
- ✓ Ser capaz de crear un ambiente feliz, con muchos estímulos y seguro cuidado para el niño

- ✓ Preparar sus comidas y limpiar después, darle de comer, cambiarle, etc.
- ✓ Mantener su habitación limpia y arreglada, lo que incluye hacer las camas y cambiar las sábanas; deberá ordenar los juguetes y otros accesorios, además de lavar, coser y planchar su ropa.
- ✓ Sacar al niño a realizar actividades fuera del hogar: llevarlo al parque, a jugar con otros niños, a la guardería si fuera necesario, a nadar, siempre procurando que el niño se divierta y llevándolo a sitios donde no haya peligro alguno
- ✓ Comprar los complementos que necesite el niño
- ✓ Cuidar de él/ella está enfermo/a.

Sueldo de una niñera permanente: Varía dependiendo de la negociación que se tenga con la familia, pero no puede ser inferior a un sueldo básico más beneficios de ley (décimos, fondo de reserva, vacaciones) por 8 horas diarias de trabajo.

Las estudiantes de Nanny's School no solo pueden trabajar permanentemente, sino que están capacitadas para trabajar cuidando niños por horas, como auxiliar y de parvularia.

## **PROHOGAR**

Esta es una empresa de limpieza y servicios domésticos creada con el fin de simplificar las tareas del hogar a los clientes, dando solución a las necesidades que se le presentan en el diario vivir.

Se ha considerado importante tomarla en cuenta como competidor directo puesto que ofrece sus servicios de cuidado infantil el mismo que se distribuye de la siguiente manera:

Niñeras Tiempo Completo: Seleccionan a sus niñeras analizando la información que suministran sus clientes sobre su entorno familiar.

Niñeras por Horas: Se quedarán a cargo del cuidado de los niños el tiempo que se necesite y donde el usuario lo requiera.

Niñera para Eventos Sociales: Se ocupan del cuidado de los más pequeñitos cuando los padres sean invitados o anfitriones de algún compromiso social como: Bodas, Bautizos, Primera Comunión o cualquier compromiso familiar.

## ❖ GUARDERÍAS

### **GUABA TREE LEARNING CENTER (Cumbayá)**

Ofrece un servicio de desarrollo integral para niños y niñas de 1 a 5 años, que son distribuidos en tres grupos: de 1 a 2 años, de 2 a 3 años y de 3 a 5 años de edad. Cuenta con aulas que enfocan el aprendizaje en las áreas sensorial, cognitiva, de lenguaje, entre otras, además de amplias áreas verdes de recreación (juegos) y de aprendizaje (granja y huerta). Los niños cuentan además con un apoyo pedagógico constante, que estimula áreas específicas de desarrollo, según sus necesidades, en terapia de lenguaje, terapia física, nutrición infantil, psicología clínica y neurociología infantil.

Los horarios de atención son de 08:00 a 13:00, en medio tiempo; y de 08:00 a 16:00, tiempo completo.

### **CENTRO INFANTIL BILINGÜE ÁRBOL DE LIMÓN (Tumbaco)**

La metodología usada por esta guardería está basada en la individualidad de cada niño, aplicando el juego como base para despertar la sensopercepción, desarrollar las inteligencias múltiples. Cuidado diario y desarrollo integral bilingüe a través de un aprendizaje lúdico. Servicios: Alimentación, Médico, Nutricionista, Psicóloga, Seguros de accidentes, Tareas dirigidas, Transporte, Fiestas infantiles. Cuenta con amplios espacios verdes para compartir con la naturaleza. Infraestructura: 2300 metros donde los niños pueden disfrutar y desarrollar

sus destrezas y habilidades, y rincones: Arte, Biblioteca, Psicomotricidad, Multisensorial, Construcción, Hogar teatro y Dramatización, Video, Piscina, Huerto y Mini granja, Música, Danza, Computación y Cocina.

### **GUARDERÍA PIRUETAS (Cumbayá)**

El centro infantil tiene como filosofía el aprendizaje basado en el juego y en aprender haciendo. Cuenta con áreas de aprendizaje enfocadas en el arte, la lectura, la música e inglés, entre otros, además de amplios espacios verdes. La pensión mensual por medio tiempo (incluido almuerzo) es de 260 dólares y la pensión por tiempo completo es de 290 dólares, además de la matrícula, 180 dólares y uniformes, 35 dólares; también ofrece clases de fútbol y natación con un costo adicional de 10 y 20 dólares, respectivamente.

### **PLAYTIME (Cumbayá - Quito)**

Play Time es un centro infantil para niños de tres meses a cuatro años que tiene una filosofía basada en el juego y el contacto con la naturaleza. Desarrollan el cerebro y la personalidad del niño a través de generar experiencias mágicas y significativas de aprendizaje por medio de la conexión emocional generando la auto-confianza y seguridad y a la vez. Mediante el juego impulsan el sentido de responsabilidad con otros y con el mundo. Cuentan con dos centros, uno en Quito por el sector de la embajada americana y otro en Cumbayá. Ofrecen servicios de horario regular y extendido. Horarios de atención: Tiempo parcial de 09h00 a 13h00, horario extendido en la mañana de 8h00 a 13h00, extendido en la tarde hasta las 17h00.

### **EL PREESCOLAR SEK LOS VALLES (Cumbayá)**

La formación responde a un proyecto de desarrollo humano, que reconoce fundamentos de libertad de la inteligencia, el orden y la institucionalidad de los procesos sociales y la ética de ayuda y respeto a los demás. El preescolar del Sek Los Valles atiende a niños y niñas desde los tres hasta los seis años de edad. Durante esta etapa desarrollo actividades, conocimientos, aptitudes y habilidades que favorecen su formación integral. Además de la infraestructura

académica, posee áreas de esparcimiento, una piscina semi olímpica climatizada, servicio de comedor y cursos de verano.

### **EL BOSQUE MÁGICO GUARDERIA (Cumbayá)**

Metodología: Juego y desarrollo sensorial. Edades: a partir de 1 año. Jornada: 8:00 a 17:00pm

### **CENTRO DEL AMANECER (Cumbayá)**

Metodología: Montessori Inclusiva, trabajan en la naturaleza, Cultura Ancestral, reciclaje, cuidado del medio, ambiente, reciben a niños con capacidades especiales. Edades: 4 años a 10 años. Jornada: 8:00 a 12:30pm.

### **CENTRO INFANTIL UPA LALÁ (Centro Norte de Quito)**

Estimulación temprana, Aprendizaje Activa, Pre escritura, Desarrollo de destrezas, Clases de inglés, Alimentación nutritiva, Pediatría, Atención psicología

Área protegida – EMI. Edades: Niños y niñas de 1 año hasta los 5 años.

### **CENTRO DE CREATIVIDAD INFANTIL, PICCOLAVITA (Centro Norte de Quito)**

Es un oasis de aprendizaje y descubrimiento para los más pequeños, son el primer centro en el Ecuador inspirado por la famosa filosofía educativa Reggio Emilia fundada por Loris Malaguzzi en Italia. Sesión AM (08h30 a 12h30) para niños de 1 año 8 meses a 3 años de edad. La Sesión PM (13h30 a 17h30), un programa extracurricular, para niños entre 3 a 5 años de edad. Programa Porta Abierta a Piccolavita (martes, miércoles y jueves de 17h45 a 19h00) para niños de 1 a 3 años de edad, programa en el que los niños asisten junto con sus padres de familia.



### **KINDERGYM (Centro Norte de Quito)**

A través del juego acompañan a su hijo mientras desarrolla su autonomía, iniciativa y creatividad. Con actividades de rutina y transiciones crecerá su auto-control, seguridad y sentido de orden y respeto hacia los demás. Se interesan en apoyar a los padres de familia en la crianza de niños seguros y audaces, que estén continuamente interesados en aprender del entorno que los rodea. Potencializan su curiosidad y exploran juntos generando en cada aula un aprendizaje comunitario. Horario Regular: 8:30 a 13:00. Horario Extendido: 13:00 a 16:00. Edades: Trabajan con niños desde 1 año 4 meses (o una vez que caminen), hasta los 4 años de edad.

### **CENTRO INFANTIL SMILING (Centro Norte de Quito)**

Es un centro infantil que atiende a niños de un año a cuatro años de edad. Su metodología de trabajo busca lograr un desarrollo integral, fomentar la actividad e iniciativa propia, involucrar a los padres en la formación de sus hijos y promover el desarrollo de destrezas; todo, en un entorno de afecto y confianza. Cuenta con cómodas áreas de aprendizaje y entretenimiento. Los horarios disponibles son de 08:00 a 12:30 y de 08:00 a 16:30. Para media jornada el costo es de 225 dólares y para tiempo completo 305 dólares; a esto hay que sumar los costos de inscripción, matrícula, y de almuerzo y transporte (de ser el caso).

### **ROCOTÍN CENTRO INFANTIL (Centro Norte de Quito)**

Metodología: Reggio Emilio metodología italiana, arte plástica, música, inglés, exploración y curiosidad. Edades: 1 a 4 años. Jornada: 8:00 a 17:00pm.

### **CENTRO INFANTIL PEQUEÑO PARAÍSO (Centro Norte de Quito)**

Es un centro infantil que ofrece una metodología a través del juego, la música y el arte. Recibe a niños desde los cuatro meses hasta los seis años de edad. Cuenta con espacios verdes, rincones de arte, lectura, computación, música, psicomotricidad y natación. El centro nació hace 10 años en Riobamba y replicó su modelo en Quito hace cuatro años. Ofrece horarios de medio tiempo con y sin almuerzo (de 08:30 a 13:00); tiempo completo (de 08:30 a 18:00),

además de tareas dirigidas. Los costos varían desde 190 a 330 dólares, según los horarios y adicionales. También hay que considerar los costos de matrícula, materiales y servicio médico y psicológico.

### **CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL BABY CORNER (Centro Norte de Quito)**

Es un centro que busca potenciar el desarrollo y madurez cognitivo, psicomotriz, emocional y social en niños de tres meses a tres años de edad. Ofrecen servicios de cuidado diario, reforzando la estimulación temprana (en los más pequeños) y la labor pedagógica, vinculando en la formación a los padres. Cuentan con un servicio permanente de web cam para que los papás puedan ver a sus hijos por internet en cualquier momento del día. Baby Corner atiende en horarios de 08:00 a 13:00, de 08:00 a 15:00 y de 08:00 a 17:00. Los costos varían desde los 130 a 227 dólares, de acuerdo a la jornada y los servicios de alimentación, además de los costos de matrícula y de uniformes.

### **CENTRO INFANTIL MI ARCOÍRIS DEL SABER (Centro Norte de Quito)**

Es un centro de cuidado diario, que atiende a niños desde tres meses de edad a 5 años. Cuenta con personal especializado en atención infantil. Se especializan en potenciar el desarrollo psicomotriz y emocional de los niños y están comprometidos con la educación en valores.

### **ACUARELA (Centro Norte de Quito)**

Metodología: Rincones, trabajo Lúdico, arte y reciclaje los pequeños aprenden en base al juego, cuentan con propiedad propia. Edades: 10 meses hasta 3 años.

### **JARDÍN DE LA FANTASÍA (Norte de Quito)**

Metodología: Juego y trabajo, estimulación, Lugar precioso y adecuado para el trabajo de los pequeños en todas las áreas, un lugar donde te da seguridad dejar a tus niños. Con 30 años

de trayectoria es un lugar con experiencia y profesoras de primera. Edades: 1 a 4 años 8 meses. Jornada: 8:30 a 17:30pm.

### **EL PREESCOLAR LOS PINOS- INTISANA (Norte de Quito)**

Tiene como misión educar a niños de una forma integral, reforzando virtudes cristianas y valores, en un ambiente de libertad y responsabilidad. Además de las actividades pedagógicas enfocadas en el refuerzo de las inteligencias múltiples, tecnología e idiomas, el preescolar ofrece actividades extracurriculares opcionales como teatro, música, arte, deporte, cocina y baile. El preescolar para las niñas depende del colegio Los Pinos, mientras que el de los niños al colegio Intisana. Atiende en horario regular de 08:00 a 13:00 y en dos horarios extendidos, hasta las 14:30 y 16:00.

### **SWEET KIDS (Norte de Quito)**

Aprovechamos la capacidad intelectual de los niños, poniéndoles en contacto con el arte, la música, el teatro, la elocución, complementando con computación, ecología, educación vial e inglés intensivo en todos los niveles, respetando los procesos de cada niño y usando el juego como método de aprendizaje básico y en la reflexión como eje central de todas nuestras actividades.

### **PARAÍSO INFANTIL (Norte de Quito)**

El objetivo de Paraíso Infantil es encontrar el balance entre la parte emocional y académica logrando así niños felices y estables. Consiguen esto mediante el trabajo que integra las áreas de motricidad fina y gruesa, Pre Escritura, Pre Lectura, Pre Matemáticas, Nociones Espaciales y Temporales, Lenguaje, Esquema Corporal, Ciencias, inglés, Computación, Arte, Cocina, Deportes, Gimnasia Cerebral, Expresión Corporal; además participan en Teatro, Olimpiadas, Paseos Recreativos y Visitas Culturales.

### **CLAP CLAP KIDS (Norte de Quito)**

Metodología: Trabajamos con actividades de Capoeira, Estimulación Canina, Clases de Inglés. Edades: 1 a 4 años. Jornada: 8:30 a 17:30.

### **CENTRO INFANTIL LITTLE LIGHT (Norte de Quito)**

Metodología: Juego y trabajo, estimulación musical, natación, equino terapia, 15 niños por aula atención personalizada, cuentan con el nuevo permiso del Ministerio de Educación para recibir niños de 0 meses. Edades: 0 meses a 4 años. Jornada: 7:30 a 17: 30.

### **CDI LITTLE BABY (Norte de Quito)**

Este centro nace como respuesta a la necesidad de ofrecer servicios de excelencia con amor., confianza y respeto. Su misión es facilitar el desarrollo de habilidades, destrezas, conocimientos y potencialidades de los niños y niñas para promover una formación integral y armónica. Actualmente acoge a niños y niñas de 2 a 4 años de edad, en horarios de 08:00 a 12:15.

### **CENTRO INFANTIL SMALL LEADERS (Norte de Quito)**

Metodología: Trabajan con franquicias como Little Kickers, Acuatic, clases de inglés todos los días. Instalaciones espaciosas y seguras. Edades: 6 meses a 6 años. Jornada: 8:00 a 18:00pm.

### **NIÑOS CREATIVOS (Norte de Quito)**

Metodología: Espacios verdes play zone estupendo y adecuado para los más pequeñitos. Jornada: 8:00 am a 6:30 pm.

### **CENTRO EDUCATIVO MARIO BENEDETTI (Norte de Quito)**

Metodología: Por medio del juego, tareas dirigidas, piscina, transporte, cuentan con sistema de seguridad de monitoreo de cámaras. Edades: 1 a 6 años. Jornada: 8:00 am a 5:30 pm.

### **CENTRO EDUCATIVO ZAARAN (Norte de Quito)**

Metodología: Enseñanza en la escritura y la lectura, los preparan y aprovechan de los pequeños su mente y el interés para aprender. Edades: niños de 3 años.

#### **b) INDIRECTOS**

Son todos aquellos que intervienen de forma lateral en el enfoque de mercado que se tiene planteado con un producto o servicio, buscando satisfacer aquellas necesidades o deseos del público objetivo mediante algún producto o servicio sustitutivo perfecto. Sin duda, son los más difíciles de detectar, determinar y analizar, incluso a veces no será posible hacerlo como se desea.

Aquí se puede observar que dentro del mismo se encuentran mujeres de 20 a 50 años de edad ofreciendo el servicio de cuidado infantil en plataformas de búsqueda laboral como OLX, Multitrabajos.

Dentro de la competencia indirecta se puede encontrar los siguientes:

- ✓ Estudiantes Universitarias
- ✓ Familiares cercanos
- ✓ Amigos
- ✓ Vecinos
- ✓ Empleadas domésticas

### **2.1.3. Análisis del Mercado Distribuidor**

Este tipo de servicio (niñeras a domicilio) no cuenta con distribuidores ya que este servicio se realiza de manera directa con el cliente.

## **2.2. LOS CONSUMIDORES: Segmentación del consumidor y perfil**

Los padres optan por utilizar servicios de cuidado de niños y niñas a domicilio debido a que tienden a creer que sus hijos estarán más seguros y protegidos en su propio hogar, consideran que si contratan al proveedor para que trabaje desde su domicilio tendrán control sobre el tipo de cuidado que recibirán sus hijos.

Para desarrollar la segmentación del mercado, se procede a plantear las variables y características que se detallan a continuación:

**Cuadro 1. Variables y Características**

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
Edad	A partir de los 25 años
Género	Masculino, Femenino
Estado Civil	Soltero/a, Casado/a, Divorciado/a, Viudo/a, Unión Libre
A quién va dirigido el servicio	Padres de familia que requieren de personas profesionales para garantizar el cuidado seguro de sus niños
Ingresos mensuales	Superiores a los \$1500,00
Ocupación	Trabajadores activos
Nivel de Educación	Todos
Religión	Católicos, cristianos, mormones, israelitas y otras.

Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Las variables detalladas en el cuadro indican y especifican el segmento al cual se enfocará este proyecto.

### **2.2.1. Análisis cualitativo respecto a la aceptación del producto o servicio**

El servicio que ofrece HADAS DE LA GUARDA, está enfocado a padres de familia del norte de Quito, Sector la Carolina de clase media alta y alta, cuyos ingresos sean superiores a los \$1500,00 y tengan la intención de mantener a sus niños siempre bien cuidados en manos de niñeras profesionales que no solo se limiten a cuidar sus hijos si no que tengan siempre técnicas de aprendizaje de acuerdo a la edad de cada niño.

Tabla 1. Indicadores sobre la población meta en la ciudad de Quito.

POBLACIÓN E INDICADORES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO						
DESCRIPCIÓN	TOTAL DISTRITO	QUITO		RURAL	EUGENIO ESPEJO	
		Urbano	Disperso			
Superficie Total Ha.	423.050,50	20.253,80	14.704,90	388.091,80	11.282,80	
Superficie Urbana Ha.	52.479,00	20.253,80	-	32.225,20	6.640,40	
POBLACION	2010	2.239.191	1.609.418	9.115	620.658	<b>388.708</b>
	2001	1.842.201	1.397.698	13.897	430.606	365.054
	1990	1.388.500	1.105.526	24.535	258.439	330.145
VIVIENDAS	2010	764.180	546.430	3.835	213.915	151.333
	2001	556.628	419.477	4.409	132.742	118.052
HOGARES	2010	641.214	469.388	2.368	169.458	124.678
	2001	486.278	379.926	-	106.352	105.177

Fuente: Ilustre Municipio de Quito (Indicadores)

Elaborado por: Mayra Álava V.

En la tabla anteriormente detallada, con datos obtenidos del Ilustre Municipio de Quito, podremos conocer la población a la que se enfocará este proyecto. Es así que dentro de la Administración Zonal Eugenio Espejo hay un total de 388.708 personas, 151.333 viviendas y 124.678 hogares. Para realizar este estudio se tomarán los datos de la población total (**388.708**), existente en la Administración Zonal.

Para realizar el análisis cualitativo respecto a la aceptación del servicio se ha desarrollado una matriz de encuesta con la cual se podrá conocer los gustos y preferencias del segmento, la idea central es saber si los usuarios están de acuerdo en que una persona ajena a ellos pueda acceder a su domicilio y cuidar a sus niños.

Mediante la siguiente fórmula, se determinará el tamaño de la muestra y el número de encuestas que se deberán aplicar:



**Cuadro 2. Diseño del tamaño de la muestra para encuestas para poblaciones pequeñas**

$$n = \frac{Z^2 \cdot \delta^2 \cdot N}{Z^2 \cdot \delta^2 + e^2 \cdot N} \quad n = \text{tamaño de la muestra}$$

95% de confiabilidad Z=1.96  
 N = Población 97% de confiabilidad Z=2.17  
 δ = Máxima varianza 0.5 99% de confiabilidad Z=2.57  
 Z = Valor del nivel de confianza  
 e = error que se escoge

n =	282	
N =	388.708	
Z =	1,68	90% de confianza
e =	5%	5% de error
s =	0,5	

Fuente: Canelos, Ramiro, Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio (2010)

Elaborado por: Mayra Álava V.

El mercado ecuatoriano y el segmento del mercado de Quito, cada día va marcando tendencias y adaptándose a nuevos servicios que se ofrecen para garantizar el bienestar familiar. Es así que se debe aplicar la encuesta a un total de 282 personas con 90% de confianza y 5% de margen de error.

Los gustos y preferencias de los posibles clientes son de suma importancia, así como cuantificar la existencia de la demanda insatisfecha e indagar la oferta de servicios similares; así se podrá conocer las características del mercado sujeto a estudio y estadísticas. Sin lugar a dudas, con este proyecto se puede tener la idea del riesgo que puede tener este servicio y su aceptación o no en el mercado. Se debe conocer sobre los posibles riesgos ya que una demanda insatisfecha no siempre implica la facilidad de introducir un nuevo producto o servicio en el mercado.

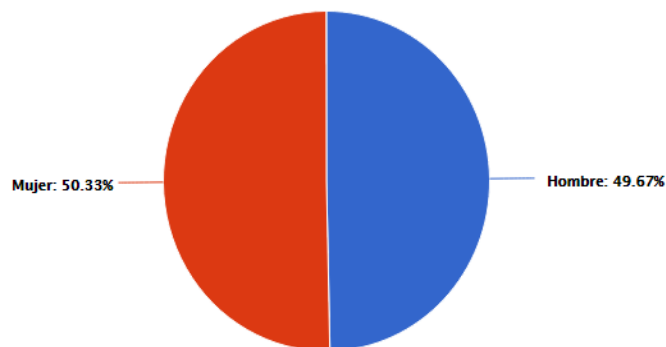
De acuerdo con lo anteriormente expuesto y tomando datos de la muestra se expondrá a continuación la aceptación e inserción del nuevo servicio en el mercado.

### 2.2.2. Tabulación de resultados

Las encuestas fueron realizadas en el barrio La Carolina, sector el parque La Carolina ubicado en el norte de la ciudad de Quito, el segmento deseado para este negocio son padres de familia que trabajen y residan en esa zona. Es así que los datos recopilados fueron por padres y madres de familia que residen, hacen deporte o trabajan en la zona mencionada anteriormente. Las preguntas realizadas en la presente encuesta fueron realizadas para conocer sobre la posible inserción de un centro de niñeras a domicilio.

#### Pregunta No. 1

Ilustración 4. Sexo



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Hombre	49.67%	140
Mujer	50.33%	142
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

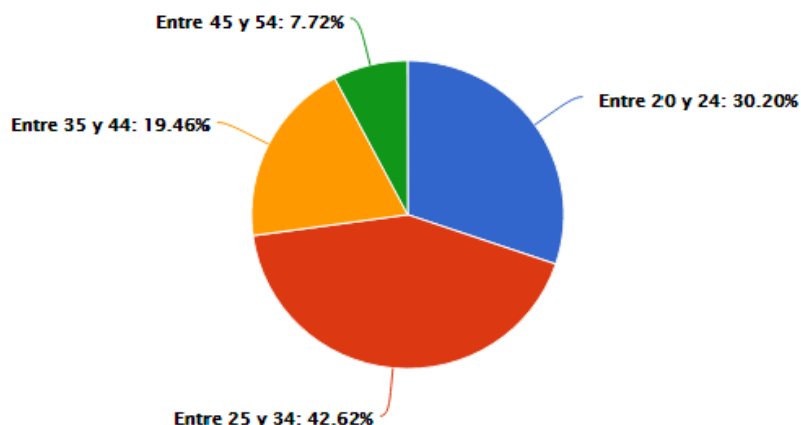
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 1.- De las 282 personas encuestadas, el 49,67% son hombres y el 50,33% de las personas encuestadas son mujeres.

## Pregunta No. 2

Ilustración 5. Edad



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Entre 20 y 24	30.20%	90
Entre 25 y 34	42.62%	127
Entre 35 y 44	19.46%	58
Entre 45 y 54	7.72%	7
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

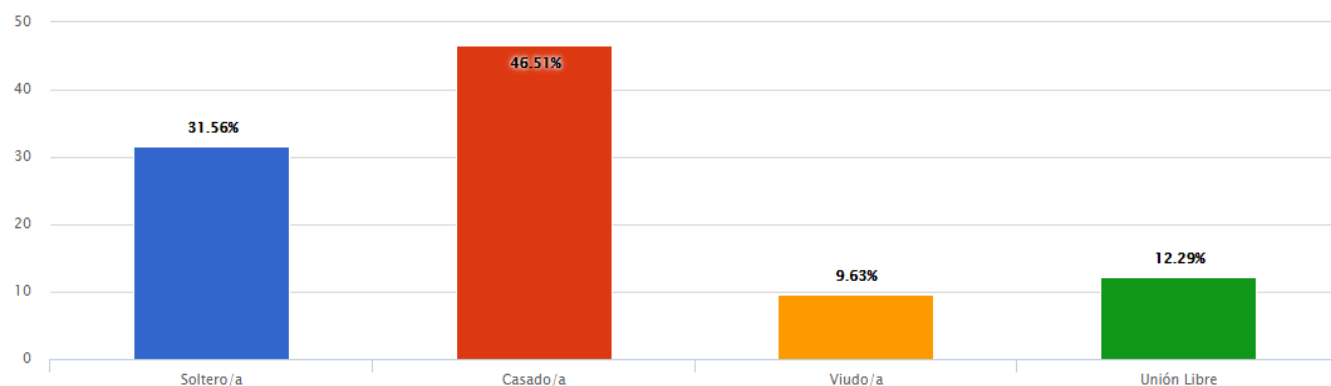
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 2.- Como se puede evidenciar de 282 personas encuestadas, el 42,62% que representa a 127 personas se encuentran entre 25 y 34 años de edad, le sigue el 30,20% representando a 90 personas que se encuentran entre 20 y 24 años de edad y el 19,46% representado por 58 personas encuestas que se encuentran entre 35 y 44 años de edad. Los datos restantes no son considerados debido al número bajo que se obtuvo de la encuesta.

### Pregunta No. 3

Ilustración 6. Estado Civil



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Soltero/a	31.56%	95
Casado/a	46.51%	130
Viudo/a	9.63%	28
Unión Libre	12.29%	29
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

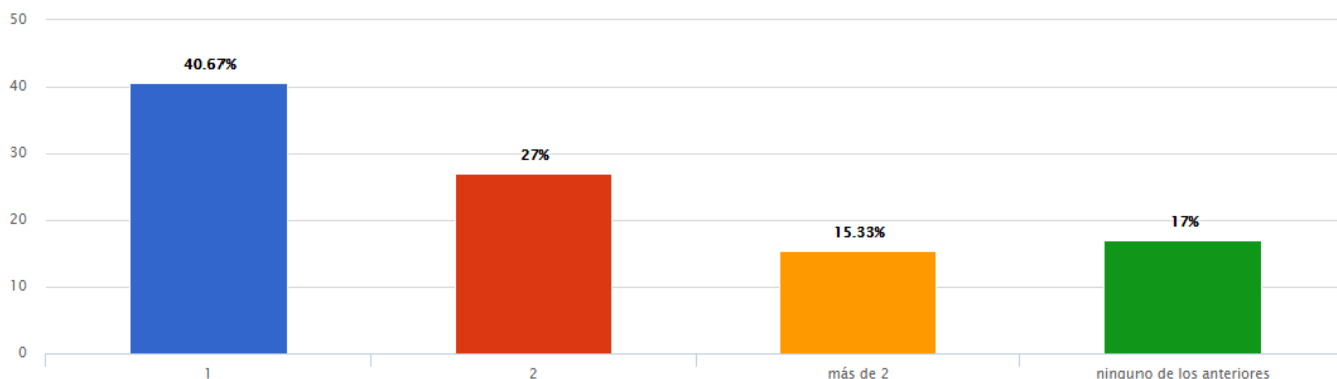
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión Pregunta No. 3.- Se puede evidenciar que el 46,51% equivalente a 130 personas son casadas, seguido por el 31,56% equivalente a 95 personas encuestadas son solteras, el 12,29% equivalente únicamente a 29 personas viven en unión libre y el 9,63% que son 28 personas son viudas.

### Pregunta No. 4

**Ilustración 7. Cuántos hijos menores de edad tiene Usted**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
1	40.67%	112
2	27.00%	81
más de 2	15.33%	43
ninguno de los anteriores	17.00%	46
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

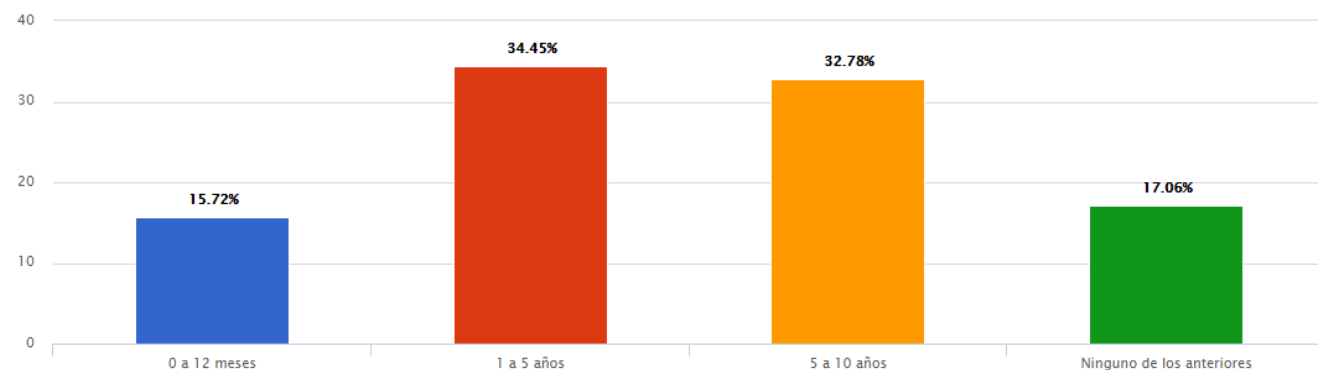
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 4.- El 40,67% de las personas encuestadas que equivale a 112 personas, el 27,00% que son 81 personas, y el 15,33% equivalente a 43 encuestados mencionada que tienen hijos menores de edad, por lo que se puede evidenciar que el segmento es idóneo para ofrecer el servicio de niñeras a domicilio.

### Pregunta No. 5

Ilustración 8. Ubique la edad de su o sus hijos



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
0 a 12 meses	15.72%	47
1 a 5 años	34.45%	93
5 a 10 años	32.78%	88
Ninguno de los anteriores	17.06%	54
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

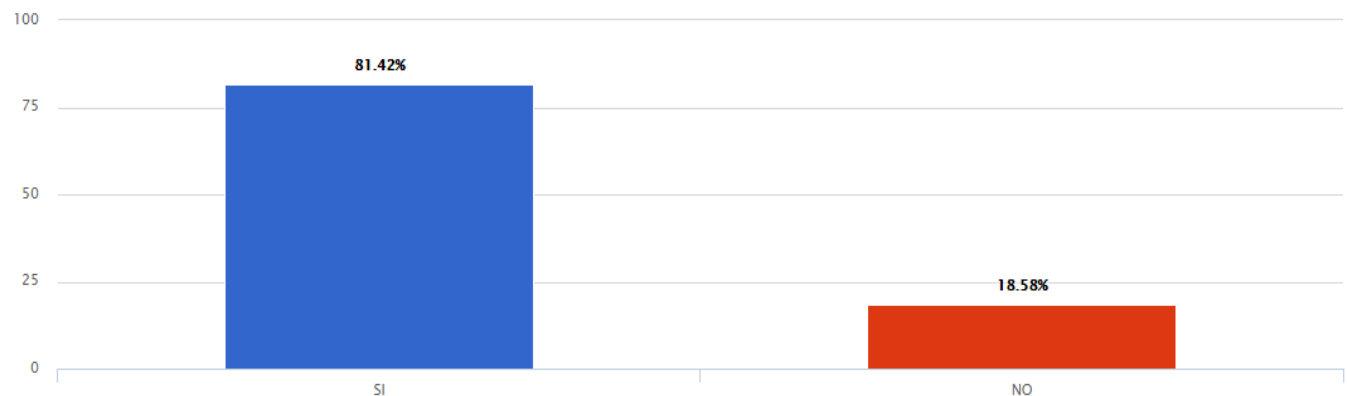
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 5.- El 34,45% equivalente a 93 personas encuestadas menciona tener hijos de 1 a 5 años, el 32,78% es decir 88 personas dicen tener hijos de 5 a 10 años y el 15, 72% equivalente a 47 personas dicen tener hijos de 0 a 12 meses. Estos datos son importantes, pues el servicio se incertará en el mercado de manera eficaz, o al menos eso espera HADAS DE LA GUARDA.

### Pregunta No. 6

**Ilustración 9. Su trabajo demanda de mucho tiempo fuera de casa**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	81.42%	231
NO	18.58%	51
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

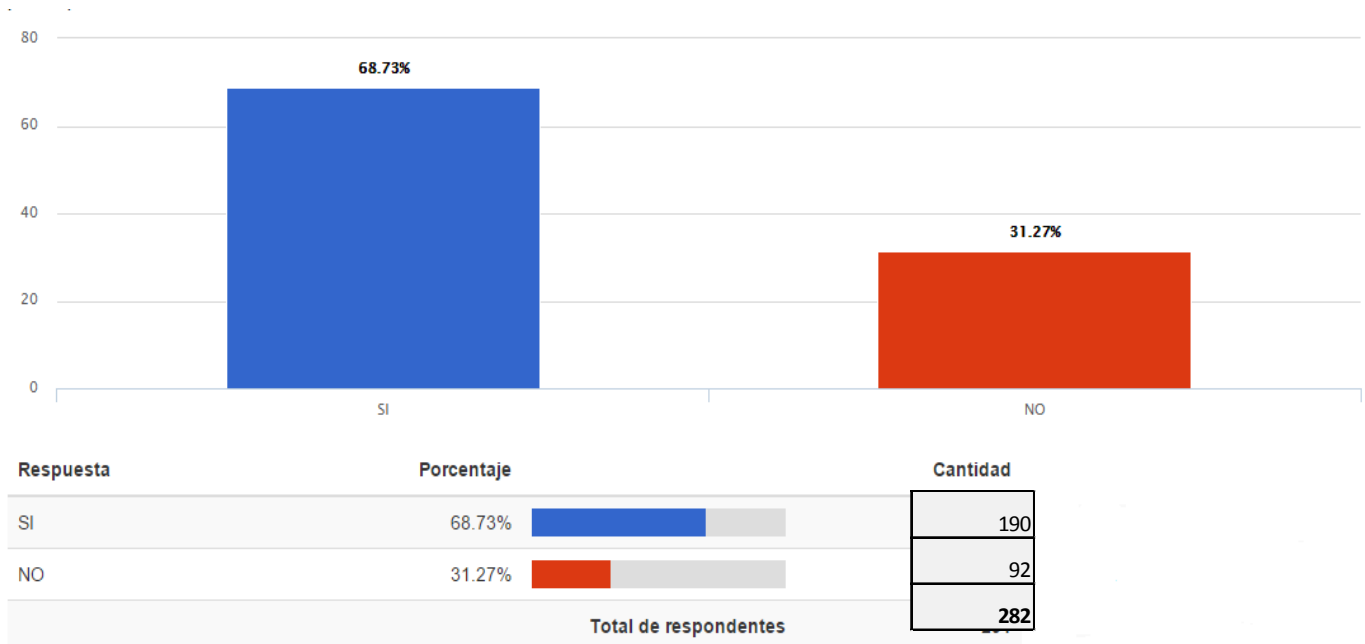
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 6.- Como se puede evidenciar el 81,42% equivalente a 231 personas encuestadas indica que su trabajo demanda demasiado tiempo fuera de casa. Actualmente muchos padres de familia han visto la necesidad de extender sus horas de trabajo y dejar a sus niños encargados con familiares, en centros de cuidado infantil o incluso con personas ajenas a ellos, esto se ve reflejado en los porcentajes obtenidos en las encuestas.

**Pregunta No. 7**

**Ilustración 10. Ha visto la necesidad de encargar a sus hijos para que los cuiden**



Fuente: Encuestas

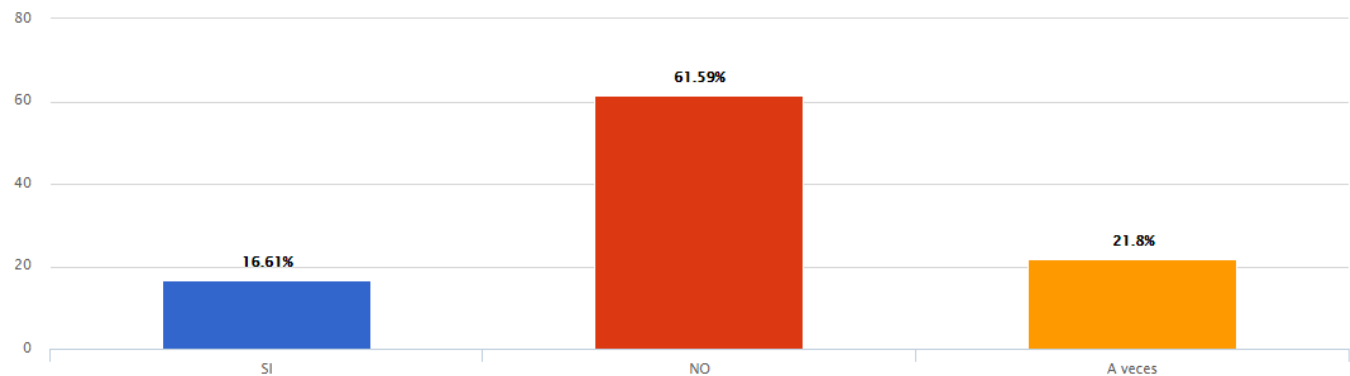
Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 7.- El 68,73% equivalente a 190 personas encuestadas indica que deben dejar encargo a sus niños con personas de confianza debido a la horas jornadas laborales que exigen tener actualmente. Por lo que HADAS DE LA GUARDA puede tomar como oportunidad este porcentaje.



### Pregunta No. 8

**Ilustración 11. Es fácil conseguir una persona de confianza para que cuide a sus hijos**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	16.61%	48
NO	61.59%	171
A veces	21.80%	63
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

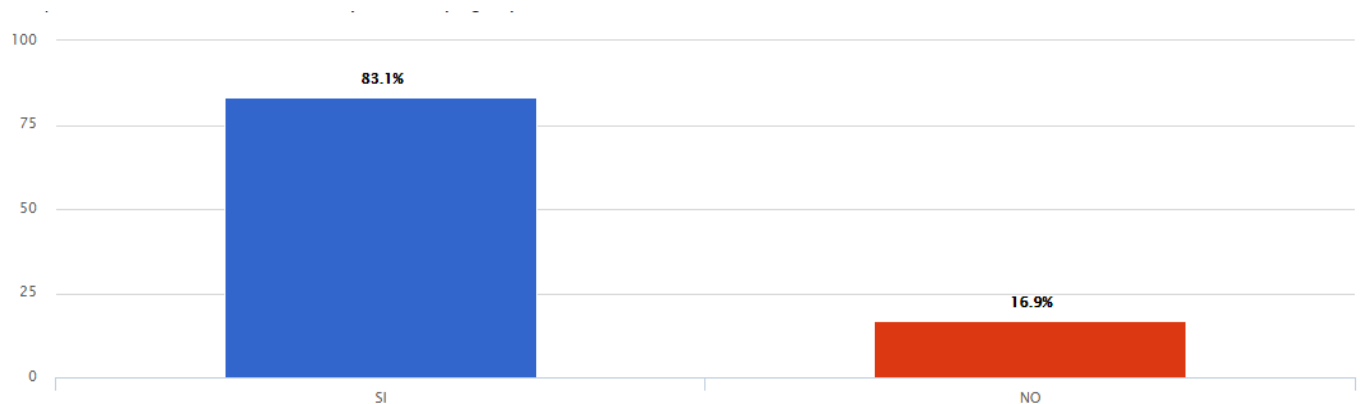
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 8.- De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que el 61,59% con un total de 171 personas encuestadas menciona que no pueden conseguir una persona de confianza para que cuide a sus niños, el 21,80% equivalente a 63 personas consiguen personas de confianza para que cuiden a sus niños con cierta dificultad.

**Pregunta No. 9**

**Ilustración 12. Estaría Usted dispuesto a pagar por un servicio de niñeras a domicilio**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	83.10%	231
NO	16.90%	51
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

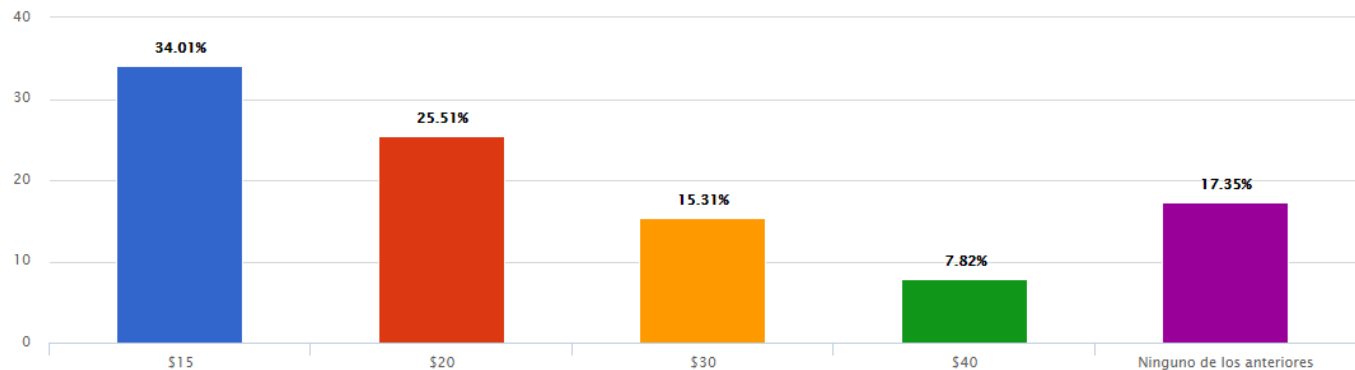
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 9.- Al 83,10% equivalente a 231 personas encuestadas les gusta la idea de contratar un servicio de niñeras a domicilio.

### Pregunta No. 10

**Ilustración 13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de niñeras a domicilio**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
\$15	34.01%	95
\$20	25.51%	68
\$30	15.31%	45
\$40	7.82%	23
Ninguno de los anteriores	17.35%	51
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

Fuente: Encuestas

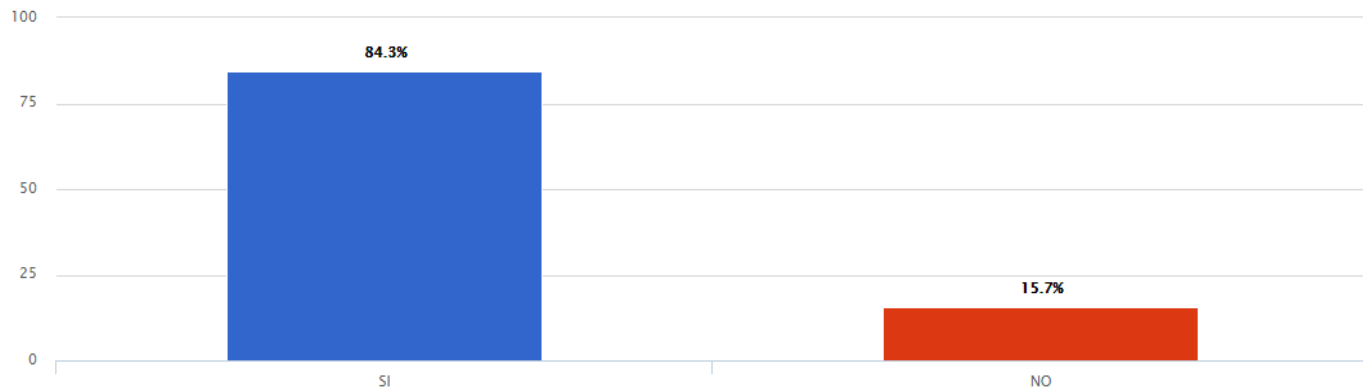
Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 10.- El 34,01% equivalente a 95 personas estarían dispuestas a pagar \$15,00 dólares por el servicio de niñeras, el 25,51% es decir 68 personas podría pagar por este servicio \$20,00 dólares y el 15,31% con un total de 45 personas pagaría por el servicio de niñeras el valor de \$30,00 dólares.

Estos datos ayudan a establecer un valor base para que sea cobrado por el servicio a posibles clientes que contratarían el servicio, tomando en cuenta que HADAS DE LA GUARDA será un negocio nuevo que ingresará al mercado de la ciudad de Quito. Además, es importante tomar en cuenta los valores que han establecido la competencia.

**Pregunta No. 11**

**Ilustración 14. Está de acuerdo que ubiquen cámaras de vigilancia en su domicilio**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	84.30%	236
NO	15.70%	46
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

Fuente: Encuestas

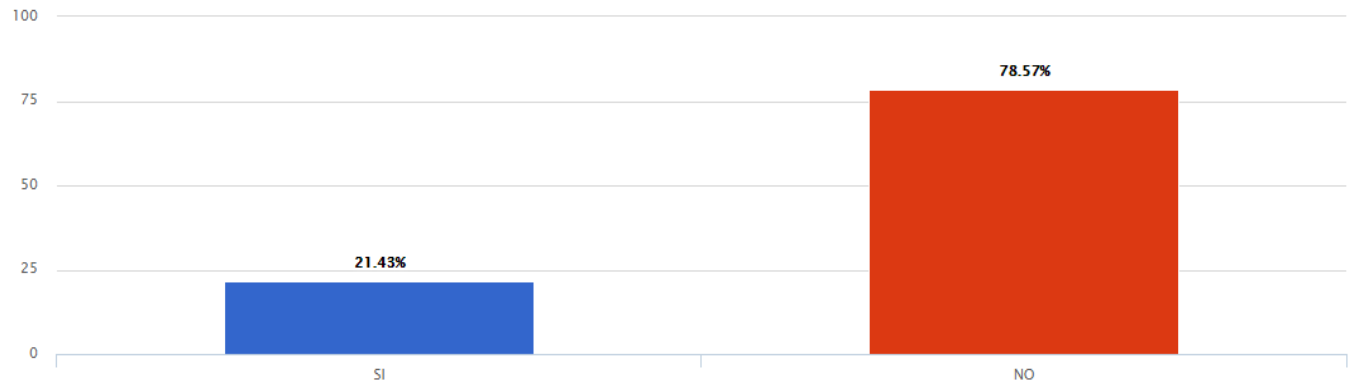
Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 11.- Se puede evidenciar que el 84,30% es decir 236 personas están de acuerdo que se ubiquen cámaras de seguridad en su domicilio durante la permanencia de las niñeras que estarán al cuidado de sus hijos.

Como idea de negocio que tiene HADAS DE LA GUARDA y después de una evaluación detallada de los servicios que ofrece la competencia, se ha considerado importante ofrecer un servicio diferenciador que brinde seguridad y tranquilidad a los padres de familia.

**Pregunta No. 12**

**Ilustración 15. Conoce empresas en Quito que brinden el servicio de niñeras a domicilio**



Respuesta	Porcentaje	Cantidad
SI	21.43%	75
NO	78.57%	207
<b>Total de respondentes</b>		<b>282</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Alava V.

Conclusión pregunta No. 12.-. Un total de 78,57% es decir 207 personas no conocen empresa alguna que brinde el servicio de cuidado infantil y el 21,43% es decir a penas 75 personas conocen de servicios de cuidado infantil.

Por lo tanto, un alto porcentaje de personas encuestas podrían encontrar a este servicio como llamativo y apropiado para contratarlo.

## **CONCLUSIÓN GENERAL AL ESTUDIO DE MERCADO**

Después de un análisis minucioso de cada pregunta, los resultados generales que se obtienen de las personas encuestadas es que el servicio de niñeras que se desea insertar en el mercado, podría tener buena acogida como primer punto debido a que la mayor parte de los encuestados no conocen de la existencia de este tipo de servicios en el mercado quiteño.

Los posibles clientes no han escuchado de la competencia, de empresas como NANNYS HOMME, HANNY'S SCHOOL o PROHOGAR. Sin embargo, se debe considerar que existe un 21% de las personas encuestas, que, aunque el porcentaje es bajo, conocen a empresas que brindan este servicio y ellos podrían ser de alguna manera un tipo de publicidad para que más personas conozcan a la competencia. Para evitar que esto ocurra, se debe agregar valor al servicio que se ofrezca además de garantizar exclusividad con un servicio diferenciado.

Es importante que los valores que se han considerado para cobrar el servicio sean siempre actualizados de acuerdo a la economía de los usuarios sin dejar de lado a la competencia. El servicio debe ser actualizado, innovador y de calidad total.

Si los usuarios van a contratar este servicio, las niñeras deberán ser profesionales y estar constantemente capacitadas, así se logrará mantener clientes estables.

## CAPÍTULO III

### PLAN DE MARKETING

La propuesta de Marketing de la empresa HADAS DE LA GUARDA posee la importante función de manejar y coordinar estrategias de venta, es decir que se encarga de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente, obteniendo ganancias al mismo tiempo.

Esta tarea se desempeñará dentro y fuera de la empresa. El objetivo principal es ubicar y posicionar la empresa en el mercado, e incrementar las ventas o los ingresos.

Para el desarrollo estratégico de este negocio es importante establecer objetivos que a corto y largo plazo sean ejecutables a medida que se vaya implementando el negocio de niñeras.

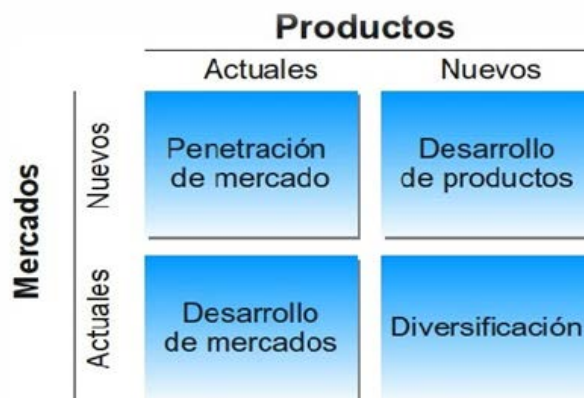
#### 3.1. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

- ✓ Posicionar la marca en el mercado, como la única empresa en el Ecuador de atención a niños mediante niñeras a domicilio con un servicio de cámaras incorporadas.
- ✓ Formular estrategias de precio acorde a las necesidades del cliente.
- ✓ Crear un mix de marketing para la empresa Hadas de la Guarda
- ✓ Dar a conocer los servicios en el mercado
- ✓ Fidelizar a los clientes.
- ✓ Lograr la satisfacción de los clientes.
- ✓ Incrementar anualmente en un 15% la cartera de clientes gracias a la publicidad.
- ✓ Lograr un nivel de reconocimiento de marca, por medio de diversas campañas de comunicación y alianzas estratégicas.

### 3.2. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

A continuación, se presenta una matriz que servirán de guía para desarrollar un mejor plan de marketing con enfoque al crecimiento económico y alta participación dentro del mercado quiteño.

**Ilustración 16. Matriz de Ansoff**



Fuente: Emprende Pymes (página WEB)

Elaborado por: Mayra Álava V.

*Matriz conocida como producto/mercado o vector de crecimiento, sirve para identificar oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una organización. Es decir, en esta matriz se expresa las posibles combinaciones producto/mercado en que la empresa puede basar su desarrollo futuro. Describe las distintas opciones estratégicas posicionando las mismas según el análisis de los componentes principales del problema estratégico o factores que lo definen. (Wikipedia, 2015)*

La empresa es nueva en el mercado y su actividad económica y administrativa inicia en el 2016, HADAS DE LA GUARDA realizará una planificación estratégica nueva pensada y enfocada en un servicio nuevo, de calidad e interés del cliente, con lo que deseará conocer sobre su oferta y demanda dentro del mercado. Con el plan de marketing a desarrollar se



buscará que los servicios prestados ocupen el primer lugar, es decir que tenga una alta participación en el mercado para tener también un alto crecimiento.

Las estrategias de negocio deben ir encaminadas a aprovechar el crecimiento constante del mercado y ganar clientes rápidamente. El camino correcto a seguir es invertir en campañas de crecimiento de mercado y captación de nuevos clientes.

### **3.2.1. Estrategia de Venta**

Estrategia de ventas son acciones que se llevan a cabo con el fin de cumplir objetivo de ventas propuestos.

Es importante conocer la propuesta de venta de una determinada acción comercial, esta puede incluir o no los beneficios del servicio.

Como el centro de niñeras a domicilio es nuevo en el mercado se ha considerado implementar las siguientes estrategias de ventas:

**Uso de referidos:** consiste en que clientes o no que conocen del Centro de Niñeras a Domicilio puedan informar a terceros sobre el servicio de cuidado infantil a domicilio, como un tipo de publicidad boca a boca.

Para que la empresa pueda tener referidos se realizará la entrega de flyers fuera de instituciones educativas, por ejemplo, en la zona donde se encuentra en colegio SEK y se pueden encontrar un sin número de instituciones educativas más.

**Uso de testimonios:** consiste en el uso de testimonios de clientes que hayan quedado satisfechos con el servicio de cuidado infantil.

Estos testimonios se los puede publicar en folletos, página web, anuncios impresos o en cualquier otro medio publicitario, o simplemente se puede optar por nombrar los clientes importantes que haya tenido el negocio, al momento de tratar de vender el servicio.

**Uso servicio diferenciador:** ofrecer a los clientes un servicio innovador y con altos índices de calidad como es el uso de cámaras inalámbricas en las casas de padres de familia durante la visita de la niñera. Estas cámaras serán la diferencia entre la competencia y ofrecerán a los clientes seguridad y tranquilidad mientras están fuera de casa lo cual servirá como una fuerte estrategia de ventas.

### 3.2.2. Estrategia de Precio

Son métodos que las empresas usan para asignar precios a sus productos y servicios.

El precio del servicio a ofrecer es un factor muy importante ya que este va a tener un efecto crucial en la utilidad de este negocio, irá de la mano con el posicionamiento de la empresa. Mientras más padres complacidos con el servicio, más niños cuidará la empresa y mejores serán los ingresos.

Para este proyecto se usará la **estrategia de precios de descremación o selectiva:** *Según Stanton, Etzel y Walker, poner un precio inicial relativamente alto para un producto nuevo se le denomina asignación de precios descremados en el mercado. De ordinario, el precio es alto en relación con la escala de precios esperados del mercado meta. Esto es, el precio se pone al más alto nivel posible que los consumidores más interesados pagarán por el nuevo producto. (Stanton , Etzel, & Walker , 2004).*

Se ha considerado determinar esta estrategia por el servicio diferenciador que se ofrecerá al segmento, estas son la incorporación de cámaras de seguridad inalámbricas para que los padres de familia puedan mantener vigilados a sus hijos mientras son cuidados.

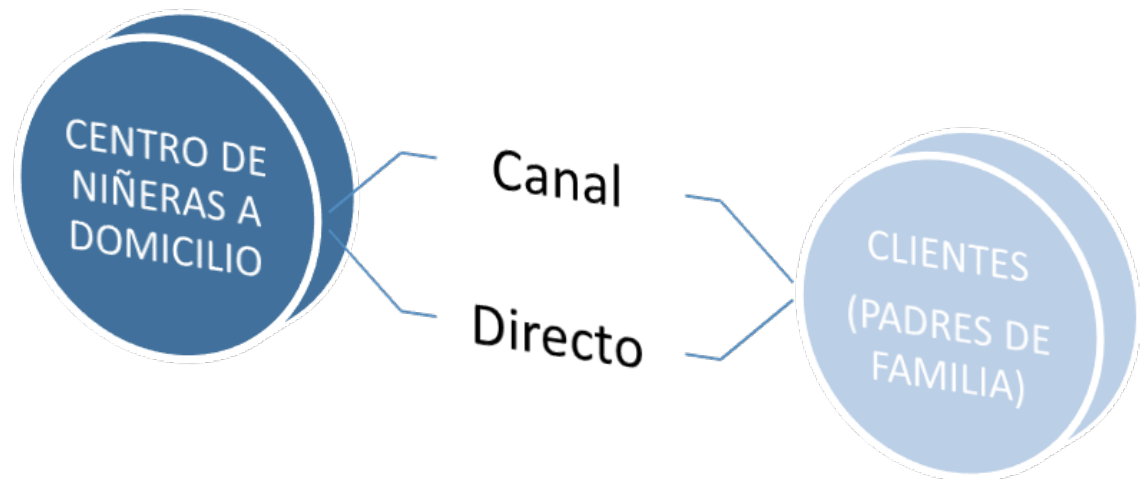
Se aplicará esta estrategia fijando un precio inicial elevado al servicio de niñeras a domicilio para que sea adquirido por consumidores que realmente deseen obtener este servicio y tengan capacidad económica para hacerlo. Una vez satisfecha la demanda de este segmento y conforme el servicio avanza su ciclo de vida, se puede ir reduciendo el precio para aprovechar y llegar también a segmentos más sensibles.

Esta estrategia de precios tiene varios propósitos: Proveer márgenes de utilidad sanos (para recuperar los costos de investigación, desarrollo y publicidad), connotar alta calidad, proporcionar flexibilidad a la empresa (pues porque es mucho más fácil bajar un precio inicial que topa con la resistencia del consumidor que subirlo si ha resultado demasiado bajo para cubrir los costos).

### **3.2.3. Estrategias de Canales de Distribución**

La estrategia de canales distribución que se implementará es la **directa**, el servicio se orientará tanto a los padres y madres de familia que se encuentran ocupados por sus actividades laborales y a la vez preocupados por el cuidado de sus hijos; así como para las niñeras que quieran adquirir nuevas experiencias y conocimientos con relación al cuidado de niños.

**Ilustración 17. Canal de Distribución Directo**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

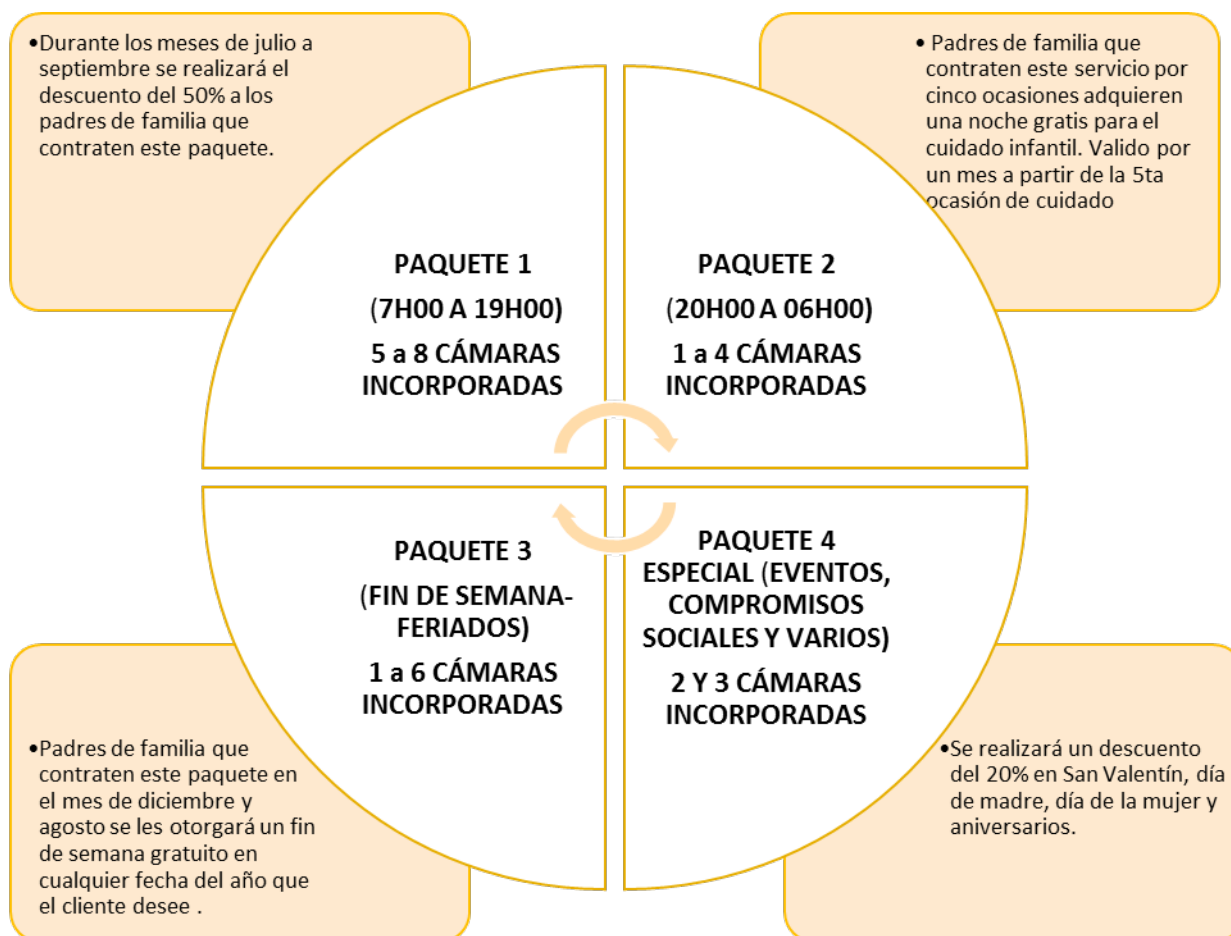
Se ha considerado un canal de distribución directo sin intermediarios, por tanto, la empresa desempeña y gestiona la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte y aceptación de riesgos, así como el contacto directo con los clientes.

#### **3.2.4. Estrategia Promocional**

Es un incentivo incremental de corto plazo a los consumidores o clientes para influenciar el comportamiento de compra.

Paquetes promocionales que se detallan a continuación:

**Ilustración 18. Paquetes promocionales**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Los paquetes promocionales detallados en la ilustración son proyectados para el primer año y serán actualizados anualmente. Se pretende captar el 1% de la participación de la empresa en el mercado, El plan piloto cubrirá única y exclusivamente la ciudad de Quito.

- ✓ Se dispondrá de catálogos comerciales, para que nuestros clientes puedan conocer sobre nuestros servicios y de igual forma puedan mostrarlos y así manejar una publicidad boca-boca.

### 3.2.5. Criterios de marketing digital aplicado al negocio

La imagen de la empresa hacia los clientes es la de un centro de niñeras a domicilio confiable, destacado por ética, valores humanos y profesionalismo. Se han establecido los siguientes medios que permitirán llegar a los clientes:

**Página Web:** la creación de una página web completa, que sea innovadora, interactiva y dinámica. La información será constantemente actualizada, los padres de familia tendrán la opción de seleccionar paquetes, promociones, forma de pago, chats interactivos con otros padres de familia. Además, los clientes tendrán acceso a información de la empresa, sus niñeras, experiencia en cuidado infantil, números de contacto y dirección.

**Correo electrónico:** este medio se usará con frecuencia ya que los padres de familia podrán contactar a la empresa y realizar preguntas en cuanto a paquetes, cuidado infantil, sistema de seguridad. Además de que la empresa enviará correos masivos a empresas que se encuentren en la zona segmento de este negocio.

**Uso de redes sociales:** como Facebook, Twitter o YouTube, sobre todo, si el público objetivo está conformado por personas que trabajan constantemente y se mantienen actualizados mediante estos medios.

Para este tipo de estrategia se podría crear una página en Facebook o abrir una cuenta en Twitter y tratar de captar seguidores, mantener comunicación con ellos, y luego promocionarles los servicios; o, por ejemplo, se podría subir un video a YouTube en donde se muestra actividades realizadas por la empresa.

## Aplicación de SEO – SEM

Es importante que la empresa pueda contar con una estrategia de marketing digital cuyo objetivo sea generar tráfico a un sitio web con costos reducidos, por lo que se puede optar por distintas herramientas. Las más eficaces en cuanto a coste-resultado se detallan a continuación:

**SEO, Search Engine Optimization en inglés, significa “Optimización para Motores de Búsqueda”**. Es el posicionamiento en buscadores de forma orgánica y natural.

**SEM significan Search Engine Marketing o Marketing de Buscadores** y se refiere a la gestión eficaz de enlaces patrocinados en los motores de búsqueda.

Hadas de la Guarda debe posicionar los servicios que ofrece en buscadores, por lo tanto, y de acuerdo a un análisis, lo más rentable es realizar una estrategia de posicionamiento SEO que ayude a reforzar el prestigio de la marca a largo plazo; pero, que también, durante los primeros meses se encuentre apoyada con una campaña de posicionamiento SEM, ya que los resultados del SEO no son inmediatos.

Para establecer estas estrategias como primer paso se debe velar por la calidad en el servicio y satisfacción de los padres de familia. Una vez ganado eso, se desarrollará una estrategia SEO que permita a la empresa llegar a clientes potenciales a través de los buscadores. Para ello es necesario trabajar a fondo en la parte técnica como en el contenido de la misma. Del mismo modo la cantidad y calidad de enlaces que apunten al sitio, es un elemento muy importante en esta estrategia, pues solo así se logrará estar en las primeras posiciones del buscador.

En cuanto al apoyo de la campaña (adwords) SEM es necesario promocionar puntualmente el nuevo servicio de niñeras a domicilio para llegar a todo el público posible, aprovechando la

ventaja de segmentación que tiene este mecanismo. Para lograr esta campaña se debe tener presencia y visibilidad a través de anuncios de pago o espacios publicitarios tanto en las páginas de resultados de los buscadores como en multitud de sitios web y se los puede desarrollar a manera de anuncios de texto, imágenes, gráficos animados e incluso anuncios en formato de video.

### **3.3. APLICACIONES MARKETING MIX**

Las estrategias de Marketing Mix son muy importantes para las empresas es por esto que después de realizar la investigación de mercado, encontramos una demanda insatisfecha generada porque no se ha prestado atención a este segmento de mercado.

En la investigación hallamos que el servicio tiene un nivel de aceptación del 83%, ya que la mayor parte del mercado tiene que acudir a familiares cercanos o a personas desconocidas para encargar a sus niños.

El centro de niñeras a domicilio presenta como componentes de Marketing Mix los siguientes:

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

Estos cuatro elementos están interconectados entre sí con las necesidades de los consumidores.

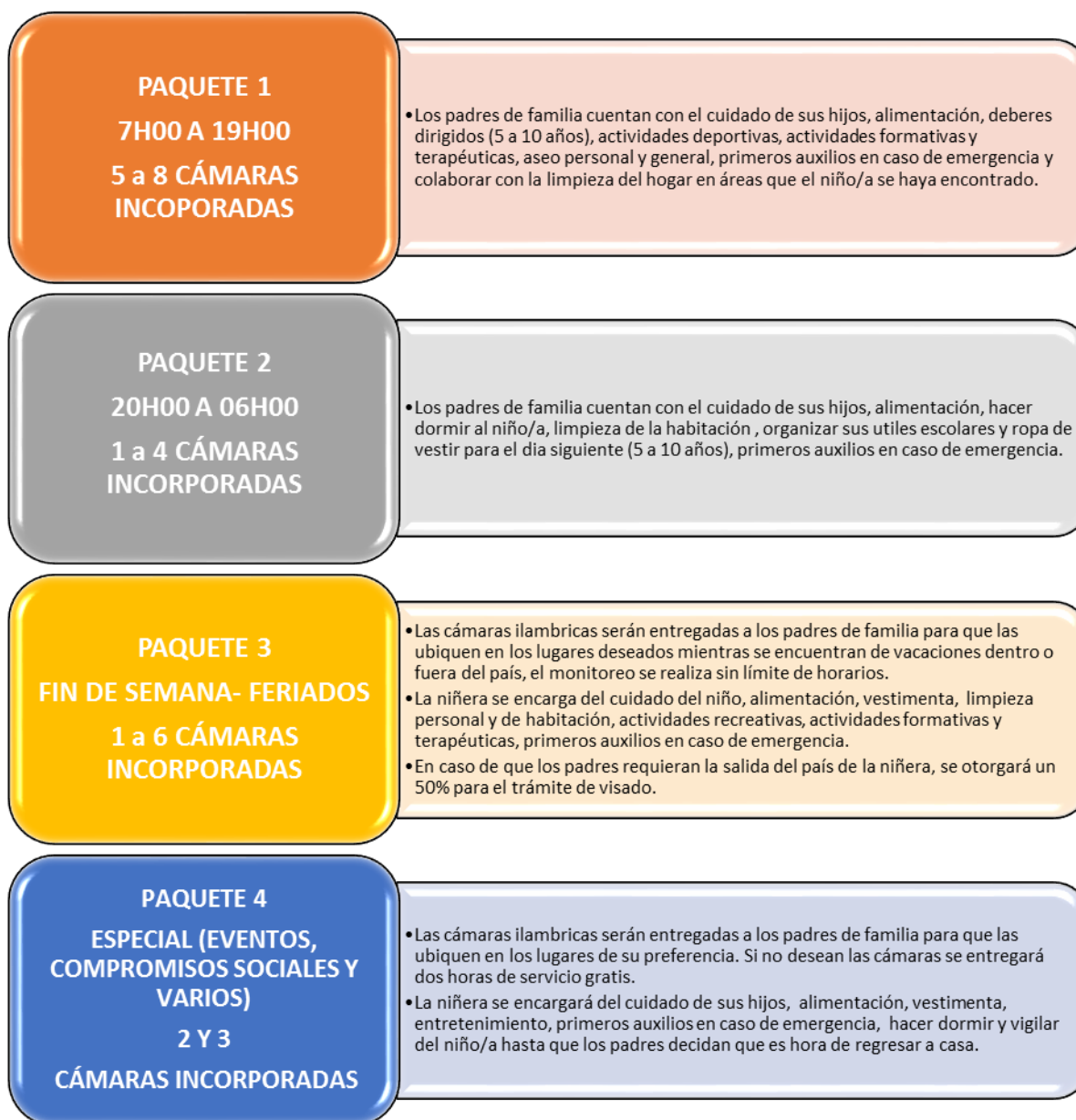
#### **3.3.1. Producto / Servicio**

La presencia de un producto o servicio es el medio por el cual se puede satisfacer las necesidades y expectativas del cliente o consumidor. Es así que “HADAS DE LA GUARDA” presenta los servicios de cuidado de niños que se ofrecerá al mercado meta de manera eficaz y oportuna. Este servicio se encontrará en el mercado para satisfacer las necesidades de aquellos padres de familia que no disponen de tiempo necesario para cuidar a sus hijos.



Actualmente este tipo de servicios exigen calidad y dedicación para lograr altos niveles de confiabilidad mismos que son ejecutados a través de técnicas en el cuidado de niños. Por ese motivo se ha considerado poner a disposición de los clientes los siguientes PAQUETES:

**Ilustración 19. Lista de Paquetes del Centro de Niñeras**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Además, como parte del servicio se presenta un diseño para la marca HADAS DE LA GUARDA con miras al agrado de los padres de familia que pueden solicitar el servicio.

Ilustración 20. Diseño de Marca



Fuente: FreeLogo Services Customer

Elaborado por: Mayra Álava V.

Presentación de colores:



Naranja: felicidad, entusiasmo



Amarillo: emoción, estimulación, búsqueda de atención



Blanco: pureza, bondad, inocencia



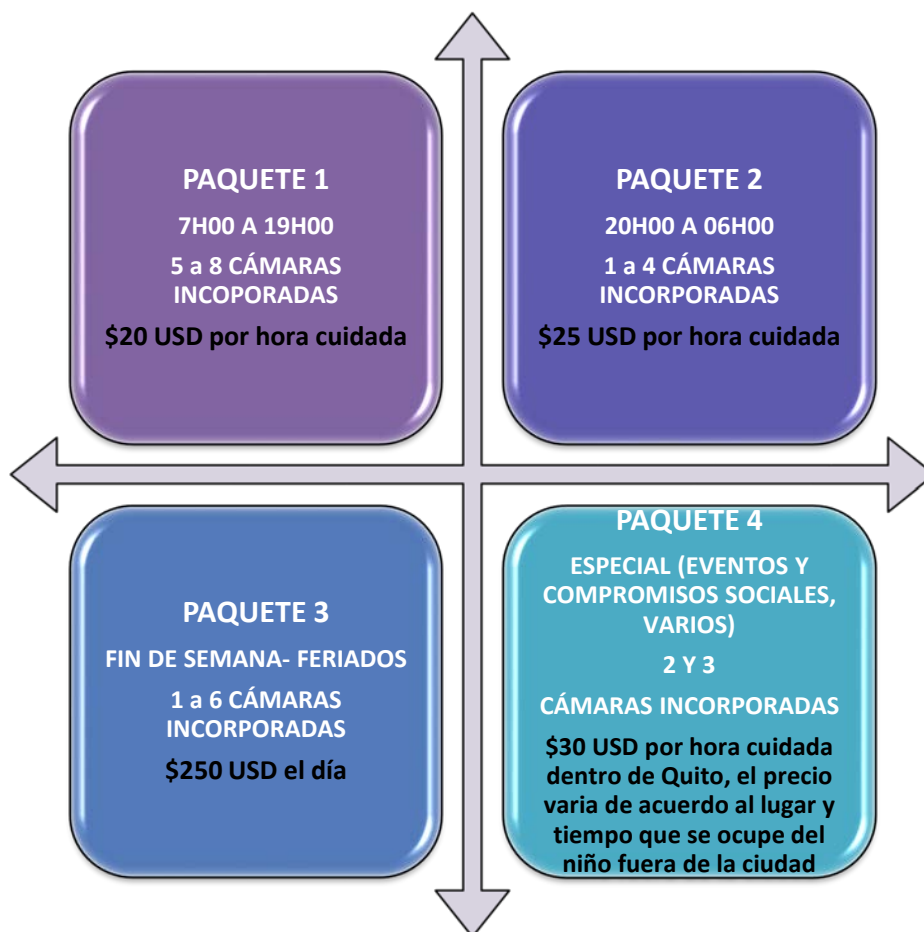
Azul: confiable, seguro.

### 3.3.2. Precio

Toda empresa debe considerar en poner un precio inicial cuando se desarrolla un nuevo producto o se ofrece un nuevo servicio, para la fijación de los precios se tomará en cuenta los servicios y el valor agregado diferenciador (cámaras de seguridad incorporadas) que se entregará al cliente.

Los precios de este servicio oscilan entre: \$20 a \$35 por hora de servicio prestado, esto de acuerdo a lo establecido en cada paquete como se detalla en el siguiente cuadro:

**Ilustración 21. Precios**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Los precios se establecerán con un margen de utilidad, asegurando que el precio al consumidor sea el correcto.

### **3.3.3. Plaza**

Se ha considerado prioritario ubicar el Centro de Niñeras a Domicilio en el sector La Carolina del norte de Quito ya que es una zona de constante crecimiento empresarial y familiar. HADAS DE LA GUARDA, ha definido su mercado para trabajar directamente con el cliente.

### **3.3.4. Promoción (Mezcla de Comunicación)**

Se entregará un valor agregado a los servicios que se ofrecen brindando combos promocionales los cuales se adaptarán a las necesidades de los clientes.

**Regalos promocionales de la marca:** hacer obsequios funcionales puede ser una acción promocional más efectiva que entregar simples tarjetas de negocios. Ubicar la imagen del negocio en un imán, un esferográfico o un llavero. Estos son regalos que se pueden entregar y que los clientes pueden usar, mantienen al negocio a la vista del cliente.

## **Publicidad**

Se utilizará publicidad ATL y BTL para promocionar los servicios.

### **✓ ATL**

Se realizará la contratación de espacios comerciales como radio, flyers y tarjetas de presentación, ofreciendo servicios a clientes potenciales a través de los siguientes medios de información.

## **Radio**

El servicio se anunciará en emisoras de rating alto dirigido al segmento al cual va enfocado este servicio. El tipo de publicidad que se usará dentro de esas emisoras será a manera de auspicio en horarios de oficina rotativos, por ejemplo: 10h00 - 12h00 – 15h00.

Dentro de los auspicios se tendrá el saludo, 3 menciones y despedida. Se realizará los días lunes, miércoles y jueves durante 6 meses como febrero, mayo, julio, agosto, noviembre y diciembre, meses clasificados como feriados o vacaciones escolares para la región sierra. EL valor aproximado del auspicio se ubica entre \$2500 y \$4000 dólares mensuales.

También se realizará contacto mediante llamadas telefónicas, anuncios publicitarios, internet y otros medios similares.

✓ **BTL**

**Eventos de apreciación a los clientes:** Un evento de apreciación para los clientes en almacenes de ropa de bebé o jugueterías donde se pueda explicar sobre el servicio de cuidado infantil a domicilio y de manera gratuita brindar a los verdaderamente interesados dos horas de servicio en evento y compromisos sociales. El énfasis en la parte de apreciación del evento, sin necesidad de compra, es una forma efectiva de atraer no sólo a los clientes regulares sino a otros potenciales. Pizza, perros calientes y gaseosas son alimentos no costosos que pueden usarse para hacer que el evento sea más atractivo. Colocar los productos de manera conveniente antes de que comience el evento asegurará que los productos que quieres promocionar sean altamente visibles cuando lleguen los clientes.

## **Tarjetas de presentación**

A través de las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de los padres de familia. Las tarjetas serán distribuidas a personas que soliciten información y a personas conocidas para que entreguen a sus familiares, amigos, vecinos, compañeros de trabajo y otros.

Ilustración 22. Tarjeta de Presentación



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

**Marketing Directo:** Este tipo de publicidad es importante pues aquí se muestra el interés del cliente por el servicio con el famoso boca a boca, y esto se puede desarrollar con la ayuda de los siguientes canales de comunicación:

**flyers**

Para dar a conocer rápidamente la existencia de la empresa, con activación de puntos estratégicos, esto con la entrega de flyers en instituciones educativas como el Colegio SEK y sus alrededores donde se ubican un sin número de instituciones educativas más. Esto con la finalidad de captar mayor cantidad de clientes.

**Publicidad de miedo:** aquí se puede intimidar a las personas poniendo miedos sobre el lugar y las personas que están a cargo del cuidado de sus hijos y mencionando que en Hadas de la Guarda el cuidado es de primera y alentando a probar el servicio.

## CAPÍTULO IV

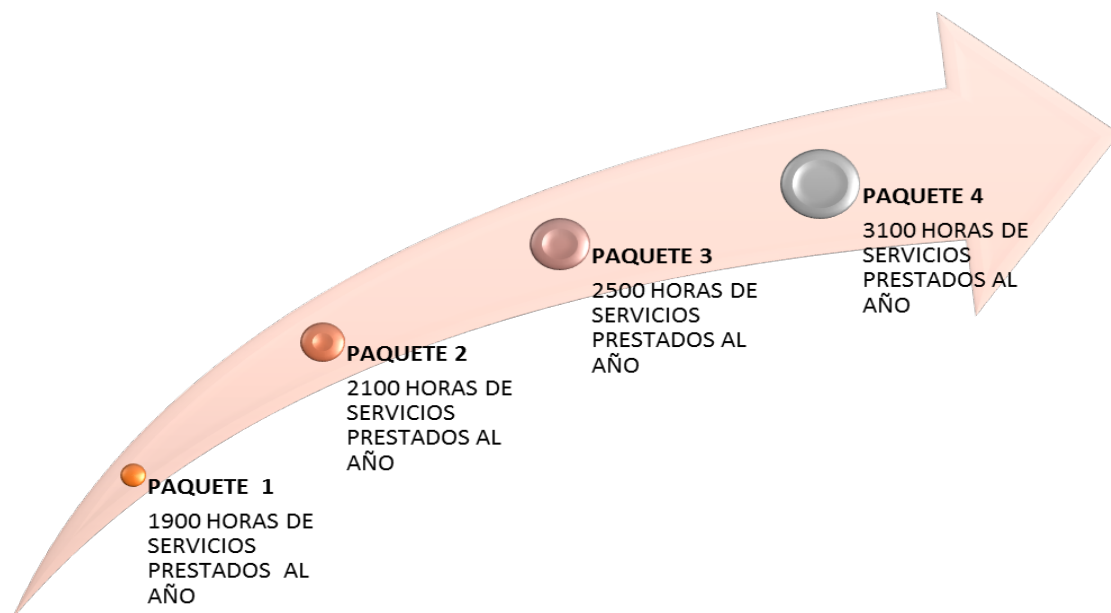
### ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se determinan los requerimientos técnicos necesarios para la operación de esta empresa, estos se basarán en los resultados obtenidos en capítulos anteriores, los que nos permitieron tener una visión clara del mercado al cual vamos a ingresar. Es necesario conocer los aspectos técnicos como el tamaño del proyecto, localización, recurso humano, etc., para el correcto funcionamiento del centro de niñeras a domicilio.

#### 4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está definido por la cantidad de servicio que se brinde, por lo que se expone el servicio de niñeras a domicilio de la siguiente manera:

**Ilustración 23. Cantidad de servicios en horas prestados al año**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Para obtener la cantidad de servicios que se ofrece dentro de cada paquete se estableció la cantidad de horas trabajadas que debe tener cada niñera (1920 horas al año), multiplicarlo por la cantidad de niñeras contratadas. Las horas por paquete consideraron de acuerdo al uso de cada uno, tomando en cuenta que el paquete top de la empresa es el paquete 4.

#### 4.1.1. Estimado de Ventas: flujos proyectados

A continuación, se presenta en la tabla No. 4 los datos de hogares y población segmentada por sexo y grupo de edades que se encuentran localizados dentro de la Administración Zonal Eugenio Espejo (norte de la ciudad de Quito).

**Tabla 2. Indicadores de hogares y grupo de edades en el DMQ**

POBLACIÓN E INDICADORES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO								
DESCRIPCIÓN			TOTAL DISTRITO	QUITO		RURAL	ADMINISTRACIÓN ZONAL	
				Urbano	Disperso		EUGENIO ESPEJO	
HOGARES			2010	641.214	469.388	2.368	169.458	124.678
			2001	486.278	379.926	-	106.352	105.177
			POBLACIÓN 2010					
Grupos de Edad	Hombres	Total Hombres	1.088.811	778.742	4.578	305.491	184.467	
		Menos de 5 años	102.745	72.399	511	29.835	14.540	
		Niños (5-11)	147.914	103.536	704	43.674	20.338	
	Mujeres	Total Mujeres	1.150.380	830.676	4.537	315.167	204.241	
		Menos de 5 años	98.992	69.699	448	28.845	13.832	
		Niños (5-11)	144.308	101.057	718	42.533	19.957	

Fuente: Ilustre Municipio de Quito (Indicadores, 2010)

Elaborado por: Mayra Álava V.

Estos datos sirven para proyectar un flujo de ingresos de acuerdo a la cantidad de hogares y número de niños entre 0 y 10 años de edad que residen en esta zona.

Para desarrollar un correcto flujo de ingresos es necesario conocer la proyección estimada anual, referente al crecimiento poblacional de acuerdo a hogares que existen dentro de la Administración Zonal Eugenio Espejo (zona norte de Quito). Para lo que se ha obtenido los



datos del MDMQ de acuerdo a la población y se realizó un desglose por grupos de edades de acuerdo al segmento, en este caso niños y niñas de 0 a 10 años de edad, además de tomar en cuenta el medio rural y urbano del distrito.

**Tabla 3. Cálculo estimado de ventas y flujo de ingresos proyectados**

PROYECCIÓN DE INGRESOS ESTIMADO A 10 AÑOS CON EL 3% DE CRECIMIENTO ANUAL														
CLASIFICACIÓN DE SERVICIOS	HORARIOS DE ATENCIÓN	VALOR	CANTIDAD SERVICIOS PRESTADOS EN EL AÑO POR HORAS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
				PAQUETE 1	7AM A 19PM	20	1900	38000,00	39140,00	40314,20	41523,63	42769,33	44052,41	45373,99
PAQUETE 2	20H00 A 6H00	25	2100	52500,00	54075,00	55697,25	57368,17	59089,21	60861,89	62687,75	64568,38	66505,43	68500,59	70555,61
PAQUETE 3	FIN DE SEMANA / FERIADOS	250	2500	625000,00	643750,00	663062,50	682954,38	703443,01	724546,30	746282,69	768671,17	791731,30	815483,24	839947,74
PAQUETE 4	ESPECIAL (EVENTOS Y COMPROMISOS SOCIALES, VARIOS)	30	3100	93000,00	95790,00	98663,70	101623,61	104672,32	107812,49	111046,86	114378,27	117809,62	121343,91	124984,22
<b>TOTAL</b>			<b>9600</b>	<b>\$808.500,00</b>	<b>\$832.755,00</b>	<b>\$857.737,65</b>	<b>\$883.469,78</b>	<b>\$909.973,87</b>	<b>\$937.273,09</b>	<b>\$965.391,28</b>	<b>\$994.353,02</b>	<b>\$1.024.183,61</b>	<b>\$1.054.909,12</b>	<b>\$1.086.556,39</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

Como se puede verificar en la tabla No. 3, HADAS DE LA GUARDA ha proyectado sus ingresos de acuerdo a la cantidad de servicios prestados en el año y el valor para cada paquete. Esta proyección está desarrollada a 10 años tomando en cuenta el incremento anual del 3%.

De acuerdo al tipo de servicio y giro de negocio se manejará la capacidad de la siguiente manera:

**a) Capacidad efectiva:**

Por ser un negocio de cuidado de niños a domicilio, los meses más demandados para contratar el servicio varían de la edad del niño/a y de las actividades de los padres. Es así que

el punto de equilibrio para este negocio es de 5 niños cuidados por día y 158 niños cuidados por mes.

**b) Capacidad instalada:**

La capacidad instalada es la cantidad máxima de servicios que pueden obtenerse durante un tiempo determinado, es así que el centro de niñeras a domicilio tiene una capacidad máxima de atender a 190 niños en el mes con un nivel de utilización del 83%.

**4.1.2. Proceso de contratación de servicios**

Una de las mejores maneras de satisfacer al cliente es ofrecer altos estándares en cuanto a servicio. Por lo tanto, se brindará más que un servicio, un valor agregado, un extra diferenciador de la competencia.

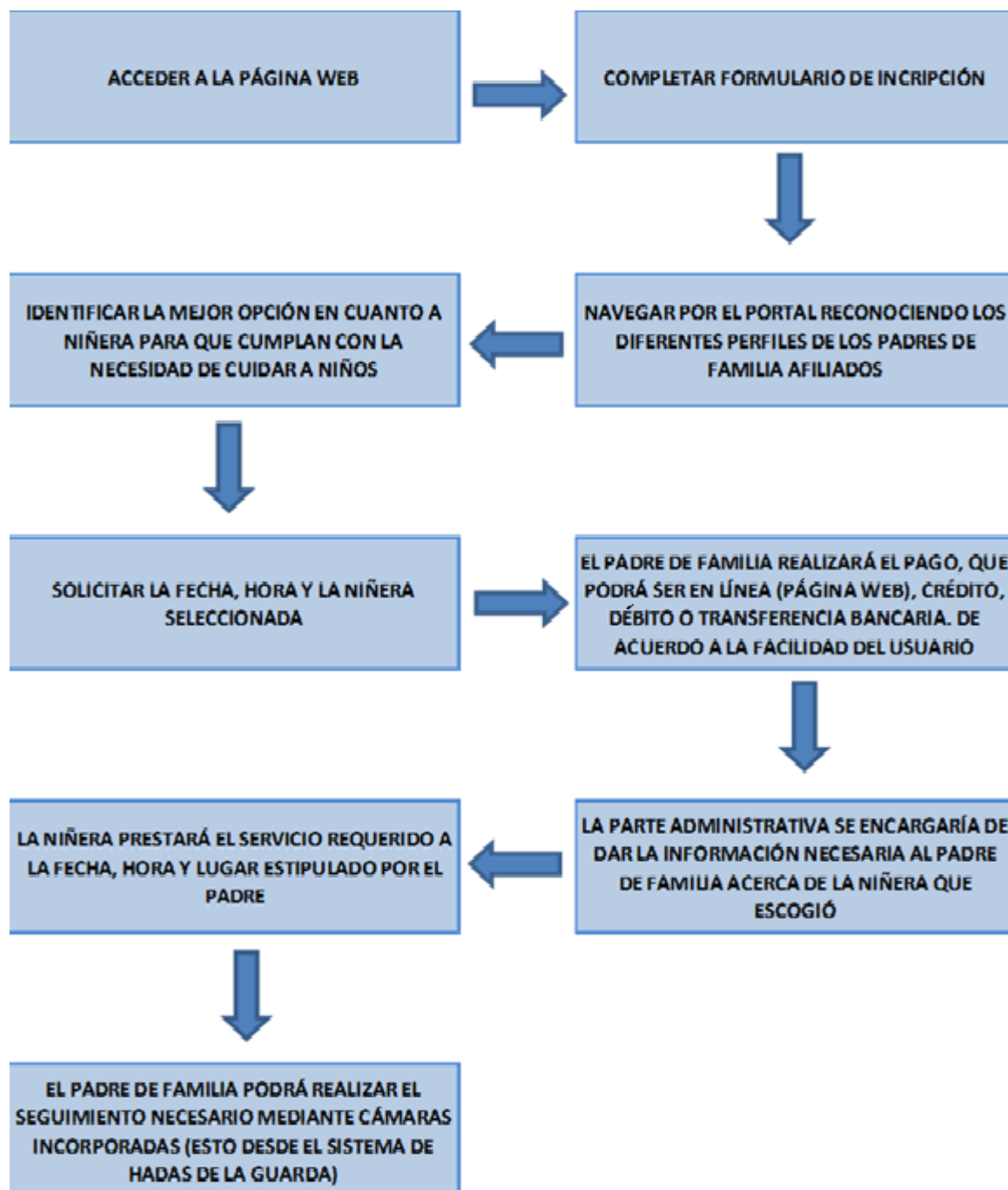
La estrategia de servicio al cliente que manejará HADAS DE LA GUARDA va a involucrar a todo el personal de la empresa, pues de ellos dependerá el crecimiento que tenga este negocio. Además, a través del sitio web se va a chequear el nivel de servicio al cliente y así de manera periódica si es necesario realizar ajustes en el servicio.

Se utilizará dos medios de comunicación para realizar contacto con los padres de familia interesados en el servicio:

**Vía telefónica:** donde el usuario solicita el servicio y de acuerdo con la disponibilidad, se asignará una niñera las horas y días requeridos.

**Página Web:** se describen los pasos que deben seguir los usuarios, en este caso los padres de familia que estén interesados por los servicios de niñeras. A continuación, detalle:

**Ilustración 24. Proceso de contratación de servicios mediante página Web**



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

## 4.2. TECNOLOGÍA DEL NEGOCIO Y NIVEL DE ACCESO

Para este negocio de niñeras a domicilio es indispensable contar con los siguientes aspectos tecnológicos, mismos que servirán para que los clientes tengan mayor y mejor accesibilidad al servicio.

- ✓ Diseño de Página Web
- ✓ Hosting
- ✓ Registro de Dominio
- ✓ Cuentas e-mail.

HADAS DE LA GUARDA requiere una alta disponibilidad de recursos, las mejores y más actuales herramientas de internet para mejorar el sitio y correos con rapidez, seguridad y flexibilidad.

Para realizar una correcta y oportuna gestión en cuanto al Hosting, Provedatos facilitará las herramientas necesarias para cumplir con las metas propuestas por la empresa. Es necesario tener en cuenta los precios para la contratación de este hosting, los que oscilan desde \$56 hasta \$150 dólares, dependiendo siempre de las características del hosting.

### DOMINIO

Los dominios permiten a los usuarios de la red escribir un nombre para identificar una dirección electrónica totalmente formada por números.

Mediante este dominio los clientes podrán encontrar el sitio web de la empresa inmediatamente y podrán enviar correos electrónicos. El dominio que usará HADAS DE LA GUARDA será [www.hadasdelaguarda.com](http://www.hadasdelaguarda.com).

### 4.3. LOCALIZACIÓN: Análisis de Principales criterios

La localización ubicada estratégicamente en una zona céntrica del norte de Quito, se puede lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido. El objetivo de este proyecto es determinar un sitio funcional que se encuentre lindante a la ubicación de los clientes, que residen y trabajan en esa zona y sus alrededores.

Existen algunos factores que influyen en la ubicación del sector, los que se detallan a continuación:

- ✓ Ubicación de la población objetivo

Localización de materias primas e insumos

- ✓ Existencia de vías de comunicación y medios de transporte
- ✓ Facilidades de infraestructura y de servicios básicos

#### 4.3.1. Matriz de Localización

Para determinar el lugar más apropiado para la ubicación del Centro de Niñeras, se consideraron dos alternativas dentro de la ciudad de Quito. La alternativa “A”, en el norte de Quito, sector La Carolina, donde los residentes y empresarios están económicamente mejor posicionados y son de clase media alta y alta, gente que labora hasta altas horas nocturnas, o por su clase social suelen tener eventos sociales o simplemente viajan a distintos lugares. La alternativa “B”, en el sur de Quito, sector Chillogallo, donde los residentes no cumplen los estándares impartidos para la creación de este negocio, a pesar de que existe gran cantidad poblacional, se ha considerado que tienen más acceso a familiares y terceros para el cuidado de sus niños, además, no estarían dispuestos a pagar los valores establecidos por este negocio.

Tabla 4. Análisis de Localización

FACTORES	PESO RELATIVO (%)	ALTERNATIVAS		
		A (Norte de Quito)	B (Sur de Quito)	JUSTIFICACIÓN DEL %
Proximidad a Proveedores	35%	9	7	Se puede obtener la ayuda de los proveedores en casos emergentes o problemas con la página web.
Costos laborales	20%	8	6	Los sueldos de las niñeras serán mensuales de acuerdo a su preparación profesional
Transportes (vías de acceso)	15%	10	10	Es importante facilitar la movilización a las niñeras por seguridad.
Desarrollo y Expansión del sector	10%	7	7	De esto dependerán el crecimiento que pueda tener el negocio.
Vías de comunicación	20%	8	7	De esto dependerá cuanto puedan conocer sobre el negocio los padres de familia.
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>		<b>8,55</b>	<b>7,25</b>	

Fuente: Canelos, Ramiro, Metodología de Valores Ponderados

Elaborado por: Mayra Álava V.

$$PA = 9 \times 0,35 + 8 \times 0,20 + 10 \times 0,15 + 7 \times 0,10 + 8 \times 0,20 = 8,55$$

$$PB = 7 \times 0,35 + 6 \times 0,20 + 10 \times 0,15 + 7 \times 0,10 + 7 \times 0,20 = 7,25$$

Conclusión:

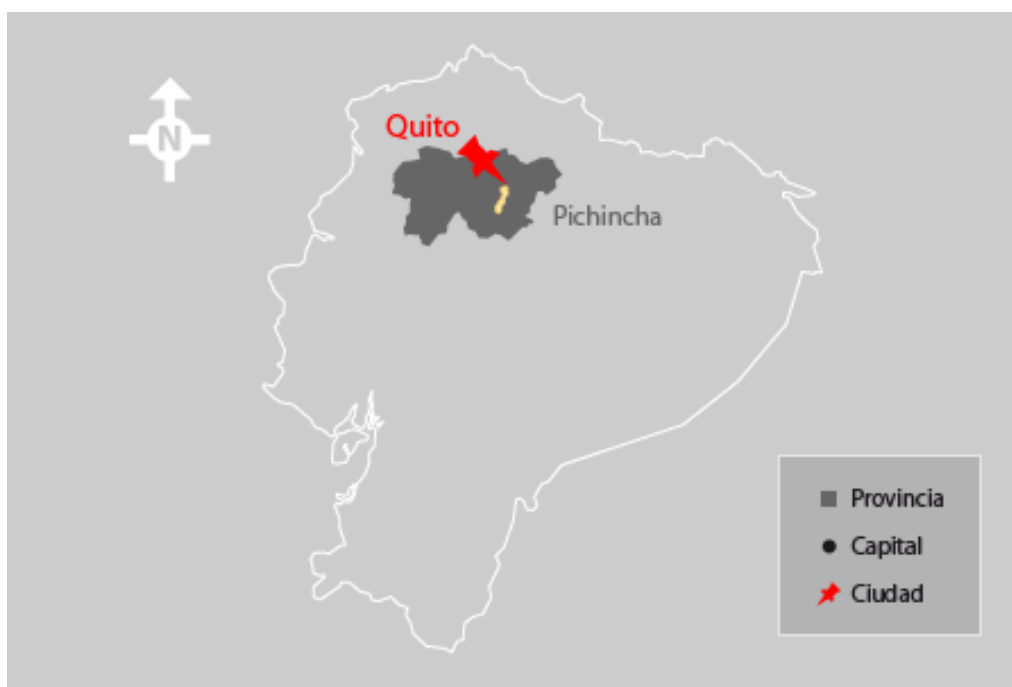
Para la ejecución de este proyecto, se ha seleccionado la alternativa “A”, se ha considerado que la localización del negocio sea en el norte de Quito, sector La Carolina, en las calles Shyris entre República del Salvador e Irlanda, esto debido a que nos interesa tener contacto directo con los clientes, mantenerse cerca de sus domicilios y tener fácil acceso con los proveedores, existen vías de fácil acceso, y el desarrollo del sector va en incremento Por lo tanto, este

factor beneficia y ayuda a cumplir con el giro de la empresa, que es ofrecer un servicio eficiente y rápido.

#### 4.3.1.1. Macro localización

Se refiere a la ubicación geográfica que tendrá el negocio, es decir la provincia donde se desarrollará el proyecto. La macro localización para este negocio se observa en el siguiente gráfico.

Ilustración 25. Macro-localización



Fuente: La Historia con Mapas

Elaborado por: Mayra Álava V.

- ✓ País: Ecuador
- ✓ Provincia: Pichincha
- ✓ Cantón: Quito
- ✓ Sector: Norte de Quito

#### 4.3.1.2. Micro localización

Debido al análisis antes expuesto, el negocio de Niñeras a Domicilio se ubicará en la provincia de Pichincha, cantón, Quito, sector Norte de Quito, barrio La Carolina, en las callas Shyris entre República del Salvador e Irlanda.

**Ilustración 26. Micro-localización**



Fuente: Google Maps (Satélite)

Elaborado por: Mayra Álava V.

#### 4.4. INGENIERÍA Y CONCEPCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL NEGOCIO

##### Distribución de la oficina

Es importante identificar la ubicación del personal dentro de la oficina, tomando en cuenta que el trabajo será fuera de oficina y para el personal operativo (niñeras), se debe considerar que



varios padres de familia desearán mantener reuniones o hacer contratos de servicio directamente en oficinas, sea por seguridad y conocimiento del lugar.

**Cuadro 3. Área designada para el Personal**

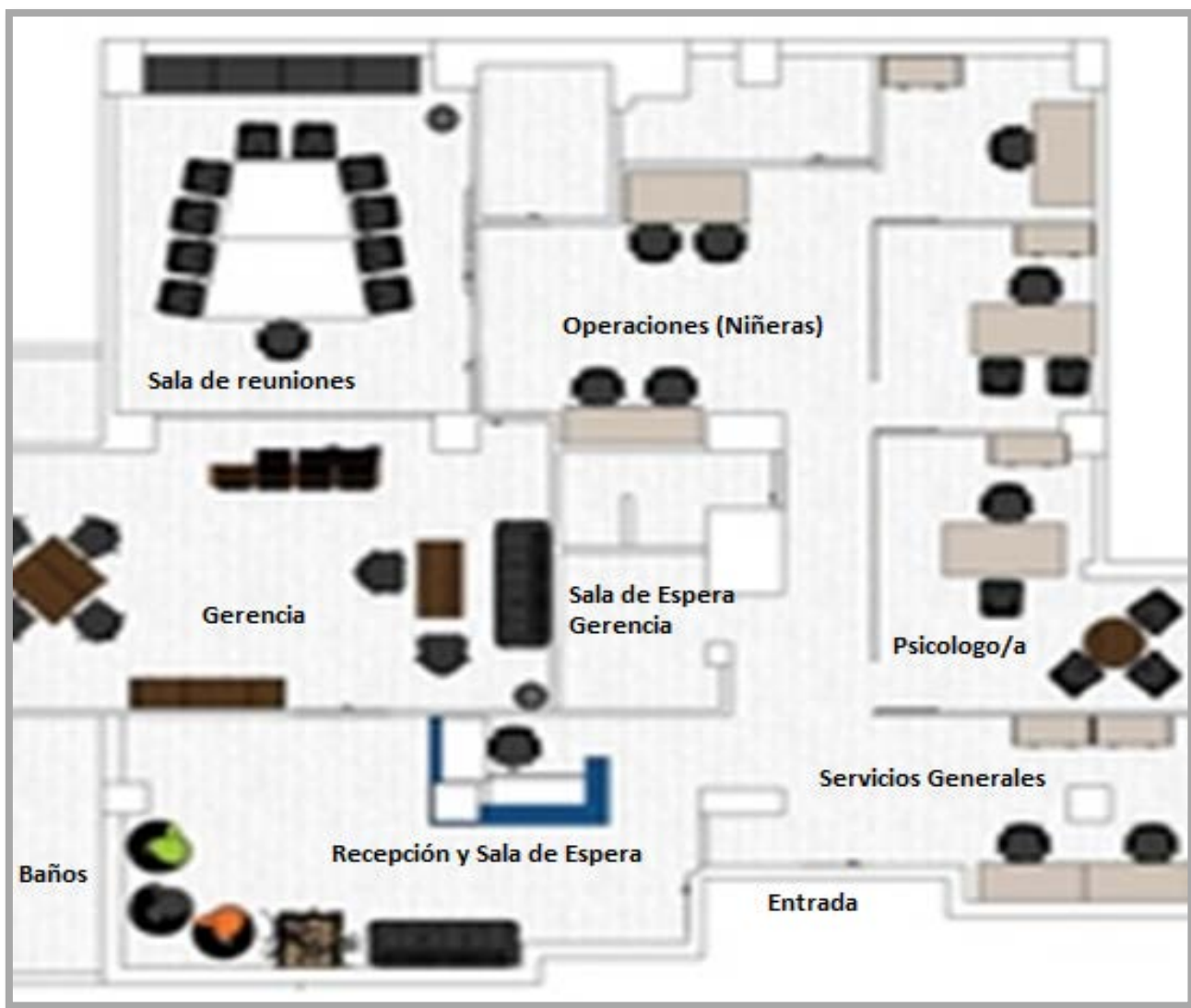
<b>Gerencia</b>	área específica para que el Gerente pueda realizar sus funciones
<b>Recepción</b>	área donde se colocará un mueble de oficina para recibir a los clientes
<b>Psicólogo/a</b>	área donde se ubica la persona encargada de dar solución a problemas con el niño/a o familia que identifiquen las niñeras en los hogares de padres de familia
<b>Operaciones</b>	área donde se ubicarán las niñeras
<b>Sala de Reuniones</b>	lugar donde se podrá mantener reuniones varias con clientes o personal operativo, administrativo.
<b>Sala de Espera</b>	lugar donde podrán esperar los clientes a ser atendidos
<b>Servicios Generales</b>	área donde se realiza trabajo polifuncional a cargo de una persona

Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Una vez identificadas las áreas del personal, se debe conocer el lugar donde irá ubicada cada área, por lo que se ha desarrollado un plano mencionando la ubicación del personal. A continuación, se presenta un plano general de las oficinas.

**Ilustración 27. Plano oficinas HADAS DE LA GUARDA**



Fuente: Planos Planos

Elaborado por: Mayra Alava V.

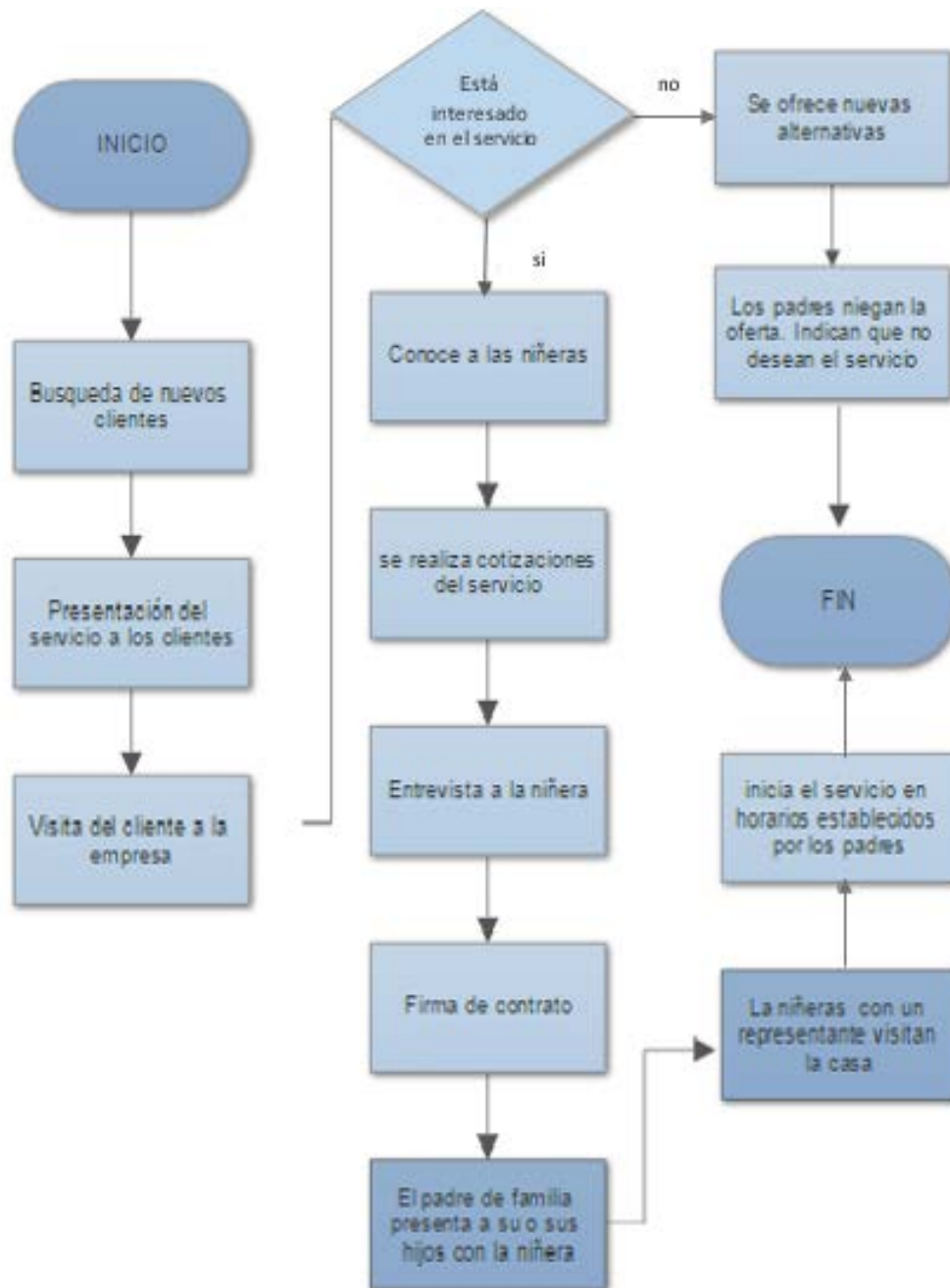
#### **4.5. DISEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO**

En este proceso se establecen los parámetros y acciones que la empresa debe tomar con cada una de las personas que laborarán en la empresa, esto para lograr un desempeño óptimo en las actividades que cada uno debe desarrollar.

Es importante destacar que las actividades más importantes son las que realiza el personal operativo, es decir las niñeras, de ellas dependerá el éxito o fracaso para el negocio. Como se ha mencionado anteriormente las niñeras tendrán que regirse a los cronogramas que la empresa establecerá de acuerdo a cantidad de horas y tipo de servicio que el padre de familia requiera.

A continuación, se detalla el proceso productivo que se ejecutará en HADAS DE LA GUARDA.

Ilustración 28. Flujograma de proceso productivo



Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO GESTIÓN ORGANIZACIONAL**

Para el correcto desarrollo de las actividades que tiene HADAS DE LA GUARDA, es importante contar con personal altamente calificado y así lograr cada uno de los objetivos planteados.

#### **5.1. DISEÑO ORGANIZACIONAL, ESTRUCTURA Y DESCRIPCIÓN FUNCIONAL.**

A continuación, se detallará la estructura organizacional de la empresa, las unidades organizativas, los recursos humanos y los planes de trabajo.

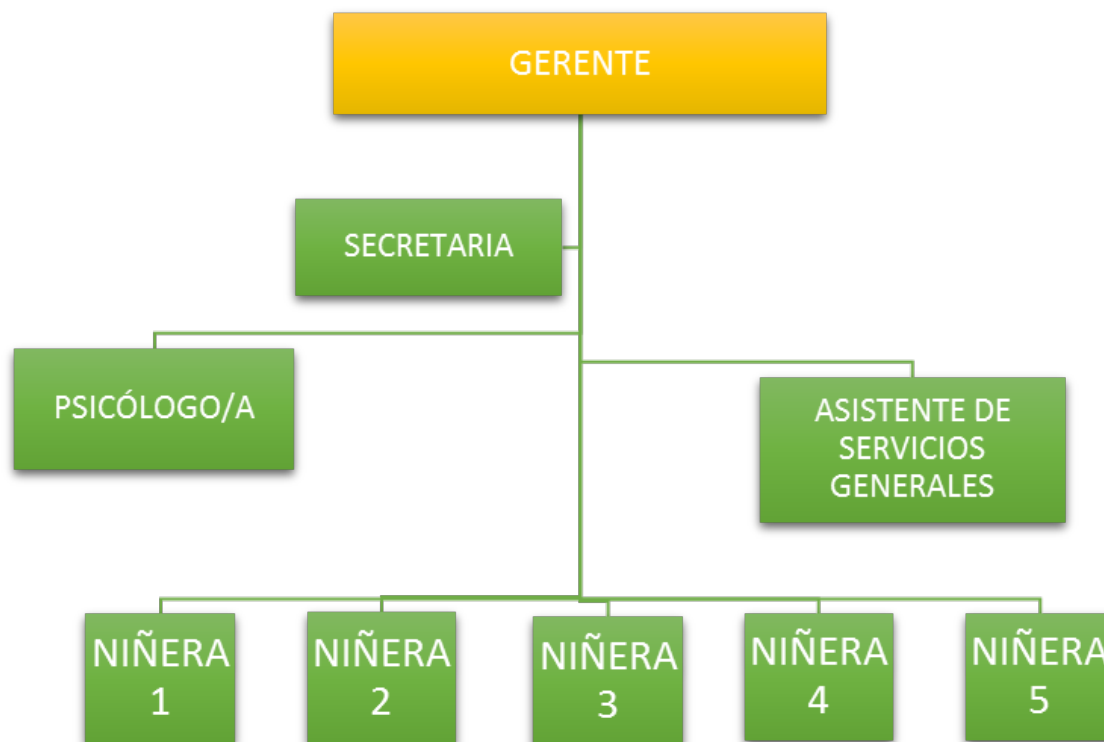
##### **5.1.1. Valores Corporativos**

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Lealtad
- ✓ Compromiso
- ✓ Integridad

##### **5.1.2. Estructura de la empresa**

La empresa está conformada por personal administrativos (4 personas), personal operativo (5 personas), se detalla a continuación su estructura.

Ilustración 29. Organigrama estructural



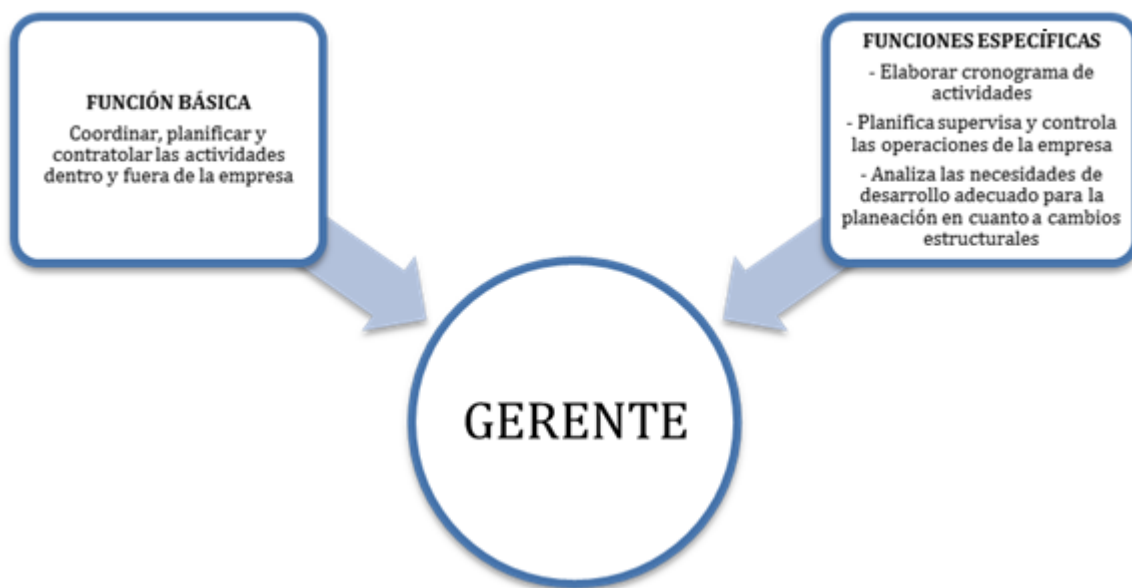
Elaborado por: Mayra Álava V.

## 5.2. DISEÑO DE PERFILES PROFESIONALES DEL PERSONAL

### 5.2.1. Estructura y descripción funcional de los cargos

Las funciones que desarrolle cada una de las personas que integren la empresa deberá ajustarse a las necesidades de Hadas de la Guarda sin dejar de lado que deben cumplir con un perfil de acuerdo a sus actividades, por lo que se detalla a continuación las funciones para cada cargo.

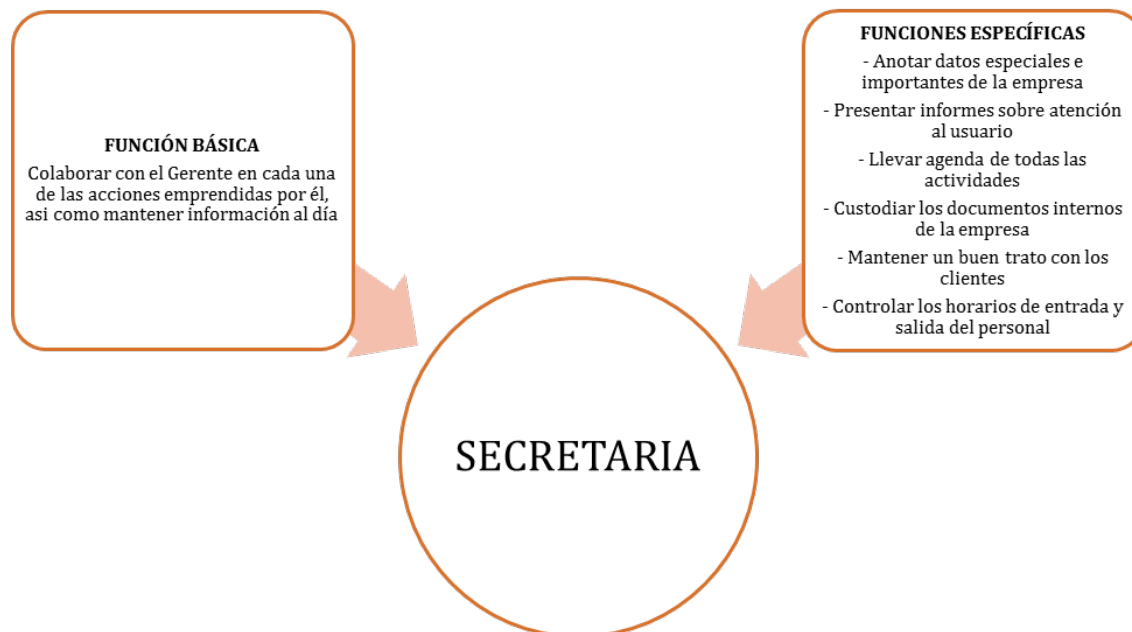
**Ilustración 30. Descripción funcional del Gerente**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

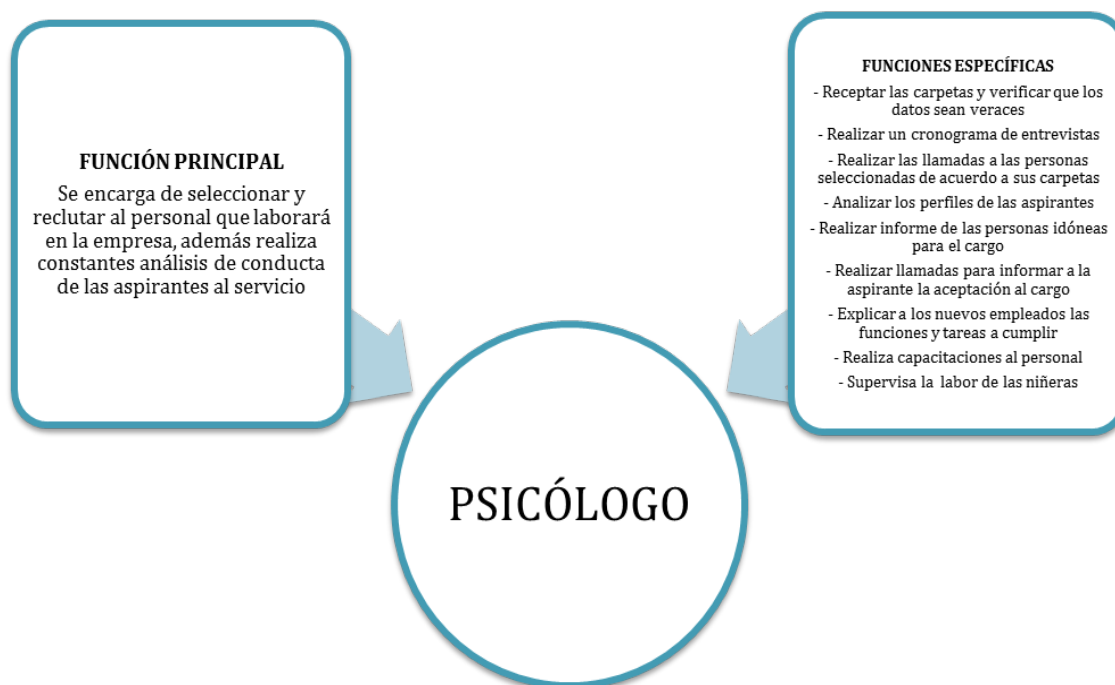
**Ilustración 31. Descripción funcional de la Secretaria**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

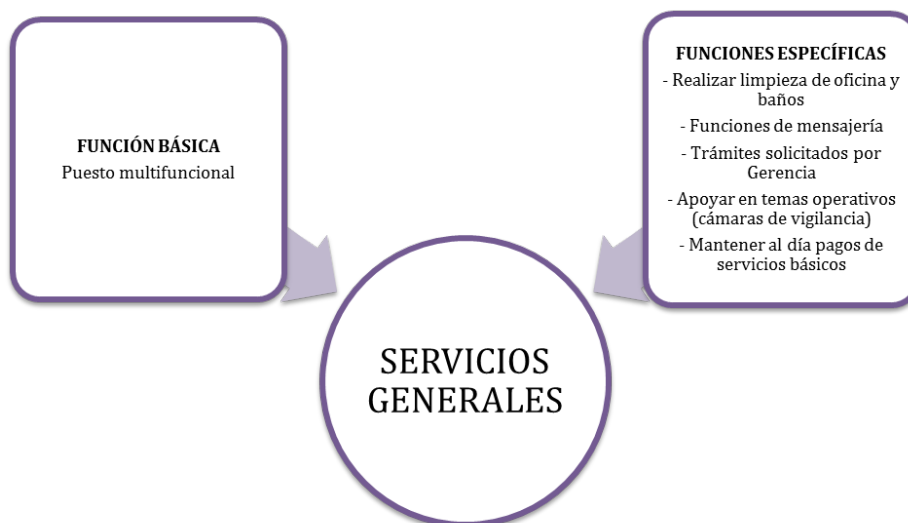
**Ilustración 32. Descripción funcional del Psicólogo/a**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por Mayra Alava V.

**Ilustración 33. Descripción funcional para Servicios Generales**

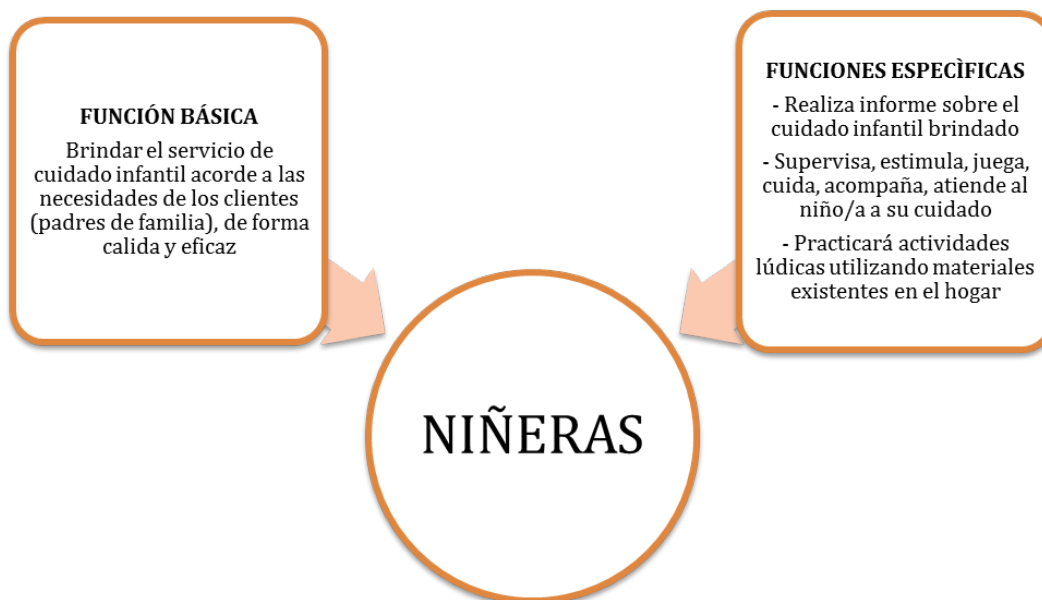


Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.



**Ilustración 34. Descripción funcional para Niñeras**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

**5.2.2. Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización**

**Ilustración 35. Perfil profesional del Gerente**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

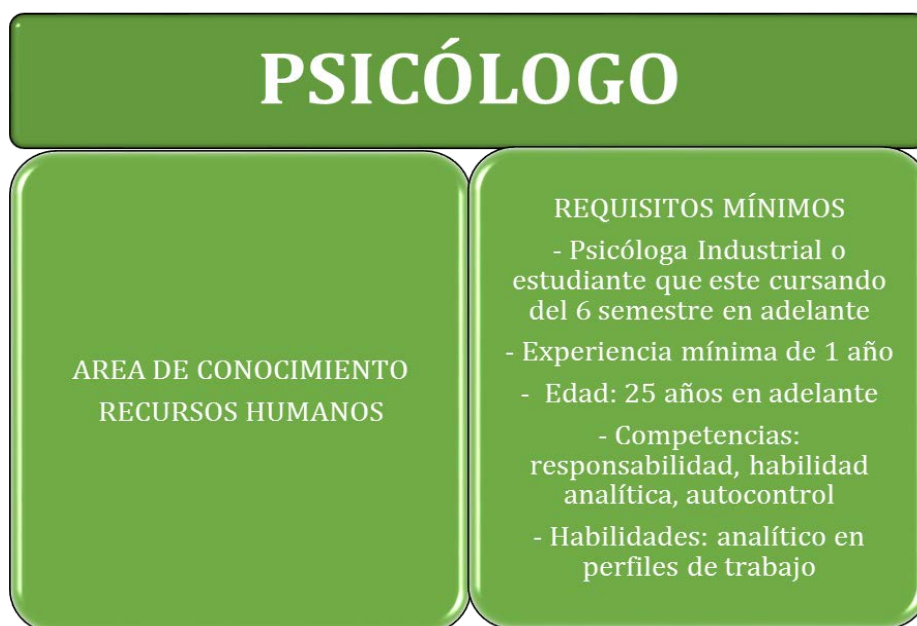
**Ilustración 36. Perfil Profesional Secretaria**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

**Ilustración 37. Perfil profesional Psicólogo/a**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

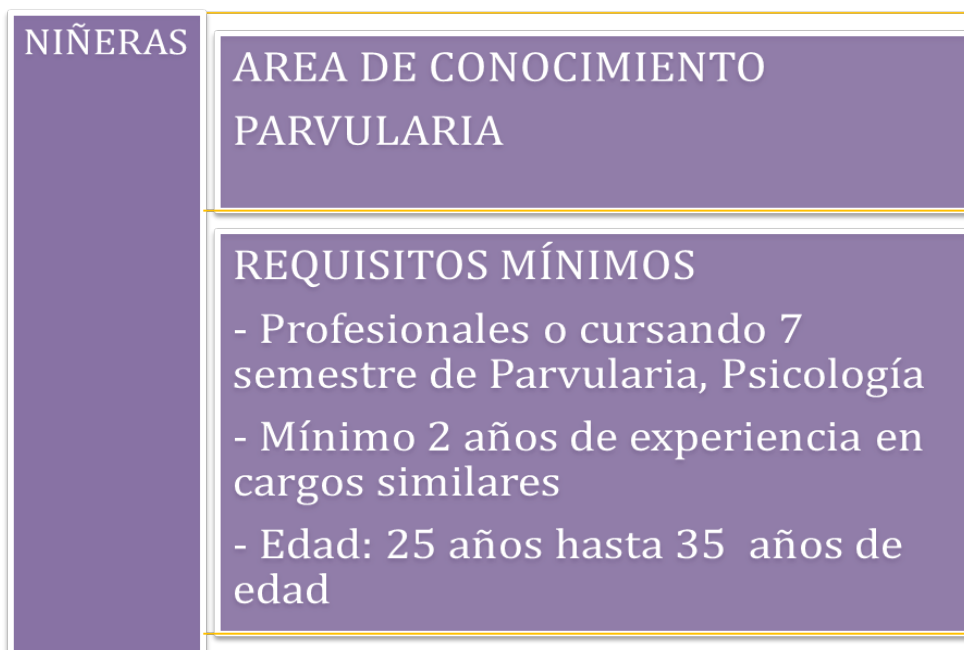
**Ilustración 38. Perfil profesional para Asistente de Servicios Generales**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

**Ilustración 39. Perfil profesional para Niñeras**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

### 5.3. GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS: Análisis de Subsistemas

#### MISIÓN

##### Financiera

- ✓ Incremento de ingresos.
- ✓ Disminución de gastos y costos.

##### Clientes

- ✓ Calidad del servicio.
- ✓ Satisfacer las necesidades del cliente.

##### Procesos internos

- ✓ Capacitar al personal en el cuidado de infantes.
- ✓ Reconocer con apropiados salarios a nuestros trabajadores.

#### VISIÓN

Financiera: Empresa rentable.

Clientes: Clientes Satisfechos.

Procesos Internos: Mejoramiento de procesos.

Capacidad organizacional: Ser la empresa número uno en Quito ofreciendo el servicio de niñeras a domicilio que brinde estándares de calidad, confiabilidad y seguridad.

Este negocio busca hacer un vínculo entre niñeras y padres de familia que necesitan ayuda calificada para el cuidado de sus hijos.

Al iniciar este negocio se ha considerado la posibilidad de tener un número pequeño de niñeras al cuidado infantil, las que trabajarán en diferentes horarios de acuerdo a un cronograma pre establecido para el efecto.

Se ha considerado hacer el reclutamiento, selección, capacitación, evaluación y seguimiento del personal administrativo y de servicio infantil como son las niñeras. Igualmente realizar el diagnóstico y posterior diseño de programa de actividades para cada niñera.

La labor principal de esta área es incorporar a profesionales capacitadas en cada uno de los perfiles requeridos para la empresa. La idea global que tiene HADAS DE LA GUARDA es mantener motivado al equipo de trabajo para que de esta forma desarrollen sus actividades de mejor manera en pro de la empresa y los clientes, además de lograr que el servicio se encuentre dentro de los estándares establecidos y requeridos por el mercado meta.

### **5.3.1. Políticas De Selección**

Para seleccionar al personal de la empresa, se tomará en cuenta las actividades que cada uno desarrolle dentro o fuera de la empresa. Cada uno de ellos contará con un perfil específico. En ese sentido deberán cumplir con las siguientes características:

- ✓ Contar con una recomendación de trabajos similares que hayan realizado en los últimos 2 años para el personal administrativo y para el operativo en los 5 años.
- ✓ Ser honrados y transparentes, mostrar empeño, dedicación e interés por aprender, ser puntuales, respetuosos, ordenados y con buena presencia.

En el caso particular de las aspirantes a niñeras:

- ✓ Deberán presentar un certificado de prácticas que hayan realizado en guarderías o cualquier otro tipo de Centros de Desarrollo Infantil
- ✓ Se realizará un test psicológico previo al contrato
- ✓ Se verificará salud física y emocional

Una vez definidos los perfiles, se procederá a realizar un reclutamiento de acuerdo a las características señaladas, la selección se realizará mediante anuncios en clasificados de prensa escrita, mediante la Red Socio Empleo y por recomendaciones personales.

Se procederá analizar las hojas de vida de los postulantes para una preselección, se convocará a las personas seleccionadas a una entrevista de trabajo con el Gerente, y para el caso de las aspirantes a niñeras también pasarán por una entrevista con el psicólogo/a de la empresa.

### **5.3.2. Contratación**

Todas las personas ingresarán con un contrato de prueba de 3 meses, en este tiempo se realiza una evaluación de desempeño, si la evaluación es favorable se extenderá el contrato a un año donde se volverá a realizar la evaluación de desempeño una vez superada esta prueba se realizará un contrato indefinido. Sin embargo, para el caso de las niñeras es importante indicar que las evaluaciones se realizarán en cada visita a los hogares de padres de familia, pues serán ellos los encargados de calificar el trabajo que realizó la niñera.

### **5.3.3. Capacitación**

La empresa se enfocará en capacitar a las niñeras con cursos de primeros auxilios para que puedan brindar ayuda en caso de que el niño/a sufra alguna lesión, además de cursos informativos sobre el cuidado infantil, riesgos y emergencias que podrían enfrentar

### 5.3.4. Remuneración

Tabla 5. Remuneración del Personal

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL (ANUAL)</b>
GERENTE	1	\$1.300,00	\$15.600,00
SECRETARIA	1	\$600,00	\$7.200,00
PSICÓLOGO/A	1	\$1.100,00	\$13.200,00
NIÑERAS	5	\$750,00	\$45.000,00
ASISTENTE DE SERVICIOS GENERALES	1	\$500,00	\$6.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.250,00</b>	<b>\$ 87.000,00</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Mayra Alava V.

Todos los colaboradores percibirán los beneficios de ley y horas extras posteriores a un informe laboral. El cálculo de horas extras se realizará conforme al sueldo de cada colaborador.

## 5.4. ANÁLISIS DEL MARCO NORMATIVO

### 5.4.1. Constitución de la Empresa.

#### Aspectos Generales

El objetivo de la empresa es brindar tranquilidad a la hora de encomendar el cuidado de tus hijos a otra persona. Para cumplir el objetivo se realizará un cuidadoso proceso de selección y evaluación psicológica de las personas idóneas para el cuidado de los niños.

HADAS DE LA GUARDA es una empresa ubicada en el sector La Carolina del norte de Quito especializada en la Selección de Niñeras y Cuidadoras infantiles.

El equipo está formado por personas completamente capacitadas, además todas las niñeras tienen titulación en parvularia o afines, relacionadas con la infancia y el cuidado infantil, además han realizado estudios en materias como:

- ✓ Psicología infantil,
- ✓ Psicopedagogía,
- ✓ Educación especial,
- ✓ Terapia ocupacional,
- ✓ Acompañamiento terapéutico,
- ✓ Especialización en Crianza natural.

Las niñeras que forman parte del equipo, podrán cubrir las necesidades de clientes y niños con:

- ✓ Atención y cuidado de bebés y niños.
- ✓ Acompañamiento terapéutico para niños con necesidades especiales.
- ✓ Entretenimiento infantil.
- ✓ Cuidado de niños y bebés en eventos.
- ✓ Niñeras bilingües.
- ✓ Las cuidadoras infantiles tienen experiencia, además de atender a los niños pueden ayudar con las labores de casa.

Esta empresa según su tamaño, se clasificará como una microempresa, por considerarse que tendrá un número aproximado de 7 trabajadores entre personal administrativo y personal operativo (niñeras).



La empresa se establecerá en la ciudad de Quito con el fin de brindar el servicio de cuidado infantil en hogares de padres de familia que necesiten de este servicio en diferentes horarios requeridos por los mismos para el cuidado de sus pequeños.

Para la constitución de la misma, se debe establecer una serie de leyes y cumplimientos, cumplir con reglamentos y normas de tipo técnico-jurídico de carácter interno y nacional para su implementación y funcionamiento.

Una de las primeras actividades que la empresa debe cumplir es la constitución legal, para lo se inscribirá como una empresa de servicios infantiles denominada **“HADAS DE LA GUARDA”**.

Este negocio de niñeras a domicilio será una micro empresa de responsabilidad limitada, ya que el interés es que el negocio no sea administrado por otras personas que no sean parte de la familia.

*“Generalidades: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.*

*Requisitos:*

*El nombre. - En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la*

*Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en la superintendencia de compañías.*

*Solicitud de aprobación. - La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.*

*Números mínimo y máximo de socios. - La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.*

*Capital mínimo. - El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso, las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos. (Registro Mercantil Quito)*

NOTA: Cuando el objeto social de una compañía comprenda más de una finalidad, le corresponderá a la Superintendencia de Compañías establecer su afiliación de acuerdo a la primera actividad empresarial que aparezca en el mismo.”

#### **a) Naturaleza**

La empresa tiene como finalidad brindar servicios de cuidado infantil a domicilio mediante la ayuda de niñeras que acuden hasta el hogar de padres de familia que contraten el servicio.

## **b) Organismos de Control**

- i.** La Superintendencia de Compañías: Controla, vigila las actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías, en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.
- ii.** Municipio de Quito: Requisitos requeridos para la autorización de funcionamiento de una empresa

Patente: Obtención de Patentes por primera vez

Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos dependiendo el caso:

Formulario de inscripción de patente. (descargar de: [pam.quito.gob.ec](http://pam.quito.gob.ec) / Formularios / Formularios en Línea Patente)

Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.

Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.

Copia del RUC en el caso que lo posea.

Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.

Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas

- iii.** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS: Requisitos requeridos

Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado (a color).

Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Trabajo.

Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.

- iv.** Ministerio de Trabajo – MDT: Requisitos

Tres extractos de contratos generados en el servicio en línea <http://contratos.mrl.gob.ec/> debidamente firmados (Empleador y Trabajador), los ejemplares serán entregados: MRL, Trabajador y Empleador.

Tres ejemplares de contratos

Copias simples y legibles de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del trabajador

Turno del sistema en línea para legalización

Original del comprobante de pago en caso de multa

Poder especial notariado en caso de apoderados (Opcional)

v. Permiso del Cuerpo de Bomberos de Quito

TIPO A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

TIPO B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos requeridos por el Cuerpo de Bomberos

Solicitud de inspección del local;

Informe favorable de la inspección;

Copia del RUC; y,

Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

**vi. Requisitos requeridos por el Servicio de Rentas Internas – SRI**

Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.

Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Adicionalmente para la inscripción de Guarderías o Centro de desarrollo infantil, es importante y como requisito primordial se debe presentar un acuerdo ministerial que otorga el Ministerio de Inclusión Económica y Social (aplica para personas naturales y sociedades)

Todas estas entidades son las que regulan los negocios y que intervienen en la creación e inscripción de un negocio que se maneja como Persona Natural.

#### **5.4.2. Aspectos Legales**

Existen una Norma Técnica de Desarrollo Infantil Integral en el Ecuador llevado a cabo por el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social).

Esta norma menciona lo siguiente:

*Art. 14.- Los servicios de desarrollo infantil se crearán bajo las disposiciones del Ministerio de Inclusión Económica y Social, quien a su vez es el encargado de vigilar la gestión interna de estas instituciones garantizando el bienestar de los niños y niñas que son atendidos. Son habilitantes para la creación de centros infantiles los definidos en el Acuerdo Ministerial No. MIES 000189.*

*Art. 15.- Servicios para el Desarrollo Infantil: Constituye la atención de niñas y niños de 0 a 36 meses de edad que incluyen acciones de salud preventiva, alimentación saludable,*

*educación con responsabilidad de la familia, la corresponsabilidad de la comunidad y en articulación intersectorial; desde el enfoque de derechos, interculturalidad e intergeneracional.*  
(Ministerio de Inclusión Económica y Social)

Es importante que el personal administrativo pueda conocer las normativas expuestas por el Estado en cuanto a ofrecer este tipo de servicios, además de informar inmediatamente al MIES sobre la creación de una institución que ofrecerá el cuidado infantil a domicilio. De acuerdo a las investigaciones realizadas para este proyecto, en el Ecuador aún no se conoce de manera profunda sobre una normativa legal para el servicio de cuidado infantil a domicilio. Sin embargo, HADAS DE LA GUARDA como empresa debe estar enterada de las exigencias que impone el Estado.

Adicional a esto existen derechos para los niños que las niñeras deberán conocer al formar parte de la empresa. Como se sabe existe un código de la niñez y adolescencia que exige al Estado y la familia cumplir con cada uno de sus artículos. A continuación, se mencionan algunos que se han considerado relevantes en el desarrollo de este proyecto

*Art. 8.- Corresponsabilidad del Estado, la sociedad y la familia: Es deber del Estado, la sociedad y la familia, dentro de sus respectivos ámbitos, adoptar las medidas políticas, administrativas, económicas, legislativas, sociales y jurídicas que sean necesarias para la plena vigencia, ejercicio efectivo, garantía, protección y exigibilidad de la totalidad de los derechos de niños, niñas y adolescentes.*

*Art.17.- Deber jurídico de denunciar: Toda persona, incluidas las autoridades judiciales y administrativas, que por cualquier medio tenga conocimiento de la violación de un derecho del niño, niña o adolescente, está obligada a denunciarla ante la autoridad competente, en un plazo máximo de cuarenta y ocho horas. (Registro Civil)*

### **5.4.3. Riesgos**

Es importante conocer todo en cuanto a los riesgos que como empresa se puede tener. HADAS DE LA GUARDA debe asegurar su posicionamiento en el mercado sin acarrear problemas legales con los padres de familia o las niñeras. Pueden presentarse inconvenientes como enfermedad o muerte del infante, y puede ocurrir mientras la niñera esta al cuidado del niño o niña.

En este sentido se elaborará un reglamento interno de trabajo para todas las niñeras que trabajen en HADAS DE LA GUARDA donde se establecerá normas específicas sobre cuidado infantil, responsabilidad, respeto al infante y al domicilio de la familia contratante, obligaciones, derechos, etc., las mismas a las que deben acogerse todas nuestras colaboradoras.

Este reglamento servirá como protección en caso de denuncias por muerte del niño o robo en el domicilio de los padres de familia.

Además, la empresa deberá conocer el estado actual de los niños y si posee enfermedades importantes lo que servirá para elaborar un contrato con los padres de familia el cual debe contener horarios de cuidado para los niños y niñas, permiso de accesibilidad para la niñera (áreas necesarias para el correcto cuidado infantil), etc.

## CAPÍTULO VI

### DETERMINACIÓN DE COSTOS

Para desarrollar este capítulo se realizó un estudio de mercado previo, en el cual se pudo determinar que existe una demanda poco conocedora en cuanto a este servicio y que se dispone de un potencial mercado para ofrecer los servicios de cuidado infantil a domicilio. Con estos antecedentes se determinará los costos y montos en cuanto a recursos económicos necesarios para la implementación y ejecución de la empresa, también se podrá conocer los costos operacionales a ser usados, mismos que servirán como base para una evaluación financiera del desarrollo de la empresa.

#### 6.1. COSTOS DE INVERSIÓN: Análisis comparativo

**Tabla 6. Resumen de Inversiones**

<b>RESUMEN INVERSIONES</b>				
<b>TOTAL INVERSIONES PRIMER AÑO</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>% TOTAL</b>
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1	\$ 3.285,71	\$ 3.285,71	4%
MOBILIARIO	1	\$ 1.795,00	\$ 1.795,00	2%
SOFTWARE	1	\$ 50.280,00	\$ 50.280,00	57%
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	1%
CAPITAL DE TRABAJO	1	\$ 32.337,74	\$ 32.337,74	36%
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 88.848,45</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Álava V.

Para elaborar la tabla No. 6, se procedió a realizar cuadros individuales en los cuales se detallaron los elementos que agrupan las inversiones como son los equipos de computación, mobiliario, software y gasto de constitución, estos con sus respectivos costos. Posteriormente



se procedió a agrupar cada una de las cuentas de los activos fijos depreciable y no depreciables en el cuadro resumen.

Como se puede evidenciar en la tabla, se indica una inversión total de \$88.848,45 dólares conformada por las siguientes cuentas: Software: siendo el valor más alto por \$50.280,00 dólares representado por el 57% de inversión total, este valor incluye tecnología y página web; en segundo lugar, capital de trabajo con un valor \$32.337,74 dólares representado por el 36%; en tercer lugar, equipos de computación con un valor \$3.285,71 dólares representado por el 4%, en cuarto lugar, mobiliario con un valor \$1.795,00 dólares representado por el 2% y finalmente gasto de constitución con un valor de \$1.150,00 dólares representada por apenas el 1% de la inversión total.

Cabe recalcar que el 57% de la inversión total representado por el software se encuentra en primer lugar dentro de las inversiones debido a que el trabajo que se realizará con los padres de familia será mediante sistemas informáticos actualizados.

## 6.2. CÁLCULO DEMOSTRATIVO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular la inversión por capital de trabajo se requiere cubrir los costos de operación, por lo tanto, la empresa adoptó el método de desfase, pues para obtener el capital necesario para financiar este periodo se debe tomar en cuenta el momento en que se adquieren los insumos hasta que se percibe ingresos por la venta del servicio.

**Cuadro 4. Número de días de desfase**

Número de días de desfase	
365	100
305	x
	30500
365	<b>305</b>
	<b>60</b>
	2.00

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Álava V.

Para la empresa, se ha considerado 60 días como periodo de desfase de acuerdo con el tiempo previsto para la obtención de ingresos por el servicio prestado. Se estima que se necesitarán 15 días para instalación de oficinas, constitución y legalización de la empresa, 25 días para búsqueda y captación de nuevos clientes y los 20 días restantes para realizar la instalación de software y demás insumos tecnológicos.

**Cuadro 5. Método de periodo de desfase**

<b>MÉTODO DE PERIODO DE DESFASE</b>				
<b>IKT = Inversión de capital de trabajo</b>				
<b>Fórmula:</b>				
<b>IKT</b>	=	$\frac{\text{Costo de Operación anual}}{365}$	*	<b># de días de desfase</b>
IKT	=	$\frac{\$ 196.721,24}{365}$	*	<b>60</b>
<b>IKT =</b>	<b>\$ 32.337,74</b>			

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Álava V.

Para calcular la inversión del capital de trabajo, se consideraron los siguientes datos:

Costos anuales de operación: son datos en los cuales la empresa incurre teniendo o no ventas, sin tener mucha variación en cuanto a ingresos. Teniendo un valor total de \$196.721,24 dólares.

Número de días de desfase: es la suma de días que la empresa no tendrá utilidad alguna por venta del servicio. Como se mencionó anteriormente, hasta lograr un punto de equilibrio general, la empresa necesita de 2 meses aproximadamente, es decir 60 días del año calendario.

365: Se considera los días del año calendario

De esta manera se realiza la operación para obtener el capital de trabajo \$32.337,74 dólares; este valor se deberá financiar por los costos de operaciones desde que la empresa inicie hasta que se obtenga la primera utilidad recaudada por la venta del servicio de niñeras a domicilio, esto se desarrollará durante el tiempo de desfase considerado.

### 6.3. OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO: Análisis Comparativo

Para empezar a brindar el servicio en base a nuestra capacidad instalada e inversiones, se estima tomar en cuenta los siguientes costos operativos anuales, los que permitirán funcionar a la empresa.

**Tabla 7. Resumen de costos de operación y mantenimiento**

<b>RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>% TOTAL</b>
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4.250,00	\$ 87.000,00	44%
GASTOS DE OPERACIÓN	-	\$ 300,00	0%
PUBLICIDAD Y MARKETING	-	\$ 20.000,00	10%
SUMINISTROS	-	\$ 10.350,00	5%
SERVICIOS BASICOS	\$ 660,00	\$ 7.920,00	4%
ARRIENDO	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	9%
MANTENIMIENTO	\$ 200,00	\$ 2.400,00	1%
SEGURIDAD Y MONITOREO DE CÁMARAS	\$ 3.300,00	\$ 39.600,00	20%
DEPRECIACIÓN		\$ 11.151,24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.910,00</b>	<b>\$ 196.721,24</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Mayra Álava V.

Para realizar la Tabla No. 7 de costos y de operación y mantenimiento, se realizaron cuadros individuales, similar al resumen de inversiones, en cada uno se detalla los rubros necesarios que formarán parte de la compañía, para luego agruparlos y tener el cuadro resumen.

La suma total del resumen de costos de operación y mantenimiento asciende a un total de \$196.721,24 dólares que con el total de las cuentas representa el 100%, desglosando cada

una tenemos lo siguiente: sueldos y salarios con un valor de \$87.000,00 dólares representada por el 44% ubicándose como el rubro más alto dentro del resumen; en segundo lugar, seguridad y monitoreo de cámaras con un valor de \$39.600,00 dólares representada por el 20%; en tercer lugar, publicidad y marketing con un valor de \$20.000,00 dólares representada por el 10%; en cuarto lugar, arriendo con \$18.000,00 dólares representada por el 9%; en quinto lugar, depreciación con \$11.151,24 dólares representada por el 6%; en sexto lugar, suministros con \$10.350,00 dólares representados por el 5%; en séptimo lugar, servicios básicos con \$7.920,00 dólares representada por el 4% del total de costos de operación y mantenimiento; en octavo lugar, mantenimiento con un valor de \$2.400,00 dólares representada por el 1% y finalmente gastos de operación con un valor de \$300,00 dólares representada por el 0% del valor total del cuadro resumen.

#### 6.4. CÁLCULO DEMOSTRATIVO Y ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO

Para obtener el resultado del punto de equilibrio para la empresa de niñeas a domicilio, se aplica la siguiente fórmula:

**Cuadro 6. Fórmula Punto de Equilibrio**

$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ingresos} - \text{Costo Variable}}$
--

Fuente: Canelos, Ramiro, Punto de Equilibrio

Elaborado por: Mayra Álava V.

Como se muestra en el cuadro No. 6, para el desarrollo de esta fórmula se toman tres rubros importantes para obtener el punto de equilibrio, se multiplica los días reales trabajados en el mes (23 días); se define el número de niños cuidados mensualmente. Cabe indicar que los valores de este cuadro se han calculado por día y así posteriormente se obtiene el cálculo mensual para luego conocer el resultado final, que nos indica que se debería cuidar 5 niños por día.

**Cuadro 7. Punto de Equilibrio**

Punto de equilibrio =	347,01	
	94,00	-28,20
<b>Punto de equilibrio =</b>	<b>5,27</b>	<b>niños por día</b>
<b>El centro de niñeras debe cuidar,</b>	<b>5</b>	<b>niños por día</b>

Fuente: Canelos, Ramiro, Punto de Equilibrio

Elaborado por: Mayra Alava V.

En el cuadro No. 7, se puede evidenciar el cálculo que se ha realizado para obtener el punto de equilibrio del proyecto.

a) Para obtener la información por día o mes se debe calcular los siguientes costos fijos:

Infraestructura: el resultado de la suma de los rubros de equipos de computación, mobiliario, software y gasto constitución de los costos de inversión, valor que asciende a \$56.510,71 por año. La depreciación se la ha considerado de acuerdo a los años de vida de los equipos de computación, que tienen una vida útil de 3 años y software que tienen una vida útil de 5 años. Para el cálculo se ha tomado el valor más alto en cuanto a depreciaciones. El resultado final se lo obtiene dividiendo el costo fijo por día de la infraestructura dando un total de \$61,76 diarios.

Personal administrativo: se considera a ocho personas que intervienen de manera directa en este rubro y el cálculo se lo realizar para un año. EL valor total sumando a las ocho personas es de \$81.000,00 y \$265,57 diarios.

Personal de apoyo: una persona interviene de manera indirecta en este rubro y su cálculo también es para un año. El valor es de \$6.000,00, dando un resultado de \$19,67 diarios

Para el resultado final de los costos fijos se obtiene un valor de \$347,01.

b) En segundo lugar, se debe calcular los costos variables, para lo que se obtuvo un precio promedio por servicio de \$94,00 que se multiplica por el 30% de incremento de servicio, dando un resultado final de \$28,20 del costo variable unitario o porcentaje de ingreso unitario.

c) En tercer lugar, se calculan los ingresos ponderando los cuatro paquetes disponibles.

**Paquete 1: 10%**                      **Paquete 2: 20%**                      **Paquete 3: 30%**                      **Paquete 4:**  
**40%**

Con estos servicios, se obtiene \$94,00 como total de ingreso unitario.

Finalmente, para lograr un punto de equilibrio en el centro de niñeras a domicilio se debe dividir los costos fijos de los ingresos menos costos variables y como resultado se obtiene que se debe cuidar en promedio a 5 niños de manera diaria y 158 niños de forma mensual.

El nivel de utilización de la empresa de cuidado infantil es del 83%. Esto de acuerdo a la capacidad total de cuidado infantil mensual y con el punto de equilibrio establecido para el efecto.

A continuación, se presente la tabla del Punto de Equilibrio con los datos completos que se han obtenido y su resultado final.

**Tabla8. Cálculo de Punto de Equilibrio**

Cálculo del Punto de Equilibrio de un Centro de Niñera a Domicilio			
<b>I. Costos Fijos</b>			
<b>1. Infraestructura</b>			56.510,71
Años de depreciación			3
Días efectivos de trabajo			305
Costo fijo por día / infraestructura =			61,76
<b>2. Personal Administrativo</b>			
GERENTE	1	\$1.300,00	15.600
SECRETARIA	1	\$600,00	7.200
PSICOLOGO/A	1	\$1.100,00	13.200
PARVULARIA (NINERAS)	5	\$750,00	45.000
			0
Suma			81.000
Costo fijo por día de personal =			265,57
<b>3. Personal de Apoyo</b>			
ASISTENTE DE SERVICIOS	1	\$500,00	6.000
Suma			6.000
Costo fijo por día personal de lavado			19,67
<b>Total costos fijos</b>			<b>\$ 347,01</b>
<b>II. Costo Variable</b>			
Oscila en un porcentaje de las ventas del			30%
94,00	x	30%	= 28,20
<b>Costo variable unitario (como % del ingreso unitario)</b>			<b>\$ 28,20</b>
<b>III. Ingresos</b>			
		Precio Unitario	Precio proporcionado
Paquete 1	10%	20,00	2,00
Paquete 2	20%	25,00	5,00
Paquete 3	30%	250,00	75,00
Paquete 4	40%	30,00	12,00
	100%	Total	94,00
<b>Total Ingreso unitario</b>			<b>94,00</b>
Punto de equilibrio =		Costos fijos	
		Ingresos - Costo Variable	
Punto de equilibrio =		347,01	
		94,00	-28,20
<b>Punto de equilibrio =</b>		<b>5,27 niños por día</b>	
<b>El centro de niñeras debe cuidar,</b>		<b>5 niños por día</b>	
<b>El centro de niñeras debe cuidar,</b>		<b>158 niños por mes</b>	
Capacidad total	190	niños cuidados	
<b>Nivel de utilización del</b>		<b>83%</b>	

Fuente: Canelos, Ramiro, Punto de Equilibrio

Elaborado por: Mayra Alava V.

## CAPÍTULO VII

### EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 7.1. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN: Tasa de descuento del proyecto

Cuadro 8. Cálculo de la tasa de descuento - costo capital

$WACC = kE \cdot E/V + kD \cdot (1 - tax) \cdot D/V$	WACC	GENERAL
kE	0,00%	17,09%
kD	6,50%	6,50%
(1 - tax)	0,75	0,75
E/V	30,00%	30,00%
D/V	70,00%	70,00%
<b>WACC - Tasa de descuento del proyecto financiado</b>	<b>0,00%</b>	<b>8,54%</b>

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Alava V.

Se puede decir que el costo del capital propio obtenido mediante el WACC, es del 8,54% y el costo de la deuda obtenido del mercado es de 6,50%, logrando así un ahorro por uso de la deuda de 0,75. La relación del capital propio con el total del financiamiento es de un 30% y la relación de la deuda con el total de financiamiento es de 70%, obteniendo una tasa de descuento del proyecto financiado del 8,54%.

Es importante mencionar que el financiamiento garantiza evitar riesgos y variaciones, además que la tasa de descuento es únicamente del 8,54%, porcentaje que está incluido en el préstamo que se ha planificado adquirir.



## 7.2. CÁLCULO Y ANÁLISIS DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

Tabla 9. Cuadro de resultados - indicadores de rentabilidad VAN y TIR

<b>VAN</b>	<b>406.419,91</b>
<b>TIR</b>	<b>61,29%</b>
<b>COSTO DE CAPITAL</b>	<b>8,54%</b>

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Alava V.

### 7.2.1. Análisis del VAN

Como se puede evidenciar en la tabla, el VAN es aceptables para el entorno del proyecto. Como el VAN es positivo, indica que se cumplirá con los costos de operación y mantenimiento, incluyendo el costo de financiamiento para diez años.

### 7.2.2. Análisis del TIR

El resultado que nos da la tabla, un porcentaje del 61,29%, nos indica que el proyecto con financiamiento que se está realizando es rentable, y se obtendrá una buena utilidad.

**Tabla 10. Período de recuperación descontado**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo de Caja Neto	- 71.927,4	38.898,8	42.591,4	36.465,6	41.262,7	52.135,0	61.129,3	72.275,4	81.426,7	91.324,5	339.093,4
Flujo de Caja Descontado		35.838,4	36.153,1	28.518,0	29.730,7	34.609,0	37.387,1	40.726,2	42.273,0	43.681,2	149.430,5
Flujo de Caja Acumulado		35.838,4	71.991,5	100.509,5	130.240,2	164.849,2	202.236,3	242.962,5	285.235,5	328.916,8	478.347,3
Período de Recuperación Descontado		-	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VAN	\$406.419,91										
TIR	61,3%										
TASA DE DESCUENTO	8,5%										

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Alava V.

Como se puede evidenciar en la tabla No.10, el periodo de recuperación se dará a partir del año 2, además se puede observar que en los tres tipos de flujo se tienen valores positivos en el primer año, y con el transcurso de los años va aumentando la rentabilidad del negocio.

**Tabla 11. Valor de desecho**

<b>VII. Valor de desecho del Proyecto</b>	<b>Valor</b>
Valor actual Beneficios	1.965.326,49
Valor actual Costos	1.377.606,19
Neto B-C	587.720,30
- Valor actual Depreciaciones	49.749,34
<b>Valor de desecho del Proyecto</b>	<b>537.970,96</b>
<b>Valor de desecho del Proyecto expresado en el año 10 CF</b>	<b>237.071,17</b>

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Alava V.

La Tabla No. 11, indica que el valor residual del proyecto es de \$537.970,96. Es decir, el valor obtenido de los ingresos menos los costos y las depreciaciones igualados en tiempo desde el décimo al primer año. Es importante indicar que este valor solo refleja un corte financiero durante el tiempo de vida del proyecto (décimo año).

El valor de desecho que tendrá el proyecto al culminar el tiempo de funcionamiento es de \$237.071,17.

### 7.3. BALANCE DEL PROYECTO

Tabla 12. Balance del Proyecto

<b>XVI. Balance del Proyecto</b>				
<b>Períodos</b>	<b>Intereses Causados</b>	<b>Ingresos recibidos</b>	<b>Amortización</b>	<b>Inversión Amortizada</b>
0				- 71.927,37
1	- 6.142,27	38.898,79	32.756,51	- 39.170,85
2	- 3.345,01	42.591,42	39.246,41	75,56
3	6,45	36.465,59	36.472,05	36.547,60
4	3.121,00	41.262,67	44.383,67	80.931,27
5	6.911,16	52.134,97	59.046,13	139.977,40
6	11.953,44	61.129,30	73.082,74	213.060,14
7	18.194,37	72.275,39	90.469,76	303.529,90
8	25.920,08	81.426,73	107.346,81	410.876,71
9	35.087,01	91.324,46	126.411,47	537.288,18
10	45.881,98	339.093,42	384.975,40	922.263,58

<b>XVII. Indicadores del Balance del Proyecto</b>			
1	Valor Futuro Neto	(mayor valor Positivo)	<b>922.263,58</b>
2	Potencial de Utilidad	(Suma de positivos)	<b>2.644.550,31</b>
3	Exposicion a pérdida	(Suma de negativos)	- <b>111.098,22</b>
4	Período de Recuperación	1er Año positivo	<b>2</b>

Fuente: Canelos, Ramiro, SENSIB

Elaborado por: Mayra Alava v.

La tabla No. 12, presenta los rubros que tendrá la empresa durante los 10 años para los cuales se ha proyectado el servicio. En ese sentido, como se puede evidenciar, en el primer periodo se tiene un interés causado de -6.142,27 USD, ingresos recibidos por 38.898,79 USD, una amortización de 32.756,51 USD y, por último, una inversión amortizada de - 39.170,85 USD, mientras que el periodo diez, se puede evidenciar que los intereses causado se encuentran en 48.881.98 USD, los ingresos recibidos ascienden a 339.093,42 USD, la amortización para ese año es de 384.975,40 USD y finalmente se tiene una inversión amortizada de 922.263,58 USD. Se puede observar de manera global como para el año 10 tiene una mejora económica radical, además de que cada uno de los datos son favorables y contemplan la posibilidad de poner en marcha el negocio.

## CAPÍTULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1. CONCLUSIONES

- El objetivo inicial de este proyecto consistía en determinar la factibilidad de la creación de un Centro de Niñeras a Domicilio para padres de familia que trabajan o residen en el norte de la Ciudad de Quito. Después de realizar un análisis situacional en el medio sobre la base del proyecto, se concluyó que el servicio de niñeras a domicilio en el Ecuador, principalmente al lugar donde se enfoca este servicio que es en la ciudad de Quito, tendría acogida, pues muchos padres de familia no tienen conocimiento de este tipo de servicios, además de que no existe gran cantidad de competencia que ofrezca el mismo servicio.
  
- Mediante un estudio que se realizó a 282 personas en el sector norte de la ciudad, se pudo determinar el segmento meta y además proyectar la demanda estimada que tendría este proyecto. Como conclusión, se ha considerado que el proyecto tiene el 83,10% de aceptación en base al total de personas encuestadas, dicho esto, el proyecto tiene una acogida favorable, lo que indica que es factible crear el servicio de niñeras.
  
- Se pudo determinar en el Plan de Marketing varias estrategias las cuales guiarán a un mejor servicio para brindar a los clientes. En ese sentido, las estrategias más importantes consideradas son la estrategia de precio, es relativamente alto pero con calidad, seguridad y servicio diferenciador se logrará captar al mercado para que puedan seguir contratando el servicio de niñeras; la estrategia de promoción, que ayudará a segmentar de mejor manera el negocio, la estrategia de venta, quizá la más importante y determinante en la vida que tiene el proyecto, pues la idea es que la calidad del servicio atraiga clientes potenciales. Otro factor importante, los métodos tecnológicos que trabajan en conjunto con la publicidad, los que ayudarán a mantener en constante evolución a este servicio.

- En relación al plan técnico se ha estudiado la localización del negocio, y se ha considerado pertinente y óptimo que la ubicación se encuentre próxima a los clientes, tenga disponibilidad de recursos humanos, desarrollo y expansión del sector. De esta manera se puede garantizar el crecimiento paulatino del negocio.
- Para la determinación de costos se ha concluido que el negocio necesita de una inversión inicial de \$88.848,45 dólares, para solventar equipos de cómputo, software, mobiliario y gastos de constitución. Además, el punto de equilibrio representa el 83% de capacidad instalada del negocio.
- Los indicadores de rentabilidad que se obtuvieron en la evaluación financiera demuestran el alto crecimiento que el negocio tendrá, es así que en el VAN (Valor Actual Neto) y en la TIR (Tasa Interna de Retorno), valores que son la base del proyecto y del negocio pues estos indican el promedio de la industria. Es así que los valores se encuentran en positivo e indican un alto índice de rentabilidad para el negocio de niñeras a domicilio.

## **8.2. RECOMENDACIONES**

- Previo a realizar un proyecto, se recomienda realizar un análisis de factibilidad, y rentabilidad. Es importante que antes de considerar un proyecto se conozca la necesidad del mismo en el mercado, su impacto, posibilidad de acceso y financiamiento.
- Una investigación de mercado es siempre la parte más importante previa a la creación de un proyecto. Por lo tanto, se recomienda elaborar un estudio para conocer las exigencias de los clientes, sus gustos y aceptación de un nuevo producto o servicio en el mercado. Con este dato se puede establecer varias estrategias vitales para lograr satisfacción total en los clientes.
- Para mantener una empresa en flote, es importante contar con personal altamente calificado, es importante recordar que actualmente los clientes buscan satisfacción en

un producto o en un servicio; de manera que se recomienda, contratar personal calificado, capacitado y con altos índices de trabajo en equipo, de esa manera se logrará cumplir estándares de calidad, dejar una buena imagen y entregar un trabajo bien hecho.

- Siempre que se desee ejecutar un proyecto se recomienda realizar financiamiento con entidades financieras bancarias, esto garantizará una mejor rentabilidad y oportunidad de crecimiento en el negocio, además de mejorar las ganancias.
- Se recomienda que la ubicación de proyectos y negocios se encuentren siempre en zonas accesibles y de fácil traslado para los clientes.

## Bibliografía

- (Dayana Paulova Sánchez Yúlan), E. (2015). Matriz Boston Consulting Group. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Aiteco Consultores.com.* (17 de octubre de 2015). Obtenido de Objetivos: <http://www.aiteco.com/definicion-de-objetivos/>
- Crecenegocios.com.* (17 de octubre de 2015). Obtenido de Valor Actual Neto: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Definición ABC, Diccionario hecho fácil.* (16 de octubre de 2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/18775.php>
- Definición.de.* (16 de octubre de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/comercializacion/>
- Diccionario de la Real Academia Española. (27 de agosto de 2015). *Infante*. Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Infante#cite\\_note-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Infante#cite_note-1)
- Economía48.com.* (17 de octubre de 2015). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>
- EducaWEB. (1998). *Pofesión de la Niñera*. Obtenido de Niñera: <http://www.educaweb.com/profesion/ninera-166/>
- EnciclopediaFinanciera.com.* (17 de octubre de 2015). Obtenido de Tasa Interna de Retorno: <http://www.encyclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Gerencie.com.* (17 de octubre de 2015). Obtenido de Costo Variable: <http://www.gerencie.com/costo-variable.html>
- Gerencie.com.* (15 de octubre de 2015). Obtenido de Costos fijos: <http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>
- Gonzales, M. E. (26 de octubre de 2002). *Definiciones de Costos*. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/definiciones-de-costos/>
- Grande, E. I. (2005). *Marketing de los Servicios*. Madrid: Esic Editorial.



- Hoarau, V. (24 de septiembre de 2013). *Mortalidad Infantil*. Obtenido de Humanium, Juntos por el derecho de niño: <http://www.humanium.org/es/mortalidad-infantil/>
- <http://definicion.de/psicologia/>. (16 de octubre de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/psicologia/>
- Kimmel SR, R. (02 de mayo de 2015). *Control de Motricidad Fina*. Obtenido de Enciclopedia Médica: <https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/002364.htm>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education, 2013.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). Dirección de Marketing. En K. P. Kevin, *Dirección de Marketing* (pág. 6). Paerson Educación.
- Malena. (12 de octubre de 2007). *Definición de Psicología*. Obtenido de La Guía: <http://psicologia.laguia2000.com/general/definicion-de-psicologia/comment-page-1#comments>
- Marketingpower.com*. (15 de octubre de 2015). Obtenido de [http://www.marketingpower.com/\\_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=M](http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=M)
- Marsal Riera, A. (2012). Motricidad Gruesa. *Niños*, 8.
- Mastermagazine.info*. (05 de noviembre de 2015). Obtenido de <http://www.mastermagazine.info/termino/5272.php>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social*. (09 de enero de 2016). Obtenido de [http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Norma-T%C3%A9cnica\\_aprobaci%C3%B3n-julio-2013.pdf](http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Norma-T%C3%A9cnica_aprobaci%C3%B3n-julio-2013.pdf)
- Molina, H., Cordero, M., & Silva, V. (2007). De la sobrevida al desarrollo integral de la infancia. *Scielo*, 11-17.
- Moreno, M. A. (07 de julio de 2010). *Flujo de Caja*. Obtenido de Elblogsalmón.com: <http://www.elblogsalmón.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- NiñeasQuito.com*. (19 de octubre de 2015). Recuperado el 23 de septiembre de 2015, de [http://www.ninerasquito.com/articulos\\_de\\_interes.php](http://www.ninerasquito.com/articulos_de_interes.php)

- Páramo Morales, D. (2004). *El Fenómeno de Consumo y El Consumo de Marketing*. México: Convergencia.
- Peralta, V. (2000). *Educación Infantil en el Mundo*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.
- Play Education*. (19 de octubre de 2015). Recuperado el 23 de septiembre de 2015, de [www.playeducation.cl/](http://www.playeducation.cl/)
- Proyectosagiles.org*. (05 de noviembre de 2015). Obtenido de Significado de Scrumm: <http://proyectosagiles.org/que-es-scrum/>
- Psicomotricidad Infantil.com*. (16 de octubre de 2015). Obtenido de <http://www.psicomotricidadinfantil.com/>
- Quees.info*. (05 de noviembre de 2015). Obtenido de <http://www.quees.info/que-es-un-dominio.html>
- Registro Civil*. (09 de enero de 2016). Obtenido de <http://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-06-C%C3%93DIGO-DE-LA-NI%C3%91EZ-Y-ADOLESCENCIA-Leyes-conexas.pdf>
- Registro Mercantil Quito*. (14 de noviembre de 2015). Obtenido de Constitución Compañía Limitada: <http://registromercantil.gob.ec/quito/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/148-constitucion-companias-anonimas-limitadas-comandita-acciones-economia-mixta.html>
- Rihan, O. (13 de mayo de 2015). *Derechos del niño y protección internacional*. Obtenido de Humanium, Juntos por los derechos del niño: <http://www.humanium.org/es/category/derechos-humanos/>
- Rivadeneira, D. (28 de marzo de 2012). *Qué es la comercialización*. Obtenido de Empresa & Actualidad: <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Rodriguez, E. (24 de octubre de 2013). *Eficiencia Publicitaria*. Obtenido de El Publicista: [http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/noticia.php?id\\_noticia=17954](http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/noticia.php?id_noticia=17954)

- Rubio Ramírez, L. (2010). Medios de Comunicación. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 4.
- Salmerón Castro, A. M. (12 de marzo de 2008). *Pedagogía y relación educativa*. Obtenido de Perfiles Educativos: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13211159009>
- Sistemas Creativos*. (17 de octubre de 2015). Obtenido de [http://www.rinconcreativo.com.ar/sistproductivo/Tema%2018\\_05.htm](http://www.rinconcreativo.com.ar/sistproductivo/Tema%2018_05.htm)
- Smith, A. e. (14 de octubre de 2013). *Estimulación Temprana*. Obtenido de Semanas de Gestación.com: <http://semanasdegestacion.com/definicion-de-estimulacion-temprana/>
- Stanton , W., Etzel, M., & Walker , B. (2004). Fundamentos de Marketing. En W. Stanton, M. Etzel, & B. Walker, *Fundamentos de Marketing* (págs. 423-424). México: Interamericana.
- Stanton J. William, E. J. (2007). Fundamentos de Marketing. En E. J. Stanton J. William, *Fundamentos de Marketing* (pág. 6). McGraw-Hill Interamericana.
- Stewart, C. (1982). Guardería y Cuidado Infantil. En C. Stewart, *Guardería y Cuidado Infantil* (págs. 26-40). Madrid: Ediciones Morata S.A.
- Thompson Baldiviezo, M., & Antezana I., J. (marzo de 2008). *Costos Fijos*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
- Thompson, I. (mayo de 2006). *Definición de Demanda*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thompson, I. (mayo de 2006). *Definición de Oferta*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Thompson, I. (diciembre de 2006). *Misión y Visión*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Thompson, I. (octubre de 2007). *Concepto de Misión*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>
- Thompson, I. (enero de 2008). *Definición Administración*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracion.html>

- Vaquiroy C., J. D. (05 de enero de 2012). *Tasa Interna de Retorno TIR*. Obtenido de Pymes y Futuro: <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- Vaquiroy C., J. D. (29 de marzo de 2013). *EL Valor Presente Neto VPN*. Obtenido de Pymes y Futuro: <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- Wikipedia. (29 de noviembre de 2015). *Matriz Ansoff*. Recuperado el 06 de octubre de 2015, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Matriz\\_de\\_Ansoff](https://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Ansoff)
- Wulcayn, F., Daro, D., Fluke, J., Feldman, S., Glodek, C., & Lifanda, K. (11 de agosto de 2011). *El fortalecimiento de los sistemas de protección infantil*. Obtenido de UNICEF: [http://www.unicef.org/spanish/protection/index\\_52852.html](http://www.unicef.org/spanish/protection/index_52852.html)
- Zorzini Roco, P. A. (febrero de 2005). *Publicidad*. Obtenido de Monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos20/presupuesto-publicidad/presupuesto-publicidad.shtml>

# ANEXOS

## ANEXOS

### Anexo 1: Diseño de la encuesta

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**

Tema: creación de una empresa de niñeras a domicilio en la zona norte de Quito

La presente encuesta, es de carácter académico, los datos que nos brinde serán manejados con absoluta reserva.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente las siguientes preguntas y marque con una x en el espacio que usted considere.

Sexo

M\_\_\_

F\_\_\_

Seleccione su estado civil

Soltero/a \_\_\_

Casado/a\_\_\_

Viudo/a\_\_\_

Unión libre\_\_\_

¿Cuántos hijos menores de edad tiene usted?

1\_\_\_

2\_\_\_

más de 2\_\_\_

0\_\_\_\_\_

Ubique la edad de su o sus hijos.

0 a 12 meses\_\_\_

1 a 5 años\_\_\_

5 a 10\_\_\_

más de 10

¿Su trabajo demanda de mucho tiempo fuera de casa?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

En ocasiones ¿Usted ha visto la necesidad de encargar a sus hijos con alguna persona de confianza para que se los cuide?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Es fácil conseguir alguna persona de confianza para el cuidado de sus hijos?

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

A veces \_\_\_\_

¿Usted estaría dispuesto a pagar el servicio de niñeras a domicilio?

Si \_\_\_\_

NO \_\_\_\_

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de niñeras a domicilio, tomando en cuenta que será cobrado por horas?

20 \_\_\_\_

30 \_\_\_\_

50 \_\_\_\_

¿En caso de contratar el servicio, está usted de acuerdo que la empresa ubique cámaras de vigilancia durante la permanencia de la niñera en su casa?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Conoce usted alguna empresa que brinde el servicio de niñeras a domicilio de una manera confiable en la ciudad de Quito?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

## ANEXO 2: Contrato De Trabajo A Prueba

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte ....., a través de su representante legal, ..... (en caso de personas jurídicas); en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de ..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a Prueba con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

### PRIMERA. - ANTECEDENTES. -

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de ....., revisados los antecedentes del (de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

### SEGUNDA. - OBJETO.

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de ..... con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo



adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

**TERCERA. - JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS. -**

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

**CUARTA. - REMUNERACIÓN. -**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de .....  
DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ ..., 00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

**QUINTA. - DURACIÓN. -**

El tiempo de duración del presente Contrato será por un período probatorio de noventa (90) días en el que, cualquiera de ellas lo puede dar por terminado libremente; vencido dicho período se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el año.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

**SEXTA. - LUGAR DE TRABAJO. -**

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en ....., en la ciudad de ....., provincia de ..... para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA. - Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA. - LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA. - JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. -

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA. - SUSCRIPCIÓN. -

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de ..... el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

EL EMPLEADOR

C.C.

EL TRABAJADOR (a)

### **ANEXO 3: Contrato De Trabajo A Plazo Indefinido**

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte ....., a través de su representante legal, ..... (en caso de personas jurídicas); en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de ..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

#### **PRIMERA. - ANTECEDENTES. -**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de ....., revisados los antecedentes del (de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

#### **SEGUNDA. - OBJETO.**

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de ..... con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA. - JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS. -

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

CUARTA. - REMUNERACIÓN. -

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de ..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ ..., 00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA. - DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA. - LUGAR DE TRABAJO. -

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en ....., en la ciudad de ....., provincia de ..... para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA. - Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA. - LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA. - JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. -

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA. - SUSCRIPCIÓN. -

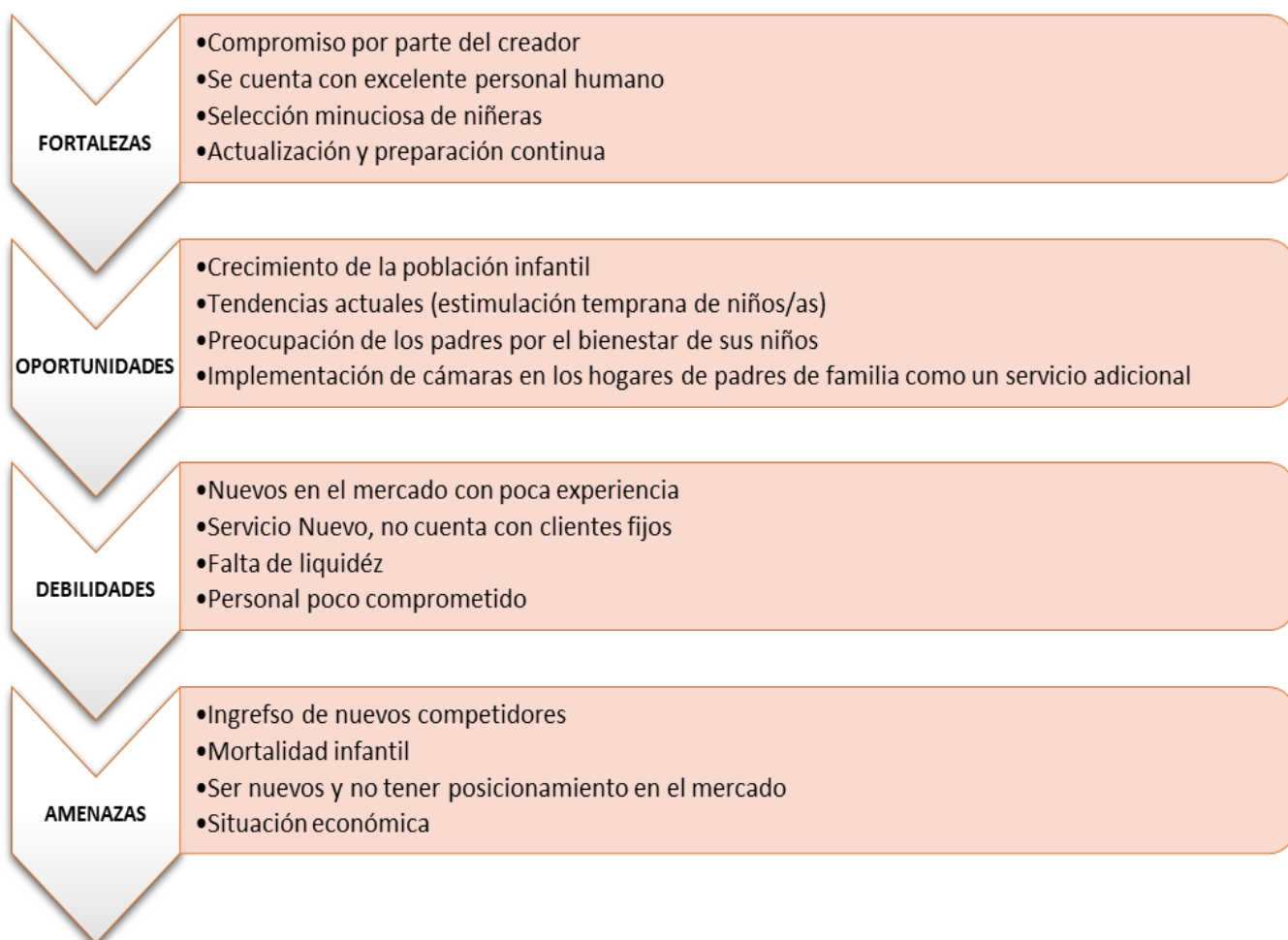
Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de ..... el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR (a)

C.C.

## Anexo 4: Matriz FODA



## Anexo 5: Resumen de Inversiones

<b>INVERSIÓN DE EQUIPOS</b>			
<b>(INVERSIÓN PRIMER AÑO)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	3	\$ 981,25	\$ 2.943,75
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON L200 AIO	1	\$ 290,18	\$ 290,18
TELÉFONO MOTOROLA INALÁMBRICO	2	\$ 25,89	\$ 51,78
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.285,71</b>

<b>INVERSIÓN DE MOBILIARIO</b>			
<b>(INVERSIÓN PRIMER AÑO)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
ESCRITORIO EJECUTIVO	3	\$ 200,00	\$ 600,00
SILLAS EJECUTIVAS	3	\$ 70,00	\$ 210,00
MUEBLES PARA SALA DE REUNIONES	1	\$ 700,00	\$ 700,00
MUEBLES EN SALA DE ESPERA	1	\$ 85,00	\$ 85,00
ARCHIVADOR	2	\$ 100,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.795,00</b>

<b>INVERSIÓN DE SOFTWARE</b>			
<b>(INVERSIÓN PRIMER AÑO) Los valores totales se obtienen en algunos casos por semestres</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
LICENCIA WINDOW 7 PROFESIONAL	N/A	\$ 160,00	\$ 1.920,00
ANTIVIRUS	N/A	\$ 30,00	\$ 360,00
DISEÑO Y DESARROLLO PÁGINA WEB	N/A	\$ 800,00	\$ 9.600,00
INSTALACIÓN CÁMARAS Y SERVICIO DE VIGILANCIA	N/A	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
LICENCIA DE SQL SERVER 2010 (BASE DE DATOS)	N/A	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.280,00</b>

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
<b>(INVERSIÓN PRIMER AÑO)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.150,00</b>



## Anexo 6: Costos de Operación y Mantenimiento

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL (ANUAL)</b>
GERENTE	1	\$1.300,00	\$15.600,00
SECRETARIA	1	\$600,00	\$7.200,00
PSICÓLOGO/A	1	\$1.100,00	\$13.200,00
NIÑERAS	5	\$750,00	\$45.000,00
ASISTENTE DE SERVICIOS GENERALES	1	\$500,00	\$6.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.250,00</b>	<b>\$ 87.000,00</b>

<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b> (INVERSIÓN PRIMER AÑO)		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
GASTO DE OPERACIÓN	N/A	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 300,00</b>

<b>PUBLICIDAD Y MARKETING</b> (INVERSIÓN PRIMER AÑO)			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>
PUBLICIDAD ATL	6	\$ 2.500,00	\$ 15.000,00
PUBLICIDAD BTL	5	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.500,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>

<b>SUMINISTROS</b> (INVERSIÓN PRIMER AÑO)		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
SUMINISTROS VARIOS	N/A	\$ 100,00
SUMINISTROS OFICINA	N/A	\$ 250,00
OTROS (IMPREVISTOS)	N/A	\$ 10.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 10.350,00</b>

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>	
AGUA	\$ 20,00	\$ 240,00	
LUZ	\$ 40,00	\$ 480,00	
TELÉFONO E INTERNET DOBLE PACK	\$ 150,00	\$ 1.800,00	
SERVICIO DE MOVILIZACION/VOUCHER	\$ 250,00	\$ 3.000,00	
ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA	\$ 200,00	\$ 2.400,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 660,00</b>	<b>\$ 7.920,00</b>	

<b>ARRIENDO</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>	
ARRIENDO	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 18.000,00</b>	

## Anexo 7: Evaluación Financiera del Proyecto: flujo de caja

<b>IX. Flujo de Caja con Financiamiento</b>											
PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ingresos</b>		231.961,36	247.043,48	263.106,25	280.213,42	298.432,90	317.837,00	338.502,76	360.512,21	383.952,72	408.917,32
<b>Ingresos x venta de activos</b>											
- Costos		184.208,38	190.471,46	196.947,49	203.643,71	210.567,59	217.726,89	225.129,61	232.784,01	240.698,67	248.882,42
- Gasto Intereses		530,34	915,19	710,41	491,91	258,77	-	-	-	-	-
- Depreciación		27.127,23	28.049,56	1.210,79	-	-	-	-	-	-	-
- Amortización		1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Gravable</b>		<b>18945,40176</b>	<b>27.607,27</b>	<b>64.237,56</b>	<b>76.077,80</b>	<b>87.606,53</b>	<b>100.110,11</b>	<b>113.373,16</b>	<b>127.728,20</b>	<b>143.254,05</b>	<b>160.034,90</b>
- 15% utilidad a trabajadores		2.841,81	4.141,09	9.635,63	11.411,67	13.140,98	15.016,52	17.005,97	19.159,23	21.488,11	24.005,23
- Impuesto a la renta (25%)		4.025,90	5.866,54	13.650,48	16.166,53	18.616,39	21.273,40	24.091,80	27.142,24	30.441,49	34.007,42
- Impuesto Venta de activos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Neta</b>		<b>12077,69362</b>	<b>17.599,63</b>	<b>40.951,44</b>	<b>48.499,60</b>	<b>55.849,16</b>	<b>63.820,20</b>	<b>72.275,39</b>	<b>81.426,73</b>	<b>91.324,46</b>	<b>102.022,25</b>
+Depreciación		27.127,23	28.049,56	1.210,79	-	-	-	-	-	-	-
+ Amortización		1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad después de Impuestos</b>		<b>40354,92834</b>	<b>45.649,19</b>	<b>42.162,24</b>	<b>48.499,60</b>	<b>55.849,16</b>	<b>63.820,20</b>	<b>72.275,39</b>	<b>81.426,73</b>	<b>91.324,46</b>	<b>102.022,25</b>
- Inversiones	-	56.510,71	-	-	2.434,08	3.755,88	-	2.690,90	-	-	-
- Inversion Capital de Trabajo	-	32.337,74	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Préstamo		16.921,08									
<b>Total Inversión Neta Propia</b>	-	<b>71.927,37</b>	-	-	<b>2.434,08</b>	<b>3.755,88</b>	-	<b>2.690,90</b>	-	-	-
- Amortización Deuda		1.456,14	3.057,77	3.262,56	3.481,06	3.714,19	-	-	-	-	-
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	237.071,17
<b>Flujo de Caja Neto</b>	-	<b>71.927,37</b>	<b>38898,78691</b>	<b>42.591,42</b>	<b>36.465,59</b>	<b>41.262,67</b>	<b>52.134,97</b>	<b>61.129,30</b>	<b>72.275,39</b>	<b>81.426,73</b>	<b>91.324,46</b>

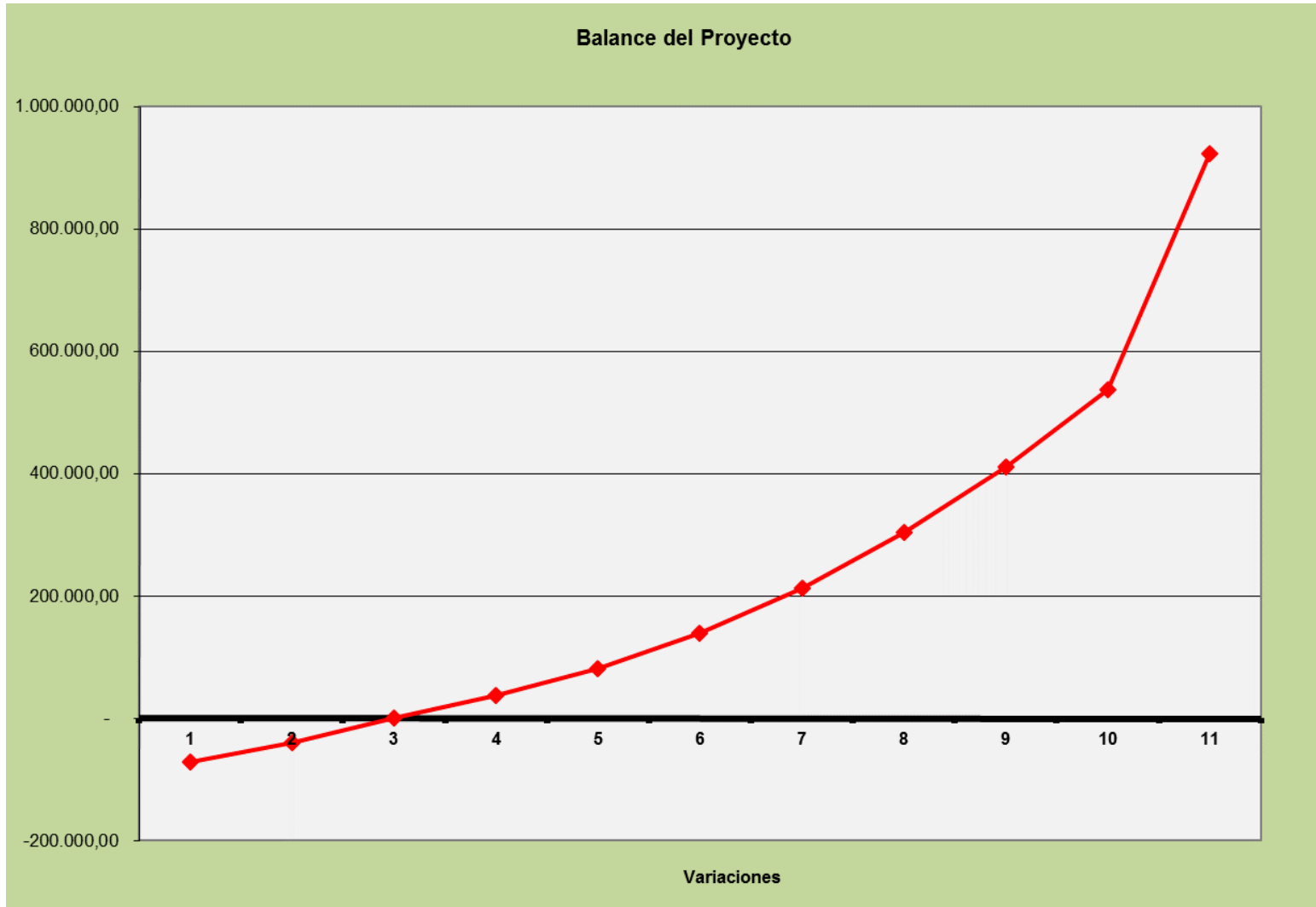
## Anexo 8: Evaluación Financiera del Proyecto: Costos de Inversión

II. Costos de Inversión									
AÑOS		0	1	2	3	4	5	6	7
Activo no Depreciable	Terreno	-	-	-	-	-	-	-	-
Activos Depreciables	Equipo de computacion	- 3.286	-	-	-	- 3.756	-	-	-
	Mobiliario	- 1.795	-	-	-	-	-	-	-
	Software	- 50.280	-	-	- 2.434	-	-	- 2.691	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación 2	Vehículo	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización Intangibles	Gastos de	- 1.150	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Inversiones</b>		<b>-56.510,71</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-2.434,08</b>	<b>-3.755,88</b>	<b>0,00</b>	<b>-2.690,90</b>	<b>0,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>		<b>-32.337,74</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		<b>-88.848,45</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-2.434,08</b>	<b>-3.755,88</b>	<b>0,00</b>	<b>-2.690,90</b>	<b>0,00</b>

### Anexo 9: Costos de Operación y Mantenimiento

III. Costos de Operación Y Mantenimiento												
Costos Fijos	AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos operacionales	Sueldos y salarios		89.958,00	93.016,57	96.179,14	99.449,23	102.830,50	106.326,74	109.941,85	113.679,87	117.544,98	121.541,51
	Arriendos		18.612,00	19.244,81	19.899,13	20.575,70	21.275,28	21.998,64	22.746,59	23.519,97	24.319,65	25.146,52
	Mantenimiento		2.481,60	2.565,97	2.653,22	2.743,43	2.836,70	2.933,15	3.032,88	3.136,00	3.242,62	3.352,87
	Seguridad		40.946,40	42.338,58	43.778,09	45.266,54	46.805,61	48.397,00	50.042,50	51.743,94	53.503,23	55.322,34
	DEP		11.530,38	11.922,41	12.327,77	12.746,92	13.180,31	13.628,44	14.091,81	14.570,93	15.066,34	15.578,60
Gasto de ventas	Publicidad		20.680,00	21.383,12	22.110,15	22.861,89	23.639,20	24.442,93	25.273,99	26.133,30	27.021,84	27.940,58
	Material de promoción		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos Variables	Gastos de CONSTITUCION		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo de ventas	Mano de Obra		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Materia Prima- Insumos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Imprevistos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Costos de Operación</b>			<b>184.208,38</b>	<b>190.471,46</b>	<b>196.947,49</b>	<b>203.643,71</b>	<b>210.567,59</b>	<b>217.726,89</b>	<b>225.129,61</b>	<b>232.784,01</b>	<b>240.698,67</b>	<b>248.882,42</b>

### Anexo 10: Evaluación Financiera del Proyecto: Gráfico de Balance del Proyecto



### Anexo 11: Cuadro de Pérdidas y Ganancias proyectado a 10 años

XXI. ESTADO PROFORMA DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (Con Financiamiento)										
CONCEPTO/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) Ingreso por ventas netas	231.961,36	247.043,48	263.106,25	280.213,42	298.432,90	317.837,00	338.502,76	360.512,21	383.952,72	408.917,32
(-) Costos de Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>231.961,36</b>	<b>247.043,48</b>	<b>263.106,25</b>	<b>280.213,42</b>	<b>298.432,90</b>	<b>317.837,00</b>	<b>338.502,76</b>	<b>360.512,21</b>	<b>383.952,72</b>	<b>408.917,32</b>
(-) Gastos Operacionales	163.528,38	169.088,34	174.837,35	180.781,82	186.928,40	193.283,96	199.855,62	206.650,71	213.676,83	220.941,85
(-) Gasto de Ventas	20.680,00	21.383,12	22.110,15	22.861,89	23.639,20	24.442,93	25.273,99	26.133,30	27.021,84	27.940,58
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>47.752,98</b>	<b>56.572,02</b>	<b>66.158,76</b>	<b>76.569,71</b>	<b>87.865,30</b>	<b>100.110,11</b>	<b>113.373,16</b>	<b>127.728,20</b>	<b>143.254,05</b>	<b>160.034,90</b>
(-) Gastos financieros (intereses)	1.986,48	3.972,96	3.972,96	3.972,96	3.972,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Otros Ingresos										
(-) Otros Gastos										
(-) 15 % participacion de trabajadores	7.162,95	8.485,80	9.923,81	11.485,46	13.179,80	15.016,52	17.005,97	19.159,23	21.488,11	24.005,23
<b>(=) UTILIDAD ANTES IMPUES. REN</b>	<b>38.603,55</b>	<b>44.113,25</b>	<b>52.261,98</b>	<b>61.111,29</b>	<b>70.712,54</b>	<b>85.093,59</b>	<b>96.367,18</b>	<b>108.568,97</b>	<b>121.765,94</b>	<b>136.029,66</b>
(-) Impuesto a la renta 25%	9.650,89	11.028,31	13.065,49	15.277,82	17.678,14	21.273,40	24.091,80	27.142,24	30.441,49	34.007,42
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>28.952,66</b>	<b>33.084,94</b>	<b>39.196,48</b>	<b>45.833,47</b>	<b>53.034,41</b>	<b>63.820,20</b>	<b>72.275,39</b>	<b>81.426,73</b>	<b>91.324,46</b>	<b>102.022,25</b>

## Anexo 12: Evaluación Financiera del Proyecto: Cuadro de Resultados

<b>Con Financiamiento</b>	
<b>VAN</b>	<b>406.419,91</b>
<b>TIR</b>	<b>61,29%</b>
<b>COSTO DE CAPITAL</b>	<b>8,54%</b>
<b>Balance del proyecto</b>	
Período de Recuperación	<b>2</b>
Valor Futuro Neto	<b>922.263,58</b>
Potencial de Utilidad	<b>2.644.550,31</b>
Exposicion a pérdida	<b>- 111.098,22</b>