

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**“Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil”**

**AUTOR:**

**Intriago Pico, Melissa Anthonella**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Desarrollo de Negocios Billingüe**

**TUTOR:**

**CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel**

**Guayaquil, Ecuador**

**22 de agosto del 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Intriago Pico, Melissa Anthonella**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Billingüe**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel**

**Guayaquil, a los 22 días del mes de agosto del año 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Intriago Pico, Melissa Anthonella**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Billingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de agosto del año 2018**

**LA AUTORA**

**(Firma)**

f. \_\_\_\_\_

**Intriago Pico, Melissa Anthonella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Intriago Pico, Melissa Anthonella**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de agosto del año 2018**

**LA AUTORA:**

**(Firma)**

f. \_\_\_\_\_

**Intriago Pico, Melissa Anthonella**

## REPORTE URKUND



### Urkund Analysis Result

<b>Analysed Document:</b>	TESIS FINAL MELISSA INTRIAGO.docx (D41057730)
<b>Submitted:</b>	8/30/2018 11:01:00 PM
<b>Submitted By:</b>	cecivel@yahoo.com
<b>Significance:</b>	2 %

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la vida, por permitirme cumplir un logro más y por todas sus bendiciones.

A mi mami María Nela Pico por su amor, dedicación, esfuerzo, apoyo incondicional en todo momento y a mi papi Luis Castro, gracias a ustedes dos por darme los estudios, cuidar a Barbarita y así poder terminar mi carrera universitaria.

A mi abuelita Gloria Vera por su cariño y por ser la mejor bisabuela para mi hija y cuidarla siempre.

A mi hermana Fiorella Castro.

A mi esposo Andrés García por su amor, paciencia y cuidar de nuestra hija.

A mi tutora Cecilia Vélez por su disposición.

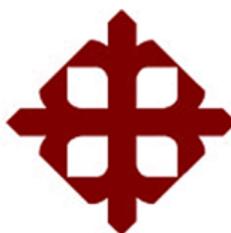
A mis profesores por todos sus conocimientos compartidos.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación, a mis padres Luis Castro y María Nela Pico, por el esfuerzo, por el amor y por apoyarme siempre.

También a mi esposo Andrés García junto a mi hija Bárbara García por ser mi motivación de todos los días, por el cariño y amor.

Son lo mejor de mi vida.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**CPA. VÉLEZ BARROS, CECILIA ISABEL**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

**CPA. VÉLEZ BARROS, CECILIA ISABEL**

DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**LCDA. ROSA MARGARITA ZUMBA CÓRDOVA**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CALIFICACIÓN**

---

**CPA. VÉLEZ BARROS, CECILIA ISABEL**

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
REPORTE URKUND .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	viii
CALIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO 1.....	4
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.1. Tema – Título.....	4
1.2. Justificación .....	4
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	4
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio .....	5
1.5. Objetivos de la Investigación .....	5
1.5.1. Objetivo General .....	5
1.5.2. Objetivos Específicos .....	5
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	6
1.7. Planteamiento del Problema.....	6
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto .....	7
1.8.1. Marco Referencial .....	7
1.8.2. Marco Teórico .....	9
1.8.3. Marco Conceptual .....	12
1.8.4. Marco Lógico.....	13
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	15
CAPITULO 2.....	17
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	17
2.1. Análisis de la Oportunidad .....	17
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio.....	17
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	19
2.3. Objetivos de la Empresa .....	20
2.3.1. Objetivo General .....	20
2.3.2. Objetivos Específicos .....	20
CAPITULO 3.....	22
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA .....	22
3.1. Aspecto Societario de la Empresa .....	22
3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa) .....	22
3.1.2. Fundación de la Empresa .....	22
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	22
3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo .....	23
3.2.1. Código de Ética.....	23

3.3. Propiedad Intelectual. ....	23
3.3.1. Registro de Marca .....	23
3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto .....	24
3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	24
4. AUDITORÍA DE MERCADO.....	26
4.1. PEST.....	26
4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria .....	32
4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado .....	34
4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones 35	
4.5. Análisis de la Oferta.....	36
4.5.1. Tipo de Competencia .....	36
4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	37
4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	37
4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.....	38
4.6. Análisis de la Demanda .....	39
4.6.1. Segmentación de Mercado .....	39
4.6.2. Criterio de Segmentación.....	39
4.6.3. Selección de Segmentos.....	40
4.6.4. Perfiles de los Segmentos.....	40
4.7. Matriz FODA .....	40
4.8. Investigación de Mercado .....	42
4.8.1. Método .....	42
4.8.2. Diseño de la Investigación .....	42
4.8.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados) .....	42
4.8.2.2. Tamaño de la Muestra.....	43
4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos .....	43
4.8.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.) 44	
4.8.2.3.2. Concluyente (Encuesta).....	44
4.8.2.4. Análisis de Datos.....	48
4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados .....	54
4.8.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	54
4.8.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado .....	55
CAPÍTULO 5.....	57
5. PLAN DE MARKETING .....	57
5.1. Objetivos: General y Específicos .....	57
5.1.1. Mercado Meta .....	57
5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración.....	57
5.1.1.2. Cobertura.....	58
5.2. Posicionamiento.....	58
5.3. Marketing Mix.....	58
5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios .....	58
5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado .....	59
5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea.....	59
5.3.1.3. Marcas y Submarcas .....	59

5.3.2. Estrategia de Precios .....	59
5.3.2.1. Precios de la Competencia.....	59
5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta .....	60
5.3.2.3. Políticas de Precio.....	60
5.3.3. Estrategia de Plaza .....	61
5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta .....	61
5.3.3.1.1. Distribución del Espacio.....	61
5.3.3.1.2. Merchandising.....	62
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial.....	62
5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes. ....	62
5.3.3.2.2. Logística.....	62
5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones .....	62
5.3.4. Estrategias de Promoción .....	63
5.3.4.1. Promoción de Ventas .....	63
5.3.4.2. Venta Personal .....	63
5.3.4.3. Publicidad.....	63
5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje .....	63
5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL .....	63
5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento .....	63
5.3.4.3.4. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	64
5.3.4.4. Relaciones Públicas .....	65
5.3.4.5. Marketing Relacional .....	65
5.3.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto.....	66
5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce.....	66
5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales .....	66
5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales .....	69
5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción .....	70
5.4. Presupuesto de Marketing .....	70
CAPÍTULO 6.....	72
6. PLAN OPERATIVO .....	72
6.1. Producción.....	72
6.1.1. Proceso Productivo .....	72
6.1.2. Flujogramas de procesos .....	78
6.1.3. Infraestructura .....	80
6.1.4. Mano de Obra .....	81
6.1.5. Capacidad Instalada.....	82
6.1.6. Presupuesto .....	82
6.2. Gestión de Calidad .....	83
6.2.1. Políticas de calidad .....	83
6.2.2. Procesos de control de calidad .....	84
6.2.3. Presupuesto .....	84
6.3. Gestión Ambiental.....	85
6.3.1. Políticas de protección ambiental.....	85
6.3.2. Procesos de control ambiental .....	85
6.3.3. Presupuesto .....	85

6.4. Gestión de Responsabilidad Social .....	86
6.4.1. Políticas de protección social .....	86
6.4.2. Presupuesto .....	86
6.5. Estructura Organizacional.....	86
6.5.1. Organigrama .....	86
6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	87
6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos .....	88
CAPÍTULO 7.....	93
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO .....	93
7.1. Inversión Inicial .....	93
7.1.1. Tipo de Inversión.....	93
7.1.1.1. Fija.....	93
7.1.1.2. Diferida .....	94
7.1.1.3. Corriente.....	94
7.1.2. Financiamiento de la Inversión.....	94
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento .....	94
7.1.2.2. Tabla de Amortización .....	96
7.1.3. Cronograma de Inversiones .....	97
7.2. Análisis de Costos .....	97
7.2.1. Costos Fijos.....	97
7.2.2. Costos Variables .....	98
7.3. Capital de Trabajo.....	98
7.3.1. Gastos de Operación .....	98
7.3.2. Gastos Administrativos.....	98
7.3.3. Gastos de Ventas .....	99
7.3.4. Gastos Financieros .....	99
7.4. Análisis de Variables Críticas.....	99
7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes .....	99
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas 100	
7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio.....	100
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa .....	100
7.6. Estados Financieros proyectados .....	101
7.6.1. Balance General.....	101
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	102
7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado .....	102
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital.....	103
7.6.2.1.1.1. TMAR.....	103
7.6.2.1.1.2. VAN.....	103
7.6.2.1.1.3. TIR .....	104
7.6.2.1.1.4. PAYBACK .....	104
7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	104
7.8. Razones Financieras .....	107
7.8.1. Liquidez.....	107
7.8.2. Gestión.....	107
7.8.3. Endeudamiento .....	107
7.8.4. Rentabilidad .....	108
7.9. Conclusión del Estudio Financiero .....	108
CAPÍTULO 8.....	110

8. PLAN DE CONTINGENCIA.....	110
8.1. Principales riesgos.....	110
8.2. Monitoreo y control del riesgo.....	110
8.3. Acciones Correctivas.....	111
CAPÍTULO 9.....	113
9. CONCLUSIONES.....	113
10. RECOMENDACIONES.....	115
CAPITULO 11.....	117
11. FUENTES.....	117
CAPÍTULO 12.....	122
12. ANEXOS.....	122
CAPITULO 13.....	126
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	126

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico 2 Canvas .....	19
Gráfico 3 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) .....	30
Gráfico 4 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) de 25 a 34 años.....	31
Gráfico 5 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) de 35 a 44 años.....	32
Gráfico 6 Ciclo de Vida del Producto .....	34
Gráfico 7 Porcentaje de personas que conocen la importancia de este servicio.....	48
Gráfico 8 Porcentaje de personas que tienen hijos o alguna relacion familiar con niños menores de 3 años.....	49
Gráfico 9 Parentesco que tienen las personas con los niños .....	49
Gráfico 11 Porcentaje sobre la importancia de la estimulación de los niños en edades tempranas .....	50
Gráfico 12 Grado de importancia en las áreas de desarrollo de los niños...	51
Gráfico 13 Preferencia de horarios de clases .....	51
Gráfico 14 Frecuencia de asistencias a las clases de estimulación acuática .....	52
Gráfico 15 Método de Pago .....	52
Gráfico 16 Disponibilidad de Pago por el servicio de estimulación acuática para bebés.....	53
Gráfico 17 Principales aspectos para un centro de estimulación acuática para bebés.....	53
Gráfico 18 Logo de la Empresa .....	59
Gráfico 19 Layout.....	61
Gráfico 20 Influencer.....	64
Gráfico 22 Influencer.....	65
Gráfico 23 Instagram Nicole Mármol.....	67
Gráfico 24 Facebook Escuela de Natación Mar Azul.....	67
Gráfico 25 Facebook Natación Poppe .....	68
Gráfico 26 Instagram Natación Poppe .....	68
Gráfico 27 Instagram Natación Luchita.....	69
Gráfico 28 Cronograma de Actividades de Promoción .....	70
Gráfico 29 Proceso de Venta e Inscripción.....	78
Gráfico 30 Fase de inicio .....	79
Gráfico 31 Fase de servicio .....	79
Gráfico 32 Fase de Finalización.....	80
Gráfico 33 Plano de la empresa.....	81
Gráfico 34 Organigrama de la Empresa .....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico .....	13
Tabla 2 Estructura de Capital.....	23
Tabla 3 Presupuesto de Constitución .....	24
Tabla 4 Características de los Competidores .....	37
Tabla 5 Criterios de Segmentación.....	39
Tabla 6 Matriz FODA .....	40
Tabla 7 Tamaño de la muestra .....	43
Tabla 8 Precios de la Competencia .....	60
Tabla 9 Medio/Revista .....	64
Tabla 10 Presupuesto de Marketing .....	70
Tabla 11 Detalle de la mano de obra .....	81
Tabla 12 Muebles y Enseres .....	82
Tabla 13 Equipos.....	82
Tabla 14 Presupuesto de Gestión de Calidad .....	84
Tabla 15 Presupuesto de Gestión Ambiental.....	85
Tabla 16 Manual de Funciones.....	88
Tabla 17 Inversión Inicial .....	93
Tabla 18 Inversión Fija.....	93
Tabla 19 Inversión Diferida .....	94
Tabla 20 Inversión Corriente.....	94
Tabla 21 Fuente de Financiamiento.....	95
Tabla 22 Tabla de Amortización .....	96
Tabla 23 Calendario de Inversiones .....	97
Tabla 24 Costos Fijos .....	97
Tabla 25 Gastos de Operación .....	98
Tabla 26 Gastos Administrativos .....	98
Tabla 27 Gastos de Ventas .....	99
Tabla 28 Gastos Financieros .....	99
Tabla 29 Mark Up .....	100
Tabla 30 Ventas en US\$.....	100
Tabla 31 Punto de Equilibrio.....	100
Tabla 33 Estado de Resultado Integral.....	102
Tabla 34 Flujo de Efectivo .....	103
Tabla 35 VAN.....	104
Tabla 36 Escenario de Producción .....	104
Tabla 37 Precio Local .....	105
Tabla 38 Costo de Mano de Obra Directa .....	105
Tabla 39 Escenario Tasa de Interés .....	105
Tabla 40 Escenario Activos Fijos .....	106
Tabla 41 Gastos de Ventas .....	106
Tabla 42 Escenario Gastos Administrativos .....	106
Tabla 43 Ratios de Liquidez .....	107
Tabla 44 Ratios de Gestión .....	107
Tabla 46 Ratios de Rentabilidad.....	108

## RESUMEN

La presente propuesta de titulación, se plantea en la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil.

La propuesta contará con un servicio en que los bebés puedan mejorar el desarrollo de sus áreas motoras, cognitivas, sociales y sensoriales, por medio de una serie de actividades en piscina que van dirigidas con expertos y acompañados de sus padres.

Estas actividades ayudarán al estímulo del bebé y una gran variedad de beneficios como es mejorar el apetito y conciliar el sueño.

Para el desarrollo de la propuesta se realizará un estudio de mercado, se diseñará un proceso productivo, se realizará un plan de marketing y por último el estudio financiero para evaluar la factibilidad de la empresa.

***Palabras Claves: estimulación, acuática, cognitivas, motoras, sociales, sensoriales***

## **ABSTRACT**

The present proposal, raises in the creation of a company of services of aquatic stimulation for babies in the city of Guayaquil.

The proposal will have a service in which babies can improve the development of their motor, cognitive, social and sensory areas, through a series of activities in the pool that are directed with experts and accompanied by their parents. These activities will help to stimulate the baby and a variety of benefits such as improving appetite and falling asleep.

For the development of the proposal a market study will be carried out, a productive process will be designed, a marketing plan will be made and finally the financial study to evaluate the feasibility of the company.

**Keywords: stimulation, aquatic, cognitive, motor, social, sensory**

## **INTRODUCCIÓN**

La presente propuesta plantea determinar la viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil.

Esta propuesta brinda clases de estimulación con actividades en piscina para el desarrollo de los bebés, que tiene muchos beneficios como lo es el desarrollo de su musculatura, explorar conocimientos diferentes, se refuerza su capacidad respiratoria ayudando a la expulsión de mucosidad, ayuda a mejorar el vínculo entre mamá o papá e hijo fortaleciendo el afecto, mejora el apetito aumentándolo en muchos casos, fortalece el sistema inmunológico, ayuda a su relajación, acelera el desarrollo intelectual, aumenta la sociabilidad.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

## **CAPITULO 1**

### **1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema – Título**

“Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil”

#### **1.2. Justificación**

El presente trabajo de titulación se llevará a cabo mediante todos los conocimientos adquiridos que han sido desarrollados durante el transcurso de ocho semestres en la carrera de Ingeniería de Desarrollo de Negocios Bilingüe de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, para obtener como resultado una investigación adecuada.

El motivo de este emprendimiento tiene como finalidad el desarrollo de una idea de negocio, para fomentar la cultura de la estimulación temprana en el medio acuático para los bebés en el Ecuador y mejorar el vínculo entre padres e hijos, dándole la posibilidad de mejorar su adaptación en la sociedad con capacidades de relación interpersonal, integración sensorial y desarrollo motriz.

#### **1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

Se plantea la propuesta para la creación de una empresa que ofrece servicio de estimulación acuática para bebés, que se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil.

El fin de realizar la siguiente investigación es para dar a conocer si la idea de negocio es factible y sostenible en el tiempo, por la cual se realizará el desarrollo de distintas áreas: la descripción del servicio y estudio jurídico, seguido de una investigación de mercado para determinar la aceptación del servicio, conocer a nuestros competidores, realizar un plan operativo, elaborar un plan de marketing y un plan financiero, con el fin de establecer estrategias que permitan posicionar nuestro servicio en el mercado y por ende obtener una buena rentabilidad.

La presente propuesta será desarrollada en el transcurso del mes de mayo del 2018 hasta septiembre del 2018.

#### **1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio**

El siguiente trabajo de titulación se alinea a los preceptos del objetivo cinco del Plan Toda una vida: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Haciendo referencia a la política #5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Se relaciona también a su vez con la línea de investigación y desarrollo dominio tres de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que están orientadas a las teorías y modelos económicos para el desarrollo social y empresarial, con base en el emprendimiento y la innovación social y sostenible (Sinde, 2017).

#### **1.5. Objetivos de la Investigación**

##### **1.5.1. Objetivo General**

Diagnosticar la viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa que ofrece servicio de estimulación acuática en la ciudad de Guayaquil, a través del análisis de herramientas financieras y evaluación del entorno para llevarla a cabo.

##### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Identificar las preferencias de los clientes a través de una investigación de mercado que permita determinar la aceptación de la propuesta.
- Elaborar estrategias para el plan de marketing que permita obtener un incremento dentro de la participación del mercado.
- Detallar todos los costos para la implementación del centro acuático en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar los procesos productivos más apropiados para brindar los servicios ofrecidos.
- Conocer las condiciones del entorno empresarial en la que se desenvolverá el negocio.

- Realizar proyecciones financieras que nos permita determinar la rentabilidad del negocio en los próximos cinco años.
- Analizar la competencia y plantear estrategias que permita realizar cambios continuos para superar las expectativas de los clientes.

### **1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.**

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esta razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas (Cazau, 2006).

En la siguiente investigación se desarrollará un tema no tan conocido, por lo que se realizará el método de investigación exploratoria.

La técnica de recogida de datos será a través de encuestas, grupos focales, entrevistas a expertos sobre el tema que permitan obtener información verídica sobre la propuesta, para finalmente realizar el análisis en hoja de cálculo y estadísticas en Excel, con el fin de conocer a profundidad las preferencias del cliente y validar la investigación.

### **1.7. Planteamiento del Problema**

Actualmente en el Ecuador existe carencia de la cultura de estimulación con los bebés, ya que la sociedad desconoce de la importancia de los beneficios a corto y largo plazo que brinda la estimulación en el medio acuático. Es por eso la necesidad de fortalecer a la sociedad ecuatoriana con el fin de disminuir la cantidad de niños que poseen deficiencia motriz y de habilidades de relación interpersonal que le impiden desenvolverse en el campo educativo primario.

Los programas de actividades acuáticas para bebés más que la posibilidad de que el niño se salve de situaciones de ahogamiento, promoverán una adaptación al medio acuático desde muy pronto, lo que

favorecerá la relación del niño con el agua a lo largo de toda su vida. Esto es debido a que el agua será un medio privilegiado por experimentar nuevas sensaciones, nuevos comportamientos motores y estimular los diversos sentidos (MORENO Y COLS, 2004).

Estudios realizados asimilan la importancia de la estimulación acuática en las primeras etapas de desarrollo. Por ejemplo, diversos estudios alemanes que se han realizado con niños en edad escolar dio como resultado que aquellos que realizaban estimulación acuáticas desde bebés, mostraban un coeficiente intelectual más alto en comparación de aquellos que no sabían nadar, destacando asimismo que las estimulaciones acuáticas en edades tempranas mejoraban el sentido de independencia y la atención (Diem y Cols, 1978).

También se observó que los bebés que habían practicado alguna estimulación en el medio acuático expresaban una mayor inteligencia motriz por haber gozado de un mayor campo de experimentación (Camus, 1983)

## **1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto**

### **1.8.1. Marco Referencial**

La idea de implementar un centro de estimulación acuática con actividades de desarrollo físico y motriz para los niños se hace referente con otras compañías en el mercado mundial dentro de la misma industria como lo son:

Gymboree comenzó en 1976 cuando Joan Barnes, una madre del condado de Marin, California, intentó encontrar un lugar seguro y divertido con actividades apropiadas según la edad para que los padres y los niños pudiesen jugar juntos. Sin poder lograrlo, realizó lo que cualquier empresario haría; ¡comenzó su propio programa! Desde ese entonces, nos hemos encargado con orgullo de inspirar a padres y niños (Gymboree, 2015).

Gymboree Play & Music ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 que nos convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, nuestras actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Nuestros programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que

alienta la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño. Como creadores y líderes en programas de desarrollo infantil, hemos construido un sistema de negocio con una reputación sin igual. Nuestro estilo único de negocio ha creado a lo largo de estos años una base sólida de clientes fieles que crece día a día. Naturalmente ser dueño de un centro Gymboree es para personas que se preocupan por los niños, para manejar un negocio como Gymboree también requiere tener conocimientos de marketing, atención al cliente, manejo de personal y finanzas (Gymboree, 2015)

El modelo de negocio de Gymboree se basa en un sistema de franquicias en 40 países con más de 500 sedes, la música y el arte combinados con el aprendizaje demuestran que son un negocio serio.

Otra de las empresas que se toma referencia es Club Cañada en México. El programa de Club Cañada ha sido desarrollado a través del estudio y la experiencia de los últimos 18 años. Este método sitúa a Club Cañada a la vanguardia en cuanto al programa de instrucción y se basa en niveles de aprendizaje adecuados a la edad y habilidades de cada alumno. El método de Club Cañada cuenta con 8 niveles de aprendizaje. Cada nivel se trabaja con objetivos particulares que le proporcionarán al alumno una serie de habilidades nuevas que primero lo ayudarán a estar seguro dentro del agua y posteriormente perfeccionarán su técnica (Club Cañada, 2015).

Cada niño va a su propio ritmo y cada habilidad se trabaja por separado. La dificultad se irá incrementando conforme sus habilidades y su edad. El tiempo que dura cada nivel no es importante, en Club Cañada no manejamos tiempos específicos porque todos los niños aprenden a su ritmo; a veces la presión es el impedimento más grande para que aprendan a nadar. Nuestra filosofía es respetar siempre su ritmo, es por eso que las clases en los primeros niveles son particulares (Club Cañada, 2015)

Tomando en cuenta a Sector Fitness European Academy como otra referencia para el modelo de negocio: La importancia de la estimulación acuática de bebés con los padres para su posterior desarrollo de las áreas sensoriales, cognitiva y motora en los bebés de 0 a 36 meses. Cada vez

más la importancia de la estimulación temprana es determinante para el óptimo desarrollo de las áreas sensoriales, cognitivas y motoras. Los centros de estimulación temprana cada vez más son conscientes de la importancia del agua. Si esta estimulación se realiza en el medio acuático, donde el bebé tiene mayor libertad y sensación de placer y recuerda con mayor facilidad el útero materno, se ofrece un escenario aún más estimulante para el buen desarrollo físico en general. Por supuesto ampliamos estos estímulos y mejoramos las respuesta y miedos de los bebés, posibilitando que experimenten con mayor rapidez sensaciones en un medio como es el agua (Sector Fitness, 2014).

Con esta práctica el bebé adquiere una mejor calidad de vida, fortalece su organismo y sistema inmunológico, mejorando así la calidad de vida de su familia. Por estas características, y según indican parte de los expertos en la materia, es una de las actividades físicas más recomendadas para el bebé, además de aumentar los vínculos mamá–bebé y todo lo que rodea a las experiencias del crecimiento día a día (Sector Fitness, 2014).

### **1.8.2. Marco Teórico**

#### **Teoría del emprendedor**

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo (Schumpeter, 1935).

El emprendedor va al nuevo mundo sin saber con certeza que esperar hoy en día esta misma actitud es lo que caracteriza al emprendedor, posteriormente el termino fue utilizado para identificar personas que iniciaban un negocio este término fue ligado a empresarios innovadores (Castillo, 1991).

El emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar (Carrasco, Inmaculada & Castaño, 2008, p. 2).

### **Teoría del emprendimiento**

El propósito de este artículo es construir de manera ecléctica y holística las bases de un marco teórico que describa, analice e interprete el fenómeno del emprendimiento empresarial desde el punto de vista interdisciplinario. Se busca que éste sea el fundamento para responder a la pregunta ¿cómo entender el emprendimiento?, y para construir, a partir de su evolución, diversas perspectivas que enriquezcan su análisis y estudio. De esta manera el emprendimiento es comprendido como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad (Pensam. gest. Barranquilla, 2009).

El emprendimiento es un campo vasto que involucra diferentes tópicos como financiación del emprendimiento, características del emprendedor, emprendimiento corporativo, empresas de familia, reconocimiento de oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social, entre otros. Esta revisión se enfoca en lo que representa el emprendimiento social, su constructo, importancia, características y tópicos para investigaciones futuras (Estudios Gerenciales, 2008, pp. 105-125).

### **Teoría del modelo de negocios**

El Cuadro de Mando Integral (BSC) y el modelo Canvas pueden enlazarse como herramientas complementarias para los emprendedores. La primera desarrolla objetivos y medidas operativas en cuatro perspectivas principales para alcanzar la misión y estrategia. La segunda ha supuesto

una (re-)evolución en la generación de modelos de 35 negocios, estableciendo nueve apartados que reflejan su lógica (Gumbus, 2006).

El objetivo de este trabajo es determinar la pertinencia de la metodología Canvas en la formulación de proyectos a través de la caracterización del modelo, resolviendo así la cuestión: ¿Es la metodología Canvas un modelo pertinente para la gestión de proyectos en un contexto emprendedor?. El modelo Canvas, busca que los proyectos se gestionen como unidades de negocio. El contexto innovador y emprendedor en que hoy se desarrollan los negocios, genera la necesidad de modelos de negocios dinámicos, simples y que respondan rápidamente a los cambios del entorno y presenten una visión organizada de la información con la que cuenta (Diana Ferreira Herrera, 2015).

El modelo de negocio describe la manera de cómo una organización crea, entrega y captura valor, el cual se genera a partir de una combinación única de recursos y capacidades, para conocer a profundidad como opera una empresa (Osterwalter y Pigneur, 2010)

Un modelo de negocio operativo es la lógica nuclear de la organización para crear valor. El modelo de negocio de una empresa orientada a los beneficios explica cómo ésta hace dinero (Linder y Cantrell , 2000).

“Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. (...) Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si: sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente; son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos; requieren un tipo de relación diferente; su índice de rentabilidad es muy diferente; están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta” (Osterwalter & Pigneur, 2011).

## Teoría de plan de negocios

Un plan de negocios es la descripción del negocio que el empresario desea iniciar, también es una planificación de la operación y desarrollo del negocio, el plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial (Thompson, 2009).

Sahlman W. (1997) menciona que “el plan debe ser simple, claro, conciso e informativo, debe identificar los riesgos y obstáculos para llevarlo a cabo exitosamente, especificando las variables que pudieran tener mayor impacto en los resultados que se buscan.”

Bautista (2014) indicó: “Se considera que un 52% de los emprendimientos falla por problemas en el modelo de negocio. Por lo que la monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio se considera el aspecto más importante; mismo que esclarece hacia que segmento vamos dirigidos” (pág. 94)

### 1.8.3. Marco Conceptual

Dentro de la investigación se desarrollará algunas términos tales como:

- Ecléctica: m. Combinación de elementos de diversos estilos, ideas o posibilidades (RAE, 2017).
- Holística: adj. Fil. Perteneiente o relativo al holismo (RAE, 2017).
- Metodología: f. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal (RAE, 2017).
- Monitorización: Observar mediante aparatos especiales el curso de uno o varios parámetros fisiológicos o de otra naturaleza para detectar posibles anomalías (RAE, 2017).
- Segmento de mercado: m. Econ. Cada uno de los grupos homogéneos diferenciados a los que se dirige la política comercial de una empresa (RAE, 2017).
- Sensorial: adj. De los sentidos corporales o relacionado con ellos (Oxford, 2017).

- Estimulación: Hacer [alguien o algo] que una persona desee vivamente realizar algo, o hacerlo mejor o más rápido (Oxford, 2017).
- Estrategia: f. Mat, En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento (RAE, 2017).
- Constructo: m. Construcción teórica para comprender un problema determinado (RAE, 2017)
- Atributo: m, Cada una de las cualidades o propiedades de un ser (RAE, 2017).

#### 1.8.4. Marco Lógico

Tabla 1 Marco Lógico

	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>O.G. definir la factibilidad y viabilidad de la creación de una empresa que ofrece servicio de estimulación temprana para bebés en la ciudad de Guayaquil.</b>	Ratios financieros como VAN, TIR, TMAR, PAYBACK	Índices financieros	Se estima que la factibilidad del negocio sea rentable y buena aceptación por el mercado.
<b>O.E.1 Identificar las preferencias de los clientes a través de una investigación de mercado que permita determinar la aceptación de la propuesta.</b>	Índice del mercado  Porcentaje de aceptación	Entrevistas  Estadísticas	A través de los verificadores, existe una gran demanda para este servicio.
<b>O.E.2 Elaborar estrategias para el plan de marketing que permita obtener un incremento dentro de la participación del mercado.</b>	Índice satisfacción del cliente  Publicidad	Estadísticas  Estudio de mercado  Plan de	Se realizarán estrategias basadas en las preferencias de

	directa	Marketing	los clientes
<b>O.E.3 Detallar todos los costos para la implementación del centro acuático en la ciudad de Guayaquil.</b>	Inversión en infraestructura, costos operativos y total de gastos.	Margen de rentabilidad, flujo de efectivo y estados financieros	Proyecciones favorables, fácil retorno de la inversión.
<b>O.E.4 Realizar proyecciones financieras que nos permita determinar la rentabilidad del negocio en los próximos cinco años.</b>	TIR, VAN, PAYBACK	Estado financiero proyectado	La propuesta es atractiva y sostenible en el tiempo
<b>O.E.5 Analizar la competencia y plantear estrategias que permita realizar cambios continuos para superar las expectativas de los clientes.</b>	Índice de la competencia	Estudio de la competencia Plan de marketing	La aceptación del mercado por el nuevo servicio

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Investigación personal

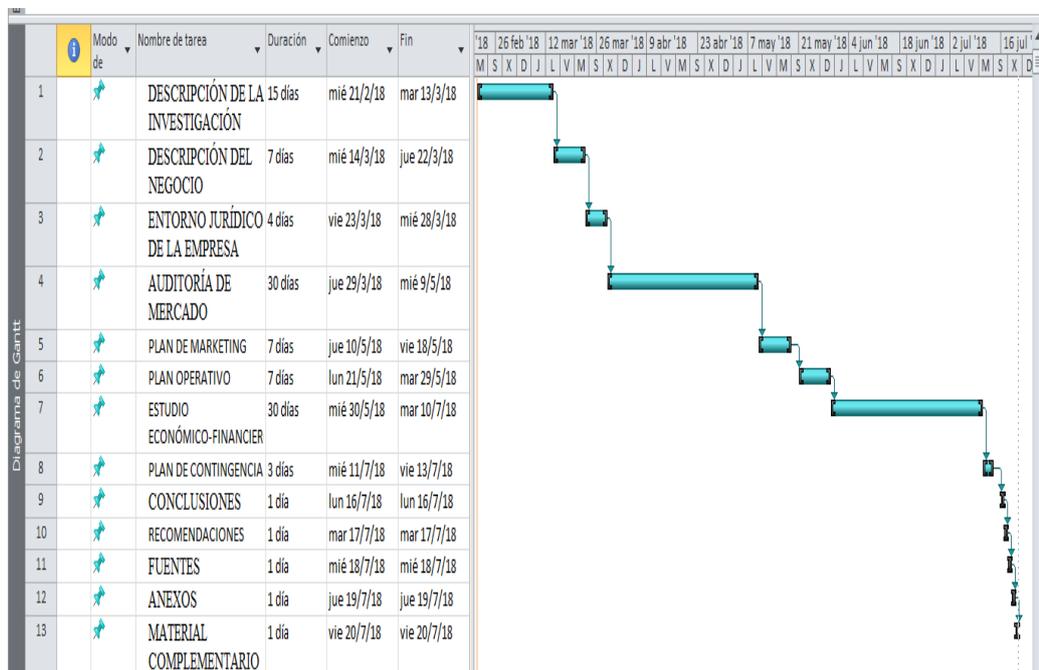
## 1.9. Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Para el desarrollo de la investigación se realizarán las siguientes preguntas:

1. ¿Es viable y sostenible la propuesta de negocio planteada?
2. ¿Cuáles son las estrategias de Marketing adecuadas para el posicionamiento de la empresa?
3. ¿Cuáles son los indicadores de rentabilidad y factibilidad que den soporte a la empresa?
4. ¿Cuál es la competencia directa e indirecta para la empresa establecida en la propuesta?
5. ¿Cuál es el atractivo financiero de la propuesta?
6. ¿Cuál es el segmento de mercado al que va dirigido?

## 1.10. Cronograma

Ilustración 1 Cronograma



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación personal

# CAPÍTULO 2

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

## **CAPITULO 2**

### **2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **2.1. Análisis de la Oportunidad**

La presente propuesta fue planteada en base a las nuevas tendencias del mercado, en el cual se incluye la estimulación a tempranas edades en los niños, mediante el cual se pretende ofrecer un servicio de estimulación acuática para bebés, por su gran variedad de beneficios a corto y largo plazo en su desarrollo de las áreas motoras, cognitivas, sensoriales y sociales.

Durante los primeros años de vida, y en particular desde el embarazo hasta los 3 años, los niños necesitan nutrición, protección y estimulación para que su cerebro se desarrolle correctamente (UNICEF, 2016)

También se toma en cuenta el índice de nacimientos prematuros que es de 5 niños por cada 100 nacen antes de los nueve meses de gestación, este dato se considera porque aquellos niños que nacen antes de tiempo, van a necesitar estimulación para fortalecer las áreas físicas y motrices.

El bebé en el agua se relaja, aprende nuevos movimientos, fortalece su musculatura y aprende a controlar la respiración, aspectos todos ellos que contribuyen de forma decisiva a su desarrollo motor. El agua contribuye en forma significativa al desarrollo y conocimiento del niño. Actúa sobre la conducta del niño, lo hace más independiente, con tendencia a explorar activamente el medio y favoreciendo la socialización. El agua tiene además un efecto sedante, facilitando la relajación, provoca sueño apacible y abre el apetito (Del Castillo, 1997).

##### **2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio**

La idea de negocio inicia con la creación de un centro de estimulación acuática para bebés en la cual ayudará al desarrollo motriz, sensorial, cognitivo y social de los niños mediante una variedad de actividades en piscina con la ayuda de profesionales y padres, se toma en cuenta que la higiene, la seguridad y el ambiente sean los adecuados para los bebés.

El segmento que se desea abarcar, está compuesto por padres de familia con hijos de edades entre 0 y 3 años que deseen mejorar el desarrollo de sus hijos o por alguna dificultad que se haya originado de cualquier causa, por otro lado, el nivel socioeconómico de dicho segmento está en un nivel B y C+, debido al precio que tendrá el servicio.

Se establecerá relación con los clientes, mediante la captación en redes sociales tales como facebook, Instagram, también por medio de la revista "Mamá" y participar en ferias.

En canales de distribución está el canal directo que es el centro de estimulación acuática.

Los socios clave necesarios para llevar a cabo el proyecto será activaciones en programas iniciales, maternidad y hospitales, los ginecólogos y pediatras.

Los ingresos de este negocio serán por las inscripciones (mensualidades) de los niños.

Como actividades clave se considera el diseño de página en las redes sociales, el diseño de las actividades de integración familiar, diseño de las actividades acuáticas. Que a su vez está vinculado con los recursos clave y costos.

Con la descripción de la idea de negocio, se busca crear una estructura completa que permita la creación del servicio de estimulación acuática, para la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Gráfico 2 Canvas

<p><b>8.SOCIOS CLAVE</b></p> <p>Activación en programas inicial.</p> <p>Maternidad y hospitales.</p> <p>Ginecólogos y Pediatras</p>	<p><b>7.ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <p>Diseño de página en redes sociales.</p> <p>Diseño de actividades de integración familiar.</p> <p>Diseño de las actividades acuáticas.</p> <p>Selección de expertos y personal capacitados.</p>	<p><b>1.PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p>Estimulación acuática que beneficia el desarrollo de las áreas motoras, cognitivas, sensoriales y sociales, mediante una variedad de actividades dirigidas por expertos y personal capacitado, reforzando el vínculo entre padres-hijos. Ofreciendo seguridad, higiene y un ambiente adecuado para los bebés.</p>	<p><b>4.RELACION CON LOS CLIENTES</b></p> <p>Captación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook,</li> <li>Instagram.</li> <li>Revistas: Mamá, Hogar</li> </ul> <p>Fidelización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Descuentos por clientes referidos.</li> <li>Descuentos por inicio de cada nivel.</li> </ul>	<p><b>2.SEGMENTO DE CLIENTES</b></p> <p>Padres de familia con hijos de edades entre 0 y 5 años con necesidades de acelerar o mejorar la estimulación para sus hijos, con nivel socioeconómico medio-alto en la ciudad de Guayaquil.</p>
<p><b>9. ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Costos fijos: salarios, servicios básicos, alquiler, mantenimiento de piscina</p> <p>Costos variables: anuncios en redes y revistas</p>		<p><b>5.FUENTE DE INGRESO</b></p> <p>Pago por la inscripción.</p> <p>Venta de accesorios.</p>		

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Investigación personal

## 2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

### Misión

Somos una empresa comprometida con el desarrollo cognitivo y físico de los bebés mediante una variedad de actividades acuáticas que benefician a la interrelación personal entre padres e hijos.

### Visión

Ser una empresa líder en la industria de la estimulación temprana acuática que satisfaga las necesidades y exigencias de nuestros clientes con estrategias y actividades que fortalezcan el desarrollo de los bebés en el país.

## **Valores**

- Compromiso: Nos comprometemos con los padres a dar un buen servicio a sus bebés que se verá reflejado en su desarrollo.
- Calidad: Certificar la calidad de las actividades que serán de gran ayuda para los bebés.
- Responsabilidad: Mantener en buen estado nuestras instalaciones velando por el bienestar de nuestros usuarios.

### **2.3. Objetivos de la Empresa**

#### **2.3.1. Objetivo General**

Ser una empresa pionera en brindar el servicio de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil, ofreciendo un servicio confiable y de calidad.

#### **2.3.2. Objetivos Específicos**

- Posicionar la propuesta al quinto año como uno de los mejores centros de estimulación acuática para bebés.
- Establecer alianzas estratégicas al tercer año del lanzamiento de la propuesta con ginecólogos y pediatras de hospitales.
- Tener una rentabilidad de al menos un 10% al final de cada año.
- Incrementar al menos un 5% de nuevos clientes cada año.

# CAPÍTULO 3

## ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

## **CAPITULO 3**

### **3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA**

#### **3.1. Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)**

La siguiente propuesta para la creación de una empresa que ofrece servicio de estimulación acuática para bebés que estará ubicada en la Av. de Samborondón, que tiene como finalidad aportar beneficios en el desarrollo psicomotor, sistema inmunológico, coeficiente intelectual y social del bebé.

La razón social de la empresa será Aquatic Baby S.A y su nombre comercial será Aquatic Baby.

##### **3.1.2. Fundación de la Empresa**

La empresa será creada bajo las normativas de sociedad anónima según lo estipulado en el artículo 143 de la ley de Superintendencia de Compañías.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de Superintendencia de Compañías, 1999)

##### **3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones**

La empresa Aquatic Baby S.A se constituirá con un capital de \$800, el cual se repartirá en partes iguales y el valor de la acción será a \$1 cada una.

La aportación de los socios será distribuida de la siguiente manera:

**Tabla 2 Estructura de Capital**

DETALLE	%
Préstamo Bancario	70%
Accionista 1	30%
Total	100%

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

### **3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo**

#### **3.2.1. Código de Ética**

Según Connock & Johns (1995), hablar de ética es hablar de justicia, es decidir entre lo que está bien y lo que está mal, también es saber cómo aplicar reglas que fomenten un comportamiento responsable tanto individual como grupal.

Dentro de la compañía se implementará la filosofía basada en reglamentos internos que ayudará a llevar el modelo de negocio de una manera correcta y el cuál generará un buen ambiente de trabajo.

La importancia de la ética dentro de la empresa se verá reflejado en el comportamiento y valores que tengan todos los que conforman el grupo de trabajo, esto ayudará a que la empresa tenga una buena imagen con la sociedad.

### **3.3. Propiedad Intelectual.**

#### **3.3.1. Registro de Marca**

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o

una combinación de estos. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014).

Se registrará la marca como “Aquatic Baby” mediante todos los requisitos como lo indique el IEPI, para que se pueda tener un uso legal y exclusivo de la marca, darle protección a la empresa y evitar plagios a futuro.

### **3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto**

El derecho de autor en primera instancia es un derecho humano, que se encarga de regular todos los derechos subjetivos que poseen los autores y/o titulares sobre la creación de sus obras (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

El presente trabajo de titulación “Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la Ciudad de Guayaquil” se encuentra protegido y consta con derecho de autora y también al sistema académico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

### **3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)**

**Tabla 3 Presupuesto de Constitución**

Descripción	Precio
<b>Constitución de compañía</b>	<b>600</b>
<b>Registro de marca</b>	<b>450</b>
<b>Permisos Municipales</b>	<b>350</b>
<b>Permisos de Bomberos</b>	<b>500</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

# CAPÍTULO 4

## AUDITORÍA DE MERCADO

## **4. AUDITORÍA DE MERCADO**

### **4.1. PEST**

Por medio de este análisis macro entorno se puede conocer los factores políticos, económicos, social y tecnológicos. Los cuáles puedan influenciar de manera positiva o negativamente el desarrollo de la empresa. El análisis Pest surge como una herramienta para definir la posición estratégica de una empresa, identificando los factores que pueden influir en los niveles de oferta y demanda y en los costos de la misma. Al estudiar los cambios de dichos factores contemplados en el modelo, las unidades económicas pueden diseñar su estrategia para adaptarse a las grandes tendencias que afectan a toda la industria (Moisés Bittán, 2012).

### **Entorno Político**

- El MIES es la entidad rectora de la Política Pública de Desarrollo Infantil y le compete otorgar la Autorización de los Permisos de Funcionamiento a los Centros Infantiles públicos y privados que atienden a niñas y niños desde los 45 días a 36 meses de edad (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2017).

Dentro del marco político existe un Ministerio que esta promoviendo la estimulación infantil y que emite los permisos de funcionamiento a nivel nacional, lo cual es un punto a favor poder contar con el aval del MIES para dar nuestro servicio.

- “Fortalecer y mejorar la atención en educación especial y la inclusión educativa en educación regular, para niños y jóvenes con necesidades educativas especiales.” (Ministerio de Educación, 2014)  
El Ministerio de Educación del Ecuador cuenta con un Modelo de Educación Inclusiva, para cumplir con las demandas de la constitución. Haciendo posible que la educación sea para todos y atendiendo a aquellos niños con necesidades educativas especiales.

- Durante la etapa del ciclo vital de 0 a 5 años, considerada la más importante en la vida de la personas, es necesario brindar apoyo para el desarrollo, la crianza, el crecimiento y el aprendizaje de las niñas y los niños. Esto incluye el abordaje de ámbitos de la salud, nutrición e higiene, así como del desarrollo cognitivo, motriz, social, físico, lenguaje y afectivo (Secretaría Técnica Plan Toda una Vida, 2013). El énfasis del gobierno en relación al desarrollo infantil en su primera etapa nos brinda una garantía de apertura para trabajar aliados con proyectos tanto públicos como privados para fortalecer el concepto de mejorar la calidad de vida desde sus inicio.

Como conclusión se puede definir que los factores dentro del entorno político son favorables, porque se cuenta con el apoyo del gobierno y han establecido diferentes prioridades a programas del desarrollo infantil lo cuál favorece a la estimulación en edades tempranas en los bebés.

### **Entorno Económico**

- Ministerio del Trabajo (MDT), Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), el Servicio de Rentas Internas (SRI) y los representantes del sector laboral y empresarial del país, se anunció este 27 de diciembre el incremento de USD 11 al salario básico unificado (SBU) para 2018, que sube a USD 386 (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018) Esta variación implica que debemos tener en cuenta al momento de establecer nuestros costos fijos y proyecciones de ventas del incremento anual en el país del salario básico unificado.
- El índice riesgo país en el Ecuador subió 65 unidades, para ubicarse en 536 puntos básicos (JP Morgan, 2018). Esto implica que hay un mayor riesgo y que menos proyectos de inversión son capaces de obtener la rentabilidad esperada y no se vuelve atractiva para emprender.

- El Gasto de Consumo Final del Gobierno General, en el año 2017, registró un crecimiento de 3.8% con relación al año anterior, contribuyendo positivamente a la variación del PIB en 0.56 puntos porcentuales (Banco Central del Ecuador, 2017).  
Otro factor que se analizará es la tasa de crecimiento del PIB, lo que significa que hubo un crecimiento para la economía del Ecuador de un 3%, lo que favorecerá la implementación del proyecto.
- El sector que aporta la mayor contribución es el de servicios con un 47% sobre la producción generada por las pymes, además muestra crecimiento del 95% entre el año 2006 a 2014 (Ministerio de Industrias y Productividad, 2016)
- Según el Índice de Precios al Consumidor (2017) , señaló que el sector de la educación presentaba una variación 0,0897%, es decir que los productos y servicios que están dentro de este sector presentan una incidencia del 0,016% lo que contribuye al incremento del índice general de precios.

Como conclusión dentro del entorno económico se presentan algunas variables positivas, teniendo en cuenta el crecimiento que ha tenido el sector de servicios en las pymes y el PIB que representa un aspecto importante para el país.

### **Entorno Social**

- Uno de los factores y un punto favorable a analizar es la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,55% anual.
- Según, El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2018) , que realizó una encuesta en cinco ciudades del Ecuador y se estableció que el 83,3% de las familias están dentro del grupo con capacidad de

obtener una mejor educación, posibilidad de consumo y mejores ingresos para sus hogares.

- Dentro del estrato social en el Ecuador se identifican cinco. El estrato B conforma el 11,2% de la población de la cual el jefe del hogar tiene una instrucción superior, posee todos los servicios básicos, en promedio dispone de tres celulares en el hogar y el 81% posee conexión a internet, mientras que el estrato C+ conforma el 22,8% de la población en la cual el 39% de los hogares cuenta con servicio de internet y en promedio disponen de dos celulares en el hogar (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).
- Según; La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) , de acuerdo a las proyecciones poblacionales Provinciales, para el 2019 la cantidad de niños menores de un año es 38.901 y de edades entre uno y cuatro años es 155.589.

Como conclusión dentro del entorno social se consideran puntos importantes como los estratos sociales y el poder adquisitivo que tienen las personas, también el poder conocer la cantidad de niños en edad de 3-36 meses por medio de proyecciones.

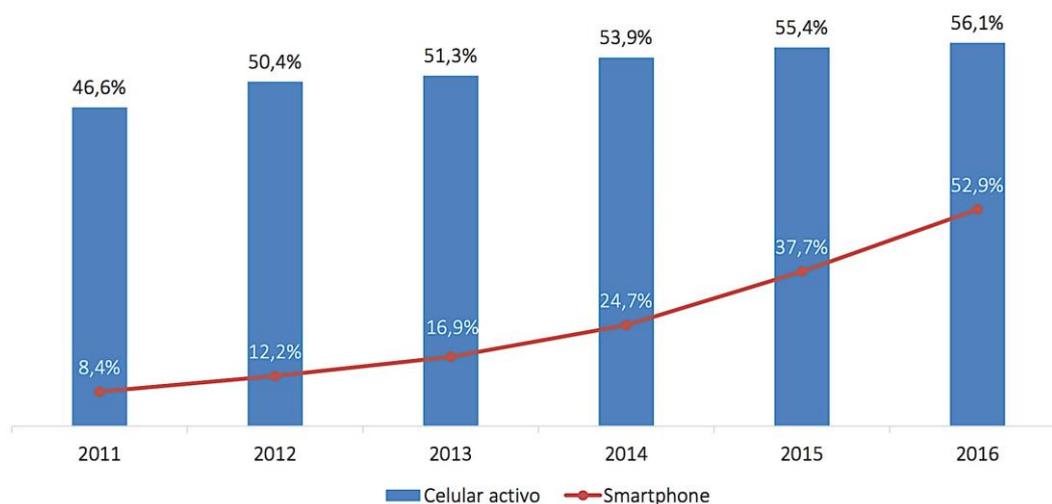
### **Entorno Tecnológico**

- Según, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2017), actualmente ha aumentado la inversión en 1,88% de Producto Interno Bruto (PIB) en el campo de tecnología e innovación, lo que representa alrededor de \$ 1.900 millones.
- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza, el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes, así como a la gestión,

dirección y administración más eficientes del sistema educativo (UNESCO, 2016)

- De acuerdo a un estudio de condiciones de vida del Ecuador, el uso de TIC de las madres, 2 de cada 10 usan un teléfono inteligente y el 44% del total de madres, usan una computadora, laptop o Tablet (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015).
- La tendencia de teléfonos inteligentes (smartphone) creció 15,2 puntos del 2015 al 2016 al pasar del 37,7% al 52,9% de la población que tienen un celular activado (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

**Gráfico 3 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone)**



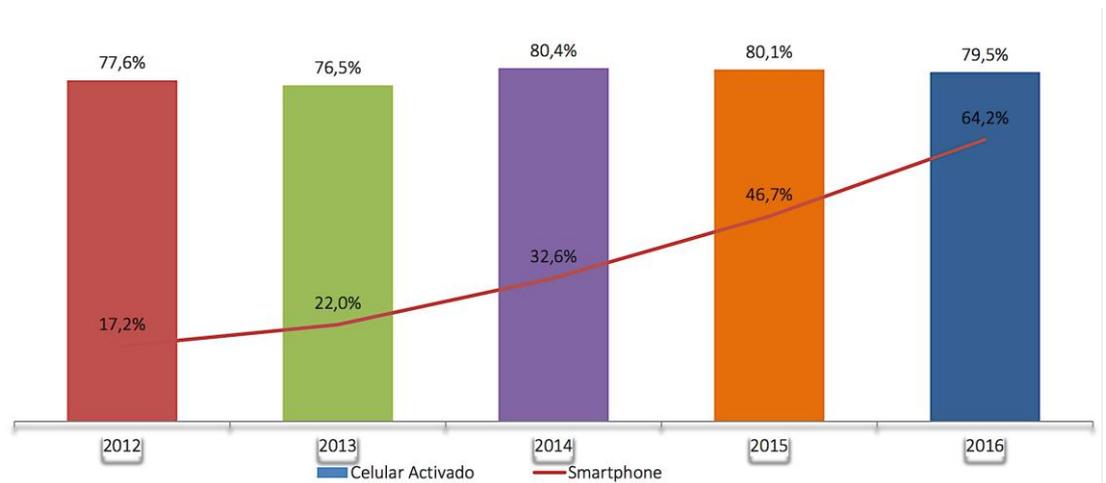
**Fuente:** (INEC, 2016)

**Elaborado por:** (INEC, 2016)

- En el 2016, del 79,5% de las personas que tienen un celular activado, el 64,2% poseen un teléfono inteligente smartphone (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

De acuerdo a esta investigación el 64,2% que tienen celular smartphone pertenece al grupo de personas de 25 a 34 años.

**Gráfico 4 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) de 25 a 34 años**



**Fuente:** (INEC, 2016)

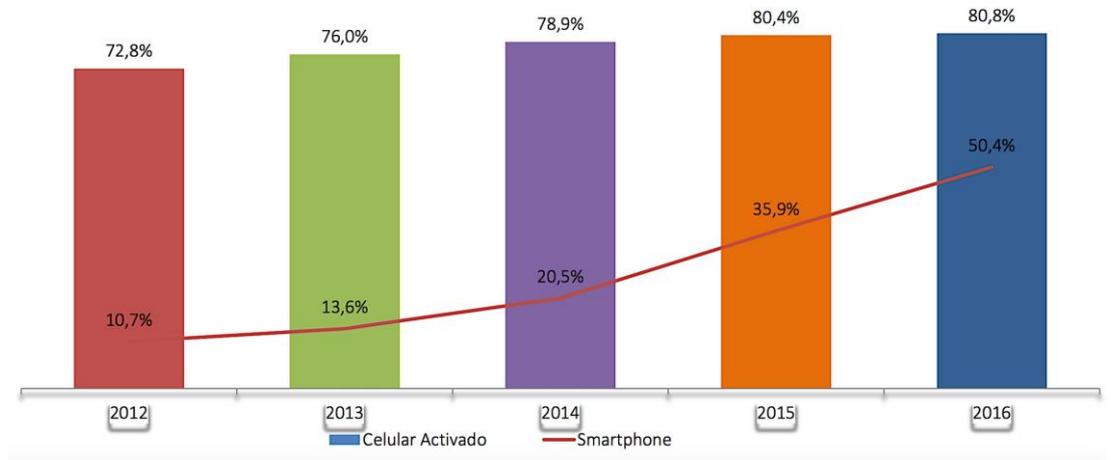
**Elaborado por:** (INEC, 2016)

- En el 2016, del 80,8% de las personas que tienen un celular activado, el 50,4% poseen un teléfono inteligente smartphone (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

Podemos observar en la siguiente estadística que el 50,4% pertenece al porcentaje de personas de 35 a 44 años.

Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) de 25 a 34 años

**Gráfico 5 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (smartphone) de 35 a 44 años**



**Fuente:** (INEC, 2016)

**Elaborado por:** (INEC, 2016)

- El INEC, según las encuestas realizadas, el 52,9% de la población ecuatoriana cuenta con un teléfono inteligente, el 36% de los hogares tiene acceso al internet: 44% se conectan por medio de un módem, el 31% por cable y el 24% por conexión inalámbrica, personas entre 25 a 44 años pertenecientes al 55% de las personas encuestadas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

Como conclusión dentro del entorno tecnológico tenemos aspectos positivos los más importantes son los de acceso a internet y el incremento de dispositivos móviles en las personas, ya que el servicio se dará a conocer por medio de las redes sociales. También otro aspecto es el incremento de los teléfonos inteligentes Smartphone dentro del grupo de personas adultas de 25 a 44 años los cuáles que podrían ser padres, abuelos, tíos.

#### **4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria**

La participación del Estado en esta última década en la inversión pública en materia de infraestructura productiva, sino en aspectos estrechamente

vinculados a la productividad del sector industrial como por ejemplo el fortalecimiento del talento humano, ciencia y tecnología, incentivos para la inversión, acceso a financiamiento, entre otros. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2016). Este tipo de políticas públicas permite el desarrollo de la industria, en particular de bienes y servicios necesarios en la sociedad ecuatoriana, que cada vez son más requeridos en el mercado.

A continuación se mencionarán las más importantes condiciones para el sector de la Industria de servicios de salud y desarrollo infantil:

- **Incentivos / Clima de Negocios:** El gobierno ha desarrollado varios instrumentos normativos con incentivos adecuados para el desarrollo de la industria como por ejemplo el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que ha supuesto Contratos de Inversión por más de USD 6.600 millones, la Ley de Asociación Público – Privada. Asimismo, se han dado pasos importantes y decididos en reducción de tramitología para el sector productivo.
- **Financiamiento:** Otro aspecto importante para el desarrollo y fomento productivo es el acceso a financiamiento. Entre enero de 2007 y agosto de 2016 la banca pública (CFN y BNF, actualmente BanEcuador) ha colocado alrededor de USD 9.500 millones, inyectando recursos al sector productivo.

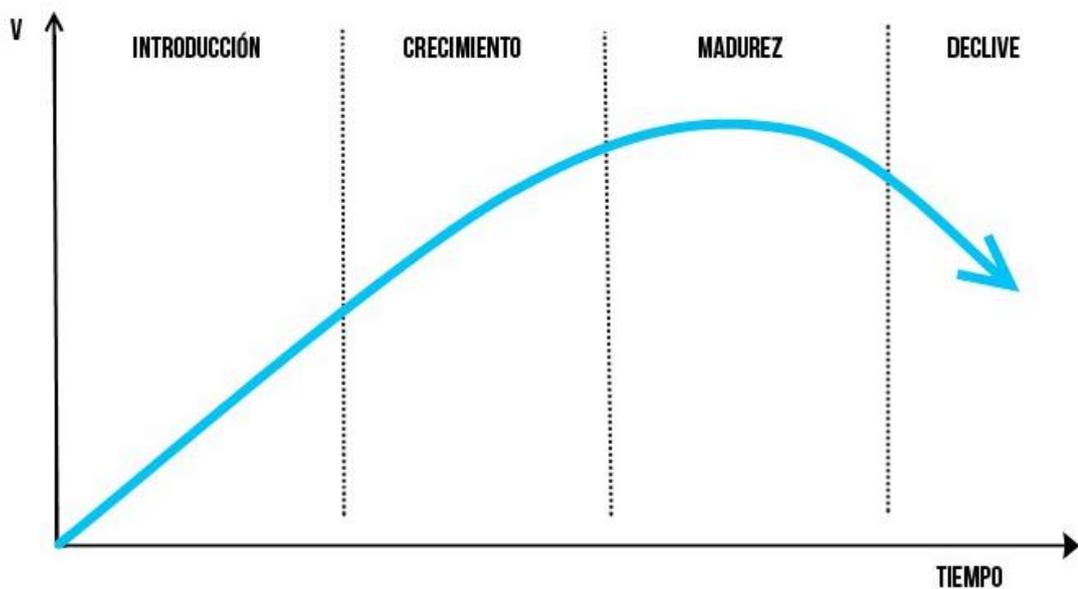
Estas condiciones determinadas por el actual gobierno promete ser fuente de apoyo a sectores que no han tenido mayor contribución anteriormente; en el caso de esta propuesta se une al sector de prestaciones de servicios, que a nivel local está generando apertura a nuevos emprendimientos.

En la ciudad de Guayaquil por medio de una investigación previa, se determina el crecimiento de los centros de estimulación temprana ya sea en tierra y agua; en la actualidad existe una mayor demanda de padres que se preocupan por el desarrollo de sus hijos a edades tempranas. Por otro lado

también es un punto a considerar la tendencia de nuevas estrategias de desarrollo funcional y didáctico de bebés y niños en sus primeras etapas de vida.

#### 4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Gráfico 6 Ciclo de Vida del Producto



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

De acuerdo a la naturaleza del negocio, actualmente se encuentra en crecimiento porque existen algunos centros que estimulación y que también ofrecen cursos de natación, pero se considera que esta propuesta se encuentra en lanzamiento ya que cuenta con un servicio especializado solo en estimulación acuática exclusivamente para bebés de 3 – 36 meses de edad.

Entre los aspectos más importantes de la etapa de lanzamiento, se encuentran la necesidad de invertir en investigación y desarrollo con la finalidad de presentar un producto o servicio que cumpla con las expectativas del mercado, además de la inversión en publicidad para dar a conocer el nuevo producto (Theodore Levitt, 2004).

#### **4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones**

La industria que se llevará a cabo con el análisis de las cinco fuerzas de Porter, es la industria de servicio de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil.

Si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste (Porter, 2004).

- **Poder de negociación de los clientes:** Baja

**Costo de cambio** Debido a que en la industria los competidores que ofrecen los servicios de estimulación convencionales, no cuentan con la exclusividad del lugar y las instalaciones para bebés, por lo tanto, el costo de cambio es bajo.

**Volumen del comprador** tomando en cuenta el número de clientes, debido a que la industria ha incrementado en el transcurso de los últimos años, el crecimiento se mantiene continuo por lo que el volumen de consumidores seguirá aumentando, por lo tanto, se considera factor bajo.

**Diferencia de productos** el servicio es diferenciado por las instalaciones y uso exclusivo de bebés.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Baja

**Costo de cambiar de proveedor** sobre los proveedores, en la actualidad se puede conseguir una variedad de productos en cuanto a materiales de piscina en distintos locales que ofertan diferentes precios que se ajustan a las necesidades del cliente.

- **Amenaza de nuevas entrantes:** Media

**Capital requerido** a pesar del apoyo gubernamental que hay para emprendimientos relacionados con la estimulación, no existen muchos

proyectos debido a la gran cantidad de inversión que se necesita, también de una buena infraestructura y contar con personal altamente calificado y especializado en el desarrollo de los bebés.

- **Amenaza de productos sustitutos:** Media

**El precio alcance relativo** El precio alcance relativo se lo considera bajo ya que los competidores ofrecen productos con precios similares.

**Costo de cambio** en cuanto al costo de cambio se lo considera bajo hacia el producto sustituto debido a que cumplen con la misma función.

**Comportamiento de comprador propenso** En cuanto al comportamiento del comprador propenso se lo considera medio, debido a que la competencia ofrece productos similares los cuales cumplen con las necesidades del cliente.

- **Rivalidad de la industria:** Baja

La rivalidad es baja, ya que no existen competidores en el mercado que realicen el mismo tipo de servicio brindando de una buena infraestructura y actividades dirigidas solamente a bebés de 3-36 meses de edad.

#### **4.5. Análisis de la Oferta**

##### **4.5.1. Tipo de Competencia**

La propuesta para la creación de una empresa que ofrece servicio de estimulación acuática para bebés de 3-36 meses de edad, tiene competidores directos e indirectos.

Entre los competidores directos está Nicole Mármol que da clases de estimulación y supervivencia en aguas para bebés a partir de los 6 meses de edad, pero entre sus servicios también ofrece dar cursos de natación a niños y adultos, lo cual no es solamente enfocado a bebés.

Por otra parte también está la Escuela de natación mar azul, que también da las clases para bebés pero se enfoca más en los cursos de natación a niños y en las competencias.

También se considera como competencia a Natación Poppe, que su servicio es clases de natación a bebés, niños, adultos y embarazadas.

Natación luchita es otra empresa que da clases de natación para bebés y niños hasta 12 años.

Y por último a la escuela de natación Barracuda que da clases de natación a bebés, niños y adultos y terapia física a adultos.

A demás, se considera a los competidores indirectos que en este caso serían los centros y jardines que ofrecen estimulación temprana, como lo son Gymboree, Chiquititos.

#### **4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial**

##### **Mercado Real**

El mercado real que se plantea para la propuesta detallada, se encuentran los padres de familia con hijos de 3 a 36 meses de edad y de estrato social A,B y C +.

##### **Mercado Potencial**

El mercado potencial que se plantea para la propuesta detallada, se encuentran los padres de familia con hijos de 3 a 36 meses de edad, que quieran o necesiten acelerar el desarrollo de sus hijos por medio de la estimulación, de estrato social B y C +, que por su nivel socioeconómico tienen acceso a adquirir este tipo de servicio para sus hijos.

#### **4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.**

**Tabla 4 Características de los Competidores**

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales	Línea de Precio
<b>Nicole Mármol</b>	Media	4 años	Urb. Biblos (club social)	Estimulación y	Alta

				supervivencia para bebés. Cursos de natación. Entrenamiento para atletas	
<b>Escuela de natación mar azul</b>	Baja	8	Samanes 3 MZ 304 Solar 8	Cursos de Natación.	Baja
<b>Natación Poppe</b>	Baja	3 años	Urdesa, Bálsamos 508-A Entre Ébanos y Las Monjas	Cursos de Natación niños y adultos.	Alta
<b>Natación Luchita</b>	Baja	4 años	Urb. Aquamarina	Cursos de Natación.	Media
<b>Natación Barracuda</b>	Baja	3 años	Cdl. Pto Azul Club LDE	Cursos de Natación bebés, niños, adultos y terapia física..	Media

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

#### **4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa**

Con respecto a la tabla anterior vamos a detallar las estrategias que Nicole Mármol tiene como empresa dedicada a la natación, entre ellas el servicio que ofrece de estimulación y supervivencia para bebés a partir de los 6 meses de edad. Recién está empezando a posicionarse como

empresa por su alto estándar de calidad y garantía en el servicio en base a sus conocimientos y preparación durante largos años.

En la presente propuesta la contra estrategia que se planteará es la diferenciación, debido a que la empresa Aquatic Baby ofrecerá únicamente el servicio de estimulación acuática exclusivo para los bebés de 3-36 meses de edad, mediante un alto estándar de calidad y se podrá verificar con la piscina y cambiadores que serán adaptados y de uso exclusivo para ellos, manteniendo el cuidado y la salud. Se captará a los clientes por medio de redes sociales y se harán publicaciones en la revista Mamá que tiene acogida en los consultorios de ginecólogos y pediatras.

#### **4.6. Análisis de la Demanda**

##### **4.6.1. Segmentación de Mercado**

La presente propuesta brindará el servicio de estimulación acuática para bebés de 3-36 meses que va dirigido a los padres de estrato social B y C+ que deseen acelerar o mejorar el desarrollo motriz de sus hijos.

##### **4.6.2. Criterio de Segmentación**

Los criterios de segmentación que se tomarán en cuenta para la realización de la propuesta son los siguientes:

**Tabla 5 Criterios de Segmentación**

CRITERIOS	VARIABLES
Demográficos	Padres de familia de 20 a 45 años, con hijos de 3-3 meses de edad
Geográficos	Guayaquil
Socioeconómico	Padres de familia de estrato social B y C+
Psicográfico	Padres que deseen mejorar el desarrollo motriz, sensorial y social de sus hijos.

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

Los criterios de segmentación ayudará con la delimitación por características como: edades, estado civil y número de hijos, también lugar de la empresa, medir el nivel de vida según su nivel socioeconómico, determinar el comportamiento y pensamiento de los clientes.

#### 4.6.3. Selección de Segmentos

El segmento seleccionado para el presente trabajo de titulación es dirigido a padres de familia que deseen mejorar el desarrollo motriz de sus hijos de 3-36 meses, con un poder adquisitivo perteneciente a los estratos sociales B y C+ que están dentro del 11,2% y 22,8% de la población.

#### 4.6.4. Perfiles de los Segmentos

El perfil seleccionado para la siguiente propuesta son padres de 20-45 años de edad de los estratos sociales B y C+, preocupados por el desarrollo de sus hijos con edades de 3-36 meses.

#### 4.7. Matriz FODA

**Tabla 6 Matriz FODA**

	Fortaleza	Debilidades
Matriz FODA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal de trabajo altamente calificado.</li> <li>2. Instalaciones adecuadas para los bebés.</li> <li>3. Facilidad de horarios.</li> <li>4. Variedad de actividades acuáticas.</li> <li>5. Especialización en el servicio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de conocimiento por parte de los padres sobre los beneficios que ofrece el servicio.</li> <li>2. Inversión muy alta.</li> </ol>

<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Existen pocos centros que ofrecen el mismo servicio.</b></li> <li><b>2. Optima ubicación en el sector donde se concentra la mayor cantidad de mi mercado potencial.</b></li> <li><b>3. Las regulaciones gubernamentales es un punto a favor para la creación de centros de educación y estimulación para bebés.</b></li> <li><b>4. Crecimiento de la industria de estimulación acuática</b></li> </ol>	<p><b>Estrategias F+O</b></p> <p>Crear un servicio con un alto estándar de calidad y exclusivo enfocado para bebés de 3-36 meses de edad.</p> <p>Crear una empresa reconocida y de alto prestigio.</p> <p>Expansión de las instalaciones.</p>	<p><b>Estrategias D+O</b></p> <p>Publicidad masiva en redes sociales.</p> <p>Crear un alto grado de confianza en los padres mediante buenos resultados en el desarrollo de los bebés.</p>
<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. El posicionamiento de los centros de estimulación temprana.</b></li> <li><b>2. Variedad de actividades sustitutas para la estimulación del bebé.</b></li> </ol>	<p><b>Estrategias F+A</b></p> <p>Establecer un alto grado de fidelización a los padres por medio de descuentos por reinscripción .</p> <p>Crear un ambiente que sea agradable para los padres e hijos, haciendo que se sientan cómodos y satisfechos con el servicio.</p>	<p><b>Estrategias D+A</b></p> <p>Asistir a ferias y estar siempre al tanto sobre las tendencias de bebés especialmente en el tema de estimulación, para poder actualizar el servicio.</p> <p>Mantener activas las redes sociales, con post y videos sobre nuestros ejercicios y</p>

		<p>beneficios.</p> <p>Crear alianzas con los pediatras para que recomienden el servicio a sus clientes.</p>
--	--	---

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

## **4.8. Investigación de Mercado**

### **4.8.1. Método**

Para el desarrollo de la propuesta se realizará la siguiente investigación de mercado, en la cual se realizarán los métodos cuantitativos y cualitativos.

En el método cualitativo se realizará, focus group, entrevistas a expertos, tales como alergólogos, pediatras y especialistas en estimulación temprana. Esta investigación ayudará a mejorar el servicio y poder ofrecer un alto estándar de calidad en base a opiniones y conocimientos.

Por otra parte tenemos el método cuantitativo, en el cuál se realizarán encuestas a padres de familia, abuelos y tíos en la Ciudad de Guayaquil, con la finalidad de determinar el nivel de consumo y preferencias del cliente.

### **4.8.2. Diseño de la Investigación**

#### **4.8.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)**

##### **Objetivo General**

Determinar y conocer el nivel de aceptación de los clientes potenciales sobre la creación de un servicio que ofrezca estimulación acuática para bebés de 3-36 meses de edad.

##### **Objetivos específicos**

- Analizar el nivel de confianza de los padres frente a este tipo de servicio de estimulación para sus hijos.

- Identificar cuáles son los aspectos que más les preocuparía a los padres al momento de acudir a este tipo de servicio.
- Conocer cuánto invierten los padres en este tipo de servicio para sus hijos.
- Identificar los rangos de precios en que los padres estarían dispuestos a pagar.
- Determinar la disposición del cliente sobre este tipo de servicio para sus hijos.

#### 4.8.2.2. Tamaño de la Muestra

La propuesta a desarrollar se encuentra fijada en la Ciudad de Guayaquil, Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos para el 2017 hubo 2'644.891 habitantes y hasta el 2018 hay 4026.059 niños en el Ecuador de 0 a 11 años.

**Tabla 7 Tamaño de la muestra**

Variables	Cantidad	Porcentaje
<b>Estrato Social B y C+</b>	899,262.94	34%
<b>Nacimientos</b>	60.866	2,30%
<b>Hijos &lt; 1 año</b>	47.640	1,18%
<b>Hijos de 1 a 3 años</b>	142.794	3.54%

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

#### 4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

En la técnica de recolección de datos se usará los métodos cualitativos y cuantitativos para obtener información a fondo sobre nuestros clientes potenciales. Y también sobre el servicio mediante entrevistas a expertos que aporten con su conocimiento.

#### **4.8.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)**

Dentro de la investigación exploratoria se realizó un grupo focal a un grupo de padres de familia que tienen a sus hijos en algún centro de estimulación con edades de 3 a 36 meses, y tres entrevistas a expertos.

##### **Grupo Focal**

1. En la actualidad podemos ver la gran cantidad de centros de estimulación en la ciudad. Que aspectos usted considera al momento de adquirir uno de esos servicios?
2. ¿Usted considera importante la estimulación en cualquier ámbito (física, acuática, temprana) para el desarrollo de los bebés?
3. Su bebé a tenido alguna interacción con el agua? (piscina, bañera, mar, etc)
4. Al momento de que su hijo a tenido interacción con el agua, cómo fue la experiencia o reacción de su bebé?
5. ¿Con qué frecuencia consideraría necesario las clases de estimulación acuática para sus hijos?
6. ¿Que aspectos considera que son importantes al momento de elegir un lugar de estimulación acuática para sus hijos?
7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a invertir en el desarrollo psicomotriz con clases de estimulación acuática para sus hijos?
8. Que actitudes cree que debería tener el personal encargado de las clases de estimulación acuática?

#### **4.8.2.3.2. Concluyente (Encuesta)**

##### **Análisis del grupo focal**

El grupo focal fue dirigido a 7 padres de familia, con características que enmarcan dentro del perfil del cliente y los cuáles tienen a sus hijos en algún centro de estimulación.

- Cuatro de ellos comentaron que los aspectos más importantes es conocer las instalaciones, la propuesta educativa que da la empresa, el personal y la ubicación. El resto de los padres de familia respondieron que para ellos sería el precio, limpieza de instalaciones y personal.

- Dentro de las respuestas obtenidas, uno de los padres nos dio su opinión y dijo “por supuesto, el amor hacía mis hijos se los demuestro mediante la atención, educación, preocuparme por el desarrollo mental y físico de ellos y que puedan ser gran personas para formar un mejor futuro”. El resto de los padres estuvieron de acuerdo.
- Cinco de los padres encuestados, comentaron que sus hijos aman el agua y les gusta jugar en la bañera, ahí pasan unos veinte minutos distraídos y jugando. Dos de ellos dijeron que a sus hijos les encanta ir a la playa o piscina. Y uno de los encuestados nos comentó que recién a partir de los 4 meses le empezó a gustar y parecer divertido el agua y que antes no le gustaba bañarse porque lloraba.
- La mayoría de padres estuvieron de acuerdo en que dos veces a la semana sería perfecto para asistir a las clases de estimulación en piscina, el resto dijo que una vez ya que se les complica un poco por el tiempo pero que dependía de los horarios que hayan.
- En relación a los aspectos que consideran más importantes para este tipo de servicio, la mayoría de los encuestados comentaron que principalmente es que sean instalaciones exclusivas para los bebés, preferible no realizar ningún otro tipo de cursos o clases de natación a niños más grandes y mucho menos a los adultos. Y los últimos tres respondieron que también consideran que sea agua temperada y la piscina techada.
- El presupuesto que los padres estarían dispuestos en invertir por este servicio es de 100 a 150\$, ya que consideran importante la estimulación en la vida de sus hijos y les parece innovador que el servicio se dé únicamente a niños que estén en ese rango de edades.
- Los encuestados opinaron que el personal que den las clases deben ser profesionales capacitados en estimulación y ejercicios en el agua. Deben ser personas que amen a los niños y el trabajo que realizan, personas con paciencia y sobre todo la responsabilidad.

### **Instructora de Natación: Nicole Mármol**

1. Como son las clases de estimulación en agua para los bebés?

2. Que ventajas tienen los ejercicios en el agua para los bebés?
3. Cuáles son los beneficios de la estimulación acuática?
4. Cuáles deben ser las condiciones del agua de la piscina para este tipo de servicio?
5. Qué hacer si el bebé se asusta y llora al realizar alguna actividad dentro de la piscina?
6. Cuáles son las ventajas de que los bebés más pequeños realicen estas actividades?
7. Cómo es la competencia en este tipo de servicios?
8. Alrededor de cuántos niños se retiran del curso por mes y a su vez cuántos niños ingresan?

### **Análisis de la entrevista**

- Las clases deben estar divididas en cinco partes: la primera se le dice entrada segura, consiste en poner una tabla alrededor del borde de la piscina, luego los padres entran y sientan a los niños en las tablas. Segunda parte consiste en movimientos, el padre mueve de un lado a otro al bebé para que vaya ambientándose en la piscina, luego el tercer paso es el trabajo de condicionamiento, esto quiere decir que se le hecha agua en la cabeza y se le dice “listos agua” y el niño va entendiendo las palabras claves y se los sumerge al agua sin que tomen agua, el siguiente paso es la sumersión y por último la salida/despedita.
- El agua brinda al bebé posibilidades de movimiento que no proporciona el ambiente terrestre, desarrolla habilidades de supervivencia, fortalece el corazón y pulmones y además de relajarlo favorece a que se le abra el apetito, concilia el sueño y permite que el bebé esté de buen humor.
- La estimulación acuática beneficia a todas las áreas del bebé ya sea en el desarrollo cognitivo, motriz, sensorial y social.

- El agua debe estar de 30°- 32° C, filtrarla unas cuatro o cinco veces durante 24 horas, esto depende del uso diario que se le dé a la piscina y el nivel de cloración del agua debe estar entre el 0,5 y el 0,6 por ciento.
- Mamá o papá deberá abrazar al bebé y apartarlo un rato de los demás, dentro de la piscina y hablarle al oído calmándolo para luego retomar las actividades.
- Los bebés menores a un año se adaptan más rápidos que los niños un poco más grandes. Ya que los bebés nacen con reflejos maternos que duran hasta los seis o siete meses y estos reflejos ayudan al bebe a una mejor adaptación al agua.
- La competencia que hay en este tipo de servicios son las escuelas enfocadas en natación para niños, pero podría decir que pocas son las escuelas especializadas en bebés.
- Aquí varía mucho no hay una cantidad exacta para todos los meses, como todo negocio que tiene meses buenos y malos, hay meses que se retira solo un alumno, otros meses tres o hasta cinco. De la misma manera hay niños que se inscriben en el curso, hay meses muy buenos que he llegado a tener 10 inscripciones como máximo por mes, de ahí varía la cantidad entre dos, tres, cinco, etc.

Nicole Mármol también nos comentó algo muy importante, que la estimulación temprana en tierra o agua es una nueva tendencia que se ha desarrollado últimamente. En la actualidad, la mayoría de las personas deciden tener menos hijos para poder preocuparse más por la calidad de vida de sus familias, y muchos de ellos buscan tener este tipo de servicio para sus hijos. En general el tipo de padres que desean el servicio son profesionales con un nivel económico medio alto y tienen un promedio de dos hijos, lo cual la educación es una de las prioridades más importantes y gran parte de sus ingresos lo invierten en la educación de sus pequeños. En

cuanto a regulaciones para poner un negocio de estimulación acuática para bebés, ni el Ministerio de Educación ni el Ministerio de Salud han establecido un organismo de control para esta actividad, solo se rigen bajo los permisos regulares de cualquier negocio.

#### 4.8.2.4. Análisis de Datos

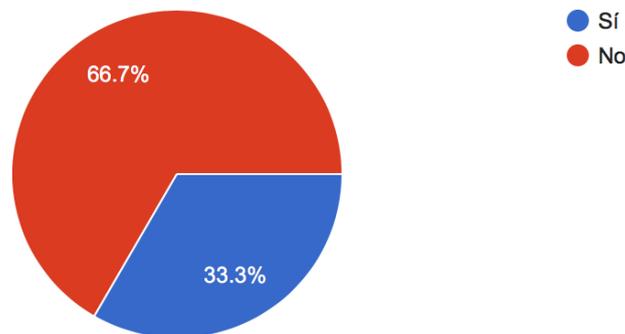
Para el análisis de datos, se tuvo que realizar encuestas a 384 padres de familia en la ciudad de Guayaquil, los resultados fueron los siguientes:

##### Datos de la encuesta

#### 1. Conoce usted la importancia que tiene la estimulación en el agua para los niños en edades tempranas?

De las 384 personas encuestadas, solo el 33.3% sabe la importancia sobre la estimulación en el agua, pero la mayoría que es el 66.7% no conoce.

Gráfico 7 Porcentaje de personas que conocen la importancia de este servicio



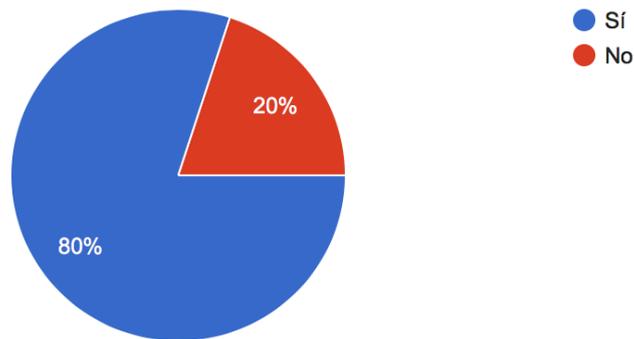
Elaborado por: La Autora 

Fuente: La Investigación 

#### 2. Tiene hijos o algún tipo de relación familiar con niños menores a 3 años?

De las encuestas realizadas a las personas, el 80% se relaciona de alguna manera con los niños menores a 3 años y el 20% no tiene ningún tipo de relación familiar con ellos.

**Gráfico 8 Porcentaje de personas que tienen hijos o alguna relacion familiar con niños menores de 3 años**



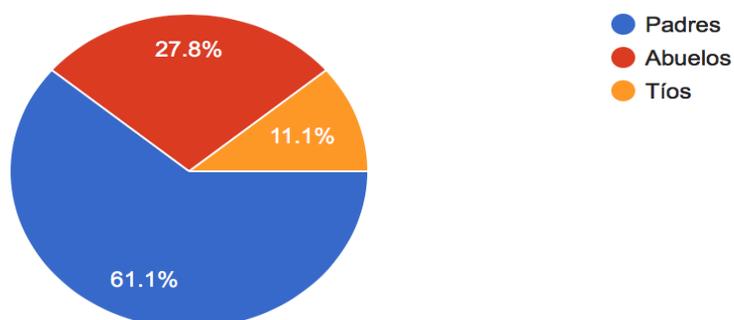
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 3. Cuál es su parentesco?

En el resultado de las encuestas sobre el parentesco que tienen con los niños podemos ver que el 61.1% son padres, el 27.8% son los abuelos y el 11.1% pertenece a los tíos.

**Gráfico 9 Parentesco que tienen las personas con los niños**



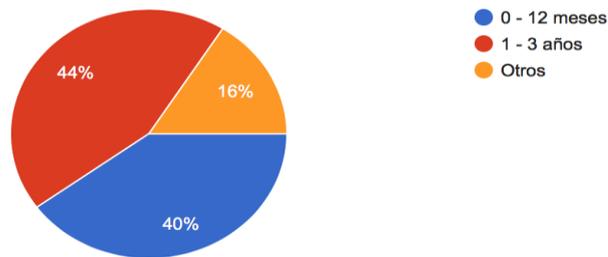
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 4. En que rango de edad se encuentra su hijo?

Podemos ver que el 40% pertenece a los niños en edades de 0-12 meses, el 44% de 1 a 3 años y un 16% pertenece al rango de otras edades mayores a 3 años.

**Ilustración 10** Rango de edades en que se encuentran los niños



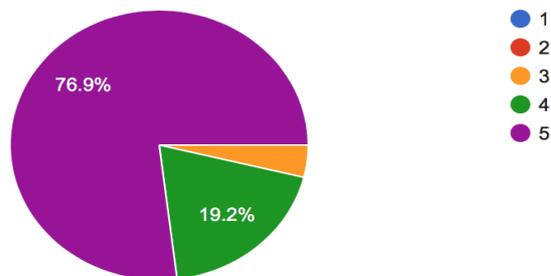
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 5. En una escala de 1 a 5 donde 1 es bajo y 5 es alto, que tan importante es estimular el desarrollo de su hijo en edades tempranas?

Dentro de las encuestas, el 76.9% de padres, abuelos o tíos consideraron un 5 en la importancia del desarrollo en edades tempranas, seguido de un 19.2% de ellos calificaron con 4 la importancia.

**Gráfico 11** Porcentaje sobre la importancia de la estimulación de los niños en edades tempranas



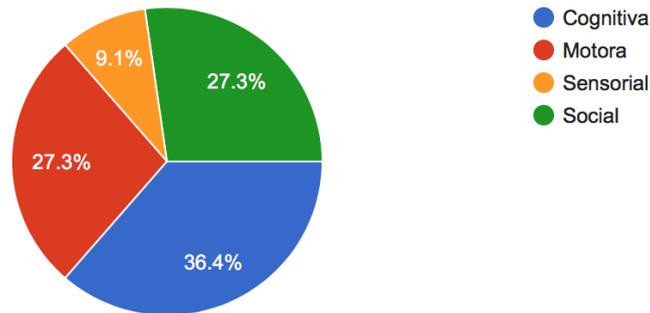
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**6. Valore con una escala del 1 a 5 donde 1 es bajo y 5 es alto, las siguientes áreas que usted considera importantes.**

El área cognitiva tiene un 36.4%, seguido del desarrollo motor con 27.3%, social con 27.3% y sensorial con un 9.1%.

**Gráfico 12 Grado de importancia en las áreas de desarrollo de los niños**



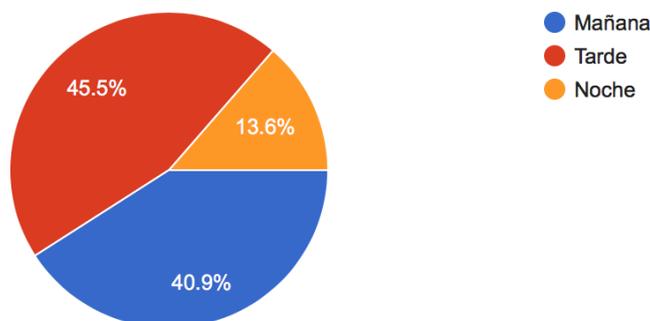
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**7. Qué horario cree usted que se ajusta a su tiempo para llevar a su hijo a las clases de estimulación acuática?**

Dentro de los encuestados, el 45.5% asistirían de tarde, el 40.9% en la mañana y 13.6% de noche.

**Gráfico 13 Preferencia de horarios de clases**



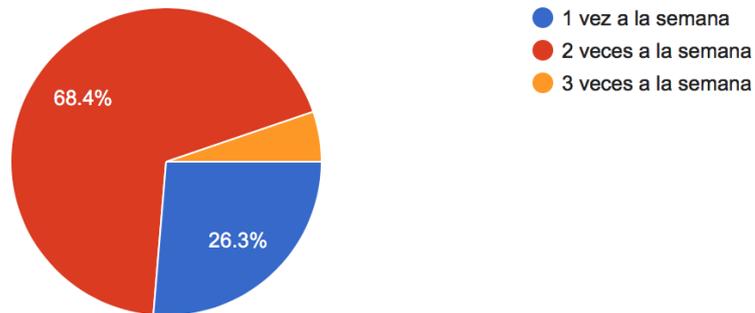
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**8.Cuál sería su frecuencia de asistencia a las clases de estimulación acuática?**

El 68.4% asistiría dos veces a la semana, y el 26.3% asistiría una vez.

**Gráfico 14 Frecuencia de asistencias a las clases de estimulación acuática**



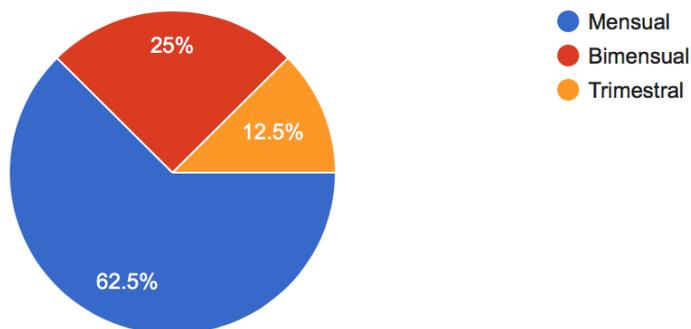
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**9. Prefiere que su pago sea:**

El 62.5% prefieren que el pago sea mensual, el 25% bimensual y el 12.5% trimestral.

**Gráfico 15 Método de Pago**



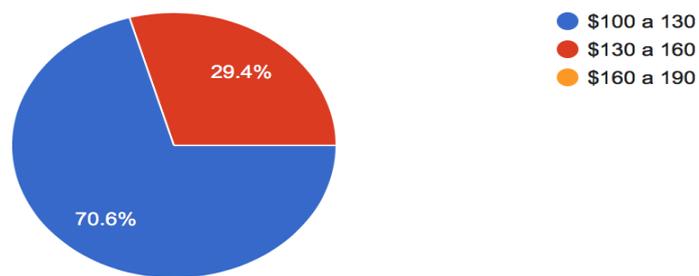
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**10. Cuál sería el precio que usted estaría dispuesto a pagar por estas actividades?**

El 70.6% está dispuesto a pagar de \$100 a \$130 por el servicio de estimulación acuática para sus hijos y el 29.4% de \$130 a \$160.

**Gráfico 16 Disponibilidad de Pago por el servicio de estimulación acuática para bebés**



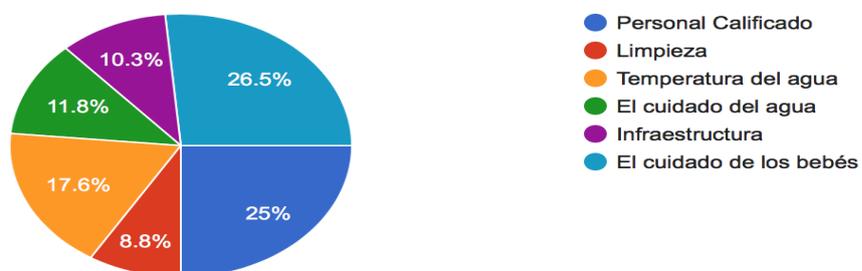
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**11. Que características o aspectos considera usted que son las mas importantes que debe tener un centro de estimulación acuática para bebés de 3-36 meses de edad?**

Las características más importantes de acuerdo a los encuestados:

**Gráfico 17 Principales aspectos para un centro de estimulación acuática para bebés**



**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### **4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados**

En cuanto a la investigación cuantitativa que se realizó a un grupo de personas, los cuáles eran padres, abuelos y tíos pertenecientes a la ciudad de Guayaquil, se determinó lo siguiente:

- En la siguiente encuesta se pudo determinar que la mayoría de las personas pertenecientes al 66.7% no conocen la importancia de la estimulación acuática para bebés.
- Se pudo determinar que el 80% de los encuestados tienen hijos o algún tipo de relación familiar con niños hasta 3 años de edad.
- El 61.1% de los encuestados son padres, siguiendo los abuelos con un 27.8%
- El rango de edad en donde se encuentran los niños son de 0 a 12 meses pertenecientes al 40%.
- El 76.9% de los encuestados consideraron muy importante la estimulación en edades tempranas de los niños calificándolo con un 5, siguiéndole el 19.2% que se lo calificó con un 4.
- Se pudo determinar que el área cognitiva del niño tiene una mayor importancia para los padres pertenecientes al 36.4%.
- Al momento de asistir a las clases, el 45.5% prefiere horarios de tarde y el 40.9% horarios en la mañana.
- La frecuencia de asistencia a las clases de estimulación acuática, el 68.4% asistiría dos veces por semana.
- El 62.5% de los encuestados prefieren que el pago por el servicio sea mensual.
- El 70.6% de los encuestados estarían en disposición de pagar de \$100 a \$130.
- El aspecto que más consideran importante al momento de dar este tipo de servicio es el cuidado de los bebés con un 26.5%.

#### **4.8.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado**

Los resultados obtenidos en la investigación cualitativa se obtuvieron las siguientes conclusiones:

En las entrevistas a profundidad con los expertos se pudo conocer la tendencia actual sobre los centros de estimulación acuática y las prioridades de los padres en cuanto a este tipo de servicios, también pudimos conocer que no hay regulaciones establecidas para este tipo de servicio pero si las condiciones en que deben estar la piscina para un buen servicio.

En el grupo focal se pudo determinar el perfil de los clientes, disponibilidad de pago, preferencia de horarios, preferencias.

Los resultados obtenidos ayudará a poder determinar la demanda del servicio y también fijar un precio.

#### **4.8.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado**

De acuerdo a las recomendaciones de la investigación de mercado, se determina lo siguiente:

- Contar con personal calificado para dar este tipo de servicio.
- Mantener un riguroso control de limpieza de la piscina, para el bienestar y salud de los niños.
- Considerar los aspectos que prefieren los padres al momento de adquirir un servicio de estimulación acuática para sus hijos.
- Contar con una variedad de horarios de clases para que los padres puedan asistir a las actividades.

# CAPÍTULO 5

## PLAN DE MARKETING

## **CAPÍTULO 5**

### **5. PLAN DE MARKETING**

#### **5.1. Objetivos: General y Específicos**

##### **Objetivo General**

Posicionar en la mente de los clientes la marca Aquatic Baby como la mejor opción en centro de estimulación acuática para bebés de 3-36 meses.

##### **Objetivos Específicos**

- Establecer estrategias de marketing para la captación del mercado meta.
- Realizar publicidad dirigida a los padres de familia por medio de las redes sociales.
- Definir un presupuesto de marketing para la introducción del servicio.

##### **5.1.1. Mercado Meta**

El mercado meta que se plantea para la siguiente propuesta de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil, va dirigido a padres de familia con hijos de 3 a 36 meses de edad, que quieran o necesiten acelerar el desarrollo de sus hijos por medio de la estimulación, de estrato social B y C +, que por su nivel socioeconómico tienen acceso a adquirir este tipo de servicio para sus hijos.

##### **5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración**

La empresa “Aquatic Baby” aplicará las siguientes estrategias para introducirse al mercado de estimulación acuática:

De acuerdo a su competencia: se usará la estrategia de diferenciación, enfocada en la calidad de servicio que dará mediante el uso de la piscina exclusivo para las actividades de estimulación de los bebés en edades de 3-36 meses.

De acuerdo a los objetivos: ser la primera opción en la mente de los padres al momento de buscar este tipo de servicio.

De acuerdo a sus características: ejercicios que aportan a la estimulación de los bebés en sus primeros tres años de vida.

### **5.1.1.2. Cobertura**

El centro de estimulación acuática para bebés desarrollará sus actividades Vía a Samborondón de nivel socio económico medio alto, con alcance para los sectores de Urdesa, Fae, Kennedy, Ceibos.

## **5.2. Posicionamiento**

La estrategia de posicionamiento de la empresa Aquatic Baby, se enfocará en ofrecer un servicio de estimulación acuática para bebés, enfatizándose en la calidad y exclusividad del servicio para bebés de 3-36 meses de edad, para la satisfacción y confianza de los padres.

### **Ventaja Competitiva**

Ser el primer centro de estimulación acuática con personal altamente capacitado que desarrollarán actividades que precisen el fortalecimiento personalizado para cada niño en áreas específicas.

### **Segmento**

Padres de familia de la ciudad de Guayaquil que deseen estimular en agua el desarrollo de las áreas motora, sensorial, intelectual y social de sus hijos.

### **Objetivo**

Lograr la culturización de la estimulación acuática en los habitantes de la ciudad de Guayaquil para fomentar un mejor desarrollo en el futuro de los niños.

## **5.3. Marketing Mix**

### **5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios**

#### **Definición**

Centro de estimulación para bebés hasta 36 meses de edad, mediante actividades acuáticas, donde podrán desarrollar su área psicomotriz.

**Servicio Esencial:** Estimular el desarrollo motriz y sensorial de los niños en edades tempranas mediante actividades acuáticas.

**Servicio Real:** Centro de estimulación acuática para niños hasta los 36 meses de edad.

**Servicio Aumentado:** Servicio enfocado en dar clases de estimulación mediante actividades en el agua.

**5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado**

**5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea**

El único servicio que dará la empresa Aquatic Baby, serán la clases de estimulación acuática para niños hasta 36 meses de edad.

**5.3.1.3. Marcas y Submarcas**

**Gráfico 18 Logo de la Empresa**



**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**5.3.2. Estrategia de Precios**

Para la siguiente propuesta planteada, la estrategia de precio que determinará la empresa será en base a la diferenciación del servicio, estableciéndose un poco por encima de los precios de la competencia, tomando en cuenta el poder adquisitivo de los clientes, los beneficios que ofrece el servicio y la atención personalizada.

**5.3.2.1. Precios de la Competencia**

Según en el análisis realizado a los competidores se pudo obtener información de los precios, estos varían de acuerdo a la ubicación y segmento al que están dirigidos.

**Tabla 8 Precios de la Competencia**

Empresa	Tipo de Competencia	Precios	Dias a la semana
<b>Nicole Mármol</b>	Directa	\$115 mensual	2 veces por semana
<b>Escuela Mar Azul</b>	Directa	\$55 mensual	2 veces por semana
<b>Natación Poppe</b>	Directa	\$275 mensual	3 veces por semana
<b>Natación Luchita</b>	Directa	\$90 mensual	2 veces por semana
<b>Gymboree</b>	Indirecta	\$200 trimestral	1 vez a la semana
<b>Chiquititos</b>	Indirecta	\$115 mensual	2 veces a la semana

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### **5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta**

El poder adquisitivo del mercado meta, se determinó que serían padres de familia con hijos hasta los 36 meses de edad, que forman parte del estrato social económico B y C+, con la finalidad de que tengan la capacidad de pagar por el servicio de estimulación en piscina para sus hijos.

### **5.3.2.3. Políticas de Precio**

En lo que respecta a las políticas de precio, se tendrá en cuenta las siguientes consideraciones para el bienestar financiero de la empresa:

- El precio de la mensualidad que incluye la inscripción, por cada niño será de \$125

- Se paga el cupo mensual (no reembolsable)
- Se puede recuperar hasta 2 clases dentro del mismo mes
- La forma de pago se realizará en efectivo o mediante tarjeta de crédito
- Se deberá cancelar el precio total del servicio al momento de la inscripción del niño

### 5.3.3. Estrategia de Plaza

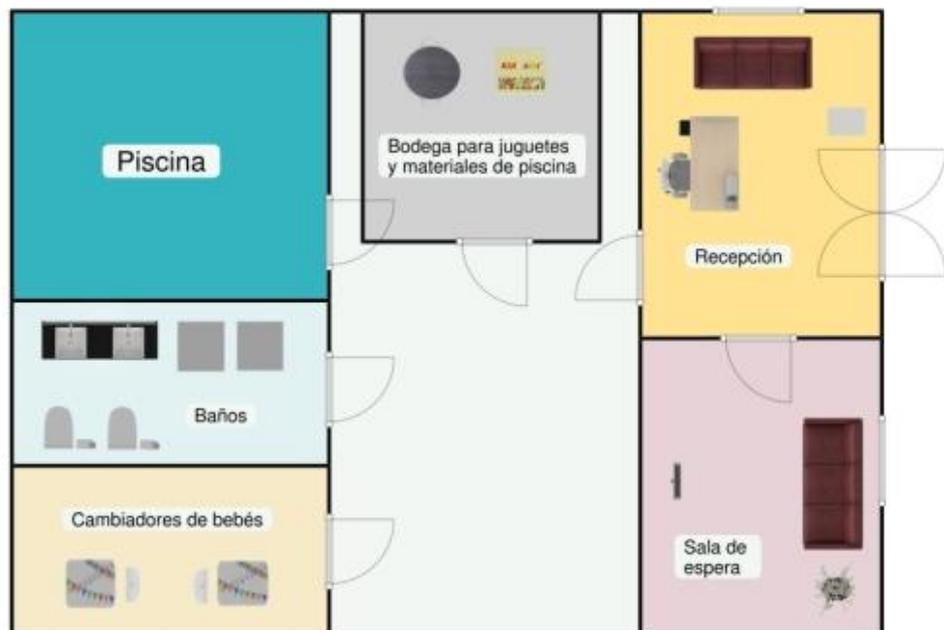
#### 5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta

Aquatic Baby tendrá como localización macro a la ciudad de Guayaquil y como localización micro al sector km 1.5 Samborondón, en donde se encontrará el lugar donde se desarrollarán las actividades.

##### 5.3.3.1.1. Distribución del Espacio

El servicio de estimulación acuática, se realizará en una casa que cuenta con 290 metros cuadrados y la piscina 28 metros cuadrados. A continuación se detalla la distribución del espacio:

Gráfico 19 Layout



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

### **5.3.3.1.2. Merchandising**

La empresa Aquatic Baby contará con actividades de merchandising para captar la atención de los clientes, las cuáles se detallan a continuación:

- Se dará a conocer el centro de estimulación por medio de la revista “Mamá” que hay en los consultorios de los ginecólogos/as.
- Participar en ferias relacionadas a la maternidad.
- Dar a conocer la empresa en los jardines de pre-maternal y maternal.

### **5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial**

#### **5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.**

El canal de distribución del servicio será directo en el establecimiento donde se realizarán las actividades para los bebés, no contará con canales externos.

#### **5.3.3.2.2. Logística**

Los proveedores son los encargados de llevar a la empresa los juguetes y materiales de piscina.

#### **5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos (Serna Gómez, 2006). A continuación se detalla el servicio al cliente:

##### **Pre-venta:**

Dentro de esta fase, el cliente podrá obtener información acerca del servicio y se le dará una clase gratis de prueba.

##### **Post-venta:**

Dentro de la fase post-venta se mantendrá una comunicación constante con los padres, estar pendientes y recordarles de que asistan a las clases, también se creará un vínculo mediante las actividades extras que se realizarán por ejemplo: San Valentín, día del niño, etc).

### **5.3.4. Estrategias de Promoción**

#### **5.3.4.1. Promoción de Ventas**

Dentro de la promoción de ventas, la empresa realizará descuentos por recomendaciones.

#### **5.3.4.2. Venta Personal**

En el proceso de venta personal, estará enfocada en la secretaria que es la persona encargada de la atención al cliente, la cual deberá darle información sobre el servicio, proyectándole confianza y seguridad.

#### **5.3.4.3. Publicidad**

##### **5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje**

El concepto que se quiere mostrar es el de un servicio diferenciado de estimulación en agua para niños hasta 36 meses de edad, con calidad y personal especializado.

El mensaje que se pretende mostrar es una forma divertida y sobre todo con muchos beneficios que es la estimulación en piscina, aprovechando el reflejo natatorio y apnea de los bebés.

##### **5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL**

**Above the line (ATL):** Revista

Para esta estrategia se utilizarán las revistas Mamá.

**Through the line (TTL):** social media, ferias.

Social Media: Facebook, Instagram.

Ferias: Expo Mamá, Bebé & Kids (Centro de Convenciones)

Influencers.

Sitio Web

##### **5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento**

Para el lanzamiento de este nuevo servicio, la empresa realizará las siguientes campañas:

### **Campaña expectativa:**

Se realizarán publicaciones por medio de redes sociales como Facebook e Instagram, un mes antes del lanzamiento.

### **Campaña de lanzamiento:**

Tendremos a la influencer Flor María Palomeque Y Carolina Jaume ellas publicará por medio de sus redes sociales las promociones que habrán por el evento de lanzamiento del nuevo servicio.

### **5.3.4.3.4. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.**

Aquatic Baby no contratará el servicio de agencias de publicidad, pero usará algunos medios como: Revista, redes sociales e influencer.

**Tabla 9 Medio/Revista**

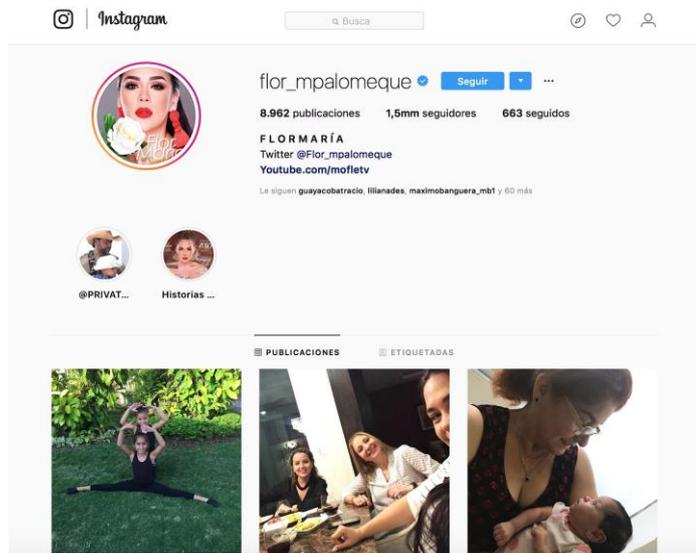
Medio	Revista “Mamá”
Formato	¼ pagina, color indeterminado

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

El costo del aviso en la revista “Mamá” : \$380 (1/4 pagina, color indeterminado). Este aviso se realizará 4 veces al año.

**Gráfico 20 Influencer**



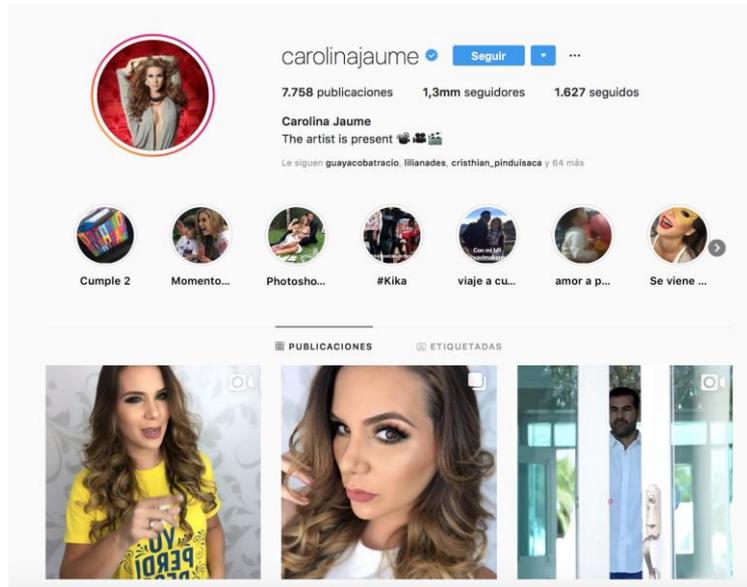
**Fuente:** Instagram

Flor María Palomeque

Seguidores: 1,5 mm

Se la contratará como influencer dos veces al año, lo que incluye un post al mes. El valor por mes: \$400

### Ilustración 21 Influencer



Fuente: Instagram

Carolina Jaume

Seguidores: 1,3 mm

Se la contratará como influencer dos veces al año, lo que incluye un post al mes. El valor por mes: \$400

#### 5.3.4.4. Relaciones Públicas

Dentro de la empresa, el gerente general y la secretaria son los encargados de realizar las actividades de relaciones públicas como conseguir los contactos con los medios y conferencia de prensa para hablar sobre el servicio.

#### 5.3.4.5. Marketing Relacional

Aquatic Baby contará con un marketing relacional, para lograr tener confianza y seguridad por parte de los clientes hacia nuestro servicio.

En la fase post-venta se llevará un control de seguimiento a los padres de familia por medio de redes sociales y llamadas para responder cualquier inquietud o duda acerca de las clases o inscripciones.

### 5.3.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

#### 5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce

El servicio será promocionado por redes sociales como Facebook e Instagram, se realizarán post, videos y transmisiones en vivo. Aquatic Baby contará con un sitio web para reservar cupo o inscripciones para la clase de prueba, pero no se realizará ventas vía web.

#### 5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

Nicole Mármol nadadora profesional, tiene cuenta en Facebook e Instagram y en ambas da información acerca de su servicio.

A continuación los detalles:

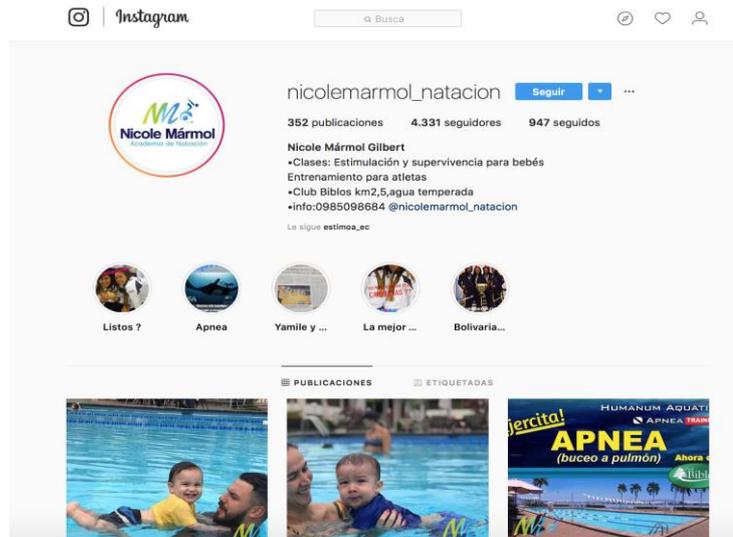
- **Facebook:** solamente cuenta con 11 likes y 13 personas siguen esta página. Tiene muy poco contenido y poca interacción con las personas.
- **Instagram:** en su cuenta tiene 4,331 seguidores y 352 publicaciones. En esta red social tiene mas contenido, realiza post sobre sus cursos de natación y fotos de las clases.

Gráfico 22 Facebook Nicole Mármol



Elaborado por: Nicole Mármol  
Fuente: Facebook

### Gráfico 23 Instagram Nicole Mármol

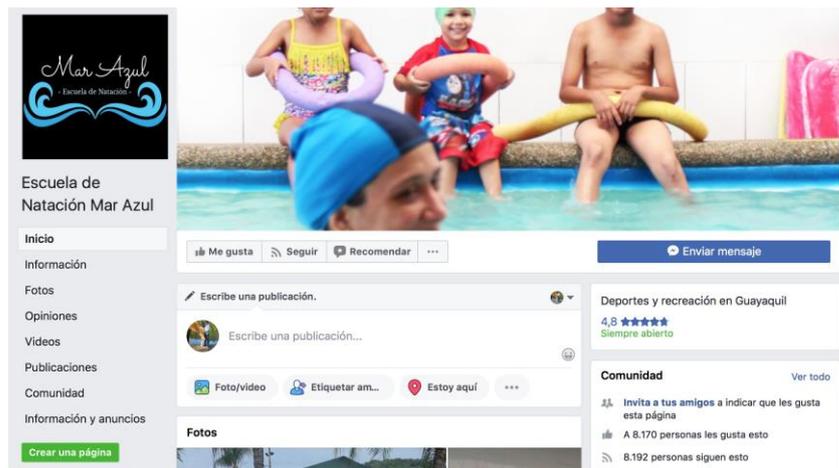


**Elaborado por:** Nicole Mármol

**Fuente:** Instagra

Escuela de natación mar azul, solamente tiene cuenta en Facebook con 8,170 likes y 8,192 personas que siguen la cuenta, en la cuál no tiene mucha interacción con sus seguidores, realiza de dos a tres publicaciones por mes.

### Gráfico 24 Facebook Escuela de Natación Mar Azul



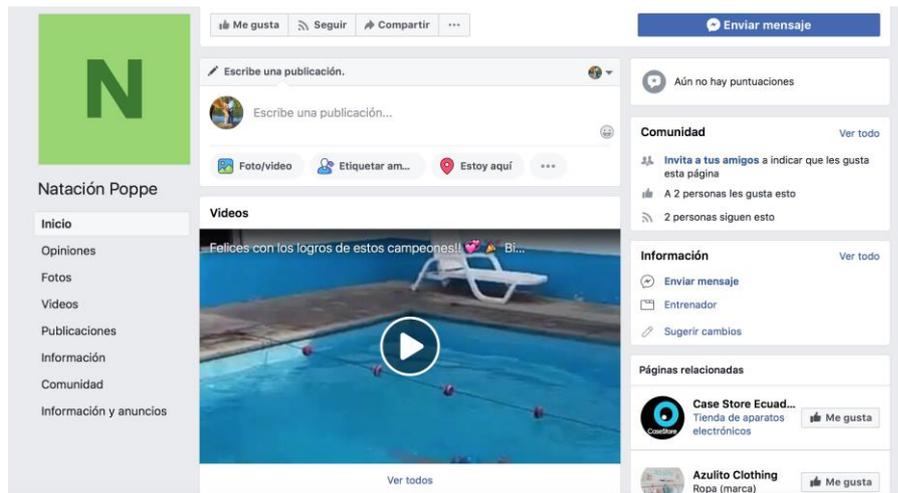
**Elaborado por:** Escuela de natación Mar Azul

**Fuente:** Facebook

Natación Poppe tiene cuenta en Facebook e Instagram mostrando informacion sobre el servicio, a continuación los detalles:

- **Facebook:** cuenta creada en el 2017, solamente cuenta con dos seguidores y dos likes.
- **Instagram:** tiene 3854 seguidores y 273 publicaciones, estas son post y videos de sus clases, tiene una mayor interacción con sus seguidores.

### Gráfico 25 Facebook Natación Poppe



Elaborado por: Natación Poppe

Fuente: Facebook

### Gráfico 26 Instagram Natación Poppe

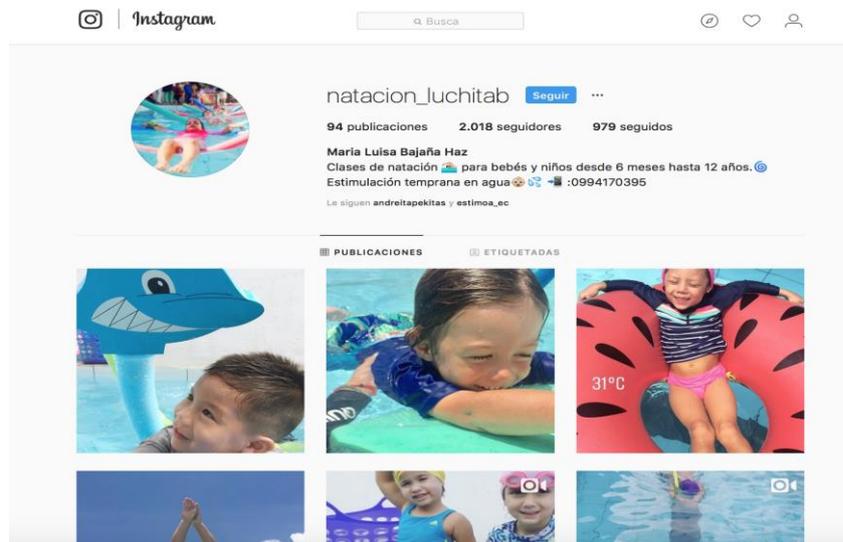


Elaborado por: Natación Poppe

Fuente: Instagram

Natación Luchita solamente tiene cuenta en Instagram, en la cual hace interacción con los seguidores, pero más interactúa mediante whatsapp, tiene 2018 seguidores en instagram y 94 publicaciones.

### Gráfico 27 Instagram Natación Luchita



**Elaborado por:** Natación Luchita

**Fuente:** Instagram

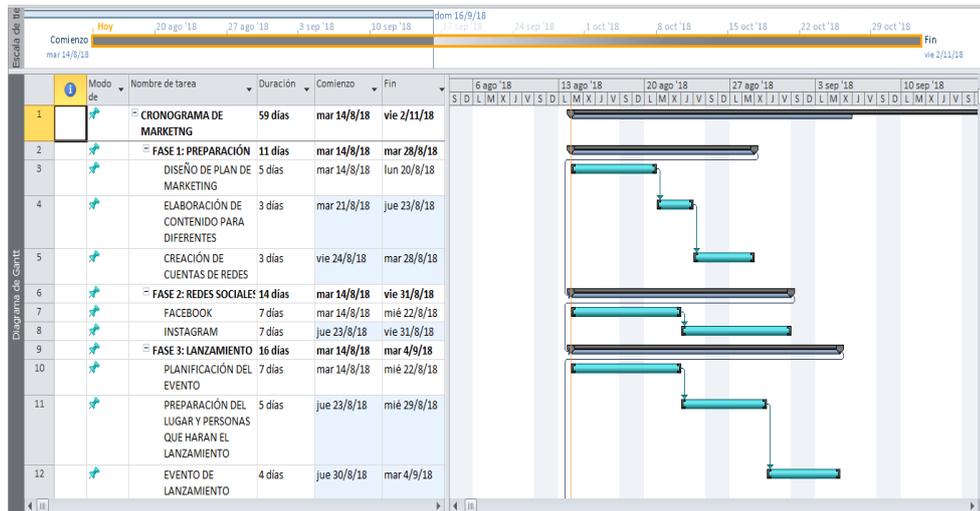
#### 5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital:

##### Implementación del sitio web y redes sociales

Como estrategia de marketing digital, la empresa Aquatic Baby tendrá cuentas en Facebook e Instagram, en las cuáles se detallará información del servicio, contacto de la empresa, ubicación, post y videos sobre las clases. Además se interactuará con los padres de familia y con todas las personas que deseen saber más del servicio.

### 5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción

Gráfico 28 Cronograma de Actividades de Promoción



Elaborado por: La Autora

Fuente: La Autora

### 5.4. Presupuesto de Marketing

Tabla 10 Presupuesto de Marketing

	Enero	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agost	Sept	Oct	Nov	Dic
Instagram	300	300	300	225	225	250	250	225	225	225	225	180
Facebook	200	200	200	125	125	150	150	125	125	125	124	100
Revista	380	380				380				380		
Sitio Web	1087	1010	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
Ferias					952							
Influencer	800				800							
<b>TOTAL</b>												<b>10849</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

## **CAPÍTULO 6**

### **6. PLAN OPERATIVO**

#### **6.1. Producción**

##### **6.1.1. Proceso Productivo**

Se dará a conocer los procesos del servicio de estimulación acuática para bebés de 0-36 meses. Se detallan a continuación:

#### **Proceso de venta e inscripción**

- Realizar publicidad en redes sociales:

Por medio de las redes sociales se dará a conocer el servicio de estimulación acuática, se subirán post y videos sobre las clases y que beneficio aporta al bebé.

- Entregar información a los padres:

Se entregará por e-mail o impreso toda la información sobre los beneficios, edades, niveles, clases y precios a los padres.

- Hacer un recorrido por las instalaciones:

Todos los padres que vayan por primera vez y estén interesados en el servicio se les dará un recorrido por las instalaciones y a la vez conozcan a los profesores.

- Realizar la inscripción de acuerdo al nivel:

Cuando los padres decidan hacer la inscripción se les asignará el nivel de acuerdo a la edad del niño. Los niveles son:

Nivel 1: 3-6 meses

Nivel 2: 6-9 meses

Nivel 3: 9-12 meses

Nivel 4: 12-20 meses

Nivel 5: 20-28 meses

Nivel 6: 28-36 meses

- Realizar el cobro:

Se pedirá los datos para la factura y se realizará el cobro a los padres en efectivo o tarjeta.

### **Fase de inicio**

- Llenar la piscina de agua:

Este paso se realizará una vez a la semana, por el cambio de agua de la piscina.

- Encender el caldero y las máquinas:

Se enciende el caldero y las máquinas de calefacción para tener lista la piscina y el ambiente a la temperatura adecuada para los niños.

- Comprobar que la temperatura del agua sea de 30°- 32° C:

El agua debe estar en la temperatura indicada para que los bebés puedan entrar a la piscina.

- Comprobar que la temperatura del ambiente a unos 2 grados por encima:

Del mismo modo la temperatura del ambiente debe estar graduada para el momento en que los bebés salgan del agua no sientan frío.

- Lavar los juguetes:

Todos los juguetes serán lavados con agua y jabón neutro todos los días antes de las clases.

- Poner música de fondo:

En todas las clases irá la música de fondo eso ayudará al bebé a su estímulo y relajación.

### **Fase de servicio**

- Aperturar las instalaciones al público:

Las instalaciones serán abiertas para todo el público, sea para los miembros del centro de estimulación acuática o para nuevos padres que deseen información del servicio.

- Recibir a los padres e hijos:

Al momento en que lleguen los padres e hijos se dirijan a los cambiadores y estarán listos para la clase.

- Iniciar la clase:

Todos los bebés estarán acompañados de sus padres para iniciar la clase dentro de la piscina.

- Dirigir los ejercicios en el agua de acuerdo a cada nivel:

La clase será de acuerdo al nivel en que se encuentre el bebé y será dirigida por un fisioterapeuta y una profesora de natación.

### **Actividades acuáticas para bebés de 3 a 6 meses**

- Sentar al bebé en el borde de la piscina, mojarlo antes de entrar en el agua y dejar que juegue con lo que tiene alrededor. Objetivo: Familiarización con el agua
- Con el agua hasta el hombro deslizar caminando por la piscina para que el bebé conozca el sitio donde va a jugar. Objetivo: Familiarización con el agua y el ambiente.
- Contacto de gotas de agua por encima de la cabeza (de atrás hacia delante). Objetivo: Familiarización con el agua y estimulación del reflejo de cerrar la glotis.
- Incentivar al bebé para que juegue con sus manos en el agua. Objetivo: Adquisición de seguridad.
- Incentivar a coger un juguete. Objetivo: incentivar los primeros pataleos.
- Coger el bebé por la cintura y jugar con él. Objetivo: Equilibrio.
- Apoyado en un tapiz flotante hacer que el bebé juegue al barco paseando por la piscina, los padres van contando una historia.

- Jugar al avión, en decúbito ventral, sujetar el bebé por las axilas, realizando un paseo, sin hundir la cabeza. Objetivo: Flotación ventral, incentivo del lenguaje, la comunicación y seguridad.
- Estimular el bebé para que quiera entrar en el agua. Objetivo: Seguridad, autonomía y estímulo a las primeras inmersiones.
- Jugar con las flotaciones, apoyar el bebé por los glúteos y realizar una flotación dorsal. Apoyar la mano entre la cabeza y la espalda del bebé, para pasearlo en dirección a la cabeza, hablando con el bebé o cantando. Flotación dorsal, principalmente la vinculación emocional y estimulación de la audición.
- Deslizar el bebé en el agua para delante, hacia atrás y para los lados. Objetivo: Fortalecimiento muscular y adaptación al medio acuático.
- Amamantar en el agua. Objetivo: Fortalecimiento del vínculo emocional y consecuentemente fortalecimiento de los lazos emocionales.

### **Actividades acuáticas para bebés de 6 a 9 meses**

- Sujetar al bebé por la cintura y ponerlo en un flotador en forma de estrella para que recoja los juguetes. Objetivo: Estimulación de los reflejos natatorios
- Utilizar dos flotadores tubulares, colocarlos debajo de las axilas del acompañante y debajo de las axilas del bebé, imaginar que están en un barco y pasear por la piscina. Objetivo: Desplazamiento con material se denominan a todos aquellos que la sujeción no la hacen directamente los padres. Es una forma de que el bebé empiece a notarse seguro con otra sujeción que no sea de los padres o profesor. La sujeción, siempre controlada por los padres, debe empezar a dar al bebé seguridad en sí mismo.
- Se debe mojar la cabeza del bebé, dejando que el agua caiga por la cara del bebé, se hace el ejercicio dos veces y en la tercera se hace la inmersión del bebé, al mismo tiempo en que estamos echando agua (se debe utilizar de forma prudencial). Objetivo: iniciar de modo

natural las primeras inmersiones, trabaja la automatización del cerramiento de la glotis.

- Dejar que el bebé juegue encima del tapiz con sus juguetes preferidos. Objetivo: Fortalecimiento de la musculatura del cuello y el tronco y estimulación de la visión.
- Jugar al submarino, el bebé se agarrará del cuello del acompañante, que al mismo tiempo sujetará las manos del bebé para darle tranquilidad, y hará una pequeña inmersión con deslizamiento. Objetivo: promover la seguridad del bebé en relación a las inmersiones.
- Sujetar al bebé por la cintura con flotadores tubulares en forma de estrella y estimular con juguete para que quiera recogerlos. Objetivo: Estimulación de los reflejos natatorios e incentivo al desplazamiento.
- Sujetar al bebé con el flotador tubular y el acompañante con una mano por delante y otra por detrás y promover pequeños saltitos. Objetivo: proporcionar estímulos para los pataleos a través del desequilibrio.
- Pasear en barco, poner al bebé sobre el pecho del acompañante y desplazarse con él. Objetivo: promover la seguridad en el bebé.
- Jugar con el tapiz, hacer que el bebé vivencie diversas posiciones encima del tapiz. Objetivo: Fortalecimiento muscular y vivenciar el equilibrio relacionado con el desequilibrio.

### **Actividades acuáticas para bebés de 9 a 12 meses**

- El juego de la canasta: el bebé se sujeta con un flotador tubular y sujetado por el acompañante, incentivar al bebé a coger las pelotas y hacer canasta en un recipiente. Objetivo: estímulo al desplazamiento, fortalecimiento muscular y coordinación.
- Acostar al bebé en un tapiz flotante, estimular las extremidades del cuerpo, flexionando y estirando. Objetivo: percepción de cuerpo y flexión y extensión del cuerpo.
- Sujetar al bebé con un flotador tubular, mientras el acompañante lo sujeta a través de él y los desplaza por la piscina. Objetivo: Estimulación de las acciones motrices.

- El bordillo: incentivar al bebé para que aprenda a subir o cogerse al bordillo, colocando juguetes que le guste. Facilitar el apoyo de la mano, rodilla, etc., como soporte. Objetivo: Autonomía, seguridad y habilidad motora.
- El túnel: imitando un tren pasamos todos por el túnel. El túnel puede ser hecho con flotadores tubulares o colchonetas. Objetivo: promover la seguridad y los vínculos emocionales.
- Juego del gatito: el bebé en posición de gateo encima del tapiz o colchoneta, estimularlo a que gatee. Objetivo: Estimular el gateo y fortalecimiento de la columna vertebral.
- Jugar al avión: sujetar al bebé en el brazo del padre y realizar un giro (rotación), imitando un avión, al final del movimiento, dependiendo del nivel del niño, puede haber una inmersión. Objetivo: promover la automatización del cerramiento de la glotis.
- Socializar con niños: se pone al bebé en contacto con otro bebé para que se toquen y se miren. Objetivo: fortalecer vínculos emocionales y sociales.
- Juego al caballito: sentar el bebé en el muslo del acompañante e imitar un caballito, haciendo pequeños saltitos. Objetivo: Equilibrio.
- Ir de paseo: el bebé sujetado por un tubular, permitir que pasee por la piscina solo, teniendo su acompañante de su lado incentivando. Objetivo: Autonomía y seguridad.
- Juego del cariño: sujetar al bebé como en forma de abrazo, dándole cariño, besos y diciéndole lo bien que lo ha realizado. Objetivo: Fortalecimiento de los lazos emocionales e incentivando la seguridad.

- Finalizar la clase:

Al momento de finalizar las clases los profesores darán la despedida y darán los anuncios del mes si es que lo hay, luego los padres con sus hijos podrán ir a las duchas y cambiadores.

### Fase de finalización

- Aspirar la piscina:

Se aspirará la piscina para quitar cualquier residuo al final de la última clase y quede limpia para el siguiente día.

- Clorificar y verificar el agua.
- Filtrar y ozonificar el agua.
- Limpiar las instalaciones en general:

La limpieza de los baños, cambiadores, piso y duchas será todos los días para mantener el aseo y el cuidado de los usuarios.

### 6.1.2. Flujogramas de procesos

El servicio de estimulación acuática para bebés contará con los siguientes flujogramas de procesos y fases detallados a continuación:

**Gráfico 29 Proceso de Venta e Inscripción**



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

**Gráfico 30 Fase de inicio**



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

**Gráfico 31 Fase de servicio**



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

**Gráfico 32 Fase de Finalización**



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

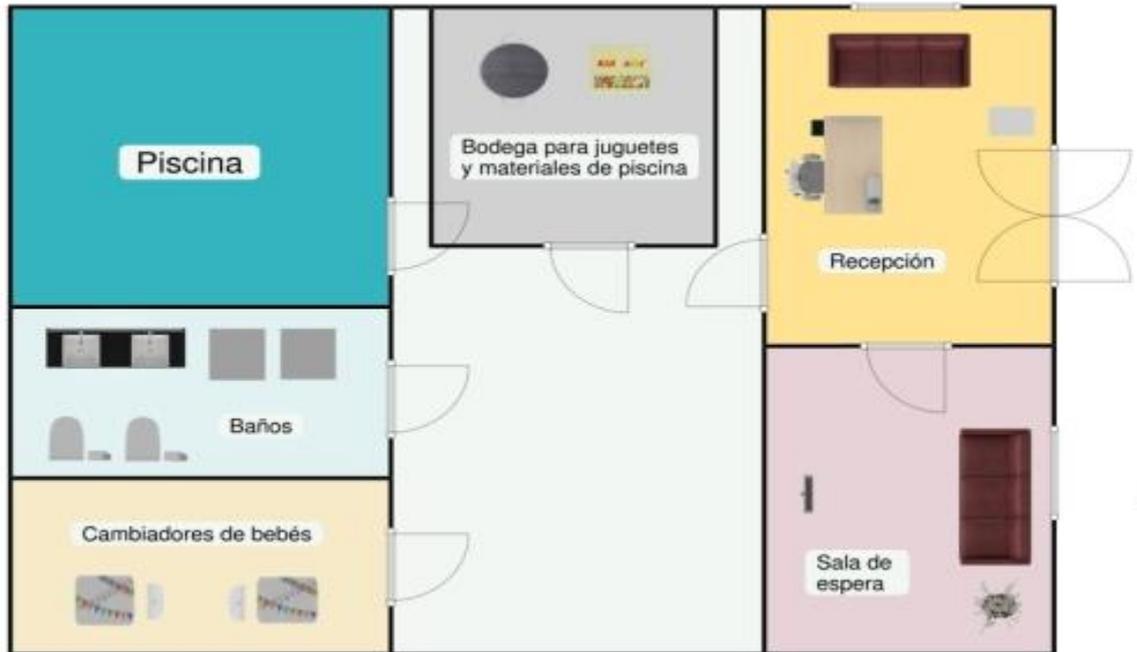
### **6.1.3. Infraestructura**

Para el desarrollo del servicio de estimulación acuática para bebés se alquilará una casa de 290 metros cuadrados, que contará con las siguientes áreas:

- Piscina
- Cambiadores para bebés
- Baños
- Recepción
- Sala de espera
- Bodega para los juguetes y materiales de piscina

A continuación se presenta el plano de la empresa

Gráfico 33 Plano de la empresa



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

#### 6.1.4. Mano de Obra

Para el desarrollo de la propuesta, el servicio contará con el siguiente personal de trabajo:

Tabla 11 Detalle de la mano de obra

CANTIDAD	PERSONAL	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL
1	Gerente General	\$600	\$600
1	Secretaria	\$400	\$400
1	Personal de limpieza	\$400	\$400
1	Instructora de Natación	\$550	\$550
1	Fisioterapeuta Pediátrico	\$550	\$550
		<b>TOTAL</b>	<b>\$2.500,00</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

### 6.1.5. Capacidad Instalada

El servicio de estimulación acuática contará con una piscina de (7x4) 28 metros cuadrados que por día la capacidad máxima será de 36 niños y a la semana 180 niños con papá o mamá.

### 6.1.6. Presupuesto

Presupuesto de Inversión de Maquinarias y Equipos

**Tabla 12 Muebles y Enseres**

Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Escritorio oficina marca Xtech	1	199,00	199,00
Silla giratoria marca Xtech	1	40,00	40,00
Aire acondicionado 24 btu	1	1200,00	1200,00
Materiales Didácticos piscina x12	6	45,00	270,00
Archivadores de oficina 4 cajones	1	89,00	89,00
Tv Samsung Smart 32	1	350,00	350,00
Espejos	4	100,00	400,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.548,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

**Tabla 13 Equipos**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cambiadores de bebés	2	100,00	200,00
Locker metálico AEE. 9 puertas	1	300,00	300,00
Caldero	1	6.000,00	6.000,00

<b>Duchas marca FV</b>	3	75,00	225,00
<b>Duchas bebés</b>	3	80,00	240,00
<b>Inodoro modelo monaco FV</b>	3	210,00	630,00
<b>Calefón a gas Yang</b>	1	600,00	600,00
<b>Purificador vía ozonificación</b>	1	900,00	900,00
<b>Cepillo de acero</b>	1	23,00	23,00
<b>TOTAL</b>			<b>9.118,00</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

## **6.2. Gestión de Calidad**

### **6.2.1. Políticas de calidad**

Mejorar continuamente la calidad del sistema productivo nacional, así como la competitividad, confianza y satisfacción de la sociedad ecuatoriana, mediante procesos de normalización, reglamentación técnica, evaluación de la conformidad y metrología, generando valor agregado con nuestro talento humano, cumpliendo los requisitos legales y regulatorios (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017).

En el desarrollo del servicio de estimulación acuática para bebés contará con políticas de calidad que aseguren un buen servicio para los clientes y usuarios, las cuáles se detallan a continuación:

- Todos los juguetes que se usarán en las actividades de las clases serán aptos para los bebés de acuerdo a sus edades.
- La limpieza será extremadamente considerable para dar un servicio de calidad, ya que esto implica mucho en el cuidado y la salud de los bebés.
- Contar con un seguro corporativo para los colaboradores de la empresa.

### 6.2.2. Procesos de control de calidad

En el desarrollo del servicio de estimulación acuática para bebés se elaborará un proceso de control de calidad, esto ayudará a que la empresa logre tener una buena imagen y cumplir con los objetivos planteados.

- Realizar un control del trabajo realizado por los colaboradores.
- Verificar que la temperatura del agua de la piscina sea entre los 30° - 32° C.
- Verificar que el ambiente esté a 2 grados por encima de la temperatura del agua.
- Realizar un control de calidad de la atención al cliente por parte de los colaboradores.
- Realizar un control sobre la limpieza de las instalaciones.
- Realizar un control con el tiempo de la hora de inicio, tratar de que sea lo más puntual posible.
- Realizar un control del tiempo en que los profesores se demoren en cada clase.

### 6.2.3. Presupuesto

**Tabla 14 Presupuesto de Gestión de Calidad**

Cantidad	Descripción	Total Mensual
1	Seguro corporativo	375,00
1	Limpieza y mantenimiento de la piscina por una empresa especializada	200,00
<b>TOTAL</b>		<b>575,00</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

### 6.3. Gestión Ambiental

#### 6.3.1. Políticas de protección ambiental

La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales (Ministerio del Ambiente, 2016).

La empresa implementará políticas que aporten al cuidado del medio ambiente, las cuales se detallan a continuación:

- Usar equipos que sean ahorro de energía.
- Contribuir con el reciclaje de plásticos, cartón, papel dentro de la empresa.
- Reusar los suministros de oficina.

#### 6.3.2. Procesos de control ambiental

Dentro de la empresa se realizarán campañas sobre la concientización y ahorro de energía y los procesos de control ambiental serán controlados por el gerente general haciendo cumplir las políticas a sus colaboradores.

- Capacitar al personal acerca del impacto ambiental que generan las empresas.
- Verificar que los desechos sean correctamente arrojados al clasificador de residuos.

#### 6.3.3. Presupuesto

**Tabla 15 Presupuesto de Gestión Ambiental**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total Anual
1	Tachos de reciclaje	198	198,00

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

## 6.4. Gestión de Responsabilidad Social

### 6.4.1. Políticas de protección social

La responsabilidad social es la obligación del empresario de tomar decisiones, acompañar líneas de acción deseables y adoptar políticas sociales, según los objetivos y valores de la comunidad y sociedad (Bowen , 1943).

La empresa contará con las siguientes políticas de protección social:

- Cumplir con los contratos, pagos y aseguramiento social y privado a los colaboradores.
- Promover un buen ambiente de trabajo para que la empresa tenga éxito.

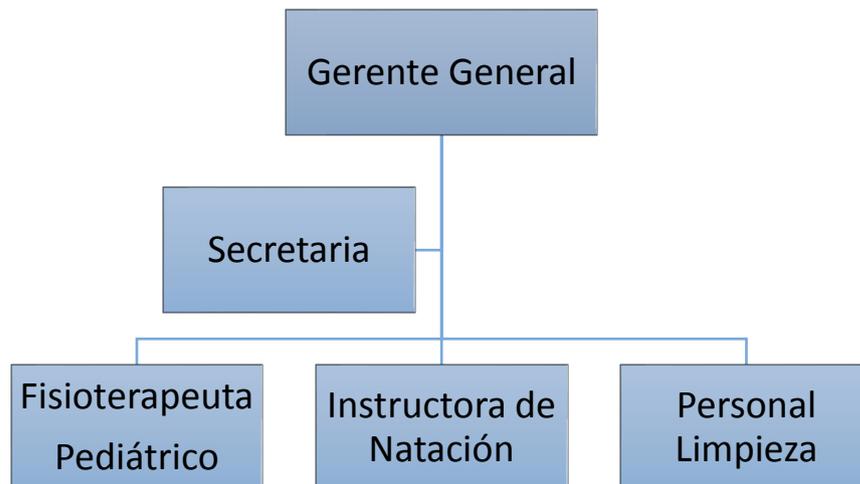
### 6.4.2. Presupuesto

Estas políticas de responsabilidad social no incurren con costos, ya que es parte del comportamiento, valores y políticas internas de la empresa.

## 6.5. Estructura Organizacional

### 6.5.1. Organigrama

Gráfico 34 Organigrama de la Empresa



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La autora

## **6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias**

### **Gerente General**

Persona encargada de la representación legal de la empresa, dirigir, controlar y supervisar el trabajo de los colaboradores, velar por el cumplimiento de las políticas internas y llevar la contabilidad de la empresa.

Sexo: Mujer

Edad: 22 a 45 años

Conocimientos: amplio conocimientos en contabilidad, computación avanzada.

Experiencia: 2 años como mínimo en cargos similares.

Competencias y actitudes: confiable, liderazgo, motivación personal, capacidad de comunicación.

Formación Académica: Título de Tercer Nivel en Desarrollo de Negocios Bilingüe o carreras relacionadas.

### **Secretaria**

Persona encargada en colaborar con el gerente general, llevar los registros de la empresa y de la atención al cliente.

Sexo: Mujer

Edad: 22 a 35 años

Conocimientos: Cálculos numéricos, computación avanzada, marketing y manejo de redes sociales.

Competencias y actitudes: proactiva, organizada, capacidad de comunicación y ser paciente.

Idioma: Español/Inglés

Experiencia: mínimo 2 años.

Formación Académica: Título de Tercer Nivel en Secretariado Gerencial.

### **Fisioterapeuta Pediátrico**

Persona encargada del asesoramiento, tratamiento y cuidado del niño, realizar las actividades físicas en la piscina.

Sexo: Mujer/Hombre

Edad: 25 a 35 años

Conocimientos: actividades físicas en agua especializado en bebés, temas de desarrollo infantil, manejo de grupo de bebés entre 2 a 36 meses.

Competencias y actitudes: capacidad de comunicación, ser paciente, ser entusiasta, responsable.

Idioma: Español/Inglés

Formación Académica: Título de Licenciado en Fisioterapia Pediátrica

### **Instructora de Natación**

Persona encargada de llevar la clase junto al fisioterapeuta pediátrico dentro de la piscina, llevar un control y registro de cada clase.

Sexo: Mujer

Edad: 25 a 35 años

Conocimientos: Temas de desarrollo Infantil, estimulación acuática y manejo de grupo de bebés entre 2 a 36 meses.

Competencias y actitudes: paciente, divertida, comprometida, confiable y responsable.

Idioma: Español/Inglés

Formación Académica: Nadadora Profesional

### **Personal de Limpieza**

Persona encargada de la limpieza de todo el establecimiento incluyendo piscina, baños, etc.

Sexo: Hombre

Edad: 20 a 35 años

Conocimientos: limpieza y mantenimiento de piscinas

Competencias y actitudes: proactivo, responsable

Formación Académica: Bachiller

## **6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos**

**Tabla 16 Manual de Funciones**

<b>Cargo</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Derechos</b>	<b>Modo de contratación</b>
Gerente	Secretaria,	Planificar objetivos	Sueldo	Tiempo

General	Fisioterapeuta, Profesora de estimulación temprana	a corto y largo plazo, contratar el personal y asignar los salarios, supervisar el desempeño de los colaboradores, realizar reuniones para analizar y coordinar las actividades, tener capacidad de toma de decisiones, identificar problemas sobre el personal, problemas financieros y llevar la contabilidad de la empresa.	Beneficios de ley	completo
Secretaria	Gerente General, Fisioterapeuta, Profesora de estimulación temprana y personal de limpieza	Recibir e informar asuntos del trabajo, hacer y recibir llamadas telefónicas, recibir a los padres e hijos, hacer las inscripciones y cobros, dar una buena atención al cliente, llevar el manejo de las promociones, ventas y redes	Sueldo Beneficios de ley	Tiempo completo

		sociales, llamar a los proveedores y comprar cualquier implemento que se necesite para las actividades de piscina, llevar el registro de los papeles de la empresa.		
Fisioterapeuta Pediátrico	Gerente General, Profesora de estimulación temprana, Secretaria y personal de limpieza	Dar asesoramiento, tratamiento y cuidado del niño, realizar las actividades físicas en la piscina, explicar a los padres los beneficios de cada ejercicio que realicen y dar seguimiento del avance de los niños e informárselo a los padres	Sueldo Beneficios de ley	Tiempo completo
Instructora de Natación	Gerente General, Fisioterapeuta, Secretaria y personal de limpieza	Llevar un seguimiento del avance de los niños, informar a los padres sobre promociones del mes, explicar cada ejercicio y el	Sueldo Beneficios de ley	Tiempo completo

		beneficio que da, supervisar que los juguetes queden en su lugar después de las clases.		
Personal de Limpieza	Gerente General, Profesora de estimulación temprana, Fisioterapeuta, Secretaria	Realizar la limpieza y mantenimiento de la piscina, limpiar los baños y establecimiento en general.	Sueldo Beneficios de ley	Tiempo completo

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La autora

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

## CAPÍTULO 7

### 7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

#### 7.1. Inversión Inicial

La empresa Aquatic Baby necesitará una inversión inicial de \$ 28.896,34 para poner en marcha el negocio de estimulación acuática para bebés.

**Tabla 17 Inversión Inicial**

INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	6.042,00	-	11.755,50	17.797,50
ACTIVOS INTANGIBLES	700,00	-	-	700,00
PREOPERACIONALES	1.824,00	-	-	1.824,00
CAPITAL DE TRABAJO	-	-	8.574,84	8.574,84
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>8.566,00</b>	<b>-</b>	<b>20.330,34</b>	<b>28.896,34</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

#### 7.1.1. Tipo de Inversión

##### 7.1.1.1. Fija

La inversión fija que necesitará la empresa, es de \$ 17.797,50 lo que corresponde a: edificios, equipos, muebles y enseres, equipos de cómputo.

**Tabla 18 Inversión Fija**

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC	DEP. ANUAL
<b>EDIFICIOS</b>								
	TECHADO	ADM	1	5.200	5.200	20	5%	260
<b>EQUIPOS</b>								
	CAMBIADORES DE BEBÉS	PROD	2	100	200	5	20%	40
	LOCKER METALICO MARCA AEE 9 PUERTAS	PROD	1	300	300	10	10%	30
	CALDERO	PROD	1	6.000	6.000	10	10%	600
	DUCHAS MARCA FV	PROD	3	90	270	10	10%	27
	INODORO MODELO MONACO FV	PROD	3	210	630	10	10%	63
	DUCHAS BEBÉS	PROD	3	95	285	10	10%	29
	CALEFON A GAS MARCA YANG	PROD	1	600	600	10	10%	60
	PURIFICADOR VIA OZONIFICACIÓN	PROD	1	900	900	10	10%	90
	CEPILLO DE ACERO	PROD	1	23	23	5	20%	5
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>								
	ESCRITORIO DE OFICINA MARCA XTECH	PROD	1	199	199	10	10%	20
	SILLA GIRATORIA MARCA XTECH	PROD	1	40	40	5	20%	8
	AIRE ACONDICIONADO 24 BTU	PROD	1	1.200	1.200	10	10%	120
	MATERIALES DIDACTICOS PISCINA x12	PROD	6	45	270	5	20%	54
	ARCHIVADORES DE OFICINA 4 CAJONES	PROD	1	89	89	5	20%	18
	TV SAMSUNG SMART 32	PROD	1	350	350	10	10%	35
	ESPEJOS	PROD	4	100	400	10	10%	40
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>								
	LAPTOP PORTATIL HP	ADM	1	552	552	3	33%	184
	IMPRESORA	ADM	1	250	250	3	33%	83
	TELEFONO CONVENCIONAL PANASONIC	ADM	1	40	40	3	33%	13
<b>TOTALES</b>					<b>17.797,50</b>			

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

### 7.1.1.2. Diferida

Para la inversión diferida de la empresa, se consideró activos intangibles y los preoperacionales, entre ellos están registro de marca, constitución de empresa.

**Tabla 19 Inversión Diferida**

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	
LICENCIAS & SOFTWARE	-
RÉGISTROS DE PRODUCTOS	-
RÉGISTRO DE MARCA - IEPI	700,00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>700,00</b>
<b>PREOPERACIONALES - OTROS ACTIVOS CORRIENTES</b>	
<b>BASICOS</b>	
CREACION DE EMPRESA	500,00
CUERPO DE BOMBEROS	424,00
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	900,00
<b>TOTAL BASICOS</b>	<b>1.824,00</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.1.1.3. Corriente

Para la inversión corriente, la empresa necesitará \$ 8.576,26 de capital de trabajo correspondientes a tres meses de costos fijos.

**Tabla 20 Inversión Corriente**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
COSTOS FIJOS	8.576,26
COSTOS VARIABLES	-
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8.576,26</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 7.1.2. Financiamiento de la Inversión

### 7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La fuente de financiamiento de la empresa Aquatic Baby, se dará un 70% préstamo bancario y 30% capital propio, con una tasa del 9% anual por cinco años en el Banco del Pacífico.

**Tabla 21 Fuente de Financiamiento**

<b>DETALLE</b>	<b>% PESO</b>	<b>MONTO</b>
PRÉSTAMO BANCARIO	70%	20.174,40
CAPITAL PROPIO	30%	8.646,17
<b>TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>	<b>100%</b>	<b>28.820,57</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.1.2.2. Tabla de Amortización

Tabla 22 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
CAPITAL		20.228,43			
TASA DE INTERÉS CFN		0,75%			
NÚMERO DE PAGOS		60			
CUOTA MENSUAL		419,91			
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago	
0	20.228,43	-	-	-	-
1	19.960,23	268,20	151,71	419,91	419,91
2	19.690,03	270,21	149,70	419,91	419,91
3	19.417,79	272,23	147,68	419,91	419,91
4	19.143,52	274,28	145,63	419,91	419,91
5	18.867,18	276,33	143,58	419,91	419,91
6	18.588,78	278,41	141,50	419,91	419,91
7	18.308,29	280,49	139,42	419,91	419,91
8	18.025,69	282,60	137,31	419,91	419,91
9	17.740,97	284,72	135,19	419,91	419,91
10	17.454,12	286,85	133,06	419,91	419,91
11	17.165,12	289,00	130,91	419,91	419,91
12	16.873,95	291,17	128,74	419,91	419,91
13	16.580,59	293,35	126,55	419,91	419,91
14	16.285,04	295,55	124,35	419,91	419,91
15	15.987,27	297,77	122,14	419,91	419,91
16	15.687,26	300,00	119,90	419,91	419,91
17	15.385,01	302,25	117,65	419,91	419,91
18	15.080,49	304,52	115,39	419,91	419,91
19	14.773,68	306,81	113,10	419,91	419,91
20	14.464,58	309,11	110,80	419,91	419,91
21	14.153,15	311,42	108,48	419,91	419,91
22	13.839,39	313,76	106,15	419,91	419,91
23	13.523,28	316,11	103,80	419,91	419,91
24	13.204,79	318,48	101,42	419,91	419,91
25	12.883,92	320,87	99,04	419,91	419,91
26	12.560,64	323,28	96,63	419,91	419,91
27	12.234,94	325,70	94,20	419,91	419,91
28	11.906,79	328,15	91,76	419,91	419,91
29	11.576,18	330,61	89,30	419,91	419,91
30	11.243,10	333,09	86,82	419,91	419,91
31	10.907,51	335,59	84,32	419,91	419,91
32	10.569,41	338,10	81,81	419,91	419,91
33	10.228,77	340,64	79,27	419,91	419,91
34	9.885,58	343,19	76,72	419,91	419,91
35	9.539,81	345,77	74,14	419,91	419,91
36	9.191,45	348,36	71,55	419,91	419,91
37	8.840,47	350,97	68,94	419,91	419,91
38	8.486,87	353,61	66,30	419,91	419,91
39	8.130,61	356,26	63,65	419,91	419,91
40	7.771,68	358,93	60,98	419,91	419,91
41	7.410,06	361,62	58,29	419,91	419,91
42	7.045,73	364,33	55,58	419,91	419,91
43	6.678,66	367,07	52,84	419,91	419,91
44	6.308,84	369,82	50,09	419,91	419,91
45	5.936,25	372,59	47,32	419,91	419,91
46	5.560,86	375,39	44,52	419,91	419,91
47	5.182,66	378,20	41,71	419,91	419,91
48	4.801,62	381,04	38,87	419,91	419,91
49	4.417,73	383,90	36,01	419,91	419,91
50	4.030,95	386,78	33,13	419,91	419,91
51	3.641,27	389,68	30,23	419,91	419,91
52	3.248,67	392,60	27,31	419,91	419,91
53	2.853,13	395,54	24,37	419,91	419,91
54	2.454,62	398,51	21,40	419,91	419,91
55	2.053,12	401,50	18,41	419,91	419,91
56	1.648,61	404,51	15,40	419,91	419,91
57	1.241,06	407,54	12,36	419,91	419,91
58	830,46	410,60	9,31	419,91	419,91
59	416,78	413,68	6,23	419,91	419,91
60	0,00	416,78	3,13	419,91	419,91
		20.228,43	4.966,11	25.194,54	

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

### 7.1.3. Cronograma de Inversiones

La empresa Aquatic Baby realizará el siguiente calendario de inversiones:

**Tabla 23 Calendario de Inversiones**

CALENDARIO DE INVERSIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
INVERSION FIJA	17.797,50				17.797,50
ACTIVOS INTANGIBLES	700,00				700,00
PREOPERACIONALES	1.824,00				1.824,00
CAPITAL DE TRABAJO			8.576,26		8.576,26
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>20.321,50</b>	<b>-</b>	<b>8.576,26</b>	<b>-</b>	<b>28.897,76</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

## 7.2. Análisis de Costos

### 7.2.1. Costos Fijos

Dentro de los costos fijos la empresa a considerado los gastos administrativos, sueldos por cada departamento, seguro corporativo, mantenimientos, publicidad. A continuación se muestran los detalles:

**Tabla 24 Costos Fijos**

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA</b>						
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	17.203,80	18.939,41	19.572,27	20.232,14	20.922,55
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>						
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	7.595,90	8.231,12	8.462,62	8.703,93	8.957,72
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	6.358,20	6.993,42	7.224,92	7.466,23	7.720,02
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	1.237,70	1.237,70	1.237,70	1.237,70	1.237,70
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	46.712,67	47.780,47	49.370,99	50.749,22	52.470,14
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	12.000,00	12.414,00	12.839,80	13.284,06	13.742,36
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	1.458,00	2.542,80	2.630,02	2.721,02	2.814,89
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	2.250,00	2.331,75	2.394,98	2.460,51	2.537,79
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	2.400,00	2.482,80	2.567,96	2.656,81	2.748,47
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO	13.200,00	13.655,40	14.123,78	14.612,46	15.116,59
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	4.500,00	4.655,25	4.814,93	4.981,52	5.153,38
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	8.400,00	8.689,80	8.987,86	9.298,84	9.619,65
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	540,67	540,67	540,67	260,00	260,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
INTERESES	FIJO	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	10.849,00	11.135,25	11.429,65	11.736,82	12.053,69
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
INTERESES	FIJO	1.684,43	1.369,75	1.025,56	649,08	237,29

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

## 7.2.2. Costos Variables

### 7.3. Capital de Trabajo

#### 7.3.1. Gastos de Operación

Los gastos operacionales de la empresa será la suma de mano de obra directa y costos indirectos.

**Tabla 25 Gastos de Operación**

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA</b>						
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		17.203,80	18.939,41	19.572,27	20.232,14	20.922,55
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	17.203,80	18.939,41	19.572,27	20.232,14	20.922,55
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		7.595,90	8.231,12	8.462,62	8.703,93	8.957,72
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	6.358,20	6.993,42	7.224,92	7.466,23	7.720,02
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.237,70	1.237,70	1.237,70	1.237,70	1.237,70

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos de la empresa se detallan de la siguiente manera:

**Tabla 26 Gastos Administrativos**

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		46.712,67	48.150,41	50.152,76	51.964,05	54.159,80
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	12.000,00	12.360,00	12.730,80	13.112,72	13.506,11
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	1.458,00	2.531,74	2.607,69	2.685,92	2.766,50
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	2.250,00	2.325,00	2.381,35	2.439,09	2.508,26
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	13.200,00	13.860,00	14.553,00	15.280,65	16.044,68
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	540,67	540,67	540,67	260,00	260,00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.3.3. Gastos de Ventas

En los gastos de ventas de la empresa, se considera los gastos de promoción y publicidad, la cuál se hará una fuerte inversión para lograr con el objetivo de ventas.

**Tabla 27 Gastos de Ventas**

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS DE VENTA		10.849,00	11.135,25	11.429,65	11.736,82	12.053,69
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	10.849,00	11.135,25	11.429,65	11.736,82	12.053,69

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros que la empresa considera son los intereses del préstamo bancario.

**Tabla 28 Gastos Financieros**

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS		1.684,43	1.369,75	1.025,56	649,08	237,29
INTERESES	FIJO	1.684,43	1.369,75	1.025,56	649,08	237,29

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 7.4. Análisis de Variables Críticas

### 7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes

Para la determinación del precio de venta al público se consideró algunos aspectos, el precio de los competidores y lo que el cliente estaría dispuesto en pagar según el estudio de mercado. Las ventas serán directas por medio de un solo canal.

**Tabla 29 Mark Up**

	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL	%MARGEN CANAL	P.V.P.
PRODUCTO A	83,33	33%	125,00	0%	125,00

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Se ha detallado el pronóstico de la siguiente manera:

**Tabla 30 Ventas en US\$**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CONSOLIDADO PRODUCTOS</b>					
PRODUCTO A	65.125	97.978	110.497	124.023	134.425
<b>TOTAL VENTAS EN US\$</b>	65.125	97.978	110.497	124.023	134.425

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

A continuación se realiza el punto de equilibrio para saber cuantas unidades anuales de inscripciones deben venderse para tener ganancias sobre los gastos fijos.

**Tabla 31 Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO A	2.017	675	644	616	612

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa Aquatic Baby, en cuánto al entorno fiscal se cumplirá con todas las leyes y normas, de acuerdo al servicio de rentas internas.

## 7.6. Estados Financieros proyectados

### 7.6.1. Balance General

Tabla 32 Balance General

A continuación se presenta el balance general de la empresa a cinco años:

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	8.576,26	(36.006,65)	(40.376,87)	(30.389,51)	(13.554,34)	8.136,97
CUENTAS POR COBRAR		26.050,00	39.191,04	44.198,78	49.609,32	53.770,11
INVENTARIOS	✓	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS						
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	1.824,00	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	✓ <b>10.400,26</b>	✓ <b>(9.956,65)</b>	✓ <b>(1.185,83)</b>	✓ <b>13.809,28</b>	✓ <b>36.054,98</b>	✓ <b>61.907,07</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	17.797,50	17.797,50	17.797,50	17.797,50	17.797,50	17.797,50
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		1.778,37	3.556,73	5.335,10	6.832,80	8.330,50
<b>PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS</b>	✓ <b>17.797,50</b>	✓ <b>16.019,13</b>	✓ <b>14.240,77</b>	✓ <b>12.462,40</b>	✓ <b>10.964,70</b>	✓ <b>9.467,00</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>						
<b>PLUSVALIAS</b>						
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES		140,00	280,00	420,00	560,00	700,00
<b>ACTIVO INTANGIBLE NETO</b>	✓ <b>700,00</b>	✓ <b>560,00</b>	✓ <b>420,00</b>	✓ <b>280,00</b>	✓ <b>140,00</b>	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>28.897,76</b>	<b>6.622,48</b>	<b>13.474,93</b>	<b>26.551,68</b>	<b>47.159,68</b>	<b>71.374,07</b>
<b>PASIVOS</b>						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	✓	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	3.354,48	3.669,15	4.013,35	4.389,83	4.801,62	
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	✓	✓	✓	✓	✓	13.407,17
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.354,48</b>	<b>3.669,15</b>	<b>7.559,13</b>	<b>11.344,11</b>	<b>15.569,49</b>	<b>13.407,17</b>
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	16.873,95	13.204,79	9.191,45	4.801,62	✓	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.228,43</b>	<b>16.873,95</b>	<b>16.750,58</b>	<b>16.145,74</b>	<b>15.569,49</b>	<b>13.407,17</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	✓	8.669,33	8.669,33	8.669,33	8.669,33	8.669,33
Utilidad del Ejercicio	-	(18.920,79)	6.975,83	13.681,58	21.184,26	26.376,71
Utilidades Retenidas	-	-	(18.920,79)	(11.944,97)	1.736,61	22.920,87
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>8.669,33</b>	<b>(10.251,47)</b>	<b>(3.275,64)</b>	<b>10.405,94</b>	<b>31.590,20</b>	<b>57.966,91</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>28.897,76</b>	<b>6.622,48</b>	<b>13.474,93</b>	<b>26.551,68</b>	<b>47.159,68</b>	<b>71.374,07</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

## 7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Se muestra el estado de pérdidas y ganancias de la empresa Aquatic Baby proyectado a cinco años.

**Tabla 33 Estado de Resultado Integral**

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	65.125,00	97.977,60	110.496,96	124.023,31	134.425,27
COSTO DE VENTAS	24.799,70	27.170,53	28.034,89	28.936,07	29.880,27
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>40.325,30</b>	<b>70.807,07</b>	<b>82.462,07</b>	<b>95.087,24</b>	<b>104.545,00</b>
% Margen Bruto	62%	72%	75%	77%	78%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	46.712,67	47.780,47	49.370,99	50.749,22	52.470,14
GASTOS DE VENTAS	10.849,00	11.135,25	11.429,65	11.736,82	12.053,69
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	57.561,67	58.915,71	60.800,64	62.486,04	64.523,84
<b>UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)</b>	<b>(17.236,37)</b>	<b>11.891,36</b>	<b>21.661,43</b>	<b>32.601,20</b>	<b>40.021,16</b>
% Margen Operativo	-26%	12%	20%	26%	30%
GASTOS FINANCIEROS	1.684,43	1.369,75	1.025,56	649,08	237,29
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)</b>	<b>(18.920,79)</b>	<b>10.521,61</b>	<b>20.635,87</b>	<b>31.952,12</b>	<b>39.783,88</b>
% Margen antes impuestos	-29%	11%	19%	26%	30%
PARTICIPACION DE UTILIDADES	-	1.578,24	3.095,38	4.792,82	5.967,58
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(18.920,79)</b>	<b>8.943,37</b>	<b>17.540,49</b>	<b>27.159,30</b>	<b>33.816,30</b>
IMPUESTO A LA RENTA	-	1.967,54	3.858,91	5.975,05	7.439,58
<b>UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>(18.920,79)</b>	<b>6.975,83</b>	<b>13.681,58</b>	<b>21.184,26</b>	<b>26.376,71</b>
% Margen Disponible	-29%	7%	12%	17%	20%

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Se muestra el flujo de caja de la empresa proyectado a cinco años.

**Tabla 34 Flujo de Efectivo**

Flujo de Efectivo - EBITDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Imptos Renta	(18.920,79)	10.521,61	20.635,87	31.952,12	39.783,88
(+) Gastos de Depreciación/Amortización	3.742,37	1.918,37	1.918,37	1.637,70	1.637,70
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	-	-	-	-	-
(+) Capital del trabajo	-	-	-	-	8.576,26
(+) Venta de Activos Fijos	-	-	-	-	3.625,00
(-) Pagos de Impuestos	-	-	3.545,78	6.954,29	10.767,86
<b>Flujo Anual</b>	<b>(15.178,43)</b>	<b>12.439,97</b>	<b>19.008,45</b>	<b>26.635,53</b>	<b>42.854,97</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>(15.178,43)</b>	<b>(2.738,45)</b>	<b>16.270,00</b>	<b>42.905,53</b>	<b>85.760,50</b>
<b>Pay Back del flujo</b>	<b>(44.076,18)</b>	<b>(31.636,21)</b>	<b>(12.627,75)</b>	<b>14.007,78</b>	<b>56.862,75</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

#### 7.6.2.1.1.1. TMAR

En base a los cálculos obtenidos por el método CAPM y costo promedio ponderado, tiene como resultado 14,95%

TASA DEL ACCIONISTA - MODELO MVAC		
VARIABLES	ABREVIATURA	TASAS
TASA LIBRE DE RIESGO	Rf	2,84%
BETA	$\beta$	0,77
RENDIMIENTO DEL MERCADO	Rm	10,46%
RIESGO PAIS	Rp	6,27%
<b>TASA DEL ACCIONISTA</b>		<b>14,95%</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.6.2.1.1.2. VAN

El valor anual neto es de \$ 24.289,23 que se muestra a continuación:

**Tabla 35 VAN**

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	0	-15.178	12.440	19.008	26.636	42.855
Inversion Inicial	-28.898	0	0	0	0	0
Flujos Netos	-28.898	-15.178	12.440	19.008	26.636	42.855
TMAR	11,05%					
	-28.898					
<b>VAN</b>	<b>\$ 24.289,23</b>					
<b>TIR</b>	<b>26,41%</b>					

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno de la empresa es de 26,41%, la cual es mayor que la TMAR y de esta manera la hace ver atractiva.

#### 7.6.2.1.1.4. PAYBACK

El periodo de recuperación de la inversión es de 42 meses, lo que serían tres años y seis meses, es decir que después de ese tiempo ya estaría cubierta la inversión.

### 7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

- Producción**

En el análisis de sensibilidad, cuando el escenario es positivo se puede ver que la tasa interna de retorno aumenta superando el van de los valores actuales. En cambio si el escenario es negativo se puede notar que ambos valores disminuyen.

**Tabla 36 Escenario de Producción**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Produccion</b>		5%	-5%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
<b>TIR</b>	26%	56%	35%	26%
<b>VAN</b>	\$ 24.289,23	\$ 68.003,85	\$ 34.603,34	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Precio Local**

Se muestra que el precio local influye mucho en la rentabilidad del negocio, en el escenario negativo se muestra pérdida.

**Tabla 37 Precio Local**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Precio local</b>		10%	-10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	70%	-14%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 109.262,13	\$ (22.679,79)	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Costo de Mano de Obra Directa**

Se muestra que el decrecimiento en el escenario positivo, hace que la tasa interna de retorno y el van superen a la actual, y en el negativo al crecer la TIR y el VAN superan a los valores actuales.

**Tabla 38 Costo de Mano de Obra Directa**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>MOD</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	64%	29%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 94.142,64	\$ 21.170,54	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Tasa de interés**

En este escenario se muestra que ambos positivo y negativo dan como resultado valores superiores a los actuales.

**Tabla 39 Escenario Tasa de Interés**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Tasa de Interés</b>		-5%	5%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	47%	45%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 54.120,26	\$ 51.436,49	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Activos Fijos**

Se puede apreciar que ambos escenarios muestran una tasa interna de retorno superior a la actual y ambos superan el van del valor actual.

**Tabla 40 Escenario Activos Fijos**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Activos Fijos</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	49%	41%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 54.635,67	\$ 48.485,50	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Gastos de Ventas**

Se puede apreciar que en ambos escenarios la tasa interna de retorno y el van superan los valores actuales.

**Tabla 41 Gastos de Ventas**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Gastos De Venta</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	52%	41%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 60.730,65	\$ 44.912,94	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

- **Gastos Administrativos**

En ambos escenarios la tasa interna de retorno y el van superan los valores actuales.

**Tabla 42 Escenario Gastos Administrativos**

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
<b>Gastos administrativos</b>		-10%	10%	0%
<b>Celdas de resultado:</b>				
TIR	26%	51%	39%	26%
VAN	\$ 24.289,23	\$ 61.895,21	\$ 41.405,94	\$ 24.289,23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 7.8. Razones Financieras

### 7.8.1. Liquidez

**Tabla 43 Ratios de Liquidez**

Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	-2,7	-0,2	1,2	2,3	4,6
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	-2,7	-0,2	1,2	2,3	4,6
Capital de Trabajo	en dinero	-13.626	-8.745	2.465	20.485	48.500
Riesgo de Il liquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	250%	109%	48%	24%	13%

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.8.2. Gestión

Se puede apreciar que los ratios de gestión va disminuyendo en todos los años.

**Tabla 44 Ratios de Gestión**

RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	9,8	7,3	4,2	2,6	1,9

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7.8.3. Endeudamiento

**Tabla 45 Ratios de Endeudamiento**

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	255%	124%	61%	33%	19%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	22%	45%	70%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	-1,6	-5,1	1,6	0,5	0,2
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	-10,2	8,7	21,1	50,2	168,7
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		-2,0	3,5	4,8	6,3	9,5

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 7.8.4. Rentabilidad

Tabla 46 Ratios de Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	62%	72%	75%	77%	78%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	-26%	12%	20%	26%	30%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaje	-29%	7%	12%	17%	20%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	-286%	52%	52%	45%	37%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	185%	-213%	131%	67%	46%

Elaborado por: La Autora

Fuente: La Investigación

## 7.9. Conclusión del Estudio Financiero

El estudio financiero para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil, concluye:

- La Tasa Interna de Retorno es de 26,41% y la TMAR es 11,05%
- El Valor Actual Neto es de \$ 24.289,23 el cuál es el valor a ganar de los accionistas después de recuperar su inversión.
- El tiempo de recuperación es de tres años y seis meses.

# CAPÍTULO 8

## PLAN DE CONTINGENCIA

## CAPÍTULO 8

### 8. PLAN DE CONTINGENCIA

#### 8.1. Principales riesgos

La empresa Aquatic Baby tendrá como medida de control un plan de contingencia, se evaluarán los posibles riesgos internos y externos que pueda tener la empresa y poder elaborar un plan de soluciones a los diferentes problemas.

Los principales riesgos que la empresa puede tener son:

**Riesgos con los equipos de piscina:** posibles daños con el calefón, purificador o cualquier equipo que se encargue de mantener la piscina limpia y en óptimas condiciones.

**Riesgos de accidentes:** posibles accidentes de los niños, padres o profesores fuera o dentro de la piscina.

**Riesgos con los clientes:** puede existir alguna insatisfacción por parte de los padres de familia en cuánto al servicio.

#### 8.2. Monitoreo y control del riesgo

Se realizarán controles y monitoreos que la empresa a determinado para los principales riesgos.

**Riesgos con los equipos de piscina:** para controlar el riesgo de algún daño con los equipos, se llevará un control de limpieza diaria para ver si todo está funcionando de manera correcta.

**Riesgos de accidentes:** se elaborará unas políticas de seguridad, los profesores tendrán conocimiento de aquellas políticas y se encargarán de que sean cumplidas por los padres para evitar algún accidente.

**Riesgos con los clientes:** en cada clase habrán conversaciones con los padres para recibir sugerencias, reclamos o algún tipo de insatisfacción

que hayan tenido para en otra ocasión mejorar y hacer que nuestros clientes se sientan cómodos.

### **8.3. Acciones Correctivas**

Aquatic Baby realizará las siguientes acciones correctivas para los riesgos principales:

**Riesgos con los equipos de piscina:** las acciones correctivas que se tomará con respecto a este riesgo, será la limpieza y mantenimiento a la piscina realizado por una empresa especializada, para evitar alguna falla o daño de los equipos.

**Riesgos de accidentes:** para las acciones correctivas de los accidentes, la empresa capacitará a los empleados con respecto a los cuidados dentro y fuera de la piscina que deben tener y de la misma manera ellos den a conocer a los padres de familia.

**Riesgos con los clientes:** para las acciones correctivas con los clientes, se mantendrá una comunicación constante, confianza y fidelidad mediante promociones.

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

## **CAPÍTULO 9**

### **9. CONCLUSIONES**

Los resultados de la propuesta de trabajo de titulación presenta como resultado las siguientes conclusiones:

- Se determinó la factibilidad y viabilidad de la creación de una empresa que ofrece servicios de estimulación acuática para bebés hasta los 36 meses de edad, en la Ciudad de Guayaquil.
- Se pudo determinar el mercado meta siendo padres de familia con hijos de 0 a 36 meses de edad, con un nivel socioeconómico B y C+ en la ciudad de Guayaquil.
- El estudio de mercado demostró que el 90% de los encuestados consideran importante la estimulación a los bebés en edades tempranas, y su aceptación por el nuevo servicio acuático para sus hijos.
- Se hará una fuerte inversión en el plan de marketing para lograr captar una gran cantidad de mercado y posicionarnos en la mente de ellos, todo esto mediante la creación de un sitio web, publicidad mensual en Facebook e Instagram, participación en ferias, influencers, etc.
- La evaluación financiera del proyecto nos muestra una TMAR es de 11,05% y la TIR de 26,41%, la cual se ve rentable para poder invertir.

# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

## **CAPÍTULO 10**

### **10.RECOMENDACIONES**

Para el funcionamiento de la propuesta planteada, se determinan las siguientes recomendaciones:

- Realizar campañas para promocionar el servicio de estimulación acuática y poder incrementar las ventas usando al máximo la capacidad instalada.
- Capacitar al personal sobre la tendencia en la estimulación acuática y nuevas técnicas para el desarrollo del bebé.
- Expandir las instalaciones de la empresa.
- Mantener las instalaciones adecuadas para los bebés.
- Considerar el aumento de una pequeña área de estimulación temprana tradicional como parte de diversión para actividades extras.
- De acuerdo a la demanda del servicio, considerar abrir cupos nocturnos.

# CAPÍTULO 11

## FUENTES

## CAPITULO 11

### 11.FUENTES

- Banco Central del Ecuador. (10 de marzo de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Bautista. (10 de enero de 2014). *Plan de negocio*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/57168/56918>
- Bowen . (5 de enero de 1943). *PERCEPCIONES DEL CONCEPTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*. Obtenido de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/510/hologramatica13\\_v3pp3\\_34.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/510/hologramatica13_v3pp3_34.pdf)
- Camus. (17 de agosto de 1983). *Estimulacion acuatica para bebes*. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion\\_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlxwJY9c16stDdsm0o1DKtg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEstimulacion\\_acuatica\\_para\\_](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlxwJY9c16stDdsm0o1DKtg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEstimulacion_acuatica_para_)
- Carrasco, Inmaculada & Castaño. (2008). *El emprendedor*. En I. & Carrasco.
- Castillo. (19 de septiembre de 1991). *Teoria del emprendedor*. Obtenido de <http://scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a06.pdf>
- Cazau. (5 de ENERO de 2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/calva\\_p\\_db/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo3.pdf)
- Club Cañada. (6 de mayo de 2015). *Estimulacio acuatica*. Obtenido de <https://www.ccnatacion.com/>
- Club Cañada. (6 de mayo de 2015). *estimulacion acuatica*. Obtenido de <https://www.ccnatacion.com/>
- Connock & Johns. (1 de agosto de 1995). *Codigo de Etica*. Obtenido de <http://ride.org.mx/1-11/index.php/RIDASECUNDARIO/article/viewFile/754/736>
- Del Castillo. (9 de febrero de 1997). *Analisis de la oportunidad*. Obtenido de <https://harrobia.net/wp-content/uploads/2014/11/Descubrimiento-Acuático-0-6-años.pdf>
- Diana Ferreira Herrera. (2 de abril de 2015). *El modelo CANVAS en la formulacion del proyecto*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5352671>
- Diem y Cols. (25 de FEBRERO de 1978). *ESTIMULACION ACUATICA PARA BEBES*. Obtenido de [ESTIMULACION ACUATICA PARA BEBES:  
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion\\_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlxwJY9c16stDdsm0o1DKtg](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlxwJY9c16stDdsm0o1DKtg)

%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEstimulacion\_acuatica\_para\_Estudios\_Gerenciales. (2008). Emprendimiento corporativo.

Gumbus. (10 de diciembre de 2006). *Modelo de negocios*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v24n1/v24n1a04.pdf>

Gymboree. (5 de febrero de 2015). *Gymboree*. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.ec/por-que-gymboree/>

Gymboree. (15 de febrero de 2015). *Gymboree*. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.ec/por-que-gymboree/>

Índice de Precios al Consumidor. (23 de abril de 2017). *Índice de Precios al Consumidor*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Abril-2018/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_abr2018.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Abril-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_abr2018.pdf)

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (13 de febrero de 2018). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2 de enero de 2014). *Derecho de Autor*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (5 de mayo de 2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (5 de enero de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (5 de diciembre de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (21 de julio de 2015). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (5 de enero de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (5 de diciembre de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

JP Morgan. (2 de enero de 2018). *JP Morgan*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/03/07/nota/6656491/riesgo-pais-ecuador-ha-subido-65-puntos-mes>

- Ley de Superintendencia de Compañías. (5 de febrero de 1999). Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf)
- Linder y Cantrell . (20 de junio de 2000).
- Ministerio de Economía y Finanzas. (1 de enero de 2018). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/gobierno-nacional-anuncio-el-aumento-salarial-de-2018-para-fomentar-la-competitividad/>
- Ministerio de Educación. (10 de abril de 2014). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (12 de marzo de 2017). *Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/inclusion-al-ciclo-de-vida-y-la-familia/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (3 de marzo de 2016). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec>
- Ministerio del Ambiente. (10 de septiembre de 2016). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/calidad-ambiental/>
- Moisés Bittán. (11 de noviembre de 2012). *El modelo Pest como herramienta de planificación*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/el-modelo-pest-como-herramienta-de-planificacion>
- Moisés Bittán. (23 de julio de 2012). *PEST*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/el-modelo-pest-como-herramienta-de-planificacion>
- MORENO Y COLS. (2 de ENERO de 2004). *ESTIMULACION ACUATICA PARA BEBES*. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion\\_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlXwJY9c16stDdsm0o1DKtg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEstimulacion\\_acuatica\\_para\\_](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38569161/Estimulacion_bebes.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1534109573&Signature=SmOeYlXwJY9c16stDdsm0o1DKtg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEstimulacion_acuatica_para_)
- Ostelwalter & Pigneur. (13 de junio de 2011). Obtenido de <https://www.emprenderalia.com/resena-de-business-model-generation-de-alexander-osterwalder-y-yves-pigneur/>
- Osterwalter y Pigneur. (8 de febrero de 2010). *Modelo de negocios*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3776508>
- Oxford. (2017). *Oxford*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com>
- Pensam. gest. Barranquilla. (26 de enero de 2009). *teoria del emprendimiento*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>
- Plan Nacional de Desarrollo. (1 de enero de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Plan Nacional de Desarrollo. (1 de enero de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

- Porter. (22 de enero de 2004). *Fuerzas Competitivas de Porter*. Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=EKLBSQr>
- Sahlman W. (30 de enero de 1997). *Plan de negocio*.
- Schumpeter. (5 de abril de 1935). *La concepcion de schumpeterde emprendimiento*. Obtenido de [http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de\\_15.html](http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de_15.html)
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. (8 de febrero de 2017). Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (18 de noviembre de 2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Secretaría Técnica Plan Toda una Vida. (10 de marzo de 2013). *Secretaría Técnica Plan Toda una Vida*. Obtenido de <https://www.todaunavida.gob.ec/estrategia-nacional-intersectorial-para-la-primera-infancia-infancia-plena/>
- Sector Fitness. (5 de febrero de 2014). *Curso de estimulacion acuatica para bebes*. Obtenido de <http://www.sectorfitness.com/planformacion/curso/Curso-de-Estimulacion-Acuatica-para-Bebes>
- Serna Gómez. (7 de noviembre de 2006). Obtenido de <https://www.codejobs.com/es/blog/2013/11/07/la-importancia-de-servicio-al-cliente>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (17 de Febrero de 2017). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/politica-de-calidad/>
- Sinde. (1 de enero de 2017). *Sinde*. Obtenido de <http://www.ucsg.edu.ec/wp-content/uploads/investigacion/sinde/DOMINIOS-LINEAS-DE-INVESTIGACION.pdf>
- Theodore Levitt. (10 de marzo de 2004). *Ciclo de Vida del Producto*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=62319>
- Thompson. (1 de enero de 2009). *Plan de negocio*. Obtenido de <https://javierinchausti.files.wordpress.com/2009/10/plan-de-negocios-dinamico.pdf>
- UNESCO. (22 de octubre de 2016). Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/havana/areas-of-action/education/tic-en-la-educacion/>

# CAPÍTULO 12

ANEXOS

## CAPÍTULO 12

### 12. ANEXOS

#### ENCUESTA

1. **¿Conoce usted la importancia que tiene la estimulación en el agua para los niños en edades tempranas?**

Sí  No

2. **¿ Tiene hijos o algún tipo de relación familiar con niños menores a 3 años?**

Si  No

3. **¿Cuál es su parentesco?**

Padres  Abuelos  Otros

4. **¿ En qué rango de edad se encuentra su hijo?**

0-12 meses

1-3 años

Otro

5. **En una escala de 1 a 5 donde 1 es bajo y 5 es alto, que tan importante es estimular el desarrollo de su hijo en edades tempranas?**

1  2  3  4  5

6. **Valore con una escala las siguientes áreas que usted considera importantes ( 1 a 5)**

Motoras

Cognitivas

Sensoriales

Sociales

**7. ¿ Qué horario cree usted que se ajusta a su tiempo para llevar a su hijo a las clases de estimulación acuática?**

Mañana

Tarde

Noche

**8. ¿Qué horario cree usted que se ajusta a su tiempo para llevar a su hijo a las clases de estimulación acuática?**

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

**9. Prefiere que su pago sea:**

Mensual

Bimensual

Trimestral

**10. ¿Cuál sería el precio que usted estaría dispuesto a pagar por estas actividades?**

100 a 130

130 a 160

160 a 190

**11. Que características cree usted que debería tener un centro de estimulación acuática para bebés de 3-36 meses de edad, valorar del 1 al 5.**

Personal Calificado   
Limpieza   
Temperatura del agua

El cuidado del agua   
Infraestructura   
El cuidado de la piscina

# CAPÍTULO 13

## MATERIAL COMPLEMENTARIO

## **CAPITULO 13**

### **13.MATERIAL COMPLEMENTARI**



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Intriago Pico, Melissa Anthonella**, con C.C: **0930755806** autora del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Billingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de agosto de 2018

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Intriago Pico, Melissa Anthonella**

C.C: **0930755806**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Propuesta para la creación de una empresa de servicios de estimulación acuática para bebés en la ciudad de Guayaquil</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	Intriago Pico, Melissa Anthonella		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Vélez Barros, Cecilia Isabel		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Emprendimiento		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	22 de agosto de 2018	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	145
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Emprendimiento, estimulación acuática, bebés		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<i>Estimulación, acuática, cognitivas, motoras, sociales, sensoriales</i>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>			
<p>The present proposal of titulación, raises in the creation of a company of services of aquatic stimulation for babies in the city of Guayaquil.</p> <p>The proposal will have a service in which babies can improve the development of their motor, cognitive, social and sensory areas, through a series of activities in the pool that are directed with experts and accompanied by their parents. These activities will help to stimulate the baby and a variety of benefits such as improving appetite and falling asleep.</p> <p>For the development of the proposal a market study will be carried out, a productive process will be designed, a marketing plan will be made and finally the financial study to evaluate the feasibility of the company.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-996728866	<b>E-mail:</b> melissa-intriago@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Lcda Zumba Córdova, Rosa Margarita		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-994131446		
	<b>E-mail:</b> mr_zumba@yahoo.com		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			