

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil**

**AUTOR:**

**Luna Muñoz, Carla Antonella**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

**TUTOR:**

**Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, MBA**

**Guayaquil, Ecuador**

**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 **Luna Muñoz, Carla Antonella**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

**TUTOR**

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

**Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, MBA**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

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

**CPA. Vélez Barros Cecilia Isabel**

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Luna Muñoz, Carla Antonella**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, 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, 10 de septiembre del 2018**

**LA AUTORA**

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

**Luna Muñoz, Carla Antonella**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Luna Muñoz, Carla Antonella**

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 que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2018**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Luna Muñoz, Carla Antonella**

## Reporte Urkund

URKUND	
Documento	<a href="#">Trabajo Titulación Carla Luna Rev ACP 26 Ago 2018.docx</a> (D41035903)
Presentado	2018-08-29 12:35 (-05:00)
Presentado por	castro.angel@gmail.com
Recibido	angel.castro.ucsg@analysis.orkund.com
	<b>0%</b> de estas 65 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme la fortaleza, determinación y perseverancia para terminar este proyecto de emprendimiento. A mi familia por darme el soporte que necesito para realizarlo y darme impulso para seguir adelante y cumplir con mis ideales.

A todas las personas que de una u otra forma me ayudo con información esencial del sector en donde realice el estudio de mi tesis.

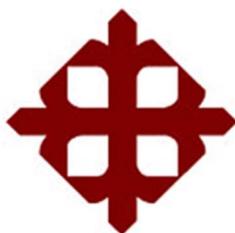
A mi Tutor Angelito Castro que me ha brindado todo su apoyo con sus conocimientos y orientación para poder realizar mi trabajo de titulación y así mismo a todos los docentes de mi carrera que siempre han estado a disposición de los estudiantes.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres, que con su amor y dedicación me ha educado a lo largo de mi carrera profesional. Gracias a ellos que ha confiado en mi capacidad, que me han brindado el apoyo necesario para nunca abandonar mis metas. Mi madre es mi soporte, mi amiga y mi fuerza y mi padre mi inspiración de superación, constancia, apoyo incondicional y un gran padre

Jimmy Luna, Alexandra Muñoz y mis queridos hermanos, Carlos y Oliver Luna, que son los grandes pilares de mi vida.

Los amo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

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

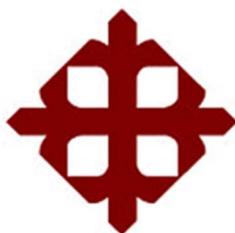
**Ing. Castro Peñarreta Ángel, MBA**  
TUTOR

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

**CPA. Vélez Barros Cecilia, Mgs.**  
DIRECTOR DE CARRERA

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

**Lcda. Zumba Margarita, PhD**  
COORDINADOR DEL ÁREA DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CALIFICACIÓN**

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

**CPA. Vélez Barros Cecilia Isabel**

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
RTE Reporte Urkund .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	viii
CALIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN .....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO 1 .....	3
1. Descripción de la investigación .....	3
1.1. Tema .....	3
1.2. Justificación.....	3
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	3
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	4
1.5. Objetivos de la Investigación .....	4
1.5.1. Objetivo General .....	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	5
1.7. Planteamiento del Problema .....	7
1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación .....	8
1.8.1. Marco Referencial .....	8
1.8.2. Marco Teórico .....	9
1.8.3. Marco Conceptual .....	13
1.8.4. Marco Lógico .....	13
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación .....	14
1.10. Cronograma.....	15
CAPÍTULO 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.....	18
2.2.	Misión, Visión, Valores de la Empresa.....	20
2.2.1.	Misión.....	20
2.2.2.	Visión.....	20
2.2.3.	Valores de la Empresa.....	20
2.3.	Objetivos de la Empresa .....	21
2.3.1.	Objetivo General .....	21
2.3.2.	Objetivos específicos.....	21
CAPÍTULO 3 .....		23
3.	Entorno jurídico de la empresa .....	23
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	23
3.1.1.	Generalidades (Tipo de Empresa).....	23
3.1.2.	Fundación de la Empresa .....	23
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	23
3.2.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo .....	24
3.2.1.	Código de Ética.....	24
3.3.	Propiedad Intelectual.....	25
3.3.1.	Registro de Marca .....	25
3.3.2.	Derecho de Autor del Proyecto.....	25
3.3.3.	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	26
3.4.	Presupuesto Constitución de la empresa .....	26
CAPÍTULO 4 .....		28
4.	Auditoría de mercado.....	28
4.1.	PEST.....	28
4.2.	Atractividad de la industria: Estadísticas de Ventas y crecimiento en la Industria.....	35
4.3.	Análisis del ciclo de vida del producto en el mercado.....	37
4.4.	Análisis de las cinco Fuerzas competitivas de Porter .....	38
4.5.	Análisis de la oferta.....	40
4.5.1.	Tipo de competencia.....	40
4.5.2.	Marketshare .....	40
4.5.3.	Características de los competidores .....	41
4.5.4.	Benchmarking.....	41
4.6.	Análisis de la demanda .....	42
4.6.1.	Segmentación de mercado .....	42

4.6.2.	Criterio de segmentación .....	42
4.6.3.	Selección de segmentos .....	43
4.6.4.	Perfiles de los segmentos.....	44
4.7.	Matriz FODA.....	45
4.8.	Investigación de mercado .....	46
4.8.1.	Método.....	46
4.8.2.	Diseño de la investigación.....	46
4.8.2.1.	Objetivos de la investigación.....	46
4.8.2.2.	Tamaño de la muestra .....	47
4.8.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos.....	47
4.8.2.3.1.	Exploratoria.....	47
4.8.2.3.2.	Concluyente (Encuesta) .....	53
4.8.2.4.	Análisis de datos .....	53
4.8.2.5.	Análisis e interpretación de los resultados .....	59
4.8.3.	Conclusiones de la investigación de mercado .....	60
4.8.4.	Recomendaciones de la investigación de mercado .....	60
CAPÍTULO 5 .....		63
5.	Plan de marketing.....	63
5.1.	Objetivos: General y específicos .....	63
5.1.1.	Mercado meta .....	63
5.1.1.1.	Tipo y estrategias de penetración .....	63
5.1.1.2.	Cobertura.....	64
5.2.	Posicionamiento .....	64
5.3.	Marketing mix.....	64
5.3.1.	Estrategia de servicios.....	64
5.3.1.1.	Empaque.....	66
5.3.1.2.	Amplitud y profundidad de línea.....	67
5.3.1.3.	Marcas y submarcas .....	67
5.3.2.	Estrategia de precios.....	67
5.3.2.1.	Precios de la competencia.....	68
5.3.2.2.	Poder adquisitivo del mercado meta .....	69
5.3.2.3.	Políticas de precio.....	69
5.3.3.	Estrategia de plaza .....	70
5.3.3.1.	Localización de puntos de venta .....	70
5.3.3.1.1.	Distribución del espacio.....	70

5.3.3.1.2.	Merchandising .....	70
5.3.3.2.	Sistema de distribución comercial.....	71
5.3.3.2.1.	Canales de Distribución. ....	71
5.3.3.2.2.	Logística .....	71
5.3.3.2.3.	Políticas de servicio al cliente .....	72
5.3.4.	Estrategias de promoción .....	73
5.3.4.1.	Promoción de ventas.....	73
5.3.4.2.	Venta personal.....	74
5.3.4.3.	Publicidad .....	74
5.3.4.3.1.	Elaboración de diseño y propuesta publicitaria .....	74
5.3.4.3.2.	Estrategias ATL y BTL .....	75
5.3.4.3.3.	Estrategia de lanzamiento .....	75
5.3.4.3.4.	Plan de medios.....	75
5.3.4.4.	Relaciones públicas.....	75
5.3.4.5.	Marketing relacional.....	76
5.3.4.6.	Gestión de promoción electrónica del proyecto.....	76
5.3.4.6.1.	Estrategias de e-commerce .....	76
5.3.4.6.2.	Análisis de la promoción digital de los competidores .....	76
5.3.4.6.3.	Estrategia de Marketing Digital .....	79
5.3.4.7.	Cronograma de Actividades de Promoción.....	81
5.4.	Presupuesto de Marketing .....	81
CAPÍTULO 6 .....		83
6.	Plan operativo.....	83
6.1.	Producción .....	83
6.1.1.	Proceso productivo .....	83
6.1.2.	Flujograma de procesos .....	84
6.1.3.	Infraestructura .....	87
6.1.4.	Mano de obra .....	88
6.1.5.	Capacidad Instalada .....	88
6.2.	Gestión de calidad.....	90
6.2.1.	Políticas de calidad .....	90
6.2.2.	Procesos de control de calidad .....	90
6.3.	Gestión Ambiental .....	91
6.3.1.	Políticas de protección ambiental.....	91
6.3.2.	Procesos de control ambiental .....	91

6.3.3.	Presupuesto.....	91
6.4.	Gestión de responsabilidad social .....	91
6.4.1.	Políticas de protección social .....	91
6.4.2.	Presupuesto.....	92
6.5.	Estructura Organizacional.....	92
6.5.1.	Organigrama.....	92
6.5.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias .....	93
6.5.3.	Manual de funciones, niveles e interacciones .....	95
CAPÍTULO 7 .....		97
7.	Estudio económico-financiero-tributario.....	97
7.1.	Inversión Inicial .....	97
7.1.1.	Tipo de Inversión .....	97
7.1.1.1.	Fija.....	97
7.1.1.2.	Diferida .....	97
7.1.1.3.	Corriente.....	98
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión .....	98
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento .....	98
7.1.2.2.	Tabla de Amortización .....	98
7.1.3.	Cronograma de Inversiones .....	99
7.2.	Análisis de Costos.....	99
7.2.1.	Costos Fijos.....	99
7.2.2.	Costos Variables .....	99
7.3.	Capital de Trabajo .....	100
7.3.1.	Gastos de Operación .....	100
7.3.2.	Gastos Administrativos .....	100
7.3.3.	Gastos de Ventas.....	100
7.3.4.	Gastos Financieros .....	101
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	101
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	101
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas .....	102
7.4.3.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	102
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa .....	103
7.6.	Estados Financieros proyectados .....	103
7.6.1.	Balance General .....	103
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	103

7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado .....	104
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital .....	104
7.6.2.1.1.1.	TMAR.....	104
7.6.2.1.1.2.	VAN .....	105
7.6.2.1.1.3.	TIR .....	105
7.6.2.1.1.4.	PAYBACK .....	105
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples .....	105
7.8.	Razones Financieras.....	106
7.8.1.	Liquidez .....	106
7.8.2.	Gestión .....	106
7.8.3.	Endeudamiento .....	107
7.8.4.	Rentabilidad .....	107
7.9.	Conclusión del Estudio Financiero .....	107
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
CAPÍTULO 10 .....		116
10.	Recomendaciones.....	116
11.	Fuentes.....	118
CAPÍTULO 12 .....		123
12.	Anexos.....	123

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Marco Lógico de la propuesta.....	13
<b>Tabla 2:</b> Presupuesto de Constitución .....	26
<b>Tabla 3:</b> Presupuesto Propiedad Intelectual .....	26
<b>Tabla 4:</b> Características de los competidores indirectos.....	41
<b>Tabla 5:</b> Criterio de segmentación para el cliente.....	44
<b>Tabla 6:</b> Matriz FODA.....	45
<b>Tabla 7:</b> Estrategia de Precios.....	68
<b>Tabla 8:</b> Precios de la competencia.....	69
<b>Tabla 9:</b> Presupuesto de marketing.....	81
<b>Tabla 10:</b> Capacidad Instalada por horas de servicio de la empresa .....	89
<b>Tabla 11:</b> Capacidad instalada por servicio diario de niñeras.....	89
<b>Tabla 12:</b> Presupuesto de infraestructura.....	90
<b>Tabla 13:</b> Perfil del Gerente General .....	93
<b>Tabla 14:</b> Perfil de Recursos Humanos .....	93
<b>Tabla 15:</b> Perfil de Marketing y Ventas .....	94
<b>Tabla 18:</b> Manual de Funciones, niveles e interacciones .....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Gráfico 1:</b> Cronograma.....	15
<b>Gráfico 2:</b> Canvas .....	18
<b>Gráfico 3:</b> Evolución de las empresas pequeñas .....	30
<b>Gráfico 4:</b> Evolución de empleo total nacional .....	30
<b>Gráfico 5:</b> Porcentaje de personas que tienen Smartphones.....	32
<b>Gráfico 6:</b> La mujer ecuatoriana en números como jefa de hogar .....	33
<b>Gráfico 7:</b> Personas que utilizan computadoras a nivel nacional .....	35
<b>Gráfico 8:</b> Ciclo de vida de un producto .....	37
<b>Gráfico 9:</b> Análisis de Porter de la propuesta.....	38
<b>Gráfico 10:</b> fórmula del cálculo de la muestra.....	47
<b>Gráfico 11:</b> Género de los encuestados.....	54
<b>Gráfico 12:</b> Sector de la ciudad de Guayaquil que reside .....	54
<b>Gráfico 13:</b> Posee hijos .....	54
<b>Gráfico 14:</b> Persona a cargo del cuidado del infante.....	55
<b>Gráfico 15:</b> Rango de edad del infante.....	56
<b>Gráfico 16:</b> Rango de horario que necesitan los padres de familia.....	56
<b>Gráfico 17:</b> Frecuencia a solicitar una niñera.....	57
<b>Gráfico 18:</b> Porcentaje de aceptación del servicio .....	58
<b>Gráfico 19:</b> Disponibilidad de pago por hora durante el día .....	58
<b>Gráfico 20:</b> Disponibilidad de pago por hora durante la noche. ....	59
<b>Gráfico 21:</b> Prototipo de Plataforma Web.....	65
<b>Gráfico 22:</b> Logo de la marca.....	66
<b>Gráfico 23:</b> Diseño de camiseta .....	66
<b>Gráfico 24:</b> Post para Redes Sociales .....	71
<b>Gráfico 25:</b> Stand portátil BabysitterToGo.....	74
<b>Gráfico 26:</b> Facebook de NannysHome .....	77
<b>Gráfico 27:</b> Instagram de NannysHome .....	77
<b>Gráfico 28:</b> Facebook de JoraEc.....	77
<b>Gráfico 29:</b> Instagram de StarOfService .....	78
<b>Gráfico 30:</b> Página de StarOfService .....	79
<b>Gráfico 31:</b> Post de Expectativa para Redes Sociales.....	80

<b>Gráfico 32:</b> Cronograma de marketing .....	81
<b>Gráfico 33:</b> Flujograma de registro para usuarios .....	85
<b>Gráfico 34:</b> Flujograma de registro para clientes .....	86
<b>Gráfico 35:</b> Instalaciones Invernadero Coworking.....	87
<b>Gráfico 36:</b> Distribución de espacios.....	88
<b>Gráfico 37:</b> Organigrama de la Empresa.....	92
<b>Gráfico 38:</b> Inversión Inicial.....	97
<b>Gráfico 39:</b> Inversión Diferida.....	97
<b>Gráfico 40:</b> Inversión Corriente .....	98
<b>Gráfico 41:</b> Fuente de Financiamiento .....	98
<b>Gráfico 42:</b> Tabla de Amortización .....	98
<b>Gráfico 43:</b> Cronograma de Inversiones .....	99
<b>Gráfico 44:</b> Costo Fijos Anuales.....	99
<b>Gráfico 45:</b> Costo de Producción por Producto .....	100
<b>Gráfico 46:</b> Gastos de Operación.....	100
<b>Gráfico 47:</b> Gastos Administrativos .....	100
<b>Gráfico 48:</b> Gastos de Venta y Marketing .....	101
<b>Gráfico 49:</b> Gastos Financieros.....	101
<b>Gráfico 50:</b> Determinación del Precio.....	101
<b>Gráfico 51:</b> Proyección de Costos e Ingresos .....	102
<b>Gráfico 52:</b> Análisis de Punto de Equilibrio .....	102
<b>Gráfico 53:</b> Balance General.....	103
<b>Gráfico 54:</b> Estado de Pérdidas y Ganancias .....	104
<b>Gráfico 55:</b> Flujo de Caja Proyectado .....	104
<b>Gráfico 56:</b> TMAR .....	105
<b>Gráfico 57:</b> Aumento del 10% en el PVU .....	105
<b>Gráfico 58:</b> Crecimiento del 10% en sueldos y salarios .....	106
<b>Gráfico 59:</b> Crecimiento del 10% en gastos de alquiler.....	106
<b>Gráfico 60:</b> Liquidez .....	106
<b>Gráfico 61:</b> Ratios de Actividad - Gestión .....	106
<b>Gráfico 62:</b> Endeudamiento .....	107
<b>Gráfico 63:</b> Rentabilidad.....	107

## RESUMEN

La idea principal de la creación de la presente propuesta que brinde servicio de cuidado a infantes por medio de una plataforma en la ciudad de Guayaquil, se la desarrolló para poder analizar su viabilidad, fijando objetivos financieros y estratégicos, para poder conocer la aceptación de las personas a la iniciativa.

La propuesta considera dos grupos de personas claves para su éxito, los clientes y los usuarios; los clientes son las niñeras, las cuales se podrán suscribir al ingresar a la plataforma, cumpliendo todos los requisitos, cualidades y aptitudes, para poder constatar como niñera de la empresa, los usuarios, son los padres de familia que necesiten y requieran el servicio de cuidados de niñeras, ambos grupos fueron necesarios para la recolección de información de cómo se podría llegar a manejar el mercado y ellos tendrán la facilidad de usar las redes sociales y plataformas como medio de comunicación directa con la empresa.

La empresa está creando y manejando un servicio altamente rentable para sí misma, crece a través del tiempo y cumple con las deudas pautadas, mediante el VAN que se estableció que la propuesta es de \$11,193.61, con la TIR de 34.44%, es escalable porque TIR que sobrepasa a la TMAR con más una TMAR de 12,93%

La plataforma BabysitterToGo estará disponible para todo el país, las oficinas ubicadas en Víctor Emilio 1021 y Jiguas.

*Palabras claves: Niñeras, padres de familia, plataforma web, estrategia, seguridad, emprendimiento.*

## **ABSTRACT**

The main idea of the creation of the present proposal that provides infant care service through a platform in the city of Guayaquil was developed to analyze its viability, setting financial and strategic objectives, in order to know the acceptance of the people to the initiative.

Within the proposal, it was considered to classify two different groups, clients and users; the clients are the nannies, which can be subscribed when entering the platform, fulfilling all the requirements, qualities and aptitudes, to be able to verify as a nanny of the company, the users, are the parents that need and require the service of care of nannies, both groups were necessary for the theft of information on how they could manage the market and they will have the facility to use social networks and platforms as a means of direct communication with the company.

The BabysitterToGo platform will be available for the entire country, the offices located at Victor Emilio 1021 and Jiguas

Keywords: Nannies, parents, web platform, strategy, security, entrepreneurship.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

## INTRODUCCIÓN

Las familias modernas en la ciudad de Guayaquil, se destacan por que padre y madre, tienen su respectivo trabajo, por una parte es bueno porque la economía del país crece, la calidad de vida mejora en familias, incluso el nivel socioeconómico de las familias del país va mejorando, pero el problema radica cuando, padres de familia no encuentran o no tienen alguna persona que se pueda encargar del cuidado de sus hijos, que sea especializada en cuidados infantil, o una persona en la que se sientan seguridad y confianza al momento de cuidar a sus hijos, en ese momento llegan las niñeras de BabysitterToGo.

Por esa razón nace BabysitterToGo, una empresa de servicios que brinda cuidados a los hijos de la familia guayaquileña, en la hora que se requiera, con un perfil evaluado y aceptado por una persona profesional, optimizando tiempo de búsqueda al ser una plataforma web, permitiendo desde la comodidad del hogar localizar y reservar las horas que el usuario requiera del servicio.

Mediante la presente propuesta se logrará brindar empleos a mujeres que residan en la ciudad de Guayaquil, generando fuentes de ingresos, sin mayor dificultad y ayudando a padres de familia para que puedan estar tranquilos y con ayuda por una persona externa pero de confianza y calificada.

# CAPITULO 1

## 1. Descripción de la investigación

### 1.1. Tema

Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil.

### 1.2. Justificación

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo poner en práctica lo aprendido durante la vida universitaria, los conocimientos adquiridos y las prácticas de microempresas que se han desarrollado durante cada ciclo en la carrera de Ingeniera de Desarrollo de Negocio Bilingüe, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, creando nuevas ideas de negocio posibilitando mejorar la economía del país.

La propuesta tiene como fin emplear y aprovechar las oportunidades de negocios de empresas aún no explotadas, basándose en búsqueda de niñeras mediante una aplicación que determinando su perfil y experiencia se basará en la confianza, seguridad y responsabilidad brindada para cada usuario y cliente, incrementando así en la ciudad de Guayaquil oportunidades de creación de empleos.

La elaboración de la plataforma para el cuidado a niños mediante niñeras especializadas se basa en la responsabilidad y tranquilidad que se brindará a cada padre de familia en la puerta de sus hogares. Por lo general la mayoría de los padres de familia, están enfocados en el trabajo y el crecimiento económico, como consecuencia ambos padres se dedican a sus trabajos, y no disponen de una persona que pueda cuidar, vigilar y entretener de manera educativa, positiva y divertida a sus hijos, de forma que los niños no tengan que quedarse solos en casa sin el cuidado de alguna persona mayor o de confianza.

El amplio uso de teléfonos inteligentes permitirá fácilmente la comunicación e interacción con el servicio de cuidados de niños, al ser una plataforma rápida y de fácil uso para los usuarios de manera segura.

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

La Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil se enfocará en

determinar la viabilidad que puede tener la creación de la empresa de servicio de cuidados de niños mediante una aplicación en la que las niñeras y padres podrán ser contactados mutuamente. Un estudio de mercado permitirá reconocer y tener noción de cuántos padres de familia estarían aptos y dispuestos a usar la aplicación, mediante esa información requerida se podrá realizar y desarrollar estrategias de marketing que tendrán como objetivo principal realizar el reconocimiento y posicionamiento de éste servicio. Luego se realizará el plan financiero que será una herramienta imprescindible a la hora de analizar la viabilidad económica y financiera, a corto y medio-largo plazo, del proyecto propuesto anteriormente. La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil, durante los meses de Mayo a Agosto de 2018.

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

La propuesta a realizar se enfocará en el Plan Nacional Toda una Vida, elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (Semplades, 2017) en el cual manifiesta el objetivo número cuatro “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la como objetivo principal, proporcionar una economía en crecimiento y sostenible con la finalidad de permitir niveles óptimos de producción y empleo en el país.

En la preparación de esta propuesta se han considerado las líneas de investigación del Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE, 2015), de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil centrándose en “Economía para el desarrollo social y empresarial” siendo este el dominio número tres (UCSG, 2017), en la que se basa y encuentra orientados los modelos económicos y empresarial

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

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

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa encargada del cuidado de niños por medio de niñeras especializadas, mediante la utilización

de una plataforma virtual en la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado en el que se conozcan las necesidades de clientes y usuarios en la industria de cuidado de niños.
- Crear y desarrollar un modelo de negocio que se ajuste a las necesidades del mercado.
- Determinar estrategias de publicidad a través de un plan de marketing para mayor captación de clientes.
- Realizar plan operativo y crear políticas de calidad para implementarse de acuerdo a estándares de la empresa.
- Evaluar el atractivo financiero de la propuesta, la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

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

El alcance de la investigación será de tipo exploratorio, en la que se basa como objetivo principal, descubrir un tema en específico o problema, en la que no haya sido investigado a profundidad. Se elaborarán encuestas, entrevistas, focus group, entre otras; con la finalidad de desarrollar tabulaciones y encontrar el mercado indicado al cual va a ir dirigido el servicio.

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis, utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Hernández, Fenández, & Baptista, 2014)

También se empleará el enfoque de investigación de corte cualitativo, utilizando información simbólica verbal y audiovisual que éstas podrían llegar a ser imágenes, entrevistas abiertas, revisión de documentos como textos en general y discusiones con un pequeño o grandes grupos de personas.

El paradigma cuantitativo, contempla el desarrollo de la investigación en cinco elementos; objetivos de investigación, preguntas de investigación, justificación de la investigación, viabilidad de la investigación y evaluación de las deficiencias en el conocimiento del problema. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2004)

Con el fin de que la investigación se exprese con claridad y sea específica los objetivos deberían ser medibles, concretos y realistas. Se buscará y diseñar la mejor solución al problema encontrado con los datos obtenidos.

Los planteamientos son útiles para: evaluar, comparar, interpretar, establecer precedentes y determinar causalidad y sus implicaciones (Sampieri, Collado, & Lucio, 2004) para poder conocer el objetivo específico de la investigación dentro de un grupo de personas en base a diferentes tipos de criterios, luego se podrán dividir en categorías para poder comparar varios puntos de vista, se analizarán los resultados y se mostraran algún tipo de anomalía o problema dentro de la investigación, ya que se caracteriza por ser el tipo de investigación lo más objetiva posible.

Dentro de la investigación cuantitativa se encuentran los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2004)

Los estudios descriptivos se buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Y se encuentra el estudio correlacional, su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2004)

Los tres métodos están diseñados para una mejor obtención de resultados al momento de hacer una investigación cuantitativa, métodos que se utilizarán en la investigación de la presente propuesta.

El enfoque de la investigación será mixto, es decir se utilizará cualitativo como el cuantitativo, el método cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de interpretación en el proceso de investigación (Hernández, Fernández, Baptista. 2006) no se tomará en cuenta la recolección de datos en la medición, lo que se tomara en cuenta como tal, serán las entrevistas personales y lo que las personas opinen y comenten del proyecto.

El método cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con Base en medición numérica y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández, Baptista. 2006) De esta manera se emplea la recopilación de información y datos que se obtendrán mediante

diferentes medios, como lo son profesionales capacitados en el tema, encuestas, entrevistas y diversos medios.

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

La problemática planteada se basa a que en la actualidad, los padres de familia por lo general están enfocados en el trabajo diario, las labores y los eventos sociales, ya sea por estudio o tareas del hogar, eso causa que haya menos tiempo para poder cuidar y supervisar a sus hijos y por tanto buscan contar con una persona que pueda cuidar a sus hijos en el momento que se requiera.

Las estructuras familiares se están modificando. Cada vez son más los hogares en los que ambos miembros participan en el mercado laboral y cada vez son menos las mujeres dispuestas a dedicarse a tiempo completo al cuidado de las personas dependientes según (Sanjuro, 2004)

A muchos padres de familia les gustaría desarrollar su trabajo de manera tranquila o salir a un evento social sin tener la necesidad de preocuparse de cómo podría estar su hijo, quien lo supervisará y que podría estar realizando su hijo como actividades de distracción, actividades que sean educativas o positivas para el aprendizaje de ellos.

Lo mejor de poder contratar y usar el servicio de niñeras es que se podrá elegir que persona estará a cargo de ese servicio, y la niñera al momento de dirigirse al domicilio, hará que el niño se sienta en ambiente, rodeado de un entorno familiar y amigable.

Se basa en un tema sumamente importante y delicado que los hijos se sientan seguros en sus propios hogares, compartiendo y socializando con una persona que le brinde confianza y seguridad al mismo tiempo de crear un vínculo entre niñeras y el niño.

Es importante enfocarse en esta problemática al detectarse como una necesidad del día a día en cada hogar, con hijos de padres trabajadores, por lo que se hace imprescindible una solución a este problema, siendo esta una estrategia en la que se vinculan padres de familia con personas capaces del cuidado y protección, denominándose niñeras.

Otro punto de suma importancia es el hecho que los niños al estar solos en casa podrían sufrir algún tipo de accidentes, calamidad doméstica, o incidente que pueda atentar contra la vida o salud de ellos, por lo que es necesaria la vigilancia de

personas mayores o especializadas, en este caso las niñeras, por otra parte el tener una persona capacitada en casa al cuidado del niño, ésta podría ayudar o supervisar ciertas tareas del niño y eso ayudará que el rendimiento de la escuela o jardín sea mejor, incluso brindarle la atención con el control de medicinas requeridas a los niños

Las niñeras y los padres de familia se encontrarán mediante una plataforma digital que puede enlazar a clientes y usuarios para mayor facilidad y simplificación de tiempo al momento de solicitar una cuidadora preparada para el cuidado infantil

## **1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación**

### **1.8.1. Marco Referencial**

Dentro del marco referencial se engloba empresas similares como:

#### **ALBA**

El equipo de Alba se encarga de buscar niñeras certificadas, solicitar la documentación necesaria y revisar antecedentes, todo lo relacionado con profesionalismo y seguridad. Alba es fácil de usar y ofrece tres funciones básicas:

- Buscar niñeras cercanas en ubicación, con base en recomendaciones de la aplicación.
- Ofrecer un trabajo a una niñera, de manera directa.
- Publicar una oferta de trabajo para que las niñeras se postulen, y luego elegir a la más apta, según preferencias del usuario. (Alba, 2018)

#### **ZOLVERS:**

Zolvers es un mercado en línea y móvil que permite a las personas subcontratar sus tareas como limpieza, entrega, mantenimiento del hogar u oficina, ayuda con un evento y cualquier tarea pendiente. Es una red de entrega flexible y bajo demanda. Por otro lado, Zolvers permite a las personas independientes y pequeñas empresas locales aumentar sus trabajos y ganar dinero extra.

Zolvers funciona de la siguiente forma:

Se solicita el servicio de limpieza y mantenimiento en sólo tres pasos y se

encuentra una persona de confianza en horas.

Se puede personalizar el pedido

Se debe aclarar si necesitas limpieza, un electricista, un plomero u otro servicio. El cliente puede elegir días, horarios y especificar si se tienen requerimientos particulares.

- Cotizar un servicio de limpieza
- Confírmalo
- Conoce a tu Zolvers (Zolver, 2018)

## **SITTERCITY**

Sittercity.com es un mercado estadounidense en línea para familias, personas y empleados corporativos que desean contratar atención local en el hogar. Los tipos de cuidadores que se pueden encontrar en Sittercity.com incluyen, niñeras, cuidadores de mascotas, proveedores de cuidado superior y amas de casa. El sitio actualmente tiene más de cinco millones de cuidadores registrados.

Sittercity.com se estableció en 2001 en Boston por Genevieve Thiers, una estudiante universitaria y niñera en ese momento. Cuando se lanzó, Sittercity era un servicio solo de Boston que se centraba en el cuidado de los niños y presentaba niñeras y niñeras locales.

Cuando Sittercity se extendió a ciudades más allá de Boston, Thiers trasladó la sede de la compañía a Chicago, IL en 2002 para centrar geográficamente la operación. En 2004, Sittercity se había convertido en un servicio nacional.

El programa corporativo de Sittercity se lanzó en 2005. El primer cliente que adoptó el programa corporativo de Sittercity en 2005 fue Children's Healthcare of Atlanta. Otras compañías que han utilizado el Programa Corporativo de Sittercity incluyen a FOX, MasterCard Worldwide, Avon y New Balance.

Una niñera generalmente trabaja ocasionalmente para muchas familias ya que tiene tiempo, mientras que una niñera a menudo tiene un horario fijo con una familia y responsabilidades adicionales. (Sittercity, 2018)

### **1.8.2. Marco Teórico**

#### **El cambio y el emprendedor**

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 2000)

En síntesis, puede decirse que innovar es ver lo que todos ven, pensar lo que algunos piensan y hacer lo que nadie hace según (Bucarini, 2004), el

emprendimiento se basa en buscar y tratar de identificar necesidades de las personas y tratar de satisfacerlas, brindarles un servicio o producto que ninguna persona pudo identificar enfocándose en las necesidades, o simplemente crear o innovar siendo éste útil y que las personas no lo saben aún.

Atender un nicho que no esté atendido, darle lugar a los pequeños grupos que las personas por lo general no atiende, innovando y creando valor para que sea próspero y beneficioso.

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991)

Se basa en el hecho que se puede crear un área dentro de una empresa, como intraemprendimiento, eso quiere decir que los empleados de la misma compañía están encargados de generar ideas y ponerlas en desarrollo, en algunos casos se les asignará una persona indicada y capacitada para el desarrollo del intraemprendimiento, y en otros caso, se les asignarán a los recursos necesarios para mejor desarrollo, al momento de crear y modificar la idea de negocio, y fuera de las organizaciones, por otro lado, los emprendedores fuera de las compañías tendrán que crear, desarrollar y ejecutar su idea de negocio.

Según (Rodríguez, 2010) para estudiar la complejidad del emprendimiento hay que entenderlo e interpretarlo desde diversas perspectivas, construyendo un discurso inter y transdisciplinario que establezca nuevas formas para su consulta, estudio y entendimiento, los emprendedores de hoy en día están cambiando al mundo, mejorando e impulsando la economía de cada país creando oportunidades de trabajo, ya que tienen visión de futuro con proyectos e ideas de negocio.

“El Emprendimiento es un proceso que con el transcurso del tiempo, ha venido causando en América latina un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que coadyuva a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de competitividad en mercados

nacionales e internacionales” (Sparano, 2014)

América Latina está surgiendo e impulsando la economía dando empleos a más personas, por lo general toman como referencia emprendimientos de países

de Europa para desarrollarlos y traerlos a América Latina y así tratar de crear cultura diferente incentivando a pequeños cambios con grandes resultados.

### **Plan de Negocios**

“Otra forma de buscar oportunidades de negocio es a través de visitas a ferias locales, regionales, nacionales e internacionales; visitas a bibliotecas, museos, fábricas, universidades e institutos de investigación” (Villarán, 2009)

Al momento de crear una idea de negocios, para que las ideas estén mejor centradas, es necesario que los emprendedores busquen y abran la expansión de búsqueda, lo aconsejable es imaginar y ver más allá de lo simple.

Para poder crear y desarrollar un plan de negocio es necesario la planificación, “cuando la empresa se le escapa de las manos al dueño, este pierde toda posibilidad de controlar su desarrollo futuro” (Santos, 1994) la compañía como tal o el emprendedor tiene que basarse y enfocarse en el tiempo, dinero y oportunidades, no debería desperdiciarlas, ya que le podría restar o quitar la fortaleza de la compañía.

Toda empresa o micro empresa necesitará un plan de negocio en la que deberá constar: misión, visión, producto o servicio, mercado, competencia, procesos, rentabilidad, aspectos económicos y financieros, para poder saber el camino y el futuro de la empresa y como se desarrollará, así podrá desarrollar su ventaja competitiva y agregarle valor al servicio o producto.

### **Modelo de negocios**

“Un modelo de negocios lleva al éxito a una empresa, esto debido a que se tiene una clara definición de las acciones claves al momento de establecer la estrategia, cuidando siempre que se cumpla el objetivo estratégico principal” (Rada, 2009)

El fin de poder crear un modelo de negocios es la forma en la cual una empresa tiene la viabilidad de ganar dinero y como se vinculara con los clientes, como llegar a ellos, la forma en la que será obtenido el servicio o producto a ofrecer,

La propuesta de valor, reconocer y establecer que características diferenciadoras del producto o servicio, el valor que se le agregará y por qué los consumidores estarían dispuesto a requerir el producto o servicio, creando valor, conociendo las necesidades y satisfaciéndolas y brindárselas.

“Fomentando así el desarrollo de nuevos negocios de negocios que cooperen en la reducción de pobreza mediante los servicios y productos de este sector” ( Mutis & Ricart, 2008). El desarrollo negocios permite mejorar la economía del país, ofreciendo nuevas plazas de trabajo, ya sea con servicios o producto y de esta manera podrían ayudar mejorar estilo de vida de cada ecuatoriano, convirtiendo a cada persona en proactiva, decidida y que se proponga metas, esto podrá cambiar la mentalidad de los ecuatorianos, y logrará que el país se vaya desarrollando y creciendo con microempresas o empresas completamente estructuradas.

“La denominación negocios inclusivos pretende plasmar la importancia vital que tiene lograr la inclusión social de las personas de bajos ingresos –en tanto que consumidores, proveedores, distribuidores– como resultado del emprendimiento empresarial, diferenciándola así de las discusiones centradas en la generación de negocios en la base de la pirámide o de negocios con los pobres, donde éstos son básicamente consumidores” (Gabriel, Márquez, & Ezequiel, 2010)

### **Teoría del desarrollo económico**

“De acuerdo con esta exposición Rostow ha encontrado una posible solución para promover la modernización en los países del Tercer Mundo. Si el problema que enfrentan los países del Tercer Mundo es la falta de inversiones productivas, entonces la solución para estos países está en que se les provea de ayuda en forma de capital, tecnología, y experiencia“. (Reyes, 2018)

Una inversión productiva con gran desarrollo económico cuando el dinero que se está generando se lo está invirtiendo en el mejoramiento y uso de algún tipo de servicio o producto de manera correcta.

### **Necesidades y deseos**

Las necesidades son estados de carencia física o mental. Las necesidades son aquellas situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo. Según Philip Kotler, las necesidades se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacerlos; los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para las necesidades profundas (Sandhusen, 2016, pág. 3).

### 1.8.3. Marco Conceptual

- **Niñera:** Persona que trabaja cuidando niños. (Española, 2017)
- **Problemática:** Que presenta dificultades o que causa problemas. Conjunto de problemas pertenecientes a una ciencia o actividad determinadas (Española, 2017)
- **Plataforma web:** Una plataforma, utiliza el webmaster o el administrador para armar el sitio web, administrarlo y para su funcionamiento, es un conjunto de software, programación y datos que hace posible que un sitio web funcione. (Valdéz, 2017)
- **Factibilidad:** Instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto (Miranda, 2005)
- **Rentabilidad Financiera:** Aceptada como un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a valor de sus accionistas. (Segura, 1994)
- **Suscripción:** Acción y efecto de suscribirse. (Española, 2017)

### 1.8.4. Marco Lógico

**Tabla 1:** Marco Lógico de la propuesta

Objetivo General	Indicadores	Fuente de Verificación	Supuestos
Determinar la factibilidad de la creación de una empresa encargada del cuidado de niños por medio de niñeras especializadas, en la que se encontrarán disponibles en una plataforma virtual en la ciudad de Guayaquil.	Estudios de mercado, flujo de Caja, Balance General, Estado de Resultado Integral, Inversión Inicial	Indicadores financieros, VAN, TIR, TMAR, PAYBACK, Ratios, Flujo de Efectivo,	Se estima la factibilidad del negocio y la viabilidad para llevar a cabo la propuesta
Objetivo Específico	Indicadores	Fuente de Verificación	Supuestos
Conocer y distinguir las necesidades de los clientes y usuarios en la industria del cuidado de niños	Encuestas de satisfacción, Rango de precios que cliente está dispuesto a pagar	Estudios e investigación de mercado	Identificar clientes y usuarios activos en búsqueda de uso de plataforma de cuidado de infantes

Determinar la seguridad que se les brindará a los clientes y usuarios, de acuerdo a las condiciones del negocio.	Información sobre clientes y usuarios dentro de la plataforma que se manejará	Investigación de mercado.	Identificar el grado de satisfacción actual de los clientes y usuarios
Conocer el atractivo del mercado determinado y competencia indirecta	Número de competidores, Número de clientes y/o usuarios	Análisis de la industria.	Información acerca del volumen de consumidores
Evaluar el atractivo financiero de la propuesta, la rentabilidad y factibilidad del proyecto	VARIABLES de la propuesta planteada, Índices y ratios financieros, costos fijos	Balances, estados de resultados, flujos de efectivo, punto de equilibrio, VAN, TIR y PAYBACK	Determinar y analizar si la estructura de costos planeada por la empresa hace posible la inversión y el retorno de la misma.

**Fuente:** La Autora

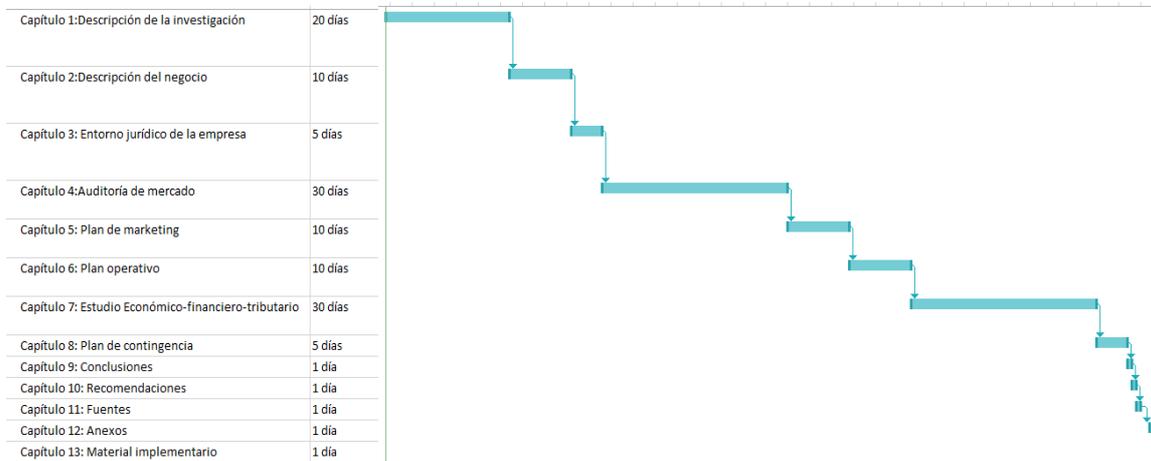
**Elaborado por:** La Autora

### **1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación**

- ¿Cómo se llevara a cabo el estudio de mercado en el que se conocerán las necesidades de clientes y usuarios en la industria de cuidado de niños?
- ¿Qué modelo de negocio se llevará a cabo para satisfacer las necesidades del mercado?
- ¿Qué estrategias de marketing son las más adecuadas para posicionar a la empresa en el mercado?
- ¿Cuáles son las medidas que se llevará a cabo para realizar el plan operativo y las políticas de calidad para clientes y usuarios?
- ¿Cómo se desarrollará un estudio financiero para determinar si es atractiva y rentable esta propuesta de negocios?

## 1.10. Cronograma

**Gráfico 1: Cronograma**



**Fuente:** La Autora

**Elaborado por:** La autora

# CAPÍTULO 2

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

## CAPÍTULO 2

### 2. Descripción del negocio

#### 2.1. Análisis de la oportunidad

En la presente propuesta se desarrollará una plataforma en la que padres de familia con necesidad de que una persona especializada en cuidados para niños entre uno y doce años, pueda encontrar un servicio que sea brindado con responsabilidad y seguridad.

“Históricamente la mujer ha jugado un papel predominante en los procesos de socialización y prácticas de crianza de niños y niñas, labor que ha estado implícita en los denominados oficios domésticos” (Triana, 2010)

Los padres de esta generación necesitan desarrollarse, tener tiempo para realizar actividades laborales, sociales y personales, nuevos procesos de modernización en las familias no permite que por varias circunstancias dispongan del tiempo disponible para el cuidado de sus hijos, por otra parte el cuidado de los niños en momentos u ocasiones importantes han sido una limitante, la falta de disponibilidad de personas e instituciones profesionales y responsables al momento del cuidado, el traslado y el tiempo que se requiere.

Por lo tanto esta propuesta se basa en la disponibilidad de la niñera o cuidadora especializada, el cuidado y la responsabilidad para cada niño y el cuidado que se le brinda, facilitar la vida a los padres, brindando un servicio óptimo de calidad.

Al momento de que el servicio de cuidado a niños sea mediante una plataforma, esto hará que el servicio sea rápido y seguro, la tendencia del uso de teléfonos inteligentes ha incrementado, “En el 2015, 3’084.886 ecuatorianos declararon tener un teléfono inteligente (Smartphone) casi cinco veces más que lo reportado en el 2011 cuando la cifra era de 522.640, el estudio, que se realizó en diciembre de 2015, encuestó a 31.092 hogares, a personas de cinco años y más, a nivel nacional, regional, provincial, en las áreas urbano y rural. En Ecuador se reportaron 8’174.520 personas que tienen al menos un celular activado” (INEC, 2016), esto facilitará la conexión e interacción de padres de familia, niñeras y el servicio, como resultado para los consumidores y clientes, esta nueva modalidad de contratación de niñeras mediante una plataforma facilitara el proceso de búsqueda y

optimizará tiempo al ser innovador, diferente y seguro por lo que será la nueva modalidad de contratación, una tendencia de servicio en desarrollo.

La proyección del año 2018, en la ciudad de Guayaquil de nacimientos es de 60866 niños (SNI, 2017), lo que quiere decir que el índice de padres de familia con probabilidad a utilizar el servicio podría ser alto y por tanto la nueva empresa se beneficiaría

La presente propuesta, aportará con la el incremento de la economía, al brindar y generar fuentes de trabajo a personas de la ciudad de Guayaquil, ya que la tasa de desempleo a nivel nacional en el mes de Marzo del presente año es de 362.051 (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2018) personas desempleadas, lo que posibilitaría generarles ingresos y contribuir con su economía y calidad de vida, conociendo también que la población de la provincia del Guayas entre los 20 a 64 años de edad tiene un porcentaje del 55.3% (INEC, Fascículo Provincial Guayas, 2010)

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

**Gráfico 2: Canvas**

<b>8. Socios claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escuelas y jardines</li> <li><u>Influencers</u></li> </ul>	<b>7. Actividades claves</b> <p>Creación y mantenimiento del sitio web</p> <p>Creación y expansión de red de niñeras.</p> <p>Proceso de evaluación de las niñeras.</p> <p>Convenios con escuelas, jardines y preescolares</p>	<b>1. Propuesta de valor</b> <p>Plataforma que permita contactar, reservar y brindar un servicio de niñeras demostrando información sobre las niñeras (certificación y reseña) y de los padres (información, perfil) garantizando seguridad</p>	<b>4. Relación con clientes</b> <p>Bono extra por mejor calificación a las niñeras.</p> <p>Estrategias de fidelización</p> <p>Revistas de hogar Escuelas y jardines</p> <p>Promociones post-venta a clientes</p>	<b>2. Segmentos de mercado</b> <p>Cliente: Niñeras que vivan en la ciudad de Guayaquil</p> <p>Usuarios: Padres de familia de nivel socioeconómico medio-alto que necesiten a una persona de confianza que cuide a sus hijos</p>
<b>9. Estructura de costos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollador del sitio web</li> </ul>		<b>5. Modelos y fuentes de ingresos</b> <p>Mediante Suscripción (niñeras)</p>		

**Fuente:** La Autora

**Elaborado por:** La autora

La idea de negocio, se la plantea con la creación de una plataforma en la que se contacte padres de familia con las niñeras, en el tiempo requerido en la que estará disponible en la ciudad de Guayaquil, esto facilitará la búsqueda y selección de niñeras.

La plataforma, estará dirigida a niñeras; señoras o señoritas, las cuales serán entrevistadas y evaluadas por una persona capacitada titulada como psicóloga organizacional, quien tomará medidas para la verificación, validación de datos, tomar test psicológicos y de personalidad y permitir que para la contratación de la niñera se cumpla con requerimientos que brinden seguridad al padre de familia al momento de elegir el servicio y por otra parte se requiere que los padres de familia, ingresen sus datos personales de forma que se podrá comprobar y garantizar la seguridad que se requiere como empresa y para seguridad de las niñeras al momento de dirigirse al lugar requerido o solicitado.

El servicio está diseñado para padres ocupados que necesiten una persona especializada que pueda brindar servicios de cuidado a niños desde 1 a 12 años de edad, en horas determinadas.

El servicio de la plataforma estará disponible y al alcance de todas las personas interesadas en este servicio, ya que el uso será fácil y sencillo.

Se establecerá la relación con los clientes y usuarios mediante una red de contactos, con ello se logrará que usuarios y clientes puedan conocerse mediante la plataforma, con videos de presentación por parte de las niñeras y así crear cierta familiaridad y confianza antes de conocerse en persona. También un bono extra por mejor calificación o puntuación a las niñeras y promociones post servicio a cada niñera para mantener y cuidar a las clientas, en este caso las niñeras.

El pago correrá por parte de las niñeras, mediante una suscripción, en la que el primero pago tendrá un valor mayor por ser inscripción y obtención de servicio y automáticamente tendrá una mensualidad con un valor menor al del primer pago.

El canal que se utilizará será la plataforma, en la cual se conectará y contactarán clientes y usuarios.

Los socios clave que se considerarán, serán las escuelas y jardines, en la que se podrá crear una relación de confianza por ambas partes, ofreciendo así la oportunidad a los usuarios de confiar en los cuidados que se le brindará a cada niño. También se encontrarán los influencers, personas de la ciudad de Guayaquil que sean reconocidas por buenas cualidades, actitudes y de un ambiente familiar o maternal,

que generen confianza y seguridad al momento de informar sobre los beneficios y servicio de la plataforma.

Las actividades clave serán la creación y mantenimiento del sitio web, actualizando y creando expectativas para nuevos clientes y usuarios, creación y expansión de red de niñeras, de diferentes tipos, señoras, señoritas especializadas aptas y capacitadas, el proceso de evaluación de las niñeras, una parte de suma importancia al momento de tener que trabajar con la seguridad, responsabilidad de niños y mujeres.

Convenios con escuelas y preescolares en donde se facilitará la búsqueda de usuarios.

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

### **2.2.1. Misión**

Ofrecer un servicio de cuidado infantil en la ciudad de Guayaquil, mediante una plataforma, brindando confianza, seguridad y responsabilidad, optimizando el tiempo de búsqueda y generando confianza a padres de familia como a niñeras.

### **2.2.2. Visión**

Ser reconocidos como la mejor opción en cuidados de niños mediante una plataforma, generando confianza y seguridad.

### **2.2.3. Valores de la Empresa**

- **Respeto:** Respetar cada colaborador, niñera, niño y padre de familia.
- **Confianza:** Generar confianza de los padres hacia las niñeras y viceversa, y confianza de niñeras y padres de familia hacia la plataforma de red de niñeras, brindando un servicio óptimo y de calidad.
- **Responsabilidad:** Al momento de desarrollar las actividades, responder con tino y coherencia las decisiones tomadas y acciones realizadas.
- **Seguridad:** Brindar seguridad a cada padre de familia y niñera.
- **Puntualidad:** En los horarios establecidos que se manejen como empresa.

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

### **2.3.1. Objetivo General**

Facilitar la conexión entre niñeras y padres de familia mediante una plataforma, en la que requieran cuidados a todo momento para sus hijos, seguridad y confianza al mismo tiempo, generando ingresos con rentabilidad y fuentes de trabajo en la ciudad de Guayaquil.

### **2.3.2. Objetivos específicos**

- Expandir el servicio por todo el Ecuador después del quinto año de la empresa de cuidados infantiles.
- Captar cerca del 1% del mercado de cuidados para niños dentro del primer año.
- Crear al menos 100 suscripciones de niñeras en seis meses.
- Lograr un nivel de satisfacción de los clientes y usuarios de al menos el 90% en el primer año.

# CAPÍTULO 3

## ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

## **CAPÍTULO 3**

### **3. Entorno jurídico de la empresa**

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

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

La empresa estará constituida bajo el nombre de “BabysitterToGo S.A.” utilizada como razón social denominándose “BabysitterToGo” bajo el nombre comercial de la misma, rigiéndose bajo la Ley de Compañías, Art. 143, la cual se dedicará al cuidado de infantes de 1 a 12 años de edad por medio de niñeras especializadas mediante una plataforma web en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de optimizar el tiempo de búsqueda y selección de niñeras aptas para el cuidado, brindado seguridad, responsabilidad y confianza.

“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” (Valdez, 2016)

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

En las oficinas del registro mercantil se registrará la empresa “BabysitterToGo S.A.” en la ciudad de Guayaquil, según los Art. 146 al Art. 150 establecido según la Ley de Compañías promulgada en 1999 bajo sociedad anónima, cumpliendo, respetando y acatando los respectivos requerimientos.

La empresa BabysitterToGo, se someterá al cumplimiento de los artículos, el gerente general será el representante legal de la empresa y el responsable de cumplir los requerimientos al cargo durante 50 años que se contará desde el momento de su creación.

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

La empresa al iniciar sus actividades jurídicas, se iniciará con un monto de \$800 y el valor de cada acción será de \$1.

Además la empresa se dividirá con dos accionistas que constituirán como parte de la empresa, como fundadores y socios.

Según el Art. 175

“Siempre que se haya pagado el cincuenta por ciento, por lo menos, del capital inicial o del aumento anterior, la compañía podrá acordar un aumento del capital social. Los accionistas que estuvieren en mora del pago de la suscripción anterior no podrán ejercer el derecho preferente previsto en el Art. 181, mientras no hayan pagado lo que estuvieren adeudando por tal concepto” (Ley de Compañías , 2014)

Por motivo que al momento que cualquier persona que desee ingresar como accionista de la empresa, necesitará contar con el 50% del capital inicial o un valor equivalente o mayor.

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

#### **3.2.1. Código de Ética**

“La ética tiene su máxima realización en el estado, la libertad del individuo es real y está determinada por la razón” (Paz, 2005)

Los códigos de ética son muy importantes en cada empresa, BabysitterToGo una empresa que brinda servicio y está relacionada con el cuidado y la protección de niños, se garantizará a padres de familia, niños y enfermeras un excelente servicio y a los colaboradores una buena experiencia laboral. La comunicación y el buen trato con las personas y el respeto generará un buen ambiente laboral y un servicio de calidad.

Se mantendrá el respeto en cada acción que se realice y en cada una de las personas que formen parte de la empresa, trabajadores, clientes, usuarios y niños, cada colaborador y persona que conforme la empresa tendrá que acatar el manual que será realizado por BabysitterToGo como guía de valores y principios.

Dicho manual estará basado en el trato y funcionamiento de la empresa y el trato con cada cliente, usuario, niño y colaborador, miembro de la empresa en general.

En dicho manual se estipularán como las políticas principales:

- Cada integrante de la empresa tiene que ser honesto en cada acción a realizar.
- Respetar cada creencia política y religiosa de cada persona ya sea padre de familia, niñera o trabajador, así mismo raza, sexo, edad, cualquier tipo de discriminación.

- Cuidar los intereses y dar buena imagen a la empresa, respetando el prestigio de la empresa.
- Las niñeras tienen la obligación de rechazar cualquier tipo de comportamiento inadecuado que atente con la integridad de las niñas, ya sea por clientes o colaboradores.
- La puntualidad, es una manera de respetar el tiempo de los demás, el colaborador y niñera tendrá que regirse mediante horarios laborales, los permisos o atrasos tendrán que ser informados con días de anticipación, en caso de incumplir, ésta será sancionada con una multa.
- No se permitirá por ningún motivo algún tipo de agresión ni maltrato, caso contrario se tomarán medidas legales y el despido automático.
- Las niñeras deben de respetar las capacidades y potenciales de cada niño, cuidando con la mayor paciencia y cariño posible.

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

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

“En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la propiedad intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: la propiedad industrial, los derechos de autor y las obtenciones vegetales”. (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2018)

Por lo que BabysitterToGo S.A. será registrado en el IEPI, para su correcto funcionamiento y evitar cualquier tipo de riesgo del nombre y logotipo de la empresa, con duración de diez años con derecho a renovación indefinida desde su registro.

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

La presente propuesta de titulación “Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil.” Pertenece a la autora y al Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la cual podrá ser utilizada netamente para uso educativo.

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

No se aplicarán registro de patentes, ya que al ser un software, recaerán sobre los derechos del autor, por lo que es representada como una obra literaria.

### 3.4. Presupuesto Constitución de la empresa

Se estipula el siguiente presupuesto para la elaboración y creación de la empresa.

**Tabla 2:** Presupuesto de Constitución

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Aporte accionistas	\$800,00
Valor Notario	\$286,94
Nombramientos	\$50
Cuantía	\$4
Registro Mercantil	\$25
<b>Total</b>	<b>\$1165,94</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Investigación

Presupuesto que se necesitará para el registro de la marca:

**Tabla 3:** Presupuesto Propiedad Intelectual

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Registro de marca	\$208,00
Registro de lema comercial	\$208,00
Búsqueda General del signo distintivo	\$16
<b>Total</b>	<b>\$432,00</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2018)

# CAPÍTULO 4

## AUDITORÍA DE MERCADO

## CAPÍTULO 4

### 4. Auditoría de mercado

#### 4.1. PEST

##### Político

- “Art. 1.- Objeto de la Ley.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas” (Ley de comercio electrónico , firmas electrónico y mensajes de datos , 2002).La ley de comercio electrónico creada en el 2002 permite y regula las transacciones en línea y el envío de información a través de las redes informáticas, gracias a esta ley no existe abusos por parte de los clientes ni de las empresas.

- "Art. ....- El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violentare claves o sistemas de seguridad, para acceder u obtener información protegida, contenida en sistemas de información; para vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o simplemente vulnerar la seguridad, será reprimido con prisión de seis meses a un año y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica” (Ley de comercio electrónico , firmas electrónico y mensajes de datos , 2002)por lo que la empresa brindará un mejor servicio, ya que la seguridad integral es para padres de familia como para las niñas.

- La SCPM (Superintendencia de Control del Poder de Mercado) se encarga de receptar denuncias de empresas que se encuentren amenazadas por el abuso de poder dentro de la competencia.

- El cambio de gobierno en la actualidad ha logrado disminuir muchos de los impuestos en corriente y muestra una mayor predisposición para trabajar con el sector empresarial.

- El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, [...]El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento. (Asamblea Constituyente , 2008) una iniciativa de la cual, los pequeños emprendedores podrán tener el apoyo y un gran impulso que la Asamblea Constituyente les facilitará, incrementando así la economía y desarrollando oportunidades de plazas de trabajo.

- “Prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible”. En la que la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, cuidará y velará las actividades comerciales de una compañía que recién este empezando sus actividades comerciales, creando así un ambiente justo y seguro para el usuario.

### **Económico**

- Actualmente los ecuatorianos pagan cerca de 30 impuestos, muchos de estos se han visto manipulados por la necesidad del país.
- “Dentro de la base total, los ingresos en el año 2016 fueron de USD 27.443 millones, con una participación de USD 6.365 para las pequeñas y USD 21.078 para las medianas. En ambos casos los ingresos decrecieron a niveles inferiores a los del año 2014. De todas formas, las PYMES no dejan de ser agentes destacados en la economía, ya que en conjunto manejan ingresos que en 2016 representaron el 27,8% del PIB, siendo un peso menor en relación al 28,5% en 2015”, (Ekos, 2017), teniendo que enfrentar distintos escenarios poco favorables ya que en Ecuador todavía debe de trabajarse y cambiar la mentalidad, la cultura, reconociendo que pequeñas ideas de negocio, desarrollándose de manera correcta, podría llegar a ser grande, la capacidad de emprender y permitir que los micro o pequeños negocios crezcan incentivaría a personas jóvenes a emprender y tener su propio dinero.
- “Las empresas medianas presentan mayores niveles de estabilidad que las pequeñas. Es así como el 53,2% se mantuvo en el mismo segmento. Si bien es más complejo para estas empresas ser grandes, solamente el 3% lo hizo; las que bajaron a otros segmentos representaron el 19% del total de medianas. A su vez, tienen dificultades para seguir operando, de tal forma que el 24,8% desapareció”. (Ekos, 2017) por lo que no está valorando el ingreso de pequeñas o micro empresas, la que el 30.56% de empresas creadas en el 2012

desaparecieron, y las empresas pequeñas no han crecido, entonces para los ecuatorianos que emprenden un negocio, sin el apoyo del gobierno o entidad que los apoye, será complicado, teniendo en cuenta que el 7.5% creció y paso a otro segmento.

### Gráfico 3: Evolución de las empresas pequeñas

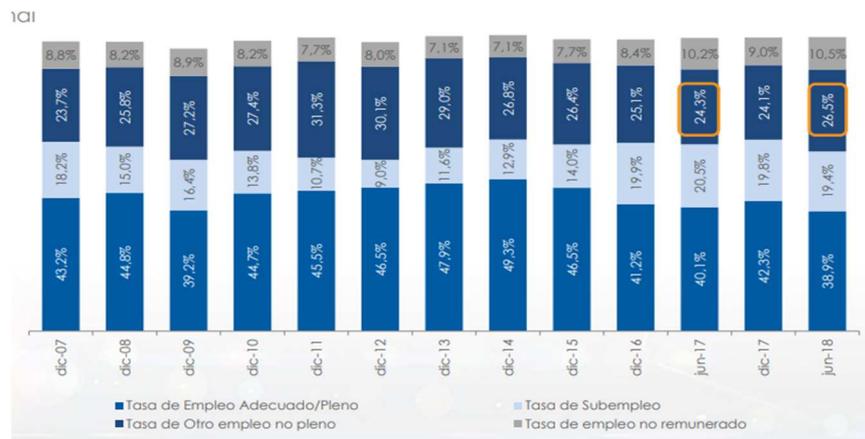
| Evolución de las empresas pequeñas en el periodo 2012 - 2016

Evolución		Número	%
Bajaron a micro	De pequeña	2.975	16,66%
Crecieron	A grande	17	0,10%
	A mediana	1.317	7,38%
Igual	Se mantuvo pequeña	8.088	45,30%
Dejaron de operar	Desaparecieron desde 2012	4.653	30,56%
	Pequeñas que operaron entre 2013 y 2015	804	
Total		17.854	

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Ekos

- Con los ajustes del actual Gobierno, el Producto Interno Bruto (PIB) del país tuvo un crecimiento interanual de 3,8 % con relación al tercer trimestre de 2016, y de 0,9 % con respecto al segundo trimestre de ese año. El PIB en valores corrientes alcanzó los 25.834 millones de dólares en el tercer trimestre de 2017, mientras que el PIB en valores constantes se ubicó en 17.893 millones de dólares, según el Banco Central del Ecuador (BCE) .
- Chris Vein, director de Innovación para el Desarrollo Mundial de las TIC del Banco Mundial (Banco Mundial, 2013) “Las TIC están influyendo en el empleo tanto por tratarse de una industria que crea puestos de trabajo como por ser una herramienta que permite a los trabajadores acceder a nuevas formas laborales, de una manera novedosa y más flexible” las empresas crean plataformas web. Blogs sitios donde las personas desde la comodidad de su hogar están dispuestas a revisar, inscribirse y conseguir trabajo, incluso trabajar desde sus hogares, que será su puesto de trabajo, convirtiéndose en una microempresa o medianamente pequeña.

### Gráfico 4: Evolución de empleo total nacional



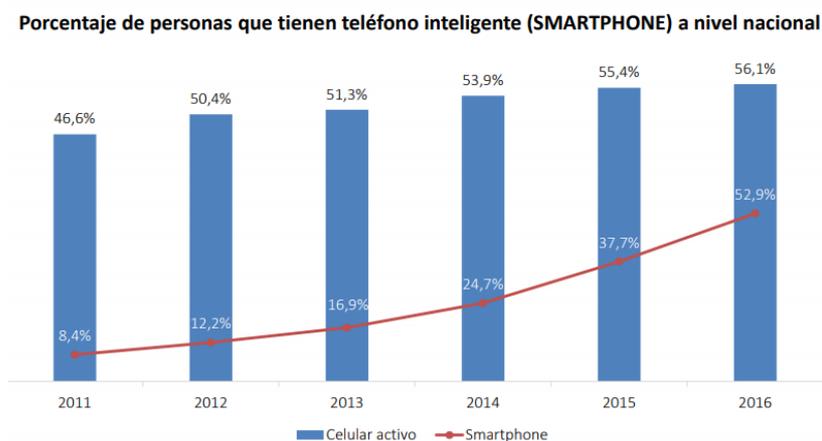
Fuente: (INEC, 2016)

- La evolución de empleo que ha tenido a nivel nacional es mayor a comparación de otros años, y se podría plantear que el nivel de desarrollo de medios digitales por ahora no ha logrado evolucionar ni desarrollar completamente, pero está evolucionando de manera progresiva, promoviendo así plazas de trabajo y convirtiendo las plataformas web en una solución para búsqueda de trabajo, permitiendo que la información de clientes y usuarios esté disponible para la empresas que requieran personal y contratando personas capacitadas.
- “Durante marzo 2018 a nivel nacional se tiene: de la población total el 70,5% está en edad de trabajar, el 68,1% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa, de la población económicamente activa, el 95,6% son personas con empleo” (INEC, 2016), la cual nos indica que el país existe una demanda de empleos, aportando así a la economía del país

## Social

- Las empresas desarrolladoras y programadoras de software son cada vez más comunes, ya que las aplicaciones son productos y servicios de fácil acceso y actualmente funcionales con todo tipo de Smartphone y dispositivos inteligente, en la que a nivel nacional, los Smartphones han sido aceptado como parte de sus vidas y cada año va incrementando la compra y el uso.

## Gráfico 5: Porcentaje de personas que tienen Smartphones



Fuente: (Inec, 2016)

Elaborado por: La autora

- Si bien la costumbre de la mayoría de los ecuatorianos, ha sido por lo general comprar artículos, productos, inclusive servicios por medio de tiendas físicas, lo que para ellos generan cierta confianza al ver, tocar y percibir lo que van a adquirir, pero las ventas virtuales o conocidas como ventas online, durante los últimos años han incrementado de manera significativa, los clientes podrán conocer por medio de la respectiva página web las ventajas y beneficios, inclusive la mayoría tienen asesores en línea esperando que el cliente les haga una pregunta sobre lo que quieren adquirir, con el fin de que el cliente termine la compra inmediatamente o simplemente preguntando sobre el uso del producto, servicio u otro.

- La población actual del Ecuador es de 16'954,421 (CountryMeters, 2018) personas siendo ésta como una población joven, por lo que están abiertos a adoptar ciertas costumbres de otras ciudades y países, por lo que la tecnología, vestimenta, tipo de trabajos, negocios, medios de comunicación están influenciando en hombres, mujeres, jóvenes-adultos y niños, dejando así al Ecuador como un país en medio del desarrollo.

- “Dentro del mercado laboral, la población femenina se incrementó dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) en un 80% entre 2001 y 2010. Mientras del total de establecimientos registrados en el Censo Económico, el 48% tiene a una mujer como dueña o gerente”. (Inec, 2014) reconociendo así a la mujer como una gran herramienta de colaboración económica dentro de los hogares del Ecuador, ya

sea desempeñando funciones y profesiones que anteriormente lo cumplían los hombres, etiquetando a las mujeres como “Jefas de hogar” pudiendo así desarrollar sus habilidades y profesiones.

**Gráfico 6:** La mujer ecuatoriana en números como jefa de hogar



**Fuente:** (Inec, 2014)

**Elaborado por:** La autora

- Otro punto de suma importancia es, quienes son las personas que cuidan en los hogares de los ecuatorianos, como se encuentran los niños con el cuidado de las personas encargadas, “Los bebés requieren una relación muy cercana con sus cuidadores; durante los primeros días, la relación con sus madres es casi simbiótica, es decir, que madre e hijo funcionan como una unidad” (Secretaría de Educación Pública , 2013) por lo que los cuidadores tienen una gran responsabilidad en el crecimiento y cuidados del niño.
- Dentro de los cinco niveles de estratos sociales, los niveles que se considerarán es el C+ y B, en la cual se dice que, “En promedio disponen de tres celulares en el hogar.” (Inec, 2011) y que el 98% de los hogares utilizan internet, y en el estrato C+, el 39% de los hogares cuenta con servicio de internet y en promedio disponen de dos celulares en el hogar (Inec, 2011)

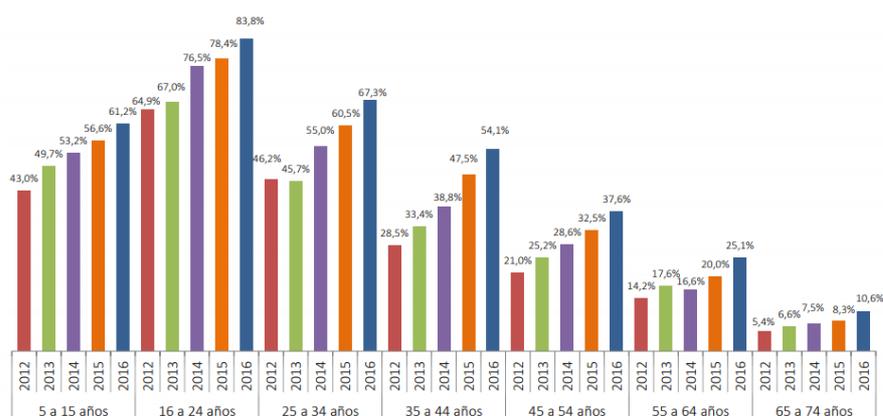
### **Tecnológico**

- El acceso a las redes informáticas y de internet crece cada vez más, incluyendo la educación digital en las escuelas y colegios y la reducción del analfabetismo digital.

- Crecimiento de empresas tecnológicas, desde marketing digital hasta empresas de software no tradicional.
- El internet es una herramienta la cual se la considera necesaria como estilo de vida, ya sea a para uso de comunicación, estudio, compras, obtener información sobre cualquier tema, noticias del mundo entre otras, lo cual el nivel que los ecuatorianos consumen internet desde los cinco años de edad hasta los 74 años y 8 de cada 10 jóvenes desde los 16 hasta los 24 años de edad utilizaron internet y personas desde los 25 hasta los 34 años de edad, el 67,3% usó internet. Por otra parte desde el año 2012 hasta el 2016, el nivel de crecimiento va en aumento. (Inec, 2016)
  - “A nivel nacional una de cada 10 personas entre 15 y 49 años es analfabeta digital (11,5%), es decir que no tiene un celular activado, no ha usado computadora ni internet en el último año, en 2012 esta cifra se encontraba en 21,4%” desde el año 2009” por lo que se podría deducir que la población ha incrementado el uso de celulares y computadoras, adaptándose así a la tecnología.
  - “El 54,1% de personas a nivel nacional usan internet en su hogar. En el área urbana el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar con el 59,5%, mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en centros de acceso público con el 36,8%” se considera el internet como medio indispensable para la comunicación, trabajo, y diversas actividades que se realizan diariamente, siendo la población rural la de mayor porcentaje en crecimiento. .
  - El 80,8% de adultos entre 35 y 44 años tienen al menos un teléfono celular activado, seguido de los jóvenes entre 25 a 34 años con el 79,5%”, se considera a las personas de más de 35 años por lo que ya son personas totalmente desarrolladas en el ámbito laboral y necesitan de celulares o dos para mayor facilidad de comunicación.

## Gráfico 7: Personas que utilizan computadoras a nivel nacional

Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por grupos de edad a nivel nacional



Fuente: (Inec, 2016)

Elaborado por: La autora

### 4.2. Atractividad de la industria: Estadísticas de Ventas y crecimiento en la Industria

La presente propuesta para la creación de una plataforma en la que padres de familia y niñeras se contacten para el uso del servicio de cuidados a niños en Ecuador y en particular en la ciudad de Guayaquil.

A nivel mundial el uso de teléfonos inteligentes, laptops y aparatos electrónicos ha causado un gran impacto y ha tenido una gran aceptación, impulsado por mejoras y actualizaciones para mejor desempeño, para básicamente satisfacer la creciente demanda de los usuarios, resolviendo de manera rápida, efectiva y simplificando la vida de los ecuatorianos.

“En los datos de Internet, el 40,4% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses” (Inec, 2014), también para poder ampliar las capacidades, haciendo que los ecuatorianos sean la parte más importante de cualquier sistema tecnológico, pero a su vez utilizando la tecnología de diferentes maneras, tecnología de construcción, tecnología de asistencia; personas que tienen alguna discapacidad y utilizan la tecnología como medio de ayuda o soporte, ya sea en niños o adultos, también existe la tecnología médica ya sea para extender la vida, reducir el dolor o cuidar alguna lesión de alguna persona, diagnosticar infecciones o tratar enfermedades y son sumamente utilizadas para las personas en

recuperación, también la tecnología se la muestra para los niños o jóvenes y adultos dedicados a la tecnología de entretenimiento, en la que utilizan la tecnología para crear experiencias de entretenimiento ampliando y desarrollando videojuegos, sonidos entre otros, también se encuentra la tecnología para la educación, para que los ecuatorianos puedan mejorar el rendimiento de los alumnos, preparándolos para adquirir una mejor fuente de conocimientos, haciendo que el estudiante se sienta motivado al momento de querer aprender.

El uso de internet en este 2018, es casi indispensable para la búsqueda de información, optimizando tiempo sin tener trasladarse a un lugar específico y obtener información de cualquier tipo, comunicación directa, con personas ya sea mediante correos electrónicos, GPS, contactos, también es utilizada para realizar transacciones comerciales, entreteniéndolo y está el mercado laboral, la búsqueda de empleo a nivel mundial entre otros y los ecuatorianos han aceptado y día a día utilizan el servicio.

“El 16,9% (1'261.944) de las personas de cinco años y más que tienen celular poseen un teléfono inteligente (Smartphone), lo que representa un crecimiento de 141% frente al 2011, según los últimos datos de la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)”. (Inec, 2014). Siendo los Smartphones una herramienta indispensable, al ser utilizados por los ecuatorianos para diferentes modalidades, adoptando y hacerlos parte de su vida diaria.

Por otro lado el cuidado a los niños, la manera como se debe cuidar y atender es con mucha delicadeza y cariño.

“Los cuidados infantiles fuera de la familia son necesarios durante el horario laboral de los padres cuando no hay ningún familiar disponible” (Cassirer, 2010) por lo que padres trabajan y necesitan mantener el hogar, mantener un nivel socioeconómico bueno para que la calidad de vida.

“El bebé aprende rápidamente al ver al adulto cuidador como otro receptivo, por tanto merecedor de confianza, y a partir de este aprendizaje empieza a intervenir en un diálogo con él; en tanto que los adultos, padres o cuidadores sostienen la interacción al lograr la sincronía afectiva con el bebé, interpretando y satisfaciendo sus necesidades expresadas” (Secretaría de Educación Pública , 2013), en el caso de Ecuador las niñeras o cuidadores, tienen que generar confianza y deben de tener una gran ternura para dar a los niños que cuidan, creando así un vínculo con sus cuidadores

### 4.3. Análisis del ciclo de vida del producto en el mercado

La propuesta de la creación de una plataforma que brinde servicios de cuidado infantil en la ciudad de Guayaquil, se encuentra en la etapa de introducción.

Kotler y Armstrong definen el análisis del ciclo de vida del producto como el comportamiento de las ventas a través del tiempo de existencia del mismo. Además, expresan el importante vínculo de este análisis en relación a la supervivencia de la empresa.

**Gráfico 8:** Ciclo de vida de un producto



**Elaborado por:** La autora

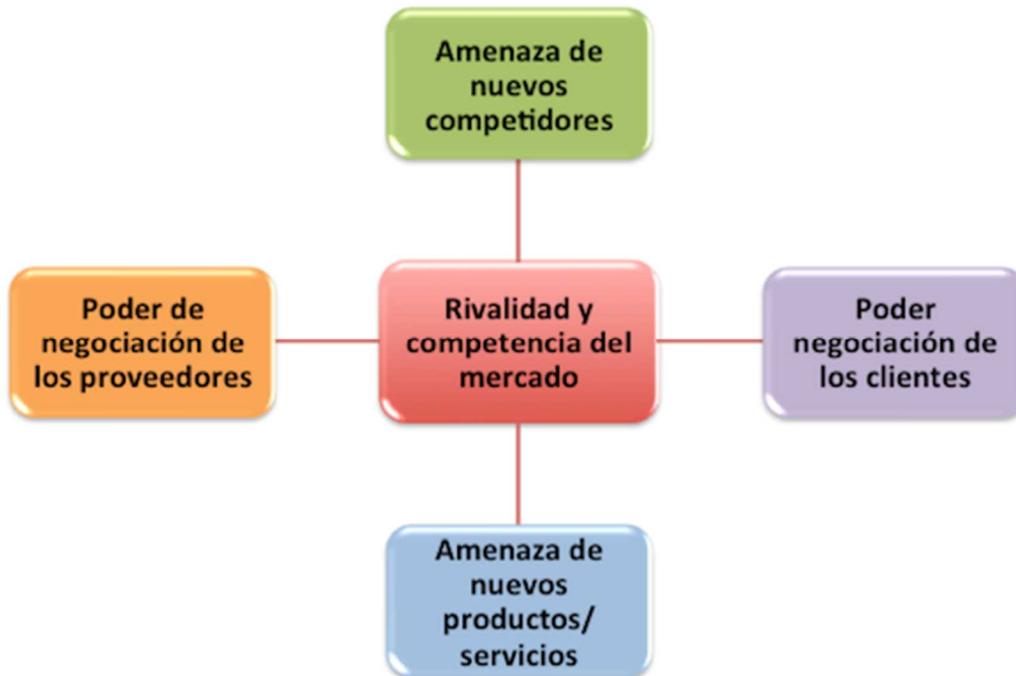
**Fuente:** (Polo, 2013)

Por el momento el proyecto se encuentra en la etapa de introducción, es decir de crecimiento por lo que actualmente se lo está llevando a cabo con investigación de mercado, se podrá reconocer su inversión y mejoras al ser una propuesta novedosa y de cuidado con la finalidad de cumplir las expectativas del mercado.

Con esto buscar determinar alguna estrategia para poder lograr el crecimiento esperado.

#### 4.4. Análisis de las cinco Fuerzas competitivas de Porter

Gráfico 9: Análisis de Porter de la propuesta



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** La autora

##### **Rivalidad entre competidores**

En la actualidad en la ciudad de Guayaquil, hay diversos centros de cuidado infantil, que ofrecen un servicio similar y guarderías, aunque no son bien diferenciados y no existe una marca que sobresalga, los precios van dependiendo a la zona que se encuentre ubicado el sector del centro de cuidados y diferentes mercados, por lo que el nivel de rivalidad es Media.

##### **Amenaza de nuevos entrantes**

Se considera media, por lo que varios centros de cuidados infantiles y niñeras a tiempo completo existen y desarrollar una plataforma para el servicio de cuidados, teniendo ya la experiencia en cuidados, siendo especializados y reconocidos como empresa ya establecida, las barreras de entradas no son altas y no es necesaria una fuerte inversión para poder crear un servicio de este tipo.

### **Amenaza de Productos Sustitutos**

El grado de amenaza por parte de un sustituto es media, ya que al momento de cuidados podrían preferir un servicio de cuidado y desarrollo como lo son guarderías, hotel para bebés, maternales, u optar por cuidados por parte de algún familiar en sus respectivos hogares o empleadas domésticas que puedan realizar un trabajo similar al de las niñeras.

### **Poder de Negociación de Proveedores**

Acercas de los proveedores en el área de plataforma para cuidados a niños, solo se necesitarán equipos de software para crear la plataforma, por lo que el poder que existe es bajo, existen diversos creadores de páginas web, lo que permitirá negociar fácilmente.

### **Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los cliente, es baja, por lo que el servicio de cuidados infantiles, es dependiendo a las horas y se podría decir que se rige dependiendo a la necesidad de los padres de familia que adquieran el servicio a diferencia de cualquier otro servicio sustituto que este ya establecido en el mercado, que no estaría disponible a todo momento, hora y garantizando la seguridad del niño.

### **Conclusión**

La industria de la siguiente propuesta de negocios es considerada atractiva, muy aparte de ser diferente, innovadora y aunque actualmente no tendría competencia directa en la ciudad de Guayaquil, lamentablemente las barreras de ingreso se las determinan bajas, lo que será recomendable y beneficioso, lo que la hace accesible y de fácil acceso en el futuro.

Por otro lado el poder de negociación de clientes y proveedores es baja, y la compañía tendría prácticamente todo el poder , no olvidando que el riesgo de tener producto o servicio sustituto es medio, por lo cual la empresa se podría destacar con cualidades, buen servicio y sobretodo la seguridad a brindar a padres de familia, niños y niñeras encargadas.

## **4.5. Análisis de la oferta**

### **4.5.1. Tipo de competencia**

**Competencia directa:** Niñeras de tiempo completo contratadas por medio de una agencia de trabajo.

**Competencia indirecta:** Centros educativos que ofrezcan servicio de cuidados de niños y guarderías.

### **4.5.2. Marketshare**

El mercado potencial y el mercado real serán analizados por medio de clientes y usuarios.

#### **Mercado potencial**

**Usuarios:** Padres de familia de estrato A, B y C+, que requieran niñeras especializadas y capacitadas para el cuidado de sus hijos, que utilicen celulares inteligentes en toda ocasión, manejando de forma correcta la plataforma para solicitar el servicio.

**Clientes:** Niñeras de estrato A, B y C+, que estén capacitadas, graduadas del bachillerato y/o cursando la universidad especializándose en carreras relacionadas en párvulo (opcional). Con grandes capacidades con los niños y certificado de primeros auxilios, también que sepan el manejo correcto de la plataforma web.

#### **Mercado real**

**Usuarios:** Padres de familia de 20 a 50 años de edad, de estrato A, B y C+, que requieran el servicio de niñeras en momentos específicos, que tengan teléfonos inteligentes y soliciten el servicio mediante la plataforma.

**Clientes:** Mujeres de 20 a 50 años de edad de estrato B y C+, que tengan habilidades con el cuidado a niños, personas capacitadas y que hayan recibido un curso de primeros auxilios y que hayan culminado el bachillerato.

### 4.5.3. Características de los competidores

**Tabla 4:** Características de los competidores indirectos

Empresa	Años en el mercado	Ubicación	Número de locales	Servicio
Nannys Home	11 años	Nannyeuador.com (Quito)	1	Servicio de niñeras
StarOfService	6 años	Plataforma web StarOfService.ec	1	Servicio variado
Jora Ec		Ec.Jora.com	1	Búsqueda de trabajo

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

En la actualidad las empresas de competencias indirectas son Nannys Home, Star Of Service y Jora Ec, en Ecuador- Guayaquil, ya la primera empresa se dedica al cuidado de niños, y las dos últimas empresas se dedican a conectar clientes y usuarios para la búsqueda de servicios como niñeras, empleadas domésticas, secretarias, jardineros etc, actualmente son empresas que utilizan plataformas que brindan servicio.

### 4.5.4. Benchmarking

La primera empresa Nannys Home, es una empresa que se dedica a conectar niñeras con padres de familia, actualmente se maneja ingresando por la página web o aplicación móvil, Nannys Home, es un competidor indirecto que se encuentra localizado en la ciudad de Quito, la inscripción es gratuita y el medio de pago por el servicio es mediante horas a las niñeras, las niñeras de este servicio pueden ser de planta o eventuales, lo que quiere decir que cuando el padre de familia requiere el servicio, lo contactan y lo adquieren.

Star Of Service, es una empresa dedicada a la búsqueda de servicios, por lo que se la considera una competencia indirecta, ubicada en la ciudad de Guayaquil, se basa en encontrar y contratar servicios de cualquier tipo, desde jardinero, joyería

personalizada hasta ingenieros en sistemas, secretarías o cursos de ingeniería o idiomas, el modo de funcionamiento es sencillo, hay dos opciones de registración para tener una cuenta en la plataforma, las personas se pueden registrar como profesionales, para optimizar la búsqueda de las personas que requieran su servicio, por otra parte en la página web hay una sección en la que se escribe el servicio que se está buscando, respondiendo ciertas preguntas específicas para optimizar la búsqueda incluyendo la fecha que se va a requerir el servicio, luego del registro se inicia sesión el momento que el usuario desee, ya que es totalmente gratis (StarOfService, 2018)

Jora Ec, “Jora es un motor de búsqueda de trabajos. A diferencia de las bolsas de trabajo tradicionales, nuestros usuarios pueden buscar entre miles de ofertas de trabajo extraídas de casi todos los portales de empleos, sitios Web de empresas, organizaciones y agencias de reclutamiento y selección de personal, periódicos y clasificados en Ecuador” (Jora, 2018) , a diferencia de las dos empresas mencionadas anteriormente es que esta empresa solo realiza la búsqueda de empleo, de igual manera en la opción de búsqueda en la plataforma, se escribe el servicio que el usuario solicita y Jora Ec se conecta con diversas empresas en la que personas ingresan sus hojas de vida, buscando empleo, OLX Ecuador, Jobrapido.com, multitrabajos.com, empresas relacionadas.

#### **4.6. Análisis de la demanda**

##### **4.6.1. Segmentación de mercado**

De acuerdo a la presente propuesta la segmentación de mercado que se tendrá en cuenta, la clasificación de clientes y usuarios de la ciudad de Guayaquil, clientes que son las niñeras de un rango de edad determinada, estudiadas y especializadas en el cuidado de niños o el cuidado en general y usuarios, padres de familia que tengan hijos y que su horario para el cuidado de los niños sea reducido o que simplemente necesiten alguien disponible y responsable que cuide de su hijo, es indispensable que tanto clientes como usuarios sepan el manejo de celulares inteligentes para el correcto uso de la plataforma.

##### **4.6.2. Criterio de segmentación**

“La segmentación del mercado consiste en dividir un mercado en

segmentos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos que pueden requerir estrategias o mezclas de marketing diferenciadas. La empresa identifica las múltiples formas de segmentar el mercado y desarrolla perfiles de los segmentos de mercado resultantes. La selección del mercado meta (o simplemente cobertura de mercado) consiste en la evaluación del atractivo de cada segmento del mercado y elegir uno o más segmentos para entrar en ellos". (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013)

Se utilizará la siguiente segmentación de mercado:

**Segmentación demográfica:** Edad, etapa del ciclo de vida, género, ingresos, ocupación, educación, religión, origen étnico, generación. (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013)

**Segmentación geográfica:** Naciones, regiones, estados, municipios, ciudades, vecindarios; densidad de población y clima. (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013)

**Segmentación psicográfica:** Clase social, estilo de vida, personalidad. (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013)

**Segmentación socioeconómico:** Nivel de adquisición económica y estilo de vida de mercado para la propuesta

#### 4.6.3. Selección de segmentos

La propuesta seleccionará los segmentos de mercado mencionados anteriormente mediante una tabla de criterios de segmentación dividiéndolo en clientes y usuarios.

**Usuarios:**

**Tabla 4:** Criterio de segmentación para el usuario

<b>Criterio de segmentación</b>	<b>Detalle</b>
<b>Segmentación demográfica</b>	Padres de familia entre 20 y 50 años de edad que trabajen y frecuenten a reuniones sociales
<b>Segmentación geográfica</b>	Personas que habiten en la ciudad de Guayaquil
<b>Segmentación psicográfica</b>	Padres de familia de estrato A,B,C+, con estilo de vida agitado
<b>Segmentación Conductual</b>	Utilicen teléfonos inteligentes y aparatos electrónicos

**Clientes:**

**Tabla 5:** Criterio de segmentación para el cliente

<b>Criterio de segmentación</b>	<b>Detalle</b>
<b>Segmentación demográfica</b>	Mujeres entre 20 a 50 años de edad que hayan culminado bachillerato y/o cursando el tercer nivel
<b>Segmentación geográfica</b>	Personas que habiten en la ciudad de Guayaquil
<b>Segmentación psicográfica</b>	Mujeres de estrato B,C+
<b>Segmentación Conductual</b>	Utilicen teléfonos inteligentes y aparatos electrónicos

**4.6.4. Perfiles de los segmentos**

**Usuarios:**

- Padres de familia entre 20 y 50 años de edad que trabajen y frecuenten a reuniones sociales.
- Personas que habiten en la ciudad de Guayaquil.
- Padres de familia de estrato A,B,C+, con estilo de vida agitado.
- Utilicen teléfonos inteligentes y aparatos electrónicos.

**Clientes:**

- Mujeres entre 20 a 50 años de edad que hayan culminado bachillerato y/o cursando el tercer nivel.
- Hayan realizado cursos de primeros auxilio.
- Mujeres que habiten en la ciudad de Guayaquil.
- Mujeres de estrato B,C+.
- Utilicen teléfonos inteligentes y aparatos electrónicos.

## 4.7. Matriz FODA

**Tabla 6:** Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ FODA</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimizar tiempo de búsqueda</li> <li>2. Niñeras calificadas y capacitadas en el cuidado de niños</li> <li>3. Garantiza la seguridad de clientes y usuarios</li> <li>4. Aplicación rápida y segura</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco experiencia en el manejo de plataformas</li> <li>2. Al ser una nueva marca, crearía cierta desconfianza en clientes y usuarios.</li> <li>3. Limitado acceso a fuentes de ingreso.</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tendencia a padres a superarse y dedicarse tiempo a ellos</li> <li>2. Oportunidad de expansión en todo el Ecuador</li> <li>3. Convenio con instituciones educativas</li> </ol>	<p><b>ESTRATÉGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.3 Realizando cierto porcentaje de descuento o promociones por utilizar la plataforma al ser estudiantes de alguna institución</li> <li>4.1 Plataforma, en la que es de fácil acceso, para padres ocupados, ahorrando tiempo y dinero</li> </ol>	<p><b>ESTRATÉGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.2 Incentivo al uso de aparatos electrónicos de manera correcta a personas no familiarizadas con el internet como estilo de vida demostrando seguridad en la plataforma.</li> <li>3.3 Crear más fuentes de ingreso, con instituciones educativas e influencers conocidos del medio</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicios sustitutos podrían representar una competencia indirecta</li> <li>2. Empresas establecidas en el mercado desarrollen plataforma virtual similares</li> <li>3. Desconfianza al servicio por pertenecer a una plataforma</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Al pertenecer a una plataforma, la búsqueda y confirmación de niñeras es en menos de 2 horas, no es necesario dirigirse a una agencia de niñeras</li> <li>2.3 Al ser niñeras especializadas, evaluadas y aptas para el cuidado de niños, los padres de familia sentirán seguridad y la posibilidad de usar la plataforma será mayor.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Aplicación sencilla y fácil de usar, la cual consta de indicaciones paso a paso para mejor manejo y servicio</li> </ol>

## **4.8. Investigación de mercado**

### **4.8.1. Método**

“La encuesta es una técnica de recogida de datos, o sea una forma concreta, particular y práctica de un procedimiento de investigación. Se enmarca en los diseños no experimentales de investigación empírica propios de la estrategia cuantitativa, ya que permite estructurar y cuantificar los datos encontrados y generalizar los resultados a toda la población estudiada”. (Kuznik, Hurtado, & Espinal Berenguer, 2010). El método de investigación de mercado se basará en el método cualitativo, en la que se entrevistará a un experto o profesional en el ámbito, en este caso una párvula y un ingeniero en sistemas y personas relacionadas en el tema, también se realizará un Focus Group para poder tener mayor información sobre los detalles de la presente propuesta. También se utilizará el método cuantitativo en el que se realizarán encuestas a usuarios y entrevistas a clientes y usuarios relacionados y vinculados con el tema para poder conocer el mercado y preferencias.

### **4.8.2. Diseño de la investigación**

#### **4.8.2.1. Objetivos de la investigación**

##### **Objetivo general**

- Determinar el nivel de aceptación y captación de clientes y usuarios al servicio de cuidados de infantes mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil

##### **Objetivos específicos**

- Determinar la frecuencia en la que los padres de familias solicitan servicio de niñeras, guarderías o centros de cuidado para niños.
  - Definir el rango que precios que los clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio.
  - Determinar el método de cobro por el servicio.
  - Determinar el perfil que los padres de familia podrían buscar en las niñeras.
  - Conocer la opinión y aceptación de los padres de familia a cerca de las niñeras en la ciudad de Guayaquil.
- Conocer la opinión de los clientes y usuarios que el servicio de cuidado sea por medio de una plataforma y no mediante una agencia de trabajo.

#### 4.8.2.2. Tamaño de la muestra

En base a los datos del INEC, 2010 en Guayaquil existen 2`336,645 habitantes en la ciudad de Guayaquil.

En la ciudad de Guayaquil existen, entre familias casadas, unidas y madres o padres solteros por divorcios, 614,453.

El estrato social que calificará a los Usuarios son los estratos A, B y C+ que según el INEC corresponde a un 34% del Global, por lo cual serían 208,915 personas dentro de la posible población final.

Se aplica la respectiva fórmula del cálculo de la muestra:

**Gráfico 10:** fórmula del cálculo de la muestra

$$\frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

**Donde:**

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo o población.

$\sigma$ : Desviación estándar (constante 0,5).

e: Margen de error (1% al 9%).

Z: Confiabilidad (constante de 1,96).

$$\frac{208,915 (0,5^2 1,96^2)}{(208,915 - 1) 0,05^2 + (0,5^2 1,96^2)}$$

Por conclusión la muestra será de 384 personas a encuestar en la ciudad de Guayaquil.

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

##### 4.8.2.3.1. Exploratoria

La entrevista estará regida bajo profesionales y personas capacitadas en el tema, para eso se necesitarán dos párvulas, encargadas del cuidado y enseñanza de niños desde 2 a 12 años de edad y un ingeniero en sistemas, rigiéndonos en una investigación exploratoria.

## **Entrevista a experta en niños**

**Nombre:** Gladys Velásquez

**Cargo/ Ocupación:** Coordinadora de la Unidad Educativa Lola Arosemena de Carbo

**Experiencia:** Psicopedagoga

### **Preguntas:**

- De acuerdo a su experiencia obtenida, que nivel de aceptación de padres de familia estarían de acuerdo y/o aceptarían a una persona denominada niñera que pueda cuidar, atender y hacerse cargo por ciertas horas de sus hijos.
- De acuerdo a la respuesta anterior, podría indicarnos cuál es el nivel de evolución que tiene el servicio de niñeras, ¿hay una aceptación? ¿rechazo? ¿ha crecido o disminuido con el paso del tiempo?
  - ¿Qué opiniones tienen la mayoría de padres de familia a cerca de las niñeras?
  - ¿Qué requerimientos piden la mayoría de padres de familia en cuanto al cuidado, observaciones y maneras de cuidar a sus hijos?
- Generalmente los padres de familia: solicitan servicio de niñeras, empleadas domésticas o ¿prefieren y demandan personas que trabajen directamente en la escuela que se puedan hacerse cargo y supervisión de tareas de sus hijos?

Los padres de familia de este tiempo, son jóvenes y de una nueva generación, ya que están dispuestos a recibir ayuda de una persona que pueda cuidar sus hijos, interviene mucho el nivel cultural, existen padres que suelen dejar a sus hijos con abuelos (como es el caso de ella), pero el nivel sociocultural, la economía de ahora para ellos es estable, con buenas fuentes de ingreso por lo que solicitan y requieren niñeras para su ayuda, ya que ambos trabajan y tienen una vida ocupada y ajetreada. Los padres de familia jóvenes tienen la necesidad de contratar una persona que los ayude, por lo que es más rentable que madre y padre trabajen y mantengan el hogar, a que madres se queden en casa al cuidado y mantenimiento de la casa, por lo que el nivel de aceptación de niñeras en los hogares es alta y muy solicitado.

Las niñeras de hace algunos años atrás, por lo general se quedaban en la casa de sus patronos, comían, dormían y solían viajar con sus patronos prácticamente eran niñeras permanentes y pocas veces ayudaban con los quehaceres de la casa, pero pasaban el mayor tiempo en casa de los patronos pero las niñeras de ahora son

contratadas por horas y solo realizan el cuidado y alimentación de niños, y pocas se preocupan de la salud, las horas de comida o que el niño se alimente debidamente.

El principal requerimiento que solicitan y ven es la higiene personal de cada niñera, por lo que pasará mucho tiempo con su hijo, lo atenderán, limpiarán y cargarán, entonces es uno de los principales factores de contratación, otro factor importante es que tenga buen carácter, temperamento adecuado a nivel de estrés que pueda causar el niño, saber manejarlo, también los conocimientos previos de cuidados en general y que este familiarizada con los hábitos y los horarios de los padres.

En el momento que los niños tienen algún tipo o problema de aprendizaje que no puedan integrarse a nivel social con los demás niños, la integración y la manera de comunicación con los docentes y compañeros de clases, se requieren o piden ayuda y se les asigna profesoras sombra, profesoras que se encargan únicamente del cuidado del niño, en caso de ser niñeras, tendría que ser niñeras enfocadas al cuidado de niños especiales.

Al momento de solicitar una persona que pueda cuidar a su hijo, se inclinan más por niñeras, en vez de empleadas domésticas o familiares.

### **Entrevista a Prof. Gema Monserrate**

Párvula de la institución Liceo Panamericano

#### **Preguntas:**

- ¿Cómo requieren los padres de familia que se controlen a los niños en el momento de cuidarlos dentro del salón de clases (tipos de cuidados, alergias, medicamentos)?
  - ¿Qué características o actitudes que tenga una párvula suelen pedir los padres de familia a la escuela o jardín?
  - ¿Con qué frecuencia un padre de familia requiere servicio de niñeras?
  - ¿Qué tan confiados suelen ser los padres de familia, en cuanto una persona desconocida cuide a sus hijos?

Al momento de cuidar a cada niño, los padre de familia, por lo general suelen enviar certificados comunicando de manera general a todas las autoridades del plantel, en caso de tener alguna enfermedad o alergia que el niño padezca o esté

pasando, cada padre de familia requiere de diferentes modalidades de cuidados respecto a sus hijos, cada niño tiene diferente modo de ser cuidado y tratado, por lo que los padres de familia quieren el mejor trato y que se sientan cierta confianza por parte de sus profesores.

Por lo general los padres piden que las párvulas o las profesoras que enseñen a los niños, sean jóvenes, porque las párvulas jóvenes tienen mucho más paciencia, son más dinámicas, creativas al momento de interactuar y jugar con los niños, que tengan experiencia laboral tratando con niños.

En las escuelas de nivel medio, medio-alto en el salón de 25 alumnos, aproximadamente 15 niños del aula tienen su niñera propia, ellas se encargan del cuidado y muy pocas de los deberes, porque por lo general tienen profesores extracurriculares que se encargan de lo educativo.

Los padres de familia confían en la institución a la que asisten sus hijos, tienen confianza plena ya que prácticamente viene a ser su segundo hogar, pasan la mitad del día y porque saben que tienen el respaldo, el prestigio de la institución y confían en sus profesores, pero al momento de exponer sus hijos con personas ajenas, muchos prefieren no hacerlo o investigar detalladamente su perfil y experiencia para hacerlo, incluso al momento de retirar a los niños de la institución las únicas personas de retirar a los niños son los padres, representantes y tutores para evitar cualquier inconveniente y problema. Siempre están pendientes de la seguridad de sus niños y eso es lo que brinda cada escuela, garantizar buena enseñanza, valores y seguridad de los niños.

### **Entrevista a un experto en desarrollo y manejo de aplicaciones**

**Nombre:** Ing. Juan Carlos Villalba

**Cargo/ocupación:** Diseñador Gráfico enfocado en programación Web, con cinco años de experiencia desarrollando su profesión

#### **Preguntas:**

- ¿Cuáles son los recursos necesarios para la elaboración de una página web, basándose en la propuesta?
- ¿Qué tan compleja podría llegar a ser la elaboración de una página web, similar a la propuesta o basada en la propuesta?
- ¿Qué recursos logísticos se necesitarán para la creación de la plataforma?

- ¿Es recomendable tener un programador fijo o un programador por servicios prestado?
- ¿Qué es lo mejor y lo peor de la web en cuanto a la seguridad de la información de las personas en la actualidad?
- ¿Cada cuánto se recomienda actualizar las páginas web o plataformas?
- ¿Cuáles son las estrategias que se podrían utilizar para aumentar el tráfico de la plataforma?
- Cual considera usted como mejor opción para el caso de la propuesta; un servidor dedicado o un servidor compartido?
- ¿Cuál es el costo aproximado por la creación de una página web similar a la propuesta planteada?

Los recursos necesarios para la elaboración de un cronograma de proyecto, costo horas hombre de diseño e implementación de desarrollo.

La implementación es relativa al diseño propuesta y su complejidad en cuanto a maquetación y desarrollo, hablando en términos técnicos serían: desarrollo front-end y back-end. También tomando en cuenta el punto de partida, sea desarrollado en plataformas web basada en la nube, CMS basado en el theme o crear todo desde cero.

Por lo general los recursos logísticos podrían ser Microsoft Project, para un correcto cronograma de actividades donde se involucra al cliente.

Es recomendable un programador fijo.

- Lo mejor: Estamos en la era de la comunicación de la mano con la tecnología y agiliza nuestra demanda de calidad de vida.
- Lo peor: La información subida no es 100% segura.

Se recomienda actualizar constantemente un sitio web, plugins, etc... ya que a diario hay millones de ataques donde las empresas de seguridad informática batallan una arduamente.

Mejorar el posicionamiento orgánico SEO y la gestión de los enlaces patrocinados por los motores de búsqueda SEM.

Esto es relativo al proyecto que tantas visitas diarias va a tener el sitio o plataforma web.

Actualmente existen agencias que cobran desde \$199 más iva y Webs basadas en la nube con un plan anual de \$149,04 siendo estos lo más barato. Personalmente cobraría por proyecto un precio inicial de \$350.

**Focus Group:**

Personas relacionadas con niños, a madres de familia, niñeras, párvulas.

**Preguntas:**

- ¿Quién se encarga del cuidado de los niños en casa?
- ¿Con que frecuencia X persona se encarga del cuidado?
- ¿Alguna vez ha optado por contratar el servicio de niñeras o conoce algún padre de familia que lo haya hecho?
  - ¿Cuál fue su experiencia con el servicio, satisfecho o descontento?
  - ¿Qué piensa y opina usted sobre las niñeras? ¿Niñeras de planta o niñeras por horas?
- ¿Estaría usted dispuesto a utilizar o recomendar el servicio de niñeras mediante una plataforma, siendo éste un método seguro, confiable y responsable?

Las respuestas realizadas en el Focus Group fueron las siguientes:

Las personas encargadas del cuidado del niño en el hogar por lo general son las niñeras, abuelas o tías, personas cercanas a los niños, por lo que, los padres de familia están prácticamente ocupados con trabajos debido a viajes, obligaciones, pagos y mantenimiento del hogar y empleados, es mucho más fácil y conveniente para los padres de familia encargar a las niñeras o personas de confianza del cuidado, alimentación y juegos de los niños, en caso de las abuelitas, tías que se encargan del cuidado, son solo ciertas horas y el trabajo es compartido con la niñera, la respuesta obtenida de una párvula que trabaja actualmente en Logos Academy desde el 2016, es que de los 19 alumnos que ella tiene en el salón, los 19 alumnos constan con su respectiva niñera, la cual realizan trabajos de padres de familia, prácticamente sustituye a sus padres y por lo general se conocen a los padres de familia de los estudiantes en reuniones que realiza la institución.

La niñera a tiempo completo, realiza aproximadamente ocho horas diarias de labor únicamente al niño, en la que disponen de horario para actividades, como es la alimentación, distracción y ciertos tipos de actividades a realizar en casa con el niño,

incluso viajar con los padres de familia e ir a fiestas infantiles o actividades con los niños, por lo general las madres cuidan a sus niños de tres a cinco horas en el día, desde el momento que los padres de familia llegan a sus casas y las niñeras ya no están y en varias ocasiones los fines de semana.

La respuesta de las personas entrevistadas indicaron que siempre han considerado la idea de tener niñera, por lo que, desde que han tenido hijos, han tenido niñeras, ya que son necesarias, optimizan tiempo y son de gran ayuda con los cuidados y en momentos que los padres no tienen tiempo de hacerlo.

Muchos padres de familia en este tiempo, optan y recomiendan niñeras o servicios de niñeras por lo general son más propensas a contratar el servicio de cuidados, guarderías o niñeras por publicidad de boca a boca, ya que son recomendadas por buen servicio, atención, cariño y paciencia que les tienen a sus hijos, están totalmente de acuerdo con tener y recomendar niñeras, aunque uno de los miedos, es que los niños estén expuestos a cualquier tipo de agresión o que las niñeras puedan causarles cualquier tipo de maltrato, en ese caso los padres de familia tienen los respectivos datos personales de la niñera contratada y optarían por denunciar y hacer cumplir la ley, más que todo mantener a su familia a salvo y a sus hijos.

Pero a pesar de todo, los padres de familia están dispuestos a contratar a niñeras, de las cuales estén pendientes y puedan realizar actividades de las cuales los padres de familia por distintas razones no puedan hacerlo, ya sea por factor tiempo o ayuda en casa con los niños.

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

Para el análisis de datos, se realizó varias encuestas a 384 personas que residan en la ciudad de Guayaquil, de las cuales los resultados fueron los siguientes:

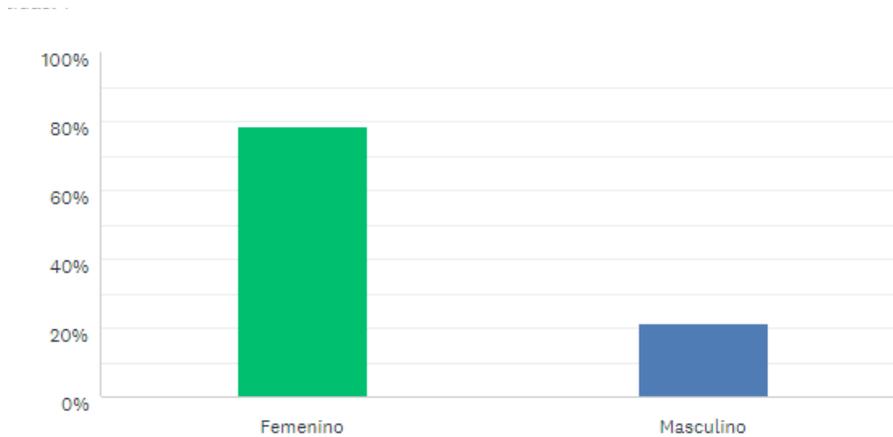
#### **4.8.2.4. Análisis de datos**

A continuación se presentará los resultados de las encuestas ejecutadas a diferentes personas dentro del mercado meta de BabysitterToGo.

##### **1. Género**

Las personas que fueron encuestadas, el 78.79% fueron mujeres mientras que el 21.21% fueron hombres, se toman en cuenta ambos sexos, por lo que pueden haber ocasiones que se encuentran madres o padres solteros, viudos etc.

**Gráfico 11: Género de los encuestados**



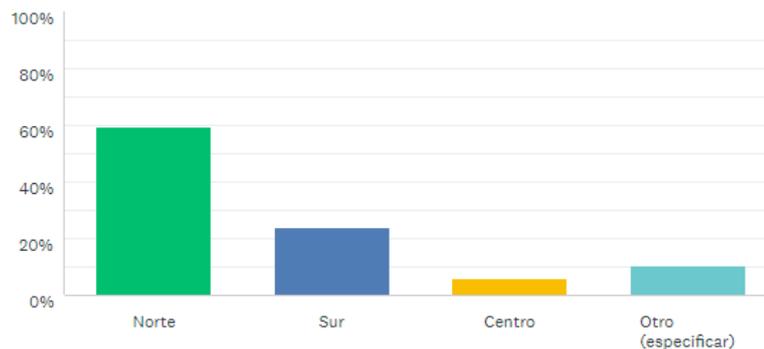
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 2. ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil reside?

De las encuestas realizadas la mayoría de las personas residen en la ciudad de Guayaquil en la parte norte, con un porcentaje de 59%, mientras que el 24% se encuentran en el sur, por otra parte el 6% se encuentra en el centro, por último Samborondón, vía a Daule y Durán con un 10%.

**Gráfico 12: Sector de la ciudad de Guayaquil que reside**



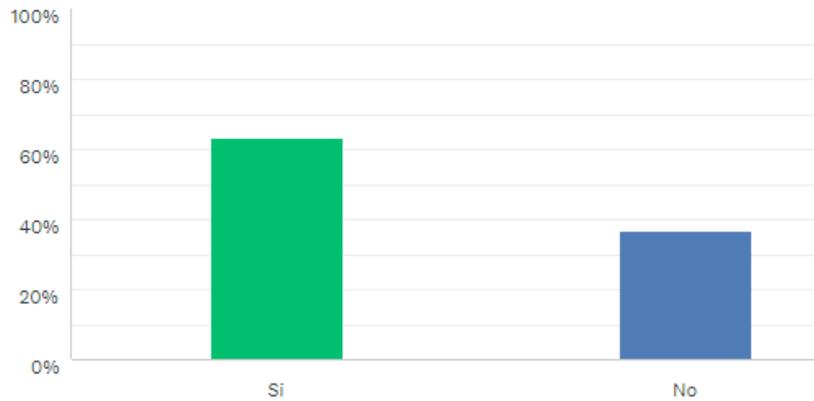
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 3. ¿Posee hijos?

El 63.41% de las personas indicaron tener hijos, el 36.59% indicó que no tenía hijos.

**Gráfico 13: Posee hijos**



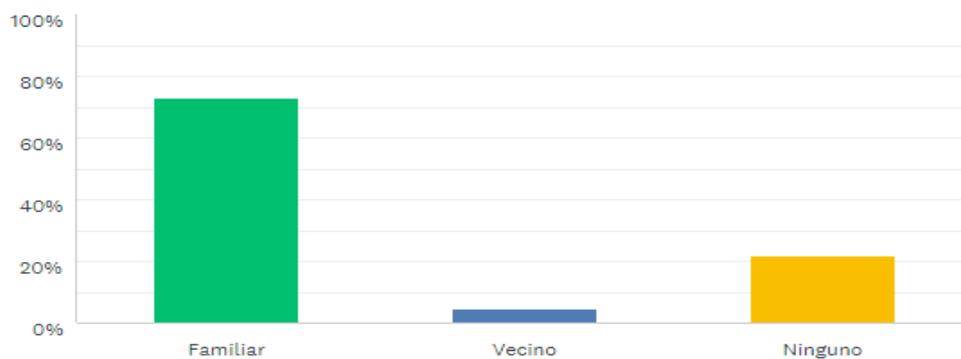
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

#### 4. ¿Quién suele por lo general cuidar a su hijo mientras usted no está en casa?

En el siguiente grafico se puede visualizar que el 73% de los encuestados prefieren dejar sus hijos a cargo de sus familiares, el 5% opta por dejar a su hijo a supervisión y cuidados de un vecino cercano, y el 22% por ninguna persona, por lo que suelen dejarlo solos en casa.

**Gráfico 14:** Persona a cargo del cuidado del infante



**Elaborado por:** La Autora

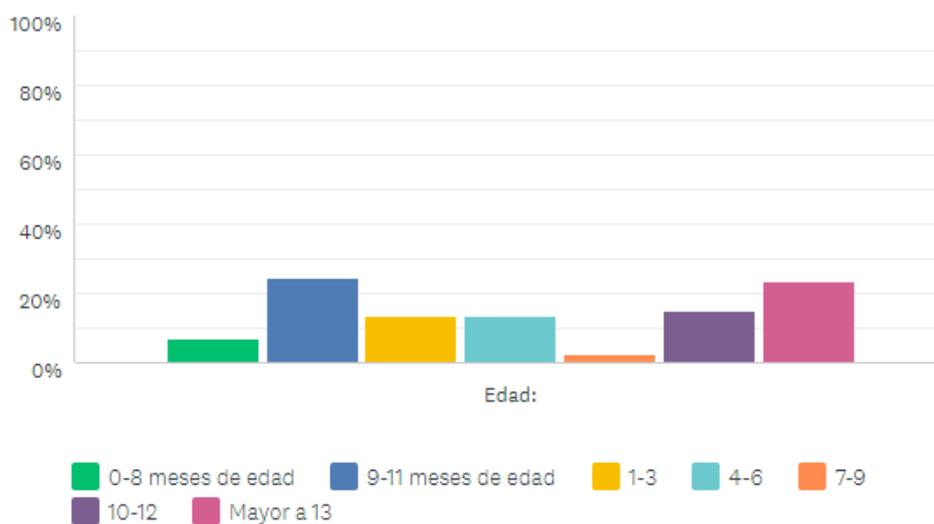
**Fuente:** La Investigación

#### 5. ¿Cuál es el rango de edad de su hijo?

En esta pregunta el padre de familia tenía que responder a que rango de edad pertenecía su hijo, se clasificaba de esta manera: niños de 0 a 8 meses de edad con

un porcentaje de 6.85% de los encuestados, con un 24.66% el rango de los niños de 9-11 meses de edad, el 13.70% pertenecía a un porcentaje de niños con 1 a 3 años de edad, de igual manera el 13.70% pertenece a niños de 4 a 6 años de edad, el 2.74% lo tienen niños de 7 a 9 años de edad, niños de 10 hasta los 12 años con un porcentaje de 15.07% y por ultimo con un 23.29% de niños mayores de 13 años de edad.

**Gráfico 15:** Rango de edad del infante



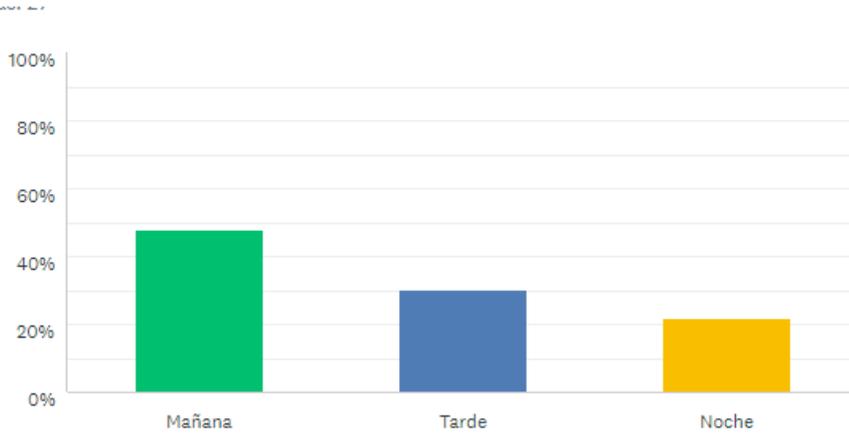
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 6. En que rango de horario necesitaría una persona para el cuidado de su hijo

Con un porcentaje de 47.95% necesitaran una niñera en las mañanas para que puedan cuidar, supervisar y divertir de manera recreativa a sus hijos, con 30.14% los padres requieren niñera en las tardes, y con un 21.92% de los padres de familia preferirían niñeras por las noches.

**Gráfico 16:** Rango de horario que necesitan los padres de familia



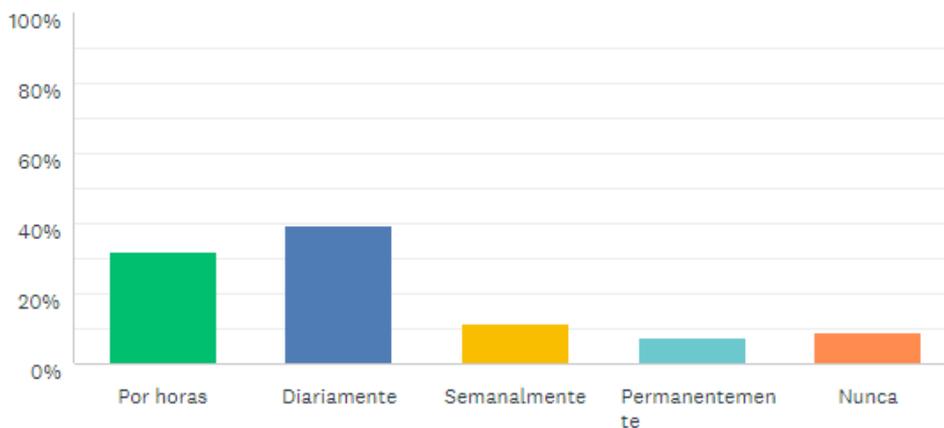
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 7. ¿Con que frecuencia necesitaría o solicitaría usted una niñera?

Con el 32.05% de las respuestas, las personas optaron por adquirir una niñeras por horas específicas, con el 39.74% eligieron niñeras diariamente, con un 11.54% las personas elegirían niñeras semanalmente y por último el 8.97% prefirieron elegir que nunca contratarían una niñera.

**Gráfico 17:** Frecuencia a solicitar una niñera



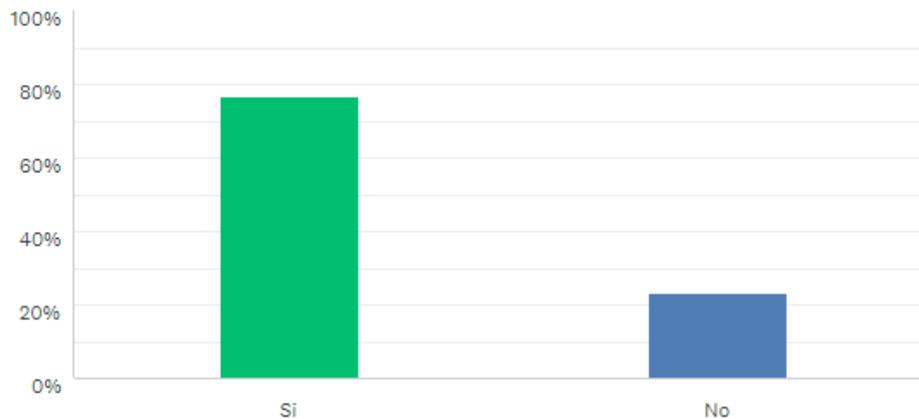
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**8. ¿Contrataría usted una niñera certificada y especializada en cuidados de niños por horas?**

El 76.62% optaron por contratar el servicio de niñeras, mientras que el 23.38% prefirieron que no.

**Gráfico 18:** Porcentaje de aceptación del servicio



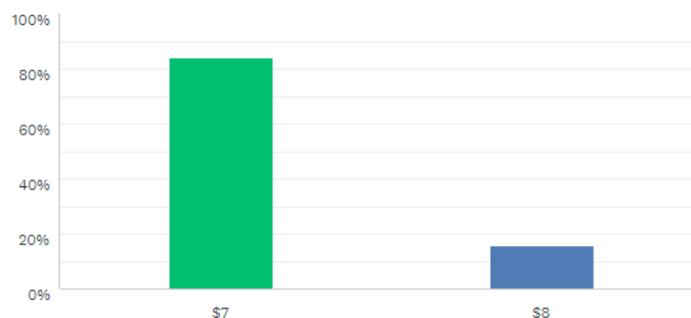
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de cuidado de niñeras por hora en el día?**

Las personas encuestadas decidieron elegir el valor de \$7 la hora con un porcentaje de 84.06%, mientras que el 15.94% de encuestados optaron por pagar \$8 la hora.

**Gráfico 19:** Disponibilidad de pago por hora durante el día



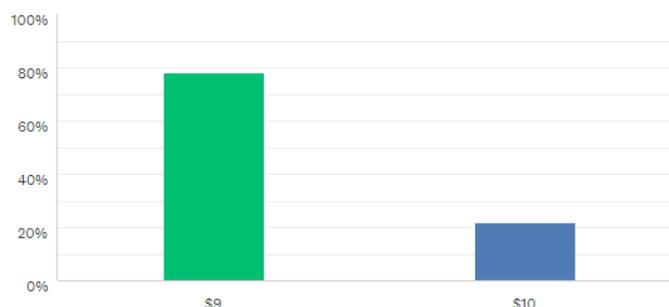
**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

## 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de cuidado de niñas por hora en la noche?

El 78.26% de las personas prefieren pagar la hora un valor de \$9, mientras que el 21.74% prefieren pagar \$10 la hora, ya que preferirían pagar más y tener un mejor y seguro servicio.

**Gráfico 20:** Disponibilidad de pago por hora durante la noche.



**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** La Investigación

### 4.8.2.5. Análisis e interpretación de los resultados

- Se pudo determinar que el 78.79% fueron mujeres mientras que el 21.21% fueron hombres, ya que la encuesta se centró básicamente en mujeres mayoría de personas entrevistadas por lo que se necesitaba tener conocimientos de madres de familia y niñas.

- También las encuestas estuvieron dirigidas básicamente a la ciudad de Guayaquil por lo que es el mercado al cuál se visualiza llegar.

- La pregunta principal, fue si la persona encuestada tenía hijos, el 63.41% dijo que si, y el 36.59% comento que no tenía hijos, por lo que las respuesta fueron valiosas para seguir obteniendo información acerca de lo que pensarían del servicio

- Por ende se necesitaba saber un rango de edad de sus hijos, ya que si eran menores de 13 años, podrían llegar a ser parte del servicio BabysitterToGo.

- Una de las preguntas de suma importancia fue, quien suele cuidar a los niños que quedan en casa durante el día, o en ocasiones en la que la que no se encuentran sus padres, la respuesta con mayor puntuación fue la de 73% con algún familia, con el 5% vecinos y con el 22% con ninguna persona, las respuestas favorecen, al saber que el 22% podría llegar a utilizar el servicio de cuidados

- La frecuencia con la que los padres de familia podrían adquirir el servicio es de diariamente con un 40%, un 32% por horas, 12% semanalmente, permanentemente con un 8% y por ultimo con 9% las personas que nunca aceptarían el nivel de niñeras en sus hogares.

- Del porcentaje mencionado en el punto anterior de las veces que podrían adquirir el servicio de niñeras, el 77% de los padres de familia estarían dispuesto a contratar una niñera certificada por cierto tiempo.

#### **4.8.3. Conclusiones de la investigación de mercado**

- Los entrevistados decidieron optar por \$7 por hora en el día y \$9 por hora en las noches, que puedan solicitar el servicio.

- Los padres necesitan cierto tipo de referencia y certificación para poder estar tranquilos y poder adquirir el servicio de niñeras.

- La modalidad del uso de la plataforma es innovadora para diversos usuarios y clientes, ya que optimiza tiempo de búsqueda y se sientes seguros al saber que cierto tipo de información, los pueden ayudar si algo fuera de lo normal llegara a pasar.

- Para eso se necesita crear una plataforma, que sea amigable y de fácil uso.

#### **4.8.4. Recomendaciones de la investigación de mercado**

La plataforma a utilizar tiene que ser lo más sencilla y segura, para que clientes y usuarios puedan estar totalmente satisfechos al momento de solicitar un servicio.

Los padres de familia de hoy en día solicitan y requieren niñeras porque en casa no hay personas que puedan cuidar a los niños, dar sus medicamentos, controlarlos y tener momentos recreativos, de diversión y alimentarlos, tareas de las cuales las niñeras se van a regir dependiendo lo horarios establecidos en casa por los padres.

Las niñeras tienen que estar referenciadas, evaluadas, básicamente saber de cuidados, ser mujeres que gusten de los niños, sean aseadas, con temperamento bueno y que sepan controlar situaciones ya sean situaciones de tensión y estrés o situaciones extrañas que los niños realicen, también tener conocimiento de primero auxilios y algunos requerimientos más que serán estipulados en las políticas de la empresa.

Padres y usuarios se encontraran seguros directamente y eso garantizará que la empresa siga manteniendo la buena reputación.

# CAPÍTULO 5

## PLAN DE MARKETING

## CAPÍTULO 5

### 5. Plan de marketing

#### 5.1. Objetivos: General y específicos

Objetivo general:

Diseñar planes de marketing con el fin de lograr posicionar en la mente del consumidor a BabysitterToGo como una plataforma de cuidados para niños que brinde seguridad en cada momento.

Objetivos específicos:

- Crear y diseñar estrategias de marketing en redes sociales incrementando las suscripciones un 20% los primeros 3 años.
- Incrementar la fidelización de los clientes en un 10% por parte de los clientes y usuarios, creando y utilizando la calidad y buena atención con cada uno de ellos durante los primeros cinco años.
- Realizar una estrategia de lanzamiento del servicio de cuidado de infantes en varias instituciones educativas para así captar gran mayoría de usuarios.

##### 5.1.1. Mercado meta

La presente propuesta está dirigida a mujeres que residan en la ciudad de Guayaquil, entre 20 y 50 años de edad, que estén especializadas o con experiencia en el cuidado a niños.

Al momento de realizar la segmentación de mercado, ésta se dividirá en clientes y usuarios, ambos poseen características similares al tener conexión mediante la plataforma, pero de diferentes necesidades; los usuarios, son los padres de familia que necesiten una persona que esté apta, capacitada y especializada en el cuidado a niños que disponga del tiempo requerido y necesario y los clientes son las niñeras que se suscribirán para el uso del servicio.

##### 5.1.1.1. Tipo y estrategias de penetración

La estrategia a utilizar aplicará estrategia de diferenciación, ya que al ser un servicio basado en búsqueda de niñeras por medio de una plataforma, en la que los padres de familia y niñeras tendrán que ingresar sus datos personales, para poder

utilizar la plataforma, optimizando el tiempo de búsqueda y garantizando seguridad, se diferencia en varios factores a las guarderías, o servicios que ofrezcan cuidados a niños similar, lo que facilitará que la estrategia sea por medio de diferenciación.

#### **5.1.1.2. Cobertura**

La cobertura que tendrá será en la ciudad de Guayaquil, mediante una plataforma en la cual se encontrarán los datos personales, reseñas y puntuación de las niñeras al momento de haber finalizado el servicio de cuidado al infante, y todo el tipo de información que el padres de familia podría solicitar, la plataforma tendrá disponibilidad y alcance a nivel mundial, pero se prestará el servicio a nivel nacional.

### **5.2. Posicionamiento**

La estrategia de posicionamiento en el cual BabysitterToGo, se enfocará en ofrecer, brindar y garantizar un servicio óptimo y seguro a cada niñera, padre de familia y niño, ofreciendo el servicio con niñeras aptas y responsables.

Los beneficios, que brinda la empresa para los usuarios, es la rapidez, optimizando el tiempo de búsqueda de niñeras, sencillez en el uso de la plataforma y la seguridad a brindar y la niñera, poder tener una conexión directa con el padre de familia, optimizando tiempo en la búsqueda de trabajo y la seguridad que, al momento de dirigirse a realizar el servicio de cuidado, se dirigirá a un lugar seguro.

### **5.3. Marketing mix**

#### **5.3.1. Estrategia de servicios**

La estrategia a utilizar es diferenciación, por lo que el servicio de cuidados a niños por medio de una plataforma, enfocándose en el cuidado de niños y niñeras, llegando a los clientes y consumidores de manera distinta a la tradicional.

Al momento de adquirir el servicio a ofrecer de cuidado de infantes, los determinantes serán:

La plataforma necesitará de las siguientes estrategias para así poder destacar algunos de sus beneficios tales como:

- Seguridad.
- Ahorro de tiempo.
- Fácil uso de plataforma.

- Fácil interacción con usuarios y clientes.
- Constará de una oficina Coworking para mayor comunicación con clientes y usuarios.

BabysitterToGo, se caracteriza por ser el medio en el cual se podrán contactar clientes y usuarios, aportando así el crecimiento de la industria digital, la plataforma constara de un interfaz seguro, en la que padres de familia; usuarios y niñeras, que son los clientes, tendrán que iniciar sesión y registrarse de manera gratuita para así poder utilizar los servicios que requieran.

El horario de las niñeras para cumplir con sus servicios de cuidados a niños, serán las 24 horas, dependiendo lo que padre de familia requiera, adicional las redes sociales de la plataforma BabysitterToGo, podrán brindar información acerca del servicio y se podrá ver las publicaciones de las actividades recreativas que realizan las niñeras y niños.

La empresa desarrolló un logo, que representara la marca BabysitterToGo, en la que lo colores del logo serán rosa pastel y celeste, y el slogan “Confianza, seguridad y responsabilidad” lo que facilitará las cualidades y beneficios que la empresa ofrece en cuanto a cuidados, lo que permitirá reconocer a la empresa fácilmente cuál es su servicio y objetivo, y poder diferenciarlo de la competencia.

**Gráfico 21:** Prototipo de Plataforma Web



**Fuente:** (Wix, 2018)

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.1.1. Empaque

Al ser una empresa que brinda servicios de cuidado a niños, no se van a requerir ningún tipo de etiquetado ni envasado, pero se considerará hojas, carpetas y sobres, papelería en la que se podrá reconocer a simple vista la empresa, con el logotipo de la empresa en la parte superior:

**Gráfico 22:** Logo de la marca



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** La autora

Las niñeras tendrán que utilizar una camiseta estilo polo de color blanco, con el logotipo de la empresa, el logotipo estará bordado y situado en el lado izquierdo de la camiseta que se le dará a cada niñera y ellas las tendrán que utilizar la camiseta al momento de ir a realizar el servicio de cuidados a niños.

**Gráfico 23:** Diseño de camiseta



**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** La autora

### **5.3.1.2. Amplitud y profundidad de línea**

La empresa después de cinco años de haberse establecido, crecido y se haya generado reconocimiento de la marca, como el mejor servicio de cuidados a niños óptimo, se piensa expandir a todo el Ecuador, pero se mantendrá siempre la misma esencia de la empresa.

### **5.3.1.3. Marcas y submarcas**

La marca BabysitterToGo no constará de submarcas, la cual estará registrada en el IEPI, con el respectivo slogan de la empresa “Confianza, seguridad y responsabilidad”

## **5.3.2. Estrategia de precios**

“Una empresa puede fijar los precios para atraer a nuevos clientes o mantener rentablemente a los existentes. Puede fijar sus precios bajos para evitar que entre la competencia en el mercado o fijar los precios en los niveles de la competencia para estabilizar el mercado. Puede fijar sus precios para mantener la lealtad y apoyo de los revendedores o evitar la intervención del gobierno. Los precios pueden reducirse temporalmente para crear emoción por una marca. O el precio de un producto puede ayudar a las ventas de otros productos en la línea de la compañía.” (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013)

La estrategia de precios a utilizar por la empresa, es por diferenciación por lo que el servicio de cuidado a niños a ofrecer será mediante la plataforma y se lo plantea como un medio innovador de adquirir un servicio de cuidados a niños, los precios son similares a la competencia indirecta, la empresa NannysHome ubicada en la ciudad de Quito, en cuanto al cobro a los padres de familia por hora del servicio. En el primer año se tratará de captar el 3% del mercado, tomando en cuenta solo la empresa NannysHome, ya que la otra empresa indirecta de servicios es StarOfService, en la cual contacta clientes con usuarios, pero se la toma en cuenta al adquirir un servicio por medio de una plataforma.

**Tabla 7:** Estrategia de Precios

<b>Servicio</b>	<b>Precio</b>
Suscripción por niñera por mes	\$100
Cobro de niñera por servicio a padre de familia por hora	Día: \$7 Noche: \$9

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** La autora

### **5.3.2.1. Precios de la competencia**

En la ciudad de Guayaquil no existen servicio similar al de cuidados a niños mediante una plataforma, por lo que no existe competencia directa, las empresas que se asimilan a brindar servicio, contactar y conectar clientes con usuarios, hay varias empresas, una de ellas es NannysHome, encargada de brindar servicio mediante una página web de niñeras en la ciudad de Quito, demostrando información y características de cada niñera, similar a BabysitterToGo, en lo que se diferencia es el método de pago, ya que NannysHome tiene niñeras de planta y son niñeras que tienen sueldo básico y todos los beneficios de un empleado, las niñeras cobran por cada hora de servicio, eventual o mensualidad a padres de familia y el dinero es destinado netamente a la empresa, otra empresa similar que es una competencia indirecta es StarOfservice, dedicada a la búsqueda de servicios y contactar con la persona que busca y ofrece sus servicios, al momento de responder una solicitud de un cliente tendrá que pagar, ya que forma parte del coste de la publicidad, al momento que una persona que esté interesada pregunte por el servicio, y la persona que está publicando su servicio quiera responder y enviar su presupuesto, éste tendrá un costo suponiendo \$3 en adelante. (StarOfService, 2018)

**Tabla 8:** Precios de la competencia

<b>Competencia</b>	<b>Precio</b>
NannysHome	Por hora en el día: \$10 Por hora en la noche: \$12
StarOfService	Desde \$3 por usuario Suscripción gratis

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** La autora

### **5.3.2.2. Poder adquisitivo del mercado meta**

La información obtenida mediante encuestas que se realizaron en la ciudad de Guayaquil, los usuarios estarían dispuestos a pagar \$7 en el día y en las noches \$9 por hora por el servicio de cuidados a niños, mientras que las niñeras por una mensualidad de \$100 en la cual se incluirá seguro para cada una de las niñeras, ambos con una estratificación económica de B,C+, en la cual las mujeres que estén capacitadas en el medio de cuidados, tengan la posibilidad de pagar por un servicio mediante suscripción, teniendo en cuenta que las horas pagadas por el servicio por los usuarios serán ganancia netamente de las niñeras.

### **5.3.2.3. Políticas de precio**

El medio de pago que se establecerá por el uso de la plataforma es:

BabysitterToGo realizará un cobro mensual de \$100 los cuales pueden ser entregado en efectivo, cheque, depósito o transferencia bancaria.

Los usuarios que recibirán el servicio de cuidados para sus hijos, tendrán que efectuar el pago directamente a las niñeras, en las oficinas de la empresa o por medio de depósito bancario por adelantado asegurando así el medio de pago a la niñera, luego de cancelar el valor a pagar, cada cliente y usuario tendrá que escribir una breve reseña indicando como fue el servicio de cuidados al niño y como fue la atención de los padres de familia con la niñera, cuidando siempre el bienestar, buen servicio y prestigio de la empresa.

### **5.3.3. Estrategia de plaza**

Las instalaciones en las que se desarrollarán las previas entrevistas a niñeras estarán ubicadas en el norte de la ciudad de Guayaquil, Invernadero Coworking, Víctor Emilio 1021 y Jiguas.

De esta misma manera en el espacio Coworking se podrá atender clientes y usuarios, con previas citas para algún tipo de inquietud, preguntas, quejas, siempre garantizando una óptima atención al cliente asegurando su satisfacción por el uso del servicio.

#### **5.3.3.1. Localización de puntos de venta**

Las instalaciones BabysitterToGo estarán disponibles para clientes y usuarios en el norte de la ciudad de Guayaquil, Invernadero Coworking, Víctor Emilio 1021 y Jiguas, con los respectivos horarios de atención, también se destinarán a vender el servicio de cuidados en instituciones jardines y escuelas privadas, con el fin de realizar promociones y alianzas para mejor alcance.

##### **5.3.3.1.1. Distribución del espacio**

Para las actividades de entrevistas a niñeras y atención a clientes y usuarios por cualquier circunstancia, ya sea por información, duda, queja o recomendación, BabysitterToGo contará con una oficina en la que se podrán desarrollar diversas actividades, también contará con una pequeña sala de reuniones, la que se tomará en cuenta al momento de reunirse con el personal para modificar o mejorar algún cambio de la empresa ya sea de la plataforma o estrategias de marketing, con la persona encargada.

##### **5.3.3.1.2. Merchandising**

BabysitterToGo, tendrá sus respectivas estrategias de promoción para poder darse a conocer en lugares estratégicos, como son escuelas, jardines de infantes, para poder captar nuevos usuarios y clientes, se considerará como estrategia, un stand portátil en la que se entregarán flyers o trípticos con información de la empresa durante cinco meses en el año, predisponiendo meses importantes como el inicio de clases, fechas de feriados más usuales para viajes y feriados por festejos de fin de año; y una persona que también estará a cargo de brindar información detallada a padres de familia sobre la plataforma, y cómo funciona el servicio, recalcando la

seguridad, responsabilidad que se depositará en cada hogar que se realice el servicio de cuidados y a niñeras, sobre cómo podrían desarrollar su trabajo, con una suscripción, las ventajas y beneficios que se obtendrán. El stand será portátil, con los respectivos colores del logotipo.

**Gráfico 24:** Post para Redes Sociales



**Fuente:** (Canva, 2018)

**Elaborado por:** La autora

### **5.3.3.2. Sistema de distribución comercial**

#### **5.3.3.2.1. Canales de Distribución.**

Al tratarse de BabysitterToGo, simplemente se necesitara e implantará un canal de distribución directo, por esta razón no se requieren de intermediarios, como lo son minoristas, mayoristas o agentes.

#### **5.3.3.2.2. Logística**

Al ser un servicio, no será necesario ningún tipo de logística para el proceso de venta, pero se tomarán en cuenta las ferias en las que se dará a conocer el servicio por lo menos una vez cada dos meses.

### **5.3.3.2.3. Políticas de servicio al cliente**

“La Política de Atención al Cliente les comunica a los clientes lo que pueden esperar de su empresa en términos de servicio. Si sus clientes tienen claro lo que pueden esperar, habrá menos probabilidades de que se sientan defraudados”

(Ugalde, 2018)

El servicio al cliente es de suma importancia para la empresa, al tratarse de padres de familia y mujeres, como empresa pionera en la ciudad de Guayaquil consta de competencia indirecta, por esa razón la empresa tratará de diferenciarse, a continuación se detallará brevemente políticas de servicio, quejas, servicio pre y post-venta, reclamaciones y devoluciones.

#### **Pre-Venta:**

Al momento de que la niñera decida suscribirse o necesite conocer más acerca de BabysitterToGo, podrá dirigirse a las instalaciones, en la que se le brindará todo tipo de información y podría resolver cualquier duda e inconveniente en el caso de tenerlo, igualmente a los padres de familia, que requieran o necesiten mayor información sobre cómo se maneja el servicio, los costos y la seguridad que brinda la empresa, siendo la empresa responsable de cualquier tipo de inconveniente rigiéndose bajo las políticas de la empresa.

#### **Post-Venta:**

Uno de los beneficios que posee el modelo de negocios, es que al momento de haber recopilado información a clientes y usuarios, se podrá generar control y seguridad para poder brindar en cada servicio una agradable, buena y segura experiencia de uso, al momento de adquirir el servicio, también se actualizará la plataforma, después de cada servicio adquirido por parte de los usuarios y clientes, de los cuales, podrán ser revisados y calificados, por esta razón hará que estos adquieran mayor puntuación, por ende da la posibilidad de que sean mayormente elegidas las niñeras y padres de familia, para poder crear cierto grado de confianza entre padres y niñeras.

Los datos recopilados de clientes y usuarios serán actualizados constantemente, y se llevará a cabo ajustes necesarios para mejor información y manejo del servicio de cuidado a niños.

### **Quejas, reclamos y devoluciones:**

La plataforma está diseñada para brindar información del servicio a padres de familia, el modo de ingreso y suscripción a niñeras, fotos de niñeras, experiencias adquiridas en cada servicio, suficiente información, a su vez, esta mostrará un espacio, un recuadro en el cual clientes y usuarios tendrán la opción de realizar comentarios, sugerencias, quejas y peticiones que deseen expresar.

### **5.3.4. Estrategias de promoción**

#### **5.3.4.1. Promoción de ventas**

BabysitterToGo desarrollará alianzas estratégicas con jardines de infantes y escuelas y tendrá contactos con personas del medio de comunicación, influencers que tengan cualidades necesarias para promocionar la empresa, con las que se dará a conocer el servicio de cuidado a niños, captando así el nicho deseado.

Se efectuará varias visitas a jardines de infantes, escuelas y ferias en las que se podrán brindar mayor información sobre BabysitterToGo, para la cual se necesitará un stand portátil en la que se montará para brindar todo tipo de información.

También se generarán promociones y descuentos a usuarios y clientes que ingresen a BabysitterToGo vía Redes Sociales realizando algún tipo de interacción con la red social.

**Gráfico 25:** Stand portátil BabysitterToGo



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** La autora

#### **5.3.4.2. Venta personal**

Todas las inscripciones y servicios que se realicen serán por medio de la plataforma, por lo que no será necesario venta personales, ya que no cuenta con vendedores.

#### **5.3.4.3. Publicidad**

##### **5.3.4.3.1. Elaboración de diseño y propuesta publicitaria**

En la propuesta publicitaria se pretende mostrar y demostrar que el servicio de cuidados a niños por medio de una plataforma es un servicio diferenciado, por lo cual se transmitirá:

La rapidez y la disponibilidad de conseguir una niñera.

El fácil uso de la plataforma.

La seguridad a brindar en cada servicio, en cada hogar, en cada familia; haciendo énfasis y referencia al slogan brindando “seguridad, responsabilidad y confianza.”

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

“Se debe insistir en que tanto los medios ATL como los BTL pueden ambos generar imagen de marca, pueden ambos incrementar las ventas, pueden ambos provocar una respuesta positiva en los consumidores, siempre y cuando se tengan planes estratégicos fundamentados en información confiable y en desarrollos de consientes de las necesidades de la marca (...)” (Orozco, 2011)

Durante los primeros cinco años la empresa, utilizará y se desenvolverá por medio de las estrategias BTL, por lo que serán utilizadas las redes sociales tales como: Instagram, Facebook, Página Web y marketing de guerrilla y creaciones de videos virales de manera masiva para captar la atención de padres de familia y niñas.

#### **5.3.4.3.3. Estrategia de lanzamiento**

La estrategia de lanzamiento se basará en la creación de expectativa a clientes y usuarios por medio de influencers, que residan en la ciudad de Guayaquil, en la que informarán y crearán situaciones en el cual hará que los clientes y usuarios necesiten adquirir el servicio, influencers que puedan enganchar a la audiencia que se querrá dirigir generando querer tener información acerca del servicio.

También se realizará una campaña masiva por medios de redes sociales, por un periodo de siete días, en las que se pautarán una vez al día, en Instagram y Facebook.

#### **5.3.4.3.4. Plan de medios**

BabysitterToGo no considerará como medio necesario la contratación de agencias de publicidad, ya que los medios a utilizar serán por medio de la respectiva plataforma y el uso de redes sociales, Facebook e Instagram, en el cual se harán pautas mensualmente.

El plan de medios y su cronograma, se indicará en el cronograma de actividades de promoción.

#### **5.3.4.4. Relaciones públicas**

Las relaciones públicas se llevaran a cabo por el ingeniero en marketing, la cual elaborará estrategias, promociones y planes de marketing, también se encargará de contactarse con los influencers en la ciudad de Guayaquil para que puedan

promocionar el servicio por medio de redes sociales, en el cual se establecerá canjes o descuentos a influencers que promocionen la marca.

#### **5.3.4.5. Marketing relacional**

Se manejará el marketing relacional, de manera que el cliente y el usuario al momento de ingresar a una plataforma web del servicio, la cual se manejará mediante un software que funciona en el internet, podrá obtener información y también podrá suscribirse al servicio como cliente, y BabysitterToGo tendrá pleno conocimiento de cómo fue su experiencia al momento de utilizar el servicio, conociendo así su nivel de satisfacción, ya sea del cliente y usuario. También se realizará un seguimiento post-venta para ayudar a conseguir la fidelización y tener la posibilidad de receptar nuevos clientes, al momento que los clientes y usuarios emitan buenos comentarios y los comentarios quedaran en la mente del consumidor, con el famoso “de boca en boca” la empresa obtendrá buena reputación y buen servicio y eso hará que el cliente y usuario se mantenga en contacto con BabysitterToGo. Se mantendrá en contacto para preguntarle su experiencia, recomendaciones y sugerencias para la empresa.

#### **5.3.4.6. Gestión de promoción electrónica del proyecto**

##### **5.3.4.6.1. Estrategias de e-commerce**

La empresa contará con un aplicativo de manera que la información, los descuentos, beneficios, temas relacionados con el cuidado a niños, alimentación, todo tipo de explicación, noticias y novedades referente a niñeras, niños y padres de familia para poder enganchar clientes y usuarios.

Las redes sociales que se manejarán ya mencionadas anteriormente, serán Facebook e Instagram en la que se publicarán diversos posts, transmisiones en vivo de cuidados y las maneras de utilizar el servicio mediante la plataforma, de manera que se interactúe con el cliente y usuario.

##### **5.3.4.6.2. Análisis de la promoción digital de los competidores**

Los competidores indirectos de la empresa son NannysHome, StarOfservice y JoraEc, las tres empresas se relacionan por lo que son búsqueda de servicios

mediante una plataforma, contacta y vincula clientes y usuarios, la empresa similar es NannysHome ubicada en la ciudad de Quito, ya que brinda el servicio de niñeras, NannysHome posee Instagram, Facebook y su respectiva página web, en

donde publican y promocionan el servicio a diferencia de StarOfservice que posee únicamente una página web en Ecuador, tomando en cuenta la ciudad de Guayaquil pero sus redes sociales, en este caso Instagram y Facebook están en el idioma francés, por lo que el servicio fue creado en París, Francia, JoraEc, solo se dedica a conectar clientes y empleos por medio de Facebook y página web.

**Gráfico 26:** Facebook de NannysHome



**Elaborado por:** NannysHome

**Fuente:** La Investigación

**Gráfico 27:** Instagram de NannysHome



**Elaborado por:** NannysHome

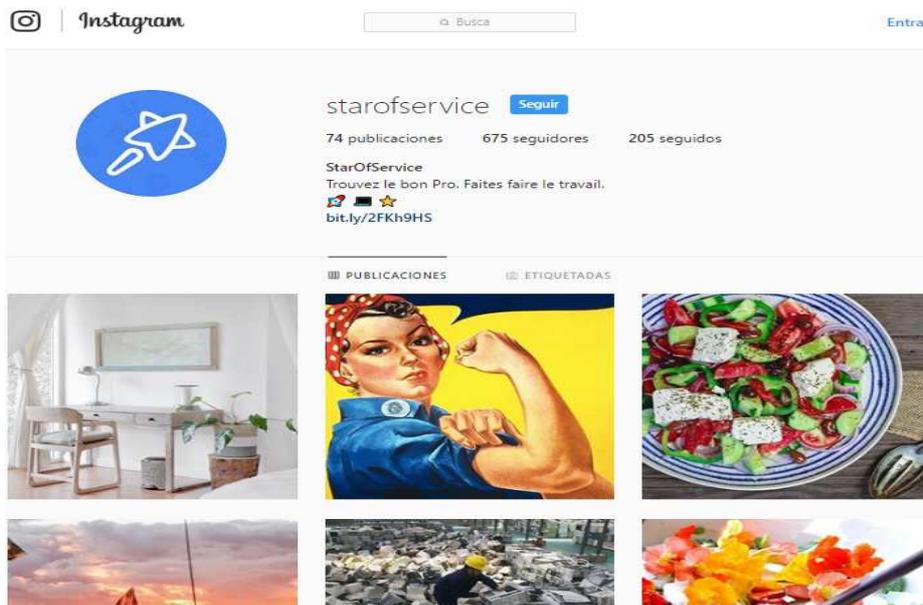
**Fuente:** La Investigación

**Gráfico 28:** Facebook de JoraEc



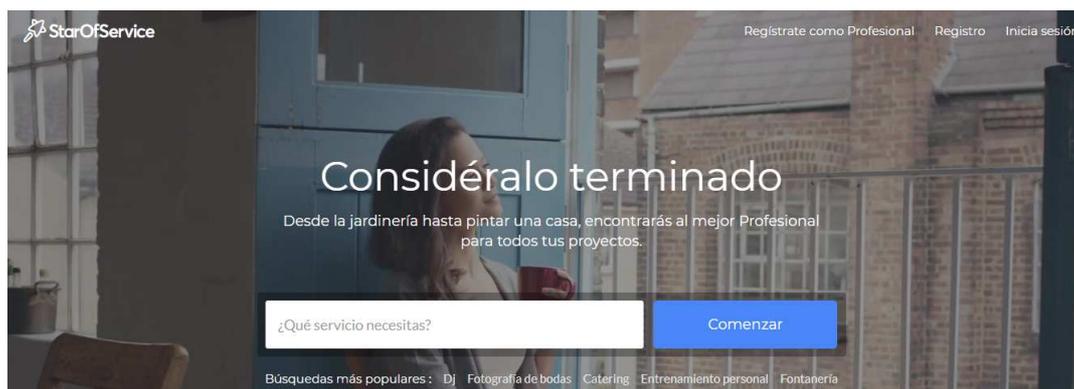
**Elaborado por:** Jora.Ec  
**Fuente:** La Investigación

**Gráfico 29:** Instagram de StarOfService



**Elaborado por:** StarOfservice  
**Fuente:** La Investigación

**Gráfico 30:** Página de StarOfService



**Elaborado por:** StarOfservice

**Fuente:** La Investigación

#### **5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital**

BabysitterToGo considerará como medio de marketing digital la respectiva página web en la cual se brindará información acerca del servicio, los beneficios y el método de como adquirir el servicio paso a paso. Por otra parte también se considerarán medios como lo son las redes sociales; Facebook e Instagram, de modo que brindarán el mismo tipo de información a diferencia que el usuario y cliente tendrá la opción de poder interactuar con la empresa, con el fin de poder incrementar las suscripciones de las niñeras al servicio y la captación de atención de los padres de familia, también se mostrarán experiencias obtenidas por el servicio, testimonios por parte de padres de familia y niñeras demostrando prestigio y garantizando un buen servicio de cuidados a niños.

En la plataforma el cliente y el usuario podrán realizar las siguientes opciones:

- **Registro:** Usuarios y clientes.
- **Inicio de sesión:** Clientes y usuarios registrados.
- **Inicio:** Se mostrará la página principal, seleccionando si es niñera o padre de familia que requiere el servicio, también indicando el funcionamiento del servicio, experiencias de niñeras y padres de familia.
  - **Nosotros:** breve información de la empresa, historia, misión, visión, datos importantes y novedades.
  - **Contacto:** Los usuarios y clientes podrán contactarse directamente con el buzón de la empresa enviando mensajes, sugerencias, quejas, preguntas o recomendaciones respecto a la empresa.

**Gráfico 31:** Post de Expectativa para Redes Sociales

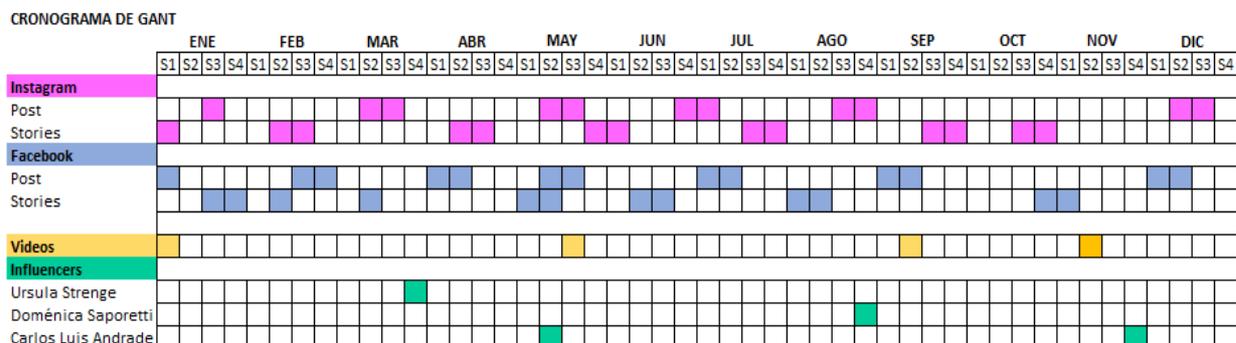


**Fuente:** (Canva, 2018)

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción

**Gráfico 32: Cronograma de marketing**



Todo lo que consta en este cronograma es pago.

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La Investigación

### 5.4. Presupuesto de Marketing

**Tabla 9: Presupuesto de marketing**

<b>Videos</b>	\$ 1.000,00
<b>Influencers</b>	
Ursula Streng	\$ 2.000,00
Doménica Saporetti	\$ 1.800,00
Carlos Luis Andrade	\$ 2.200,00 \$ 2.200,00

<b>Gastos de venta y marketing</b>	<b>\$</b>	<b>10,297.96</b>	<b>\$</b>	<b>1,140.30</b>	<b>\$</b>	<b>1,184.27</b>	<b>\$</b>	<b>1,229.93</b>	<b>\$</b>	<b>1,277.36</b>
Hosting + Dominio		47.40		49.23		51.13		53.10		55.14
Adwords		120.00		124.63		129.43		134.42		139.61
Flyers		50.00		51.93		53.93		56.01		58.17
Influencers + Video		9,200.00		0.00		0.00		0.00		0.00
Seguro casa a visitar		880.56		914.51		949.78		986.40		1,024.44

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La Investigación

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

## CAPÍTULO 6

### 6. Plan operativo

#### 6.1. Producción

##### 6.1.1. Proceso productivo

“En la actualidad, en el sector empresarial existe la necesidad de ser cada día más competitivos, lo que obliga a las organizaciones a analizar sus procesos para obtener una mejor calidad que le permita cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes” (Sánchez, Ceballos, & Sánchez, 2015). La empresa ofrecerá servicio de cuidado infantil mediante una plataforma web, siendo la plataforma un medio de conexión entre padres de familia y niñeras especializadas en cuidados, garantizando seguridad.

##### **Proceso de inscripción de Usuarios**

###### 1. Ingresar a la plataforma web de niñeras.

Los usuarios deben ingresar a la plataforma web, los mismos deberán elegir la opción de padres.

###### 2. Registro del usuario.

El usuario deberá ingresar los respectivos datos personales y profesionales (nombres completos, cédula de identidad, e-mail, donde trabaja actualmente, lugar de residencia, número de hijos, breve información de los niños).

###### 3. Validar información de usuarios.

Los datos personales y profesionales de los usuarios serán validados verificados por el sistema.

###### 4. Notificación de aprobación o negación de proceso de validación de datos.

En este paso se le confirmará al usuario si los datos han sido correctamente ingresados, sin omitir algún paso.

###### 5. Aceptar términos y condiciones de la plataforma.

El usuario deberá aceptar los términos y condiciones que el servicio requiera para su óptimo uso, manejo y servicio.

###### 6. Registro aprobado del usuario.

El usuario estará ingresado en la plataforma de servicios de niñeras, listo para acceder al servicio los servicios.

## **Proceso de inscripción de Clientes**

### **1. Ingresar a la plataforma web de niñeras.**

Los clientes deben ingresar a la plataforma web, los mismos deberán elegir la opción de niñeras.

### **2. Registro del cliente.**

La niñera deberá ingresar breve reseña de los datos personales y profesionales requeridos (nombres completos, cédula de identidad, edad, e-mail, lugar de residencia, breve explicación de biografía, preferencia y experiencia laboral).

### **3. Validar información de clientes.**

Los datos personales y profesionales de los clientes serán validados verificados por el sistema.

### **4. Notificación de aprobación o negación de proceso de validación de datos.**

En este paso se le confirmará a los clientes, si los datos han sido correctamente ingresados, sin omitir algún paso requerido.

### **5. Aceptar términos y condiciones de la plataforma.**

El cliente deberá aceptar los términos y condiciones que el servicio requiera para su óptimo uso, manejo y servicio.

### **6. Registro aprobado del usuario.**

El cliente estará ingresado en la plataforma de servicios de niñeras, listo para acceder al servicio los servicios.

### **7. Elegir fecha y hora disponible para la respectiva entrevista.**

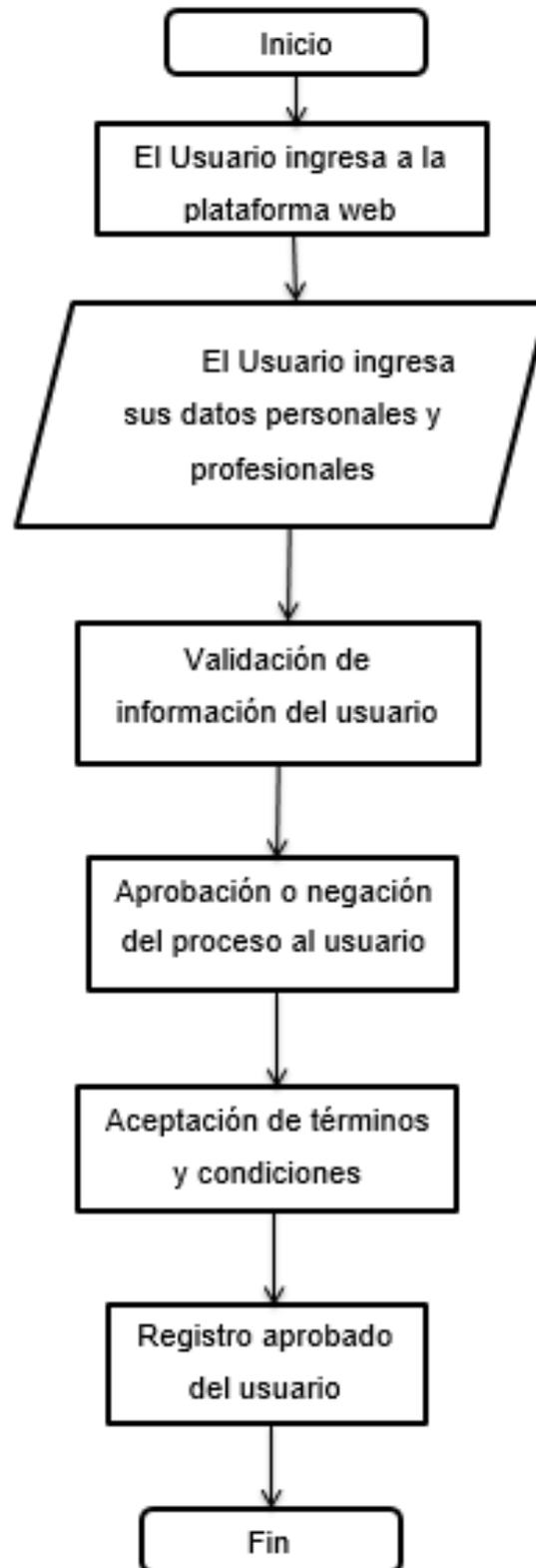
El cliente al momento de estar registrado en la plataforma, tendrá que elegir hora y fecha que la empresa tendrá disponibles, para así reunirse con la psicóloga organizacional y ésta sea entrevistada.

## **6.1.2. Flujograma de procesos**

La empresa contará con los siguientes flujogramas dependiendo y correspondiendo a los procesos mencionados anteriormente:

## Proceso de Registro del usuario (padre de familia)

Gráfico 33: Flujograma de registro para usuarios



Elaborado por: La Autora

Fuente: La investigación

## Proceso de registro de clientes (niñeras)

Gráfico 34: Flujograma de registro para clientes



Elaborado por: La Autora

Fuente: La investigación

### 6.1.3. Infraestructura

Para el desarrollo de la infraestructura de la presente propuesta se necesitará:

- Un espacio físico de Coworking, como oficina específica.

La empresa estará ubicada en un espacio Coworking, en la cual su locación está en la ciudad de Guayaquil, en el norte de la ciudad, Invernadero Coworking, Víctor Emilio 1021 y Jiguas

El plan ya seleccionado y el que mejor se ajusta a las necesidades del servicio, es la Sala Escritorio Fijo, en la cual consta con un escritorio propio en un espacio colaborativo

Tendrá un máximo de 12 horas en las salas de reuniones con una capacidad de cinco hasta diez invitados o clientes para cerrar negocios o contratos, en este caso reuniones y entrevistas con padres de familia y niñas.

**Gráfico 35:** Instalaciones Invernadero Coworking



**Elaborado por:** Invernadero Coworking

**Fuente:** (Invernadero , 2018)

Las instalaciones del espacio Coworking abarcará; acceso ilimitado a sillas y escritorio, refrigerios de té, frutas y café gratis, acceso a 12 horas de salas de reuniones, ya antes mencionadas e internet ilimitado, teléfonos fijos, impresiones inalámbricas ilimitadas, casillero con llave, área de bodega, recepción de correspondencia.

**Gráfico 36:** Distribución de espacios



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

Coworking tiene la opción de obsequiar tres días al mes de oficinas en Quito y Cuenca (Coworking aliados) con la facilidad de reservación de una semana de anticipación, sin costo adicional

#### **6.1.4. Mano de obra**

Para la presente empresa el equipo de trabajo estará constituido por cuatro colaboradores:

Gerente General

Recursos Humanos (Psicología)

Senior en Marketing

Ejecutivo de Ventas

Senior en Sistemas

#### **6.1.5. Capacidad Instalada**

Para elaborar la capacidad instalada, se necesitará un tiempo promedio de horas que una niñera podría realizar sus servicios durante un día de trabajo, dependiendo las horas que los padres de familia requieran el servicio:

Máximo ocho horas - mínimo tres horas requieren de niñeras los padres de familia

Con un promedio de cinco horas.

**Tabla 10:** Capacidad Instalada por horas de servicio de la empresa

<b>Servicio por día</b>	<b>Horas de cada servicio</b>	<b>Horas trabajadas en un día por niñera</b>	<b>Horas semanales trabajadas</b>	<b>Horas mensuales trabajadas</b>
2	5	10	40	160

La empresa tendrá una capacidad instalada de 100 servicios al día, para lo cual se necesitaran 50 niñeras.

Promedio de servicio de niñeras por día con número de niñeras

**Tabla 11:** Capacidad instalada por servicio diario de niñeras

<b>40 Servicios diarios de niñeras</b>	<b>60 Servicios diarios de niñeras</b>	<b>100 Servicios diarios de niñeras</b>
20	30	50

### 6.2.3 Presupuesto

Se considera que para implementar las políticas de calidad no se requiere presupuesto debido a las actividades son realizadas por el personal.

**Tabla 12:** Presupuesto de infraestructura

<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>				
Archivadores (cuatro gavetas)	4	\$	65.00	\$ 260.00
Stands publicitarios	4	\$	150.00	\$ 600.00
<b>TOTAL MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 860.00</b>
<b>EQUIPOS DE INFORMATICA</b>				
Computadora iMac 21,5'	3	\$	1,500.00	\$ 4,500.00
Computadora de trabajo LG	1	\$	460.00	\$ 460.00
Impresoras All in One HP	1	\$	870.84	\$ 870.84
<b>TOTAL EQUIPOS DE INFORMATICA</b>				<b>\$ 5,830.84</b>

**Elaborado por:** La autora

## **6.2. Gestión de calidad**

### **6.2.1. Políticas de calidad**

Dentro de las políticas de calidad, de la empresa que brinda cuidados infantiles por medio de una aplicación serán:

- Seguridad y confidencialidad que se tendrán mediante el uso de la plataforma, al utilizarse datos personales del cliente y del usuario.
- Garantizar seguridad y responsabilidad al momento de cuidar al niño
- Garantizar seguridad para la niñera al momento de dirigirse a realizar su trabajo, verificando lugar y horas de trabajo.
- Generar confianza con los padres de familia, transmitiendo información general y segura del servicio y las niñeras y el modo de cuidados a brindar.
- Asumir y resolver con responsabilidad por algún inconveniente generado.

### **6.2.2. Procesos de control de calidad**

El control sobre los procesos de calidad internas las manejará la Gerencia General, para poder llevar a cabo un proceso y obtener un óptimo resultado.

- Selección y entrevistas de niñeras y personal de trabajo en la oficina designada.
- Verificación de estudios, experiencia, carta de referencia, reseña de niñera, realización de test psicológicos, test de personalidad, test proyectivo y criminalística a niñera y personal.
- Las evaluaciones se determinarán cada seis meses a niñeras establecidas en la empresa, a su vez la actualización de datos a padres de familia y niños.

- Verificación de asistencia, puntualidad en cada servicio y reseña del cuidado y trato de la niñera en cada cuidado al infante.
- Verificación y validación de datos personales a padres de familia.
- Brindar seguridad a las personas desempeñando cargos en la empresa.

### **6.3. Gestión Ambiental**

#### **6.3.1. Políticas de protección ambiental**

La empresa considera y se comprometerá al cuidado del medio ambiente optimizando recursos.

#### **6.3.2. Procesos de control ambiental**

La empresa estará encargada del cuidado y control de los recursos básicos ya mencionados anteriormente, la gerencia general; tendrá la obligación de promover y comunicar al cumplimiento de las políticas de gestión.

- Evitando el uso de documentos impresos innecesarios o reemplazarlos por el uso de medios digitales.
- Acondicionar la oficina con insumos reciclables.
- Controlar y optimizar el uso de recursos básicos como lo son; el agua y energía eléctrica.
- Reciclar objetos de plásticos, cartón y vidrio.
- Incentivar una cultura del cuidado del medio ambiente.

#### **6.3.3. Presupuesto**

La empresa no considera ningún gasto extra para el cuidado del medio ambiente.

### **6.4. Gestión de responsabilidad social**

#### **6.4.1. Políticas de protección social**

“Por otra parte, las empresas se dotan de “valores” a modo de principios que inspiran las relaciones entre sus miembros y entre estos y los agentes externos y que, cuando son asumidos por todos, pasan a formar parte de la cultura de la organización” (Vives, 2009)

Las políticas de protección social que se desarrollarán, de cuidados infantiles mediante una plataforma, serán:

- Establecer buena relación y tomar decisiones responsables con los clientes y usuarios.
- Ofrecer al cliente y al usuario un servicio de calidad y de confianza.
- Promover los valores y la ética laboral a cada miembro de la empresa.
- Se generará servicio post-venta para asegurar mayor satisfacción y aprobación del servicio de cliente y usuario.

#### 6.4.2. Presupuesto

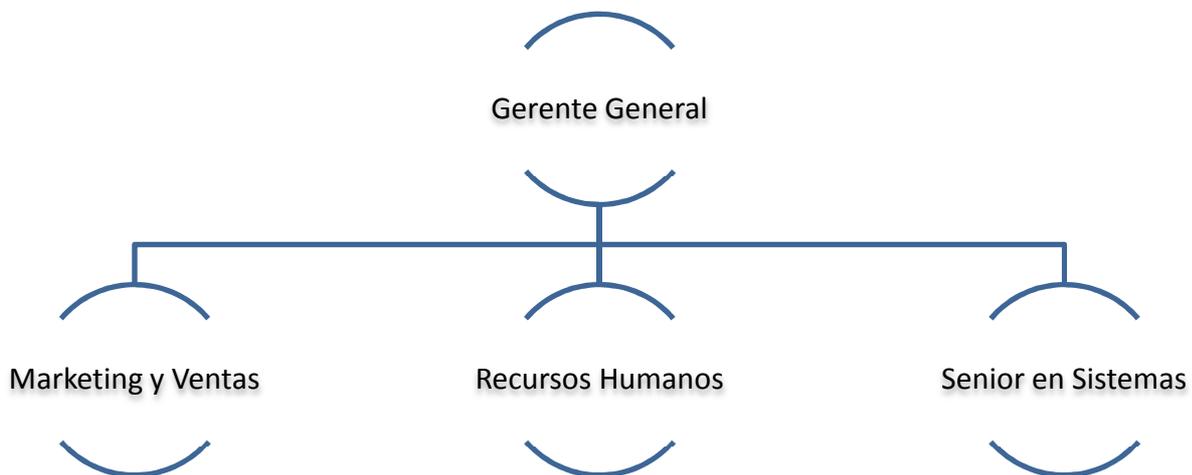
Se considera que la empresa no requiere presupuesto, ya que no es considerado necesario, por lo que las políticas de protección social, corresponden a los valores internos de la empresa

### 6.5. Estructura Organizacional

#### 6.5.1. Organigrama

La empresa estará constituida por:

**Gráfico 37:** Organigrama de la Empresa



**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** La investigación

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

Se establece el siguiente perfil para la persona encargada de la gerencia general:

**Tabla 13:** Perfil del Gerente General

<b>Gerente General</b>
<p>Responsable en forma complementaria de las obligaciones de la empresa y reportar, supervisar y controlar el desempeño de las niñeras</p> <p>Encargado del manejo interno y global de la empresa de cuidados infantiles</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sexo:</b> Mujer</li><li>• <b>Edad:</b> 24 a 40 años</li><li>• <b>Conocimientos :</b> Administración</li><li>• <b>Experiencia:</b> Un año en dirección de empresas</li><li>• <b>Formación académica:</b> Título de tercer nivel de Desarrollo de Negocios o carreras relacionadas</li><li>• <b>Actitudes:</b> Ser optimista, confiable, habilidad para resolución de problemas, proactivo, habilidad para atención al cliente y buen líder</li></ul>

**Tabla 14:** Perfil de Recursos Humanos

<b>Recursos Humanos</b>
<p>Encargada de selección, evaluación, contratación de niñeras, velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten a la empresa y operaciones de ésta, también la comunicación directamente con niñeras y padres de familia</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sexo:</b> Mujer</li><li>• <b>Edad:</b> 20 a 40 años</li><li>• <b>Conocimientos :</b> Habilidad para entrevistas en procesos de selección</li><li>• <b>Experiencia:</b> Un año en empresas similares</li><li>• <b>Formación académica:</b> Título de tercer nivel de Desarrollo de Psicología Organizacional</li><li>• <b>Actitudes:</b> Profesionales, tolerante, humano, actitud positiva, respetuoso y una persona ética</li></ul>

**Tabla 15:** Perfil de Marketing y Ventas

<b>Marketing y Ventas</b>
Encargado de crear estrategias, promociones, planes de marketing mensuales y al mismo tiempo ejecutar ventas por medio de canales telefónicos y/o ventas directas.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sexo:</b> Mujer</li><li>• <b>Edad:</b> de 20 a 35 años</li><li>• <b>Conocimientos:</b> Marketing, promociones, ventas</li><li>• <b>Experiencia:</b> Dos años en publicidad empresarial y ventas y/o ventas</li><li>• <b>Formación académica:</b> Título de tercer nivel, ingeniero en marketing, ventas o afines</li><li>• <b>Actitudes:</b> Responsable, puntual, proactivo, expresión oral y fluidez</li></ul>

**Tabla 16:** Perfil de Sénior en Sistemas

<b>Sénior en Sistemas</b>
El Ingeniero en sistemas se encargará del mantenimiento, de la actualización y soporte de la plataforma.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sexo:</b> Hombre</li><li>• <b>Edad:</b> 20 a 35 años</li><li>• <b>Conocimientos:</b> Conocimiento sobre el desarrollo de aplicaciones y programación JavaScript</li><li>• <b>Experiencia:</b> un año en cargos similares</li><li>• <b>Formación académica:</b> Graduado en Ingeniería en sistemas o Estudiantes cursando cuarto año de la carrera de Sistemas Computacionales</li><li>• <b>Actitudes:</b> Responsable, puntual, proactivo</li></ul>

### 6.5.3. Manual de funciones, niveles e interacciones

Tabla 16: Manual de Funciones, niveles e interacciones

Cargo	Interacciones	Responsabilidades	Derecho
Gerente General	Encargados de Marketing, director de Recursos Humanos, Ingeniero en sistemas, niñeras, padres de familia	Encargado de la gestión, administración, planeación, dirección, control de la empresa, control y comunicación directa con las niñeras y padres de familia. Desarrollo de Planes estratégicos Administración de cada departamento de la empresa Cobro y Facturación	Beneficios de Ley Sueldo Fijo
Ingeniero en Marketing	Gerente general, Director de RRHH, Ingeniero en sistemas, asistente de marketing	Encargado de crear estrategias, promociones, planes de marketing Responsable de monitorear actividades constantes de publicidad de asistente de marketing Manejo constante de plataforma Publicidad y visitas personales en Jardines, escuelas, influencers.	Sueldo fijo Todos lo hubiera en cuanto a la ley
Director de Recursos Humano	Gerente General, Ingeniero de marketing y ventas	Encargado de entrevistas, selección de personal y niñeras Explicación de condiciones de contrato Verificación de datos de padres de familia y niñeras Formulación de test psicológicos, de personalidad test proyectivo, y verificación de antecedentes penales a cada niñera Comunicación directa con padres de familia Pago a trabajadores	Sueldos fijo y beneficios de la ley
Ingeniero en sistemas	Gerente general, Ingeniero en marketing y ventas, Directo de recursos humanos.	Encargado de la creación de la plataforma Mantenimiento y actualización de plataforma cada 6 meses	Pago eventual

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO TRIBUTARIO

## CAPÍTULO 7

### 7. Estudio económico-financiero-tributario

#### 7.1. Inversión Inicial

##### 7.1.1. Tipo de Inversión

##### 7.1.1.1. Fija

Dentro de los \$6,690.84 que han sido seleccionados se ha cotizado implementos como archivadores, computadoras de último nivel, impresoras de trabajo y materiales que un espacio de Coworking no presenta en sus planes.

**Gráfico 38: Inversión Inicial**

INVERSIÓN FIJA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>			
Archivadores (cuatro gavetas)	4	\$ 65.00	\$ 260.00
Stands publicitarios	4	\$ 150.00	\$ 600.00
<b>TOTAL MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 860.00</b>
<b>EQUIPOS DE INFORMATICA</b>			
Computadora iMac 21,5'	3	\$ 1,500.00	\$ 4,500.00
Computadora de trabajo LG	1	\$ 460.00	\$ 460.00
Impresoras All in One HP	1	\$ 870.84	\$ 870.84
<b>TOTAL EQUIPOS DE INFORMATICA</b>			<b>\$ 5,830.84</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>			<b>\$ 6,690.84</b>

##### 7.1.1.2. Diferida

Dentro de la inversión diferida se seleccionaron pagos importantes y únicos, como la constitución de la compañía y sus respectivos gastos y al mismo tiempo el registro de marca otorgando un final de \$2,597.94.

**Gráfico 39: Inversión Diferida**

INVERSIÓN DIFERIDA			
Aporte unico de Desarrollo de Plataforma	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Aporte de accionistas	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Valor Notario	1	\$ 286.94	\$ 286.94
Nombramientos	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Cuantía	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Registro Mercantil	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Registro de Marca	1	\$ 208.00	\$ 208.00
Registro de Lema Comercial	1	\$ 208.00	\$ 208.00
Búsqueda General del Signo Distintivo	1	\$ 16.00	\$ 16.00
<b>TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA</b>			<b>\$ 2,597.94</b>

### 7.1.1.3. Corriente

**Gráfico 40: Inversión Corriente**

<b>INVERSIÓN CORRIENTE</b>		
Capital de Trabajo	\$	5,789.73
<b>TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE</b>	<b>\$</b>	<b>5,789.73</b>

### 7.1.2. Financiamiento de la Inversión

#### 7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

El financiamiento se ha dividido en el 30% como recursos propios y un 70% como recursos de terceros.

**Gráfico 41: Fuente de Financiamiento**

<b>Financiamiento de la Inversión Inicial</b>		
Recursos Propios	30%	\$ 4,523.55
Recursos de Terceros	70%	\$ 10,554.96
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 15,078.51</b>

#### 7.1.2.2. Tabla de Amortización

Se presenta una tabla de amortización a 5 años plazo con cuotas semestrales de una tasa de interés de 5.40%, por medio de la Corporación Financiera Nacional.

**Gráfico 42: Tabla de Amortización**

<b>Año</b>	<b>Pago</b>	<b>Capital</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendos</b>
<b>0</b>	<b>0</b>	\$ 10,554.96	-	-	-
<b>1</b>	<b>1</b>	\$ 9,520.66	\$ 1,034.30	\$ 47.49	\$ 1,081.79
	<b>2</b>	\$ 8,481.70	\$ 1,038.95	\$ 42.84	\$ 1,081.79
<b>2</b>	<b>3</b>	\$ 7,438.07	\$ 1,043.63	\$ 38.16	\$ 1,081.79
	<b>4</b>	\$ 6,389.75	\$ 1,048.32	\$ 33.47	\$ 1,081.79
<b>3</b>	<b>5</b>	\$ 5,336.71	\$ 1,053.04	\$ 28.75	\$ 1,081.79
	<b>6</b>	\$ 4,278.93	\$ 1,057.78	\$ 24.01	\$ 1,081.79
<b>4</b>	<b>7</b>	\$ 3,216.39	\$ 1,062.54	\$ 19.25	\$ 1,081.79
	<b>8</b>	\$ 2,149.07	\$ 1,067.32	\$ 14.47	\$ 1,081.79
<b>5</b>	<b>9</b>	\$ 1,076.95	\$ 1,072.12	\$ 9.67	\$ 1,081.79
	<b>10</b>	\$ 0.00	\$ 1,076.95	\$ 4.85	\$ 1,081.79
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10,554.96</b>	<b>\$ 262.96</b>	<b>\$ 10,817.91</b>

### 7.1.3. Cronograma de Inversiones

Se presentan los pagos de intereses y amortizaciones dentro de los cronogramas de inversiones anuales.

**Gráfico 43: Cronograma de Inversiones**

Cronograma de Inversiones					
Años	1	2	3	4	5
<b>Pago por Interés</b>	\$ 90.33	\$ 71.63	\$ 52.76	\$ 33.72	\$ 14.52
<b>Pago por Amortización</b>	\$ 2,073.26	\$ 2,091.95	\$ 2,110.82	\$ 2,129.86	\$ 2,149.07
<b>Total Pagos</b>	<b>\$ 2,163.58</b>				

## 7.2. Análisis de Costos

### 7.2.1. Costos Fijos

Se seleccionaron gastos de alquiler, servicio telefónico, suministros, e incluso seguros dentro de los costos fijos anuales, con un total global de \$46,916.76 en el primer año.

**Gráfico 44: Costo Fijos Anuales**

COSTOS FIJOS ANUALES						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Gastos de alquiler</b>	\$ 3,561.60	\$ 3,917.76	\$ 4,309.54	\$ 4,740.49	\$ 5,214.54	
Alquiler	3,561.60	3,917.76	4,309.54	4,740.49	5,214.54	21,743.92
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 360.00	\$ 373.88	\$ 388.30	\$ 403.27	\$ 418.82	
Teléfono	360.00	373.88	388.30	403.27	418.82	1,944.27
<b>Gasto de sueldos y salarios</b>	\$ 30,777.20	\$ 34,053.76	\$ 35,415.91	\$ 36,832.55	\$ 38,305.85	
Sueldos y salarios	30,777.20	34,053.76	35,415.91	36,832.55	38,305.85	175,385.27
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 1,920.00	\$ 1,994.04	\$ 2,070.93	\$ 2,150.78	\$ 2,233.71	
Suministros de oficina	720.00	747.76	776.60	806.54	837.64	3,888.55
Servicios Contables	1,200.00	1,246.27	1,294.33	1,344.24	1,396.07	6,480.91
<b>Gastos de venta y marketing</b>	\$ 10,297.96	\$ 1,140.30	\$ 1,184.27	\$ 1,229.93	\$ 1,277.36	
Hosting + Dominio	47.40	49.23	51.13	53.10	55.14	256.00
Adwords	120.00	124.63	129.43	134.42	139.61	648.09
Flyers	50.00	51.93	53.93	56.01	58.17	270.04
Influencers + Video	9,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9,200.00
Seguro casa a visitar	880.56	914.51	949.78	986.40	1,024.44	4,755.69
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 46,916.76</b>	<b>\$ 41,479.73</b>	<b>\$ 43,368.94</b>	<b>\$ 45,357.02</b>	<b>\$ 47,450.28</b>	<b>\$ 224,572.73</b>

### 7.2.2. Costos Variables

Dentro de los costos se seleccionó el 10% del precio asignado, para cubrir gastos de seguros para las niñas.

## Gráfico 45: Costo de Producción por Producto

### COSTOS VARIABLES DEL SERVICIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO M. P.	COSTO TOTAL
<b>COSTO POR NIÑERA</b>				
Seguro por Niñera	10%	%	\$ 100	\$ 10.00
<b>Total =</b>				<b>\$ 10.00</b>
<b>COSTO UNITARIO TOTAL DEL PRODUCTO</b>				<b>\$ 10.000</b>

### 7.3. Capital de Trabajo

#### 7.3.1. Gastos de Operación

Dentro de los gastos operativos se contó el alquiler, los servicios telefónicos y los sueldos y salarios.

#### Gráfico 46: Gastos de Operación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos de alquiler</b>	<b>\$ 3,561.60</b>	<b>\$ 3,917.76</b>	<b>\$ 4,309.54</b>	<b>\$ 4,740.49</b>	<b>\$ 5,214.54</b>
Alquiler	3,561.60	3,917.76	4,309.54	4,740.49	5,214.54
<b>Servicios Básicos</b>	<b>\$ 360.00</b>	<b>\$ 373.88</b>	<b>\$ 388.30</b>	<b>\$ 403.27</b>	<b>\$ 418.82</b>
Teléfono	360.00	373.88	388.30	403.27	418.82
<b>Gasto de sueldos y salarios</b>	<b>\$ 30,777.20</b>	<b>\$ 34,053.76</b>	<b>\$ 35,415.91</b>	<b>\$ 36,832.55</b>	<b>\$ 38,305.85</b>
Sueldos y salarios	30,777.20	34,053.76	35,415.91	36,832.55	38,305.85

#### 7.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos de la empresa se cuentan los suministros de oficina y los servicios contables.

#### Gráfico 47: Gastos Administrativos

<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 1,920.00</b>	<b>\$ 1,994.04</b>	<b>\$ 2,070.93</b>	<b>\$ 2,150.78</b>	<b>\$ 2,233.71</b>
Suministros de oficina	720.00	747.76	776.60	806.54	837.64
Servicios Contables	1,200.00	1,246.27	1,294.33	1,344.24	1,396.07

#### 7.3.3. Gastos de Ventas

El hosting y el seguro general para casas son valores considerados dentro del plan de ventas, al mismo tiempo se considera también gastos en redes sociales.

### Gráfico 48: Gastos de Venta y Marketing

Gastos de venta y marketing	\$	10,297.96	\$	1,140.30	\$	1,184.27	\$	1,229.93	\$	1,277.36
Hosting + Dominio		47.40		49.23		51.13		53.10		55.14
Adwords		120.00		124.63		129.43		134.42		139.61
Flyers		50.00		51.93		53.93		56.01		58.17
Influencers + Video		9,200.00		0.00		0.00		0.00		0.00
Seguro casa a visitar		880.56		914.51		949.78		986.40		1,024.44

#### 7.3.4. Gastos Financieros

Se percibe el crecimiento de los gastos financieros durante los 5 años de labores presupuestados.

#### Gráfico 49: Gastos Financieros

(-) Gastos Financieros	90.33	71.63	52.76	33.72	14.52
------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

#### 7.4. Análisis de Variables Críticas

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

Se seleccionó de acuerdo a las necesidades y posibles ingresos el precio de \$100 como mensualidad de cada una de las niñas para recibir trabajo por medio de la plataforma.

#### Gráfico 50: Determinación del Precio

<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO: MARK UP Y MÁRGENES</b>	
Costo variable unitario	\$ 10,00
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 10,00</b>
<b>PRECIO DE VENTA AÑO 1</b>	
Margen de utilidad deseada	
<b>Precio con el margen deseado</b>	<b>\$ 100,00</b>
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	\$ 100,00
<b>PVP</b>	<b>\$ 100,00</b>

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

Se presenta el crecimiento de pedidos anuales, proyección en ventas y la proyección en costos creciendo a un 2% representando el crecimiento del uso de planformas y el crecimiento del e-learning dentro del país.

**Gráfico 51: Proyección de Costos e Ingresos**

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES						
PORCENTAJE DE INCREMENTO		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
X		552	563	574	586	598
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>552</b>	<b>563</b>	<b>574</b>	<b>586</b>	<b>598</b>

PROYECCIÓN DE VENTAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
X	\$ 55,200.00	\$ 58,207.08	\$ 61,377.96	\$ 64,721.59	\$ 68,247.36
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 55,200.00</b>	<b>\$ 58,207.08</b>	<b>\$ 61,377.96</b>	<b>\$ 64,721.59</b>	<b>\$ 68,247.36</b>

PROYECCIÓN COSTO DE VENTAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
X	\$ 5,520.00	\$ 5,820.71	\$ 6,137.80	\$ 6,472.16	\$ 6,824.74
<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>	<b>\$ 5,520.00</b>	<b>\$ 5,820.71</b>	<b>\$ 6,137.80</b>	<b>\$ 6,472.16</b>	<b>\$ 6,824.74</b>

### 7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

Dentro del punto de equilibrio se fijaron 521 clientas a pedido de los usuarios y ventas de \$52,129.73.

**Gráfico 52: Análisis de Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PRECIO	\$ 100.00
COSTO UNITARIO	\$ 10.00
Gastos Fijos Año	\$ 46,916.76
Q de Pto. Equilibrio	521
\$ Ventas Equilibrio	\$ 52,129.73



## 7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa se registrará de acuerdo a las normas y entornos fiscales del Ecuador, como son los impuestos, aranceles y diferentes tributos a pagar como sujeto de persona jurídica.

## 7.6. Estados Financieros proyectados

### 7.6.1. Balance General

Se presenta un Balance general donde se presenta todo el movimiento de efectivo.

**Gráfico 53: Balance General**

<b>Balance General</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
<b>Activos</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Caja/Bancos	3,909.73 <sup>+</sup>	2,209.39	10,785.45	17,568.66	25,034.43	32,566.99
Cuentas por cobrar		2,300.00	2,425.29	2,557.42	2,696.73	2,843.64
Comisiones de respaldo	1,880.00	1,880.00	1,880.00	1,880.00	1,880.00	1,880.00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>5,789.73</b>	<b>6,389.39</b>	<b>15,090.75</b>	<b>22,006.08</b>	<b>29,611.16</b>	<b>37,290.63</b>
<b>Activos Fijos</b>						
Muebles y equipos de oficina	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00
Equipos de producción	5,830.84	5,830.84	5,830.84	5,830.84 <sup>+</sup>	5,830.84	5,830.84
Dep Acumulada	0	2,029.61	4,059.23	6,088.84	6,174.84	6,260.84
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>6,690.84</b>	<b>4,661.23</b>	<b>2,631.61</b>	<b>602.00</b>	<b>516.00</b>	<b>430.00</b>
<b>Activos diferidos</b>						
Gastos pre-operacionales	2597.94	2597.94	2597.94	2597.94	2597.94	2597.94
Amortización acumulada		519.59	1039.18	1558.76	2078.35	2597.94
<b>Total Activos diferidos</b>	<b>2,597.94</b>	<b>2,078.35</b>	<b>1,558.76</b>	<b>1,039.18</b>	<b>519.59</b>	<b>0.00</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 15,078.51</b>	<b>\$ 13,128.97</b>	<b>\$ 19,281.12</b>	<b>\$ 23,647.25</b>	<b>\$ 30,646.75</b>	<b>\$ 37,720.63</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Pasivos Fijos</b>						
Ctas por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos por Pagar	0.00	41.69	2,792.32	3,123.74	4,129.29	4,499.71
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>0.00</b>	<b>41.69</b>	<b>2,792.32</b>	<b>3,123.74</b>	<b>4,129.29</b>	<b>4,499.71</b>
Deuda LP	10,554.96	8,481.70	6,389.75	4,278.93	2,149.07	0.00
<b>Total de Pasivos</b>	<b>\$ 10,554.96</b>	<b>\$ 8,523.39</b>	<b>\$ 9,182.06</b>	<b>\$ 7,402.67</b>	<b>\$ 6,278.36</b>	<b>\$ 4,499.71</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	4,523.55	4,523.55	4,523.55	4,523.55 <sup>+</sup>	4,523.55	4,523.55
Utilidad del Ejercicio	0	82.02	5,493.49	6,145.52	8,123.80	8,852.54
Utilidades Retenidas	0	0.00	82.02	5,575.51	11,721.03	19,844.84
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>\$ 4,523.55</b>	<b>\$ 4,605.57</b>	<b>\$ 10,099.06</b>	<b>\$ 16,244.58</b>	<b>\$ 24,368.39</b>	<b>\$ 33,220.93</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$ 15,078.51</b>	<b>\$ 13,128.97</b>	<b>\$ 19,281.12</b>	<b>\$ 23,647.25</b>	<b>\$ 30,646.75</b>	<b>\$ 37,720.63</b>

### 7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Dentro del estado de resultados se presentan los ingresos y costos, los cuales presentan la utilidad bruta de \$49,680.00, y una utilidad disponible de \$82.02.

## Gráfico 54: Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	55,200.00	58,207.08	61,377.96	64,721.59	68,247.36
<b>Total Ingresos</b>	<b>55,200.00</b>	<b>58,207.08</b>	<b>61,377.96</b>	<b>64,721.59</b>	<b>68,247.36</b>
Costo de ventas	5,520.00	5,820.71	6,137.80	6,472.16	6,824.74
<b>Total Costo de Ventas</b>	<b>5,520.00</b>	<b>5,820.71</b>	<b>6,137.80</b>	<b>6,472.16</b>	<b>6,824.74</b>
<b>(=)Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>49,680.00</b>	<b>52,386.37</b>	<b>55,240.17</b>	<b>58,249.43</b>	<b>61,422.63</b>
Gastos Sueldos y Salarios	30,777.20	34,053.76	35,415.91	36,832.55	38,305.85
Gastos Servicios Básicos	360.00	373.88	388.30	403.27	418.82
Gastos de venta y marketing	10,297.96	1,140.30	1,184.27	1,229.93	1,277.36
Gastos de Alquiler	3,561.60	3,917.76	4,309.54	4,740.49	5,214.54
Gastos Administrativos	1,920.00	1,994.04	2,070.93	2,150.78	2,233.71
Gastos de Depreciación	2,029.61	2,029.61	2,029.61	86.00	86.00
Gastos de Amortización	519.59	519.59	519.59	519.59	519.59
<b>(=)Utilidad Operativa</b>	<b>214.04</b>	<b>8,357.43</b>	<b>9,322.03</b>	<b>12,286.82</b>	<b>13,366.76</b>
Gastos Financieros	90.33	71.63	52.76	33.72	14.52
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>123.71</b>	<b>8,285.80</b>	<b>9,269.27</b>	<b>12,253.10</b>	<b>13,352.24</b>
Repartición Trabajadores	18.56	1,242.87	1,390.39	1,837.96	2,002.84
<b>(=) Utilidad antes Imptos Renta</b>	<b>105.15</b>	<b>7,042.93</b>	<b>7,878.88</b>	<b>10,415.13</b>	<b>11,349.41</b>
Impuesto a la Renta	23.13	1,549.45	1,733.35	2,291.33	2,496.87
<b>(=)Utilidad Disponible</b>	<b>\$ 82.02</b>	<b>\$ 5,493.49</b>	<b>\$ 6,145.52</b>	<b>\$ 8,123.80</b>	<b>\$ 8,852.54</b>

### 7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja presenta el flujo del dinero real dentro de la empresa; con una utilidad real de \$372.91 en el primer año y \$9,681.63 en el quinto año.

## Gráfico 55: Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Efectivo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad antes Imptos Renta	123.71	8,285.80	9,269.27	12,253.10	13,352.24
<b>(+) Gastos de Depreciación</b>	<b>2,029.61</b>	<b>2,029.61</b>	<b>2,029.61</b>	<b>86.00</b>	<b>86.00</b>
<b>(+) Gastos de amortización</b>	<b>519.59</b>	<b>519.59</b>	<b>519.59</b>	<b>519.59</b>	<b>519.59</b>
<b>(-) Inversiones en Activos</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>(-) Pago de Impuestos</b>	<b></b>	<b>41.69</b>	<b>2,792.32</b>	<b>3,123.74</b>	<b>4,129.29</b>
<b>(-) Variación Cuentas x Cobrar</b>	<b>2,300.00</b>	<b>125.29</b>	<b>132.12</b>	<b>139.32</b>	<b>146.91</b>
<b>Flujo Anual</b>	<b>\$ 372.91</b>	<b>\$ 10,668.02</b>	<b>\$ 8,894.03</b>	<b>\$ 9,595.63</b>	<b>\$ 9,681.63</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$ 372.91</b>	<b>\$ 11,040.93</b>	<b>\$ 19,934.96</b>	<b>\$ 29,530.59</b>	<b>\$ 39,212.22</b>

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

#### 7.6.2.1.1.1. TMAR

La TMAR tendrá un valor 12,93% porcentaje obtenido por medio de las fórmulas del CAPM Y CPPC.

Gráfico 56: TMAR

**CAPM  $K_e = R_f + B(R_m - R_f) + R_c$**

RF	1.28%
B	1.25
RC	6.87%
RM	8.55%
<b>Tasa del Accionista</b>	<b>17.24%</b>

% Capital propio	CP	30.00%
% Deuda Terceros	D	70.00%
Costo de Oportunidad (Riesgo del accionista)	COP	17.24%
Tasa de interés	i	11.09%
<b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</b>	<b>TMAR</b>	<b>12.93%</b>

**7.6.2.1.1.2. VAN**

El resultado del Valor Actual Neto es de \$11,193.61.

**7.6.2.1.1.3. TIR**

El valor final de la Tasa interna de retorno es del 34.44%

**7.6.2.1.1.4. PAYBACK**

El periodo de Recuperación de la inversión es de 30 meses o dos años y seis meses.

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

Con un aumento del 10% del precio de venta la TIR se dispara a 71.23% el VAN tiene un crecimiento superior a los 32 mil dólares.

Gráfico 57: Aumento del 10% en el PVU

<b>TMAR</b>		<b>12.93%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>32,599.95</b>
<b>TIR</b>		<b>71.23%</b>

Si los sueldos y salarios suben un 10% el proyecto se verá afectado, creando valores irreales en el VAN y la TIR.

**Gráfico 58:** Crecimiento del 10% en sueldos y salarios

<b>TMAR</b>		<b>12.93%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>-1,009.73</b>
<b>TIR</b>		<b>10.83%</b>

El crecimiento del 10% en el alquiler no afecta de forma compleja a los valores finales de control de crecimiento.

**Gráfico 59:** Crecimiento del 10% en gastos de alquiler

<b>TMAR</b>		<b>12.93%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>9,696.61</b>
<b>TIR</b>		<b>31.75%</b>

## 7.8. Razones Financieras

### 7.8.1. Liquidez

Los ratios de liquidez presentarán la fuerza de la empresa con sus activos frente a las deudas.

**Gráfico 60:** Liquidez

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ratios de Liquidez</b>					
<b>Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente</b>	153.3	5.4	7.0	7.2	8.3
<b>Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente</b>	108.2	4.7	6.4	6.7	7.9
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ 6,347.70	\$ 12,298.43	\$ 18,882.34	\$ 25,481.87	\$ 32,790.93
<b>Índice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)</b>	153	5	7	7	8

### 7.8.2. Gestión

La rotación de activos se refiere a la cobertura que tienen los activos durante la estabilidad de la empresa.

**Gráfico 61:** Ratios de Actividad - Gestión

<b>Ratios de actividad (Uso de Activos)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Rotación de Activos = Ventas / Activos</b>	4.2	3.0	2.6	2.1	1.8

### 7.8.3. Endeudamiento

Los ratios de apalancamiento presentan los porcentajes de la empresa en deudas, marcando el límite de deudas que la empresa puede mantener. Dentro del primer año es de 56% y al final 12% por cada dólar de activos. La cobertura de la deuda es de 4 veces en el quinto año de proyección

**Gráfico 62: Endeudamiento**

<b>Ratios de Endeudamiento</b>					
<b>Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo</b>	65%	48%	31%	20%	12%
<b>Pasivo Corriente / Pasivo</b>	0%	30%	42%	66%	100%
<b>Pasivo / Patrimonio</b>	1.9	0.9	0.5	0.3	0.1
<b>Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros</b>	2.4	116.7	176.7	364.3	920.9
<b>Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda</b>	1.2	5.9	5.1	5.4	5.5

### 7.8.4. Rentabilidad

Se presentan los ratios de rentabilidad los cuales pueden medir el crecimiento de los ingresos en todas sus calidades, para medir el ingreso utilitario o mejoramiento de la empresa, empezando con 24% y terminando con 35%, también se podrá evaluar la eficiencia de la inversión del capital de los inversionistas que representa un crecimiento de 56% al 39%

**Gráfico 63: Rentabilidad**

<b>Ratios de Rentabilidad</b>					
<b>Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas</b>	90%	90%	90%	90%	90%
<b>Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas</b>	0%	14%	15%	19%	20%
<b>Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas</b>	0%	14%	15%	19%	20%
<b>ROA = Utilidad Neta / Activos</b>	1%	43%	39%	40%	35%
<b>ROE = Utilidad Neta / Patrimonio</b>	3%	82%	57%	50%	40%

## 7.9. Conclusión del Estudio Financiero

Una vez se concluye con el estudio financiero de la presente propuesta, se podrá concluir que es atractiva financieramente, el nivel económico y control tributario se puede decir que la empresa está creando y manejando un servicio altamente rentable para sí misma, crece a través del tiempo y cumple con las deudas pautadas, mediante el VAN que se estableció que la propuesta es de \$11,193.61, con la TIR de 34.44%, es escalable porque TIR que sobrepasa a la TMAR con más una TMAR de 12,93%

La inversión solicitada es de \$15,078.51 la cual se recuperará en aproximadamente dos años y seis meses, siendo también sostenible en el mercado por poseer precios competitivos en el mercado.

Dentro del análisis de sensibilidad se pudo observar cambios en las variables como podrían afectar la rentabilidad de la propuesta.

# CAPÍTULO 8

## PLAN DE CONTINGENCIA

## CAPÍTULO 8

### 8. Plan de contingencia

#### 8.1. Principales riesgos

BabysitterToGo, al ser una empresa que demanda cuidados y responsabilidad, se pueden identificar diversos riesgos.

**Riesgo con los clientes:** En algún momento el servicio mediante plataforma no sea caracterizado como innovador y prefieran conseguir niñeras mediante una agencia de trabajo.

**Riesgo de mal uso de información por parte de los clientes y usuarios,** Ambos podrían ingresar a la plataforma Web y poder hackear, teniendo así datos personales, referencias y más, causando daños a la integridad, robos y fraudes.

**Insatisfacción de clientes y usuarios,** al momento de utilizar la plataforma y el servicio, siendo este innovador en el mercado, no cumpliendo o satisfaciendo los estándares esperados.

**Capacidad instalada,** niñeras no disponibles en momentos inesperados que hayan solicitado los usuarios

**Riesgo de abusos o robos,** padres de familia como niñeras están expuestos a cualquier tipo de adversidad, calamidad, robos o maltratos, por ambas partes.

#### 8.2. Monitoreo y control del riesgo

La empresa ha considerado como monitoreo y control de riesgo que podrían presentarse:

**Riesgo con los clientes:** Se mantendrá en contacto los clientes y usuarios realizando encuestas, valoración, grado de interés y sugerencias de cómo se podría mejorar como empresa de servicios mediante una plataforma.

**Riesgo de uso de información con los clientes y usuarios,** la información obtenida por medio de la plataforma estará almacenada en la nube, de manera encriptado, el ingeniero en sistemas estará a cargo de actualizar el gestor de contenidos y el mantener actualizada la plataforma para poder tener mejor control con los datos personales de padres de familia y niñeras.

**Insatisfacción de clientes y usuarios:** Luego de adquirir el servicio, niñeras y padres de familia, tendrán que escribir cierta reseña de experiencia o simplemente una puntuación de cómo se sintieron con el servicio adquirido

**Capacidad instalada,** Para mayor organización de niñeras con padres de familia, los padres tendrán que solicitar a la niñera con 2 a 3 horas de anticipación para mejor servicio y organización

**Riesgo de abusos o robos,** Niñeras están expuestas a cualquier tipo de maltrato o abuso, y para poder asegurar su seguridad y bienestar, tendrán un seguro personales de vida, el cual estará vigente hasta el tiempo del contrato firmado por parte de ellas, como medio de seguro de accidentes personales, salud o enfermedad y por parte de los padres de familia, al momento de querer estar seguros que una persona totalmente desconocida ingrese a sus hogares, la empresa BabysitterToGo tendrá un seguro de daños o patrimoniales, en la cual la empresa responde por alguna pérdida o robo dentro de las horas por contratación del servicio de la niñera dentro del monto establecido por el seguro.

### **8.3. Acciones Correctivas**

Se llevaran a cabo las siguientes acciones correctivas para los riesgos que podrían presentarse durante el uso de la plataforma y servicio.

**Riesgo con los clientes:** La felicidad y satisfacción de los clientes y usuarios es primordial de una empresa para poder mantener la fidelización de ellos, se tratará de incentivar y motivar a clientes y usuarios constantemente

**Riesgo de uso de información con los clientes y usuarios,** se tendrá que encriptar la información mediante la plataforma.

**Insatisfacción de clientes y usuarios:** Se lanzará actualizaciones y novedades para seguir engancharo al cliente y usuario mejorando la plataforma

**Capacidad instalada,** tratar de permanecer por lo menos con niñeras que estén con una disponibilidad 24/7 para un mejor servicio a padres de familia.

**Riesgo de abusos o robos,** la contratación de seguros para poder garantizar la seguridad y bienestar de padres de familia y niñeras, es una de las principales garantías y modalidades de fidelizar y mantener al cliente y usuario junto a BabysitterToGo.

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

## CAPÍTULO 9

### 9. Conclusiones

- BabysitterToGo realizó un estudio de mercado en el cual se pudieron determinar, las necesidades, preocupaciones y requerimientos a la industria de cuidados a niños, ya sea de padres de familia y mujeres que no han podido desarrollarse laboralmente como niñeras, en la que fue creada y desarrollada la empresa BabysitterToGo; está fue diseñada para optimizar el tiempo de búsqueda, ya sea de trabajo y de servicio de niñeras, bajo el respaldo de una empresa que brinde y garantice seguridad de las personas al momento de contratar un servicio de niñeras mediante una plataforma entregando a los clientes y usuarios el mejor servicio de conexiones de trabajo.

- La propuesta opera bajo una plataforma web, en la que, cualquier persona con teléfono inteligente podrá ingresar para obtener información, conocer el servicio y poder utilizarlo, siendo éste de fácil uso, se manejará la captación nuevos clientes y usuarios, creando el posicionamiento la marca de la empresa con la creación de un plan de marketing, el cual está diseñado para alcanzar los objetivos específicos de la empresa.

- La razón social de la empresa es BabysitterToGo S.A. en la que brindará sus servicios a todo Guayaquil para luego expandirse por todo el Ecuador.

- Luego de un estudio de mercado se logró denominar como una industria de servicios de cuidados de niños mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil, estableciendo clientes y usuarios con estrato medio, medio-alto, desde 20 a 50 años de edad que residan en la ciudad de Guayaquil.

- La auditoría de mercado fue establecida con una estrategia de diferenciación.

- Se realizó planes operativos cuidando y asegurando el bienestar de clientes y usuarios.

- Se implementaron diferentes políticas de calidad en la que se tendrá que cumplir al pie de la letra para mantener un orden y el prestigio de la empresa

- Los precios establecidos de las niñeras es de \$100 por suscripción por mes, mediante contrato indefinido, y los clientes con un precio de \$7 la hora en el día y \$9 la hora en las noches.

- La competencia dentro de la ciudad de Guayaquil es mínima, por ejemplo el contrato individual de niñeras dentro de la ciudad.

- TMAR de 12.93%
- TIR, con 34.44%
- VAN, \$11,193.61
- Tiempo de inversión es de 30 meses

# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

## CAPÍTULO 10

### 10.Recomendaciones

Para la propuesta de tomarán las siguientes recomendaciones:

- Para los clientes y usuarios, se brindará seguridad y la empresa se responsabilizará, tomando en cuenta los posibles riesgos que podrían efectuarse durante el uso de la plataforma y servicio, la empresa asumirá y se responsabilizará de posibles riesgos que estén estipulados en las normas internas y contratos.

- Para los clientes y usuarios, mantener un buen servicio en todo momento y crear y mantener una buena reputación y prestigio de la empresa.

- Para la empresa se desarrollará y se mantendrá la plataforma de servicio de niñeras con información actualizada para poder mantener al cliente y usuario informado.

- Para la empresa, las políticas de calidad deberán ser cumplidas de manera que la empresa se comprometa a brindar seguridad a las personas, el manejo de la información personal adquirida por parte de clientes y usuarios.

- Para la empresa se llevará a cabo campañas publicitarias a través de las redes sociales para poder diferenciarse de la competencia indirecta y seguir siendo la empresa pionera en servicios de cuidados mediante una plataforma.

# CAPÍTULO 11

## FUENTES

## CAPÍTULO 11

### 11. Fuentes

- Mutis, J., & Ricart, J. E. (2008). Innovación en modelos de negocio: La Base de la Pirámide como campo de experimentación.
- Alba. (2018). Obtenido de <http://alba-app.com/get/>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. En G. Armstrong, & P. Kotler. México: Decimoprimer edición .
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. En G. Armstrong, & P. Kotler. México: Decimoprimer edición.
- Asamblea Constituyente . (2008). *Asamblea Constituyente* . Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador . (2010). *Asamblea Nacional del Ecuador* . Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/es/institucion/nosotros/nosotros>
- Banco Mundial. (Septiembre de 2013). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/09/10/how-icts-are-expanding-job-opportunities>
- Bucarini, H. (2004).
- Canva. (2018). *Canva*. Obtenido de <https://www.canva.com/>
- Cassirer, H. y. (2010). Soluciones para el cuidado infantil en el lugar de trabajo.
- CountryMeters. (2018). *CountryMeters*. Obtenido de <http://countrymeters.info/es/Ecuador>
- Ekos. (31 de Octubre de 2017). *Business Culture*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=9813>
- Española, R. A. (2017). Obtenido de <http://www.rae.es/>
- Gabriel, B., Márquez, P., & Ezequiel, R. (2010). Negocios inclusivos: Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica.
- Galeano, S. (1 de Febrero de 2018). *Marketing 4 commerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo-2017/>
- Hernández, Fenández, & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*.
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial Guayas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

Inec. (2011). *Inec*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/11220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/11220_NSE_Presentacion.pdf)

Inec. (7 de Marzo de 2014). *Inec*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-mujer-ecuatoriana-en-numeros/>

Inec. (16 de Mayo de 2014). *Inec*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>

INEC. (20 de Julio de 2016). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-cinco-anos-se-quintuplicaron-los-usuarios-de-telefonos-inteligentes/>

Inec. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones(TIC´S) 2016*. 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)

INEC. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018\\_Presentacion\\_M\\_Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf)

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2018). Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>

Invernadero . (2018). *Invernadero*. Obtenido de <https://invernadero.ec/>

Jora. (2018). *Jora*. Obtenido de <https://ec.jora.com/>

Kundel. (1991).

Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal Berenguer, E. (2010). *MonTI. Monografías de Traducción e interpretación*. Alicarte, España.

Ley de comercio electrónico , firmas electrónico y mensajes de datos . (2002). *Ley de comercio electrónico , firmas electrónico y mensajes de datos* . Obtenido de [https://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley\\_de\\_Comercio\\_Electronico.pdf](https://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley_de_Comercio_Electronico.pdf)

Ley de Compañías . (2014). Obtenido de [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Orozco, J. (2011). *Diseño y construcción de marca a través de medios ATL y BTL*.

Paz, P. (2005). *Los códigos de ética laboral* .

- Polo, D. (2013). *Emprendedor fácil* . Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/es/ciclo-de-vida-de-un-producto-y-sus-etapas/>
- Rada, M. R. (2009). estrategia empresarial basada en tecnologías de información y comunicaciones.
- Reyes, G. (2018). Teoría de la Modernización.
- Rodriguez, A. (2010). Revista científica Pensamiento y Gestión.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2004). *Metodología de la investigación*.
- Sánchez, P. A., Ceballos, F., & Sánchez, G. (2015). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación.
- Sandhusen, R. (2016). *Mercadotecnia*. Continental.
- Sanjuro, B. (2004). El cuidado de niños: un nicho laboral para las inmigrantes y un “deber moral” para los abuelos.
- Santos, D. d. (1994). Guía de gestión de la pequeña empres. Plan de Negocio.
- Secretaría de Educación Pública . (2013). *Modelo de Atención con Enfoque Integral para la Educación Inicial*. Recuperado el 2013, de [http://www.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/mex\\_-educacion\\_inicial.pdf](http://www.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/mex_-educacion_inicial.pdf)
- Segura, A. S. (1994). La rentabilidad economica y financiera de la gran empresa Española. Análisis de los factores determinantes .
- Semplades. (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)
- SINDE. (2015). *SINDE*. Obtenido de <http://www.ucsg.edu.ec/sinde/>
- Sittercity. (2018). Obtenido de <https://www.sittercity.com/>
- SNI. (2017). *sni.gob.ec*. Obtenido de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Sparano, H. (2014). EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE PROYECTOS.
- StarOfService. (2018). *StarOfService*. Obtenido de <https://www.starofservice.ec/>
- StarOfService. (2018). *StarOfService*. Obtenido de <https://www.starofservice.ec/>
- Stevenson. (2000).
- Superintendencia de compañías, valores y seguros . (2014). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvsv/>

- Triana, A. &. (2010). Patrones de crianza y cuidado de niños y niñas en Boyacá. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*.
- UCSG. (2017). Obtenido de <http://www.ucsg.edu.ec/>
- Ugalde, A. (2018). La Política de Atención al Cliente.
- Valdez, D. R. (2016). La Sociedad o Compañía Anónima.
- Valdéz, L. (02 de Octubre de 2017). *Diferencia entre PLATAFORMA y PAGINA WEB*. Obtenido de <https://www.mindmeister.com/es/843984841/diferencia-entre-plataforma-y-pagina-web>
- Villarán, K. W. (2009). Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio .
- Vives, L. (2009). Revista de Responsabilidad Social de la Empresa.
- Wix. (2018). Obtenido de <https://www.wix.com/dashboard/c273ef74-3713-4294-8e35-0421d56c4d4b/home>
- Zolver. (2018). Obtenido de <https://zolvers.com/>

# CAPÍTULO 12

ANEXOS

## CAPÍTULO 12

### 12. Anexos

#### 12.1 Modelo de encuesta a usuarios

##### Modelo de encuestas a usuarios

- **¿Cuál es tu género?**
  - Hombre\_\_\_\_\_
  - Mujer \_\_\_\_\_
- **¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil reside?**
  - Norte\_\_\_\_\_ Sur\_\_\_\_\_ Centro\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_
- **¿Tiene usted hijos?**
  - SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_
- **¿Cuál es el rango de edad de su hijo?**
  - 0-8 meses de edad\_\_\_\_\_ 9-11 Meses\_\_\_\_\_ 1-3 Años\_\_\_\_\_ 4-6 Años\_\_\_\_\_
  - 7-9 Años\_\_\_\_\_
  - 10-12 Años\_\_\_\_\_ Mayor a 13 Años\_\_\_\_\_
- **¿Quién suele por lo general cuidar a su hijo mientras usted no está en casa?**
  - Familiar: \_\_\_\_\_ Vecino\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_
- **En que rango de horario necesitaría una persona para el cuidado de su hijo**
  - Mañana\_\_\_\_\_ Tarde\_\_\_\_\_ Noche\_\_\_\_\_
- **¿Con que frecuencia necesitaría o solicitaría usted una niñera?**
  - Diariamente \_\_\_\_\_
  - Por Horas \_\_\_\_\_
  - Semanalmente\_\_\_\_\_
  - Permanentemente\_\_\_\_\_
  - Nunca\_\_\_\_\_

- **¿Contrataría usted una niñera certificada y especializada en cuidados de niños por horas?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

PORQUE\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de cuidado de niñeras por hora en el día?**

Día:     \$7             \$8

Noche: \$9             \$10

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Luna Muñoz, Carla Antonella** con C.C: # **0925301392** autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe** 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, **10 de Septiembre del 2018**

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

Nombre: **Luna Muñoz, Carla Antonella**

C.C: **0925301392**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Propuesta para la creación de una empresa que ofrezca servicio de cuidado infantil mediante una plataforma en la ciudad de Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b>	Luna Muñoz, Carla Antonella		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, MBA		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Emprendimiento		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de septiembre del 2018	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	127
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Administración y negocios		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Nannies, parents, web platform, strategy, security, entrepreneurship		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>The main idea of the creation of the present proposal that provides infant care service through a platform in the city of Guayaquil was developed to analyze its viability, setting financial and strategic objectives, in order to know the acceptance of the people to the initiative.</p> <p>Within the proposal, it was considered to classify two different groups, clients and users; the clients are the nannies, which can be subscribed when entering the platform, fulfilling all the requirements, qualities and aptitudes, to be able to verify as a nanny of the company, the users, are the parents that need and require the service of care of nannies, both groups were necessary for the theft of information on how they could manage the market and they will have the facility to use social networks and platforms as a means of direct communication with the company.</p> <p>The BabysitterToGo platform will be available for the entire country, the offices located at Victor Emilio 1021 and Jiguas</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-990376480	<b>E-mail:</b> carlalunamunoz@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Zumba Córdova, Rosa Margarita		
	<b>Teléfono:</b> +593-994131446		
	<b>E-mail:</b> rosa.zumba@cu.ucsg.edu.ec		
<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>			