

Pamela Stefanía Villarreal Canelos

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA AGENCIA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CUIDADO INFANTIL EN EL HOGAR / A DOMICILIO, BAJO LA MODALIDAD DE ATENCIÓN PERMANENTE Y CUIDADOS INTEGRALES PARA FAMILIAS DEL NORTE DE QUITO Y VALLES ALEDAÑOS.

Trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios especialización mayor Finanzas, menor en Marketing

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

Quito, Febrero 2012

VILLARREAL, Pamela Stefanía, Estudio de Factibilidad de una Agencia dedicada a brindar Servicios de Cuidado Infantil en el Hogar / A Domicilio, bajo la modalidad de atención permanente y Cuidados Integrales para Familias del Norte de Quito y Valles aledaños. Quito: Universidad del Pacífico, 2012, 212p. Director: Eco. Elizabeth Arroyo (Trabajo de Conclusión de Carrera – TCC presentado a La Facultad de Negocios de La Universidad del Pacífico).

Resumen: Determinar la factibilidad de una Agencia de Cuidado Infantil que ofrece los Servicios de Colocación Inmediata de Niñeras, ya sea Temporales (Por Horas), o Permanentes. La Empresa ofrece los Servicios de Supervisión, Estimulación, Juego, Cuidado, Acompañamiento y Atención a Niños Pequeños. El Proyecto es una Solución Inteligente a la problemática que tienen las familias en el Cuidado de los Niños. Se determina Estrategias propicias para lograr su ingreso exitoso al Mercado, se prevé su Comportamiento Económico a lo largo de la vida útil del Proyecto.

Palabras Claves: Cuidado Infantil, Niño, Entorno Familiar, Relación Agencia – Familia.

AGRADECIMIENTO

Te haré entender y te enseñaré el camino en el que debes andar, sobre ti fijaré mis ojos.

Salmo 32:8.

La presente investigación ha sido resultado de la perseverancia y el esfuerzo constante para alcanzar una de mis principales metas académicas. Hoy puedo ver con gran alegría la grata consecuencia de la dedicación y el empeño, el sacrificio y la voluntad de lograr mis objetivos.

Este estudio ha sido posible gracias a Dios, quien me ha iluminado con su sabiduría en cada paso que he dado, él ha sido mi fuerza y mi soporte cuando he creído desmayar, me ha sustentado para seguir adelante y hasta hoy puedo decir que todo lo que soy es gracias a Él a ese gran Dios de Amor, que de seguro continuará conmigo hasta el fin de mis días. Gloria a ti mi Señor.

Dios ha sido infinitamente generoso conmigo y ha puesto aquí en la tierra un ángel en su representación, ese ángel es mi madre Patricia Canelos, quien ha sido sumamente importante durante todo este proceso. Ella ha sido mi inspiración y a ella le agradezco todas sus enseñanzas y la enorme paciencia que ha tenido para mí. Madre, tu eres un ejemplo de lucha y tenacidad, gracias por estar siempre junto a mí y apoyarme en esta investigación que también es tuya. Este logro es de ambas y es el premio a tu valentía y el reconocimiento a tu excelencia como persona y madre.

Finalmente, quisiera agradecer a todas las personas que han contribuido de manera sustancial al desarrollo de mi tesis como familiares, profesores, funcionarios públicos y personas en general. Gracias y mil bendiciones para ustedes.

Pamela

DEDICATORIA

Quisiera dedicar con infinito amor este Trabajo de Conclusión de Carrera, a Dios quien es mi baluarte y fortaleza, a mi Madre por su gran valor como ser humano y ejemplo de lucha, a mi Abuelita Alicia Naranjo por apoyarme, a mis familiares por su ayuda incondicional.

En especial quisiera dedicar este trabajo, como sentido homenaje a mi Abuelito Eduardo Canelos, porque se cuanto esperaba este momento y cuan orgulloso se sentiría al ver a su nieta obtener su Título Profesional. Abuelito este trabajo va con todo mi cariño para ti.

Pamela

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

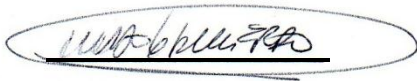
Yo, Pamela Stefanía Villarreal Canelos, declaro ser la autora exclusiva de la presente investigación. Esta es original y auténtica, basada en criterios propios sustentados con escritos y documentos legítimos que se encuentran debidamente citados con sus respectivas referencias bibliográficas.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pamela', is written over a solid horizontal line.

Pamela Villarreal C.

C.I. 172077826-3

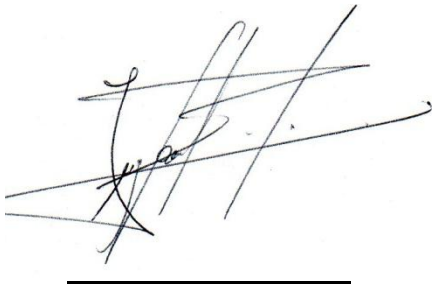
TRIBUNAL

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is cursive and appears to read 'M. Andrade'.

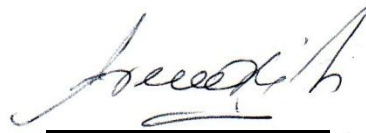
Dra. María Andrade

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Eco. Elizabeth Arroyo

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'M' and 'B' with a long horizontal stroke extending to the right.

Ing. Mauricio Basabe Dr. (c)

A handwritten signature in black ink, with a cursive style and a long horizontal stroke at the bottom.

Eco. Alberto Reinoso

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	I
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	V
TRIBUNAL.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
ANÁLISIS SITUACIONAL	3
1.1. ANÁLISIS EXTERNO	3
1.1.1. Macroambiente	4
1.1.1.1. Factor Económico	4
1.1.1.2. Factor Político y Legal	9
1.1.1.3. Factor Demográfico	10
1.1.1.4. Factor Social.....	14
1.1.2. Microambiente	18
1.2. ANÁLISIS INTERNO.....	25
1.2.1. Estructura Organizacional	25
1.2.2. Estructura de Mercado.....	26
1.2.3. Producto / Servicio	27
1.2.4. Precios	27
1.2.5. Recursos de Capital	27
CAPÍTULO II	29
ESTUDIO DE MERCADO	29

2.1. ANTECEDENTES	29
2.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	30
2.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA	30
2.3.1. Población	30
2.3.2. Muestra	34
2.4. DISEÑO DE LA ENCUESTA	35
2.4.1. Aplicación y Análisis de la Encuesta	35
2.5. FUENTES PRIMARIAS ADICIONALES	53
2.5.1. Entrevistas	54
2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	55
2.6.1. Estructuración de la Demanda	55
2.6.2. Demanda Actual del Servicio	57
2.6.3. Proyección de la Demanda	58
2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA	62
2.7.1. Tipo de Oferta	62
2.7.2. Datos Históricos de la Proyección de la Oferta	62
2.7.3. Oferta Actual	64
2.7.4. Proyección de la Oferta	65
2.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	66
2.8.1. Análisis de la Demanda Insatisfecha Captada por el Proyecto	67
2.9. ANÁLISIS DE PRECIOS	68
2.9.1. Precios Históricos y Actuales	68
2.9.2. Métodos para Fijar los Precios	69
2.10. ANÁLISIS FODA	70
2.10.1. Identificación de Fortalezas	70
2.10.2. Identificación de Oportunidades	71
2.10.3. Identificación de Debilidades	71

2.10.4. Identificación de Amenazas.....	71
2.11. ESTRATEGIAS DE SERVICIOS.....	72
2.11.1. Las Cuatro P's del Marketing	72
2.11.1.1. Estrategias de Producto.....	72
2.11.1.2. Estrategias de Precios.....	77
2.11.1.3. Estrategias de Plaza	81
2.11.1.4. Estrategias de Promoción	82
2.11.1.5. Implementación y Control.....	90
CAPÍTULO III.....	91
ESTUDIO TÉCNICO	91
3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	91
3.1.1. Macrolocalización	91
3.1.2. Microlocalización	94
3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	95
3.2.1. Tamaño del Local.....	95
3.2.1.1. Capacidad Instalada	95
3.2.2. Tamaño de la Inversión del Proyecto.....	95
3.2.3. Estimación de Costos.....	97
CAPÍTULO IV	101
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	101
4.1. FORMULACIÓN DE LA EMPRESA	101
4.1.1. Definición del Nombre Comercial de la Empresa	101
4.1.2. Definición del Negocio	102
4.1.3. Tipo de Empresa	102
4.2. REQUISITOS Y TRÁMITES LEGALES.....	103
4.2.1. Base Legal.....	103
4.2.1.1. Titularidad de la Propiedad de la Empresa	103

4.2.2. Requisitos de Funcionamiento	106
4.2.2.2. Tipo de Empresa (Sector, Actividad)	107
4.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA	109
4.3.1. Misión.....	109
4.3.2. Visión	110
4.3.3. Valores y Políticas	112
4.3.4. Estrategias Empresariales	116
4.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	119
4.4.1. Organigrama Estructural	119
4.4.2. Descripción de los Puestos de Trabajo.....	120
CAPÍTULO V	125
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	125
5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA	125
5.2. PRESUPUESTOS	126
5.2.1. Presupuestos de Inversión.....	126
5.2.1.1. Inversiones en Activos Fijos	126
5.2.1.2. Inversiones en Activos Intangibles (Diferidos)	128
5.2.2. Cronograma de Inversiones	130
5.2.3. Presupuesto Operacional	132
5.2.4. Financiamiento.....	146
5.3. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	150
5.3.1. Balance de Pérdidas y Ganancias	150
5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA	157
5.4.1. Cálculo de la Tasa Mínima de Retorno TMAR de la Inversión	157
5.4.3. Cálculo del Valor Actual Neto VAN de la Inversión	159
5.4.4. Cálculo de la Relación Beneficio / Costo de la Inversión	161
5.4.6. Punto de Equilibrio del Proyecto.....	164

CAPÍTULO VI	171
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	171
6.1. CONCLUSIONES	171
6.2. RECOMENDACIONES	173
BIBLIOGRAFÍA	174
LINKOGRAFÍA	176
ANEXOS	177
ANEXO “A”	177
FORMULARIO DE ENCUESTA	177
ANEXO “B”	179
ENTREVISTAS	179
ANEXO “C”	187
ANÁLISIS DE LA OFERTA	187
ANEXO “D”	195
IMÁGENES	195
ANEXO “E”	198
CONTRATO DE TRABAJO NIÑERAS	198
ANEXO “F”	200
CONTRATO FAMILIAS	200
ANEXO “G”	203
FORMULARIO COMPINA	203

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto se trata de una Agencia que ofrece los Servicios de Colocación Inmediata de Niñeras, ya sea Temporales (por Horas) o Permanentes. La Empresa ofrece los Servicios de Supervisión, Estimulación, Juego, Cuidado, Acompañamiento y Atención a Niños Pequeños.

El Proyecto aspira determinar la Factibilidad Económica de invertir en una Agencia de Colocación Inmediata de Niñeras en los hogares de la ciudad de Quito. Lo que se busca, es satisfacer las necesidades que tienen las Familias cuando no pueden cuidar a sus niños, asistiendo con el Servicio propuesto por medio de una persona totalmente calificada y garantizada.

La propuesta de éste Proyecto no sólo ofrecerá la posibilidad de trabajar a la mujer que lo desea, favoreciendo su tranquilidad mental; sino que se enfocaría de manera fundamental, en mantener los valores éticos y morales en los niños que se ven seriamente afectados, principalmente cuando los papás se ven obligados a dejar el hogar para obtener el sustento diario.

INTRODUCCIÓN

Debido a que el mercado para este tipo de servicios, aún no se encuentra saturado y está en etapa de incubación (dato obtenido de un artículo de análisis de la revista Líderes), constituye una oportunidad para la posible existencia de un nicho de mercado para este tipo de Agencias, cabe anotar que esta referencia solo está planteada como una proposición. Es así, que la preocupación de las familias por el bienestar de sus niños, parte fundamental de sus hogares, genera en sus mentes muchas dudas y expectativas al no saber en qué manos dejar el cuidado de sus hijos ante la necesidad de separarse de ellos por el transcurso de varias horas por motivos, ya sean de trabajo, distracción, emergencias, etcétera; esta situación generaría la demanda del servicio.

Por lo tanto, es primordial determinar los distintos aspectos que favorecerían en la elaboración y diseño de estrategias puntuales de marketing; las cuales deben ir a la par de los costos que se han proyectado y permita obtener los flujos de ingresos esperados para el horizonte de planeación del Proyecto, tratando de alcanzar las metas generales de crecimiento rentable.

Basado en ello, el Proyecto se lo ha estructurado de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se ubica el Análisis Situacional que contiene el Análisis Externo en donde se describe el Macroambiente y Microambiente que rodea el proyecto, así como también, se realiza el Análisis Interno, que contiene la Capacidad Organizacional, Financiera, Productiva y Competitiva.

El Capítulo II, lleva por título Estudio de Mercado, en el cual se hace referencia a la definición del Producto/o Servicio, determinación de la Población y Muestra, diseño de la Encuesta, análisis de la Demanda, análisis de la Oferta, cálculo de la Demanda Insatisfecha, análisis FODA y determinación de la Estrategia de Servicios – Marketing Mix.

El Capítulo III, contiene el Estudio Técnico, en donde se describe la Localización, el Tamaño y la Ingeniería del Proyecto.

En el Capítulo IV, se encuentra el Estudio Organizacional y Legal, el mismo que se refiere a los Requisitos Legales, Estructura Organizacional y Direccionamiento Estratégico de la Empresa.

En el Capítulo V, se encuentra el Estudio Financiero para la Implementación del Proyecto.

Finalmente en el Capítulo VI, se establecen las Conclusiones y Recomendaciones, así como también la bibliografía y anexos del proyecto.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1. ANÁLISIS EXTERNO

El Análisis Externo permite identificar los factores exógenos, de la organización, que condicionan su desempeño, tanto en sus aspectos positivos (Oportunidades), como negativos (Amenazas).¹

Por lo tanto, el Análisis Externo permitirá que este Proyecto de crear una Agencia de Cuidados Infantiles a domicilio, en el sector Norte y Valles aledaños de Quito, identifique y defina las diferentes oportunidades que podrían beneficiar a la misma a corto y largo plazo; como también aquellas amenazas que signifiquen actualmente un obstáculo en el desarrollo normal de sus operaciones dentro de la ciudad de Quito, para lo cual se expondrán estrategias ofensivas y defensivas.

Las Fuerzas Externas para este Proyecto, se dividen en dos etapas definidas como: Macroambiente y Microambiente, en donde se identificará aquellas Amenazas y Oportunidades, que contendrán aquellos factores que identificarán el medio ambiente en que va a operar la empresa, si se llegase a consolidar su factibilidad real, durante un periodo de seis años (2010-2015).

¹ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 115

1.1.1. Macroambiente

El Macroambiente se constituye por las Fuerzas Externas que tienen influencia directa o indirecta en la empresa.² Para este proyecto, se analizarán el Factor Económico, Factor Demográfico, Factor Cultural, Factor Político y Legal y Factor Educativo.

1.1.1.1.Factor Económico

El Factor Económico permite analizar los factores que afectan el Poder de Compra y los Patrones de Gasto de los Compradores.³ Este Factor permite conocer las principales Tendencias Económicas, en el Ingreso como en los Patrones de Gasto de los Consumidores.

Para el presente Proyecto de crear una Agencia de Cuidado Infantil para niños de 1 a 8 años de edad, se tomarán en cuenta los siguientes Indicadores del año 2010:

- Inflación 2010
- Tasas de Interés 2010
- Riesgo País 2010

1.1.1.1.1. Inflación

La Inflación se define como un desequilibrio económico caracterizado por un alza duradera de los Precios.⁴ La Inflación produce un efecto de pérdida de valor de la moneda nacional, en consecuencia la Inflación, reduce las expectativas de estabilidad futura. A continuación se describe las tablas de Inflación del año 2010, hasta la presente fecha.

² PHILIP Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Pág. 28

³ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. No 30

⁴ CHIAVENATO Adalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Pág. 15

Tabla 1.1
Inflación 2009-2011

MESES	AÑOS		
	2009	2010	2011
ENERO	8,36%	4,44%	3,17%
FEBRERO	7,85%	4,31%	3,39%
MARZO	7,44%	3,35%	3,57%
ABRIL	6,52%	3,21%	3,88%
MAYO	5,41%	3,24%	4,23%
JUNIO	4,54%	3,30%	4,28%
JULIO	3,85%	3,40%	4,44%
AGOSTO	3,33%	3,82%	4,84%
SEPTIEMBRE	3,29%	3,44%	5,39%
OCTUBRE	3,50%	3,46%	5,50%
NOVIEMBRE	4,02%	3,39%	5,53%
DICIEMBRE	4,31%	3,33%	5,41%

Fuente: BCE, Estadísticas, 2011

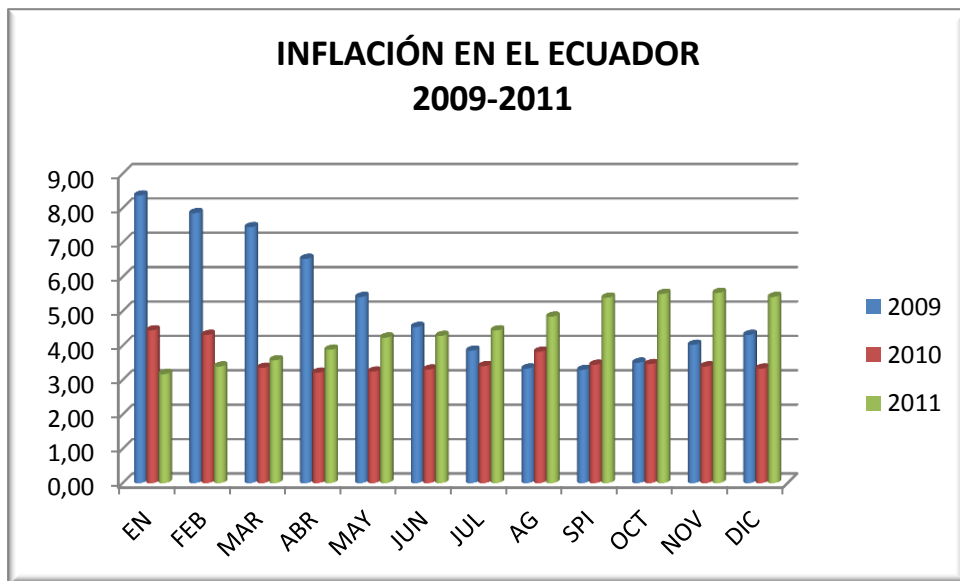
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

La Inflación a Diciembre de 2011 es de 5,41%, que fue más alta con respecto al año 2010, que fue de 3.33%. Esto se debió al incremento de precios de la canasta de bienes y servicios, en especial de los “Alimentos y bebidas no alcohólicas”. Dicho incremento se debió en su mayor parte a factores externos de la economía local, pues los indicadores internacionales habían disparado los precios de cotización en Bolsa de Commodities como el trigo (61%) y maíz (41%).⁵

La disminución de la inflación durante todo el año 2010, significa una OPORTUNIDAD MEDIA, para este tipo de Agencias o Empresas de Cuidados Infantiles, ya que los precios de venta a los Padres de Familia, tienden a la baja, y la capacidad de pago y demanda insatisfecha aumenta, dando oportunidad a que nuevas empresas y negocios de este tipo ingresen al mercado competitivo, ofreciendo una rentabilidad segura para sus propietarios.

⁵ INEC, Estadísticas, 2011

Figura 1.1
Proyección de la Inflación en el Ecuador 2009-2011



Fuente: BCE, Estadísticas, 2011
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

1.1.1.1.2. Tasas de Interés

La Tasa de Interés es el rendimiento producido por la unidad de capital en la unidad de tiempo. Las Tasas de Interés del mercado se utilizan para ayudar a tomar decisiones de producción y de inversión de capital. Al igual que cualquier precio del mercado, las Tasas de Interés están determinadas por la Oferta y la Demanda de Fondos.⁶

Existen dos tipos de Tasas de Interés, que son Activas y Pasivas. Las Tasas de Interés Activas son aquellas que se aplican cuando cualquier banco del país otorga préstamos a terceros, y las Tasas de Interés Pasivas, son aquellas que se utilizan cuando el banco ha recibido por concepto de préstamos y a su vez tienen que cancelar sus obligaciones por dicho préstamo a terceros.

⁶ CHIAVENATO Adalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Pág. 15

Para este estudio se utilizarán las Tasas de Interés Activas y Pasivas del año 2010, que en promedio, a nivel general de los Bancos privados es del 11,23% anual, para créditos empresariales, pequeñas y medianas empresas.

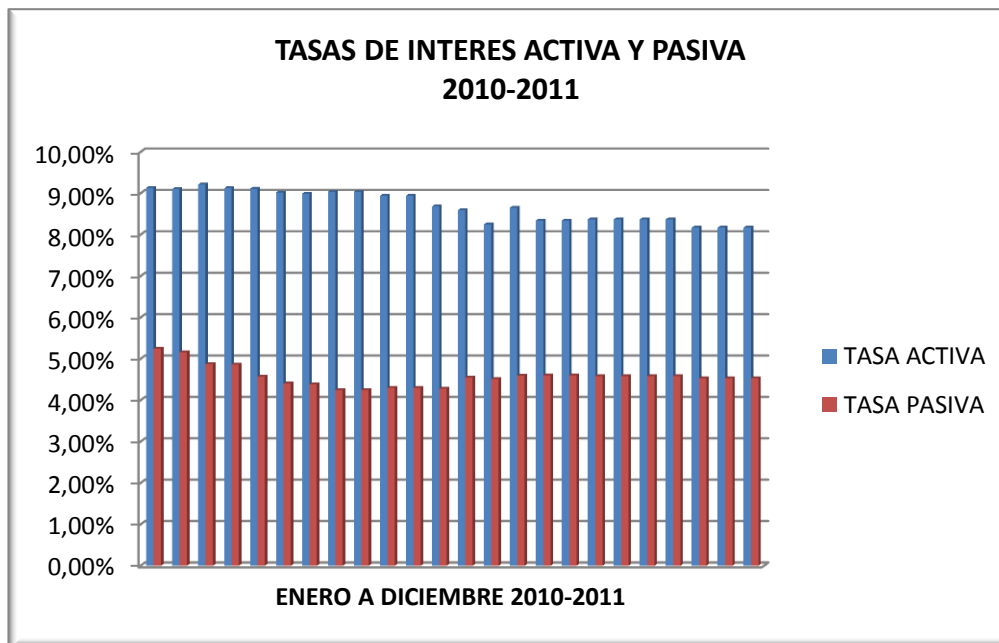
Tabla 1.2
Tasas de Interés Activas y Pasivas Año 2010 – 2011

TASAS DE INTERES ACTIVAS Y PASIVAS		
MESES	ACTIVAS	PASIVAS
Enero-31-2010	9,13%	5,24%
Febrero-28-2010	9,10%	5,16%
Marzo-31-2010	9,21%	4,87%
Abril-30-2010	9,12%	4,86%
Mayo-31-2010	9,11%	4,57%
Junio-30-2010	9,02%	4,40%
Julio-31-2010	8,99%	4,39%
Agosto-31-2010	9,04%	4,25%
Septiembre-30-2010	9,04%	4,25%
Octubre-31-2010	8,94%	4,30%
Noviembre-30-2010	8,94%	4,30%
Diciembre-31-2010	8,68%	4,28%
Enero-31-2011	8,59%	4,55%
Febrero-28-2011	8,25%	4,51%
Marzo-31-2011	8,65%	4,59%
Abril-30-2011	8,34%	4,60%
Mayo-31-2011	8,34%	4,60%
Junio-30-2011	8,37%	4,58%
Julio-31-2011	8,37%	4,58%
Agosto-31-2011	8,37%	4,58%
Septiembre-31-2011	8,37%	4,58%
Octubre-31-2011	8,17%	4,53%
Noviembre-31-2011	8,17%	4,53%
Diciembre-31-2011	8,17%	4,53%

Fuente: BCE, Estadísticas, 2011

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Figura 1.2
Tasas de Interés Activa y Pasiva



Fuente: BCE, Estadísticas, 2011
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Las Tasas de Interés Activas y Pasivas, presentan una tendencia decreciente por lo tanto las Tasas de Interés son decrecientes, y la caída de la Inflación en los últimos meses del año 2010, contribuye a que esta variable sea considerada como una OPORTUNIDAD ALTA, para las empresas, en vista de que el costo del dinero es menor y existe mayor oportunidad de acceder a un crédito, para implementar una nueva empresa.

1.1.1.1.3. Riesgo País

El Riesgo País para Diciembre del año 2010 fue de \$ 840.00, con tendencia al alza, pues en Enero del 2010, fue de \$ 790, lo cual constituye una AMENAZA MEDIA para este tipo de empresas, pues es un indicador, que evalúa hasta que nivel económico, se puede invertir.

1.1.1.2. Factor Político y Legal

El Factor Político es un conjunto de elementos humanos y materiales, reales y formales, dinámicamente interrelacionados, que siempre interactúa con las otras dimensiones de la vida social, económica y cultural del país.⁷ La Constitución Política vigente y el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2014, señalan la importancia de la igualdad y la inclusión social como ejes del nuevo modelo del Buen Vivir.

El Gobierno Nacional a través de su Plan Nacional del Buen Vivir, ha derogado medidas, que en Octubre del 2009, se han puesto en vigencia, las cuales son en gran parte estímulos para recuperar la economía, mediante la reactivación del Crédito y la Inversión.

Las medidas son Generación de Empleo, Acceso a los Recursos y Producción, mediante la asignación de un presupuesto de US \$2.550 millones de dólares.

Este presupuesto se enfocó a la generación de Programas de Vivienda con créditos, por un monto de hasta \$60.000 más un bono de US \$5.000, con la condición de que sean programas previstos por el Gobierno Nacional. También se han abierto diversas fuentes de préstamos, en apoyo de la producción de las PYMES, se duplica el monto de crédito solidario, programa para los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, entre otros.

Por tal motivo, el Factor Político, representa un indicador positivo, constituyendo una OPORTUNIDAD, para esta empresa, ya que cuenta con el respaldo del Plan Nacional del Buen Vivir del Gobierno del Eco. Rafael Correa, de tal forma, que se pueda acceder fácilmente a un crédito en cualquier entidad financiera del país, para financiar el capital de inversión inicial, para la puesta en marcha de las operaciones.

⁷ CHIAVENATO Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Pág. 18

El Factor Legal constituye una de las bases fundamentales, de la estructura normativa de este tipo de empresas, entre las cuales tenemos, leyes del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), leyes del Ministerio de Salud Pública (MSP), leyes tributarias del Servicio de Rentas Internas (SRI), por tanto es una OPORTUNIDAD ALTA, de que este tipo de empresas, se respalden de fundamentos legales con normas y reglamentos de orden gubernamental, para que pueden viabilizar su constitución y puesta en marcha de sus funciones.

1.1.1.3. Factor Demográfico

El Factor Demográfico del país ofrece muchas oportunidades para el Desarrollo Económico y Financiero de las empresas y negocios, puesto que el incremento poblacional a nivel país, se encuentra en el 1,443% según el Censo Poblacional del 2010⁸, lo que ha permitido que Quito, encuentre una ventaja comparativa con las demás ciudades de la Sierra, Costa y Oriente.

El cantón Quito posee una población total de 2.239.191 habitantes, en donde la población urbana es de 1'607.734 habitantes, según el Censo Nacional 2010; con una Tasa de Crecimiento Poblacional del 2,20%.⁹ A continuación, se presenta la Población del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), según los Censos Poblacionales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), y la Proyección de la Población desde los años 2001 al 2010.

⁸ CHIAVENATO Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Pág. 27

⁹ INEC, Censo Noviembre, 2010

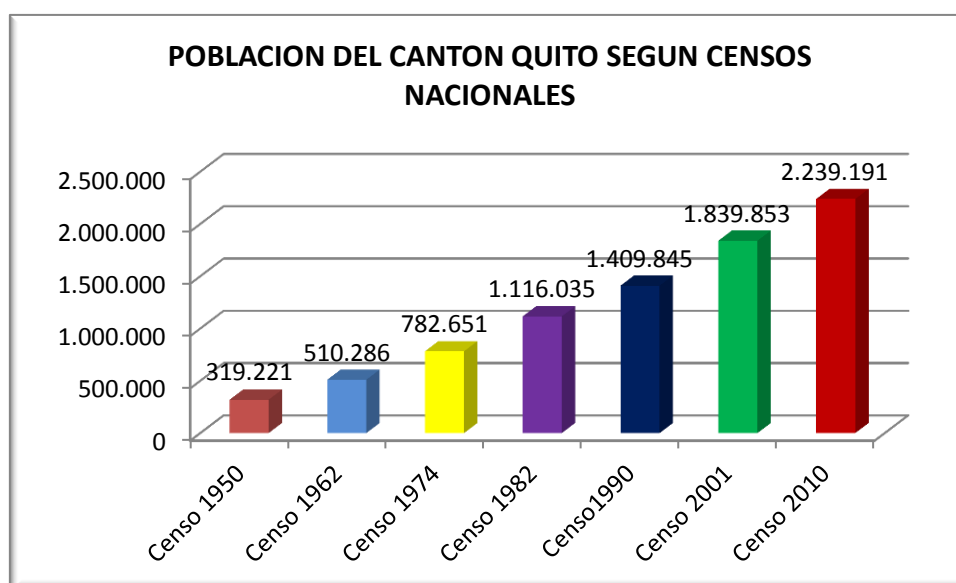
Tabla 1.3
Población de Quito según Censos Decenales del INEC

Censo Nacional	Ciudad (sólo Parroquias Urbanas)	Población del "Distrito Metropolitano" (desde 1993)
	Población	Población
1950	209.932	319.221
1962	354.746	510.286
1974	599.828	782.651
1982	866.472	1.116.035
1990-11-25	1.100.847	1.409.845
2001-11-25	1.399.378	1.839.853
2010-11-28	1.607.734	2.239.191

Fuente: INEC, Departamento de Estadísticas, Censos Poblacionales
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Como Parroquias Urbanas y Hogares, se tiene a las zonas de Conocoto, Amaguaña, Cumbayá, Nayón, Zambiza, Llano Chico, Calderón, Pomasqui, San Antonio, Tumbaco, Guangopolo, Puembo, Alangasí, La Merced y Sangolquí.

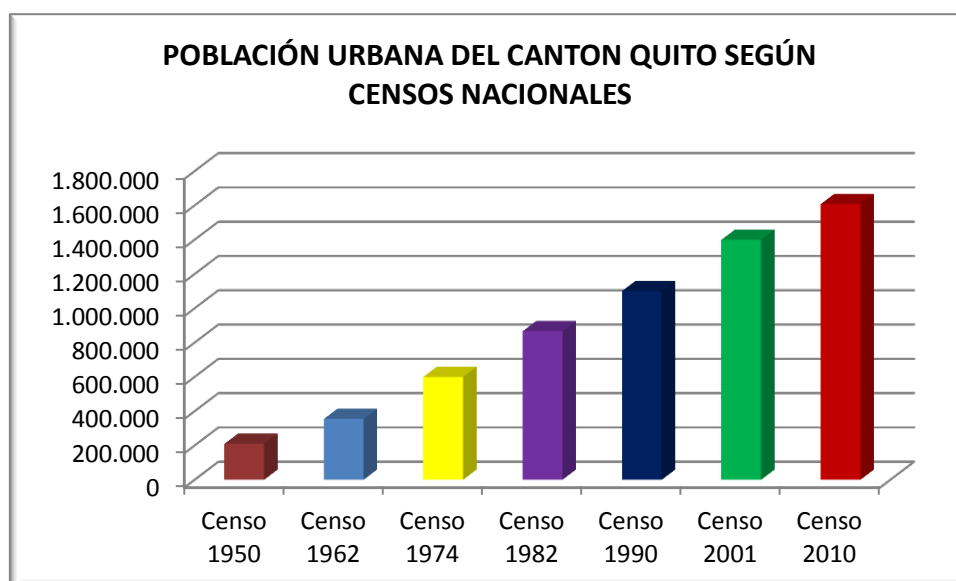
Figura 1.3
Población del Cantón Quito por Censos Nacionales



Fuente: INEC, Departamento de Estadísticas, Censos Poblacionales
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Figura 1.4

Población Urbana del Cantón Quito por Censos Nacionales



Fuente: INEC, Departamento de Estadísticas, Censos Poblacionales
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 1.4

Población del Cantón Quito 2001-2010

AÑOS	CANTON QUITO
2001	1.893.641
2002	1.923.570
2003	1.951.446
2004	1.979.113
2005	2.007.353
2006	2.036.260
2007	2.064.611
2008	2.093.458
2009	2.122.594
2010	2.239.191

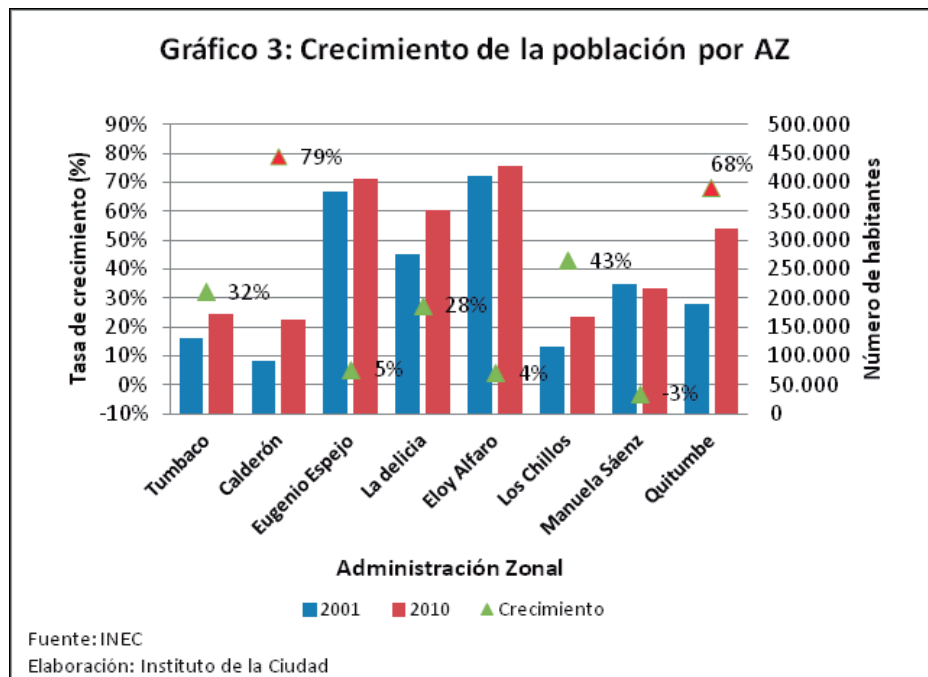
Fuente: INEC, Departamento de Estadísticas, Censos Poblacionales
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

1.1.1.3.1 Segmentación de la Población

La Población de Quito al año 2010, se encuentra distribuida por géneros en Hombres 1.088.811 y Mujeres con 1.150.380. En términos de ocupación, la ciudad es una de las mejores, se destaca que un 33.9% de los trabajadores están afiliados a la seguridad social.

El Crecimiento de la Población por Administraciones Zonales entre los años 2001-2010, son 79% para Calderón y 68% para Quitumbe, es decir, se concentra más en los polos de la ciudad, siendo estos los de mayor comercio y crecimiento económico del cantón Quito.

Figura 1.5
Crecimiento de la Población del D.M.Q, por Administraciones Zonales



Fuente: INEC, Instituto de la Ciudad, 2010
 Elaborado por: Instituto de la Ciudad

Figura 1.6

Número de Establecimientos por Administraciones Zonales

Número de establecimientos por AZ				
Administración Zonal	Clasificación por ingreso declarado			
	Micro	Peg	Mediana	Grande
Calderón	4.871	251	52	25
Eloy Alfaro	18.412	833	154	53
Eugenio Espejo	20.998	4.126	1.031	610
La Delicia	10.213	862	249	140
Los Chillos	3.044	133	29	10
Manuela Sáenz	15.169	798	91	43
Quitumbe	10.382	332	53	40
Tumbaco	4.402	424	73	35
Total	87.491	7.759	1.732	956

Fuente: INEC, Instituto de la Ciudad, 2010
Elaborado por: INEC

Si la Población aumenta, se tiene la OPORTUNIDAD ALTA de que esta Agencia, pueda atender a clientes con alta capacidad de pago, ubicados en las administraciones zonales del Norte y Valles de Quito, por ser las de mayor número de habitantes.

1.1.1.4. Factor Social

Los Factores Sociales y Culturales: son aquellos cambios en la sociedad que ocurren con el paso del tiempo y afectan directamente la forma cómo funcionan las empresas y el modo de vida de sus habitantes. Por lo tanto, se analizará el Desempleo y Subempleo, Población Económicamente Activa PEA, Sueldos y Canasta Básica.¹⁰

1.1.1.4.1. Desempleo y Subempleo

La Tasa de Desempleo en el Ecuador fue de 6,11%¹¹ en Diciembre 2010, según estadísticas del Banco Central del Ecuador, significando una disminución de 1,33%, respecto al índice de

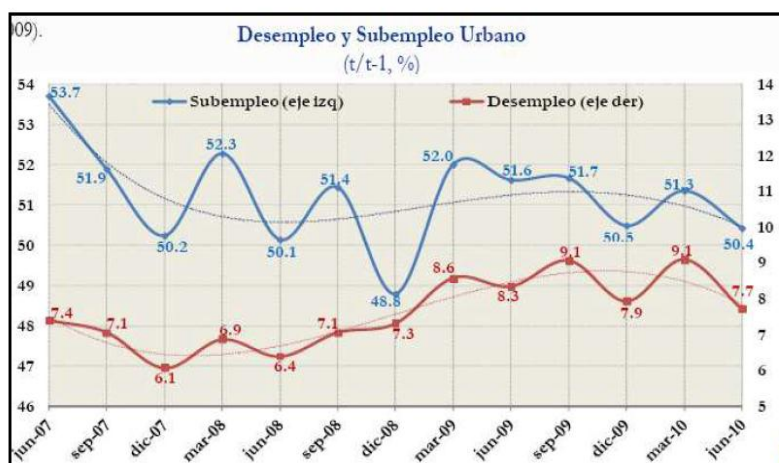
¹⁰ ORTEGA Casto Alfonso, proyectos de Inversión, Pág. 117

¹¹ BCE, Estadísticas 2010

Septiembre. En cambio el Subempleo, fue del 47,13% al 2010, que comparado con la Tasa de Diciembre del 2009 (45,43%), significa un aumento del 1,70%, lo que no es aceptable.

La Ocupación Plena (personas que trabajan 40 horas semanales con los beneficios de ley) subió de 45,59% en el segundo trimestre a 47,85% en el tercero, de este año.¹²

Figura 1.7
Desempleo y Subempleo



Fuente: INEC, 2010
Elaborado por: INEC

Con relación a este tipo de Empresas de Cuidado Infantil, el Desempleo y Subempleo pueden ocasionar que las personas no estén interesadas en contratar un Servicio de Cuidado Infantil en el Hogar, por tanto constituye una AMENAZA MEDIA.

1.1.1.4.2. Población Económicamente Activa (PEA)

La Población Económicamente Activa del Ecuador, según estadísticas del INEC, 2010 es de 1.900.000 habitantes, conformada por un 51,37% de mujeres con 976.030 habitantes, y un

¹² INEC Censo 2010.

48,63% hombres con 923.970 habitantes; las mismas que se encuentran entre las edades de 20 y 50 años, según el Censo INEC, 2010¹³.

En el cantón Quito, la PEA 2010, es del 55,6% de la población urbana (1.607.734 habitantes)¹⁴, es decir 893.900 personas, de las cuales el 39,77% (355.504 mujeres) es PEA mujeres y el 60,23% (538.396 hombres) es PEA hombres, en edades entre 15 y 65 años, como lo indica el cuadro a continuación:

Tabla 1.5
Población Económicamente Activa del DM de Quito 2008-2010

Años		Total	Sector Formal	Sector Informal	Sector Doméstico	No clasificados
2008	Enero	100,0	53,8	37,1	5,2	3,8
	Febrero	100,0	51,6	38,5	5,2	4,8
	Marzo	100,0	52,5	38,5	4,3	4,7
	Abril	100,0	53,7	36,6	5,6	4,1
	Mayo	100,0	54,5	37,6	4,1	3,8
	Junio	100,0	54,2	36,8	4,5	4,4
	Julio	100,0	53,5	38,9	4,2	3,5
	Agosto	100,0	50,7	42,3	4,5	2,5
	Septiembre	100,0	49,1	43,0	4,0	4,0
	Octubre	100,0	50,2	41,1	4,4	4,3
	Noviembre	100,0	49,0	43,4	4,3	3,3
	Diciembre	100,0	51,5	39,0	5,1	4,4
2009	Marzo	100,0	49,7	42,1	4,5	3,7
	Junio	100,0	51,6	40,3	4,1	4,0
	Septiembre	100,0	53,2	39,6	3,9	3,3
	Diciembre	100,0	49,8	42,2	4,9	3,2
2010	Marzo	100,0	55,5	37,4	4,4	2,7
	Junio	100,0	59,4	32,9	5,3	2,4
	Septiembre	100,0	55,4	38,4	4,3	1,9
	Diciembre	100,0	55,6	39,0	3,7	1,7

Fuente: INEC, Departamento de Estadísticas, Censos Poblacionales
BCE, Estadísticas 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

¹³ INEC, Censo 2010.

¹⁴ Banco Central del Ecuador, Estadísticas 2010.

La Población Económicamente Activa PEA de Quito (15 a 65 años), representa una OPORTUNIDAD MEDIA, para que este Segmento Poblacional adquiera los Servicios de esta Agencia.

1.1.1.4.3. Canasta Básica

La Canasta Básica consta de 75 productos y sirve para “evaluar la subida de Precios de estos productos, y a relacionarlos con los Salarios que recibe la Población y su Capacidad de Consumo”.¹⁵ La Canasta Básica cerró el 2010 con una cifra de \$ 544,71 que comprada con una Remuneración por Familia de \$ 448,00; la Capacidad de Consumo se restringe a \$ 96,71; es decir que la Población, no puede adquirir estos productos, por tener un déficit en sus Ingresos del 21,60%.

Figura 1.8

Canasta Familiar Básica, 2011

Canasta Familiar Básica				
La canasta básica registró un ligero incremento en mayo				-cifras en dólares-
Mes	Canasta básica	Variación mensual	Ingreso Mensual Familiar	Restricción en el consumo
may-10	538,89	-0,14%	448,00	90,89
jun-10	538,12	-0,14%	448,00	90,12
jul-10	536,93	-0,22%	448,00	88,93
ago-10	538,73	0,34%	448,00	90,73
sep-10	539,36	0,12%	448,00	91,36
oct-10	540,1	0,14%	448,00	92,10
nov-10	541,82	0,32%	448,00	93,82
dic-10	544,71	0,53%	448,00	96,71
ene-11	548,63	0,72%	492,80	55,83
feb-11	551,24	0,48%	492,80	58,44
abr-11	555,27	0,62%	492,80	62,47
may-11	557,43	0,39%	492,80	64,64

Fuente: INEC, Estadísticas 2011
Elaborado por: INEC

¹⁵ ORTEGA Casto Alfonso, proyectos de Inversión, Pág. 117.

Este indicador, demuestra que la Capacidad de Consumo de la Población está limitada un 22% aproximadamente, sin tener oportunidad de poder adquirir o pagar otros bienes y servicios. Por tanto, este Proyecto se hace factible para una minoría de la población, que es la Clase Media-Alta y Alta exclusivamente, lo cual representa una AMENAZA MEDIA.

1.1.1.4.4. Sueldos

El Salario Básico, a partir del 1 de Enero de 2010, es de \$ 240,00 y en el 2011, fue de \$ 264,40, registrando un aumento de \$ 24,00, para los trabajadores en general, pequeña industria, maquila y agrícolas.

Al evaluar el Salario Mínimo Vital del año 2010, y comparándolo con la Capacidad de Compra de la Población (Canasta Familiar Básica), se ve que representa una AMENAZA MEDIA, para este Proyecto, pues esta Agencia deberá enfocar su mercado potencial en Zonas Urbanas y de Clase Media y Alta, que sus Ingresos Familiares superen los \$ 600,00.

1.1.2. Microambiente

El Microambiente establece el análisis de los Factores que están afuera de la Organización, los mismos que no pueden ser controlados por la empresa; entre éstos se encuentran los siguientes: Clientes, Proveedores, Intermediarios y Competidores.

1.1.2.1. Clientes

Para determinar los Potenciales Clientes se identificó a la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Quito, del Sector Urbano y por Categorías Ocupacionales, debido a que son personas de Clase Media-Alta y Alta, con un Nivel Económico Medio y Educación Secundaria y Superior, que están en capacidad de adquirir los servicios de esta empresa.

Las Categorías Ocupacionales que se tomarán en cuenta dentro de este segmento de Población serán: Profesionales, Empleados de Oficina y Trabajadores de los Servicios que en total son, 411.892 habitantes (46% de la PEA), para el año 2010. Según el INEC se identifica los siguientes datos:

Tabla 1.6
Población Económicamente Activa –PEA- por Grupos de Ocupación del
Cantón Quito (Sector Urbano)
Año: 2010

GRUPOS DE OCUPACIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
PROFESIONALES	96.911	63.990	160.901	18%
EMPLEADOS DE OFICINA	48.455	31.995	80.450	9%
TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS	102.995	67.546	170.541	19%
TOTAL	248.361	163.531	411.892	46%

Fuente: BCE, Estadísticas 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

El total de la PEA 2010, del sector urbano en Quito es de 893.900 habitantes, siendo un 46%, el segmento de la Población en estudio, de donde el 39,77%¹⁶ pertenece al segmento de mujeres (163.531 mujeres), será considerado el Mercado Potencial Primario, ya que la Demanda parte de la necesidad de las madres de solicitar Cuidados Infantiles para sus hijos menores de 1 a 8 años, debido a la carga de trabajo y falta de tiempo.

Al tener un 39,77% de Mercado Potencial que requiere el servicio se identifica que esta variable es una OPORTUNIDAD MEDIA para la empresa por cuanto estos son los clientes cautivos que requieren el servicio de cuidados integrales para los niños.

¹⁶ INEC, Investigación Estadística, 2010.

1.1.2.2. Proveedores

“Los proveedores son compañías e individuos que proporcionan recursos necesarios para que la compañía produzca sus bienes y servicios”¹⁷

Las Empresas de Servicios de Niñeras, poseen Proveedores de Servicios en Telecomunicaciones, Material de Oficina, Telefonía Celular, Redes, Desarrollo de Páginas Web, Hosting, Servicios Hoteleros, Comunicaciones, Elaboración de Publicidad, Tecnología, quienes se encuentran en el mercado local, por lo tanto, la variable existencia de Proveedores en el Mercado Local se constituye en una OPORTUNIDAD ALTA, ya que tienen un Poder Bajo de Negociación, debido a los altos volúmenes de Compra, creando atracción de los proveedores para hacer negocio con la empresa, en donde se puede exigir precio y calidad.

1.1.2.3. Intermediarios

“Son compañías que sirven como Canales de Distribución y que ayudan a la empresa a encontrar Clientes o venderles; son los Mayoristas y Minoristas que compran y revenden mercancías”¹⁸

Las empresas, trabajan en su mayoría, con la modalidad de Venta Directa, en donde, los Intermediarios serán las personas contratadas para vender los Servicios de Cuidado Infantil en el Hogar / a domicilio, bajo la modalidad de Atención Permanente y Temporal (niñeras). Por tanto, este indicador representa una OPORTUNIDAD ALTA, puesto que la propia Mano de Obra Directa de esta Empresa, será la que justifique la promoción de los servicios.

¹⁷ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 122.

¹⁸ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 122.

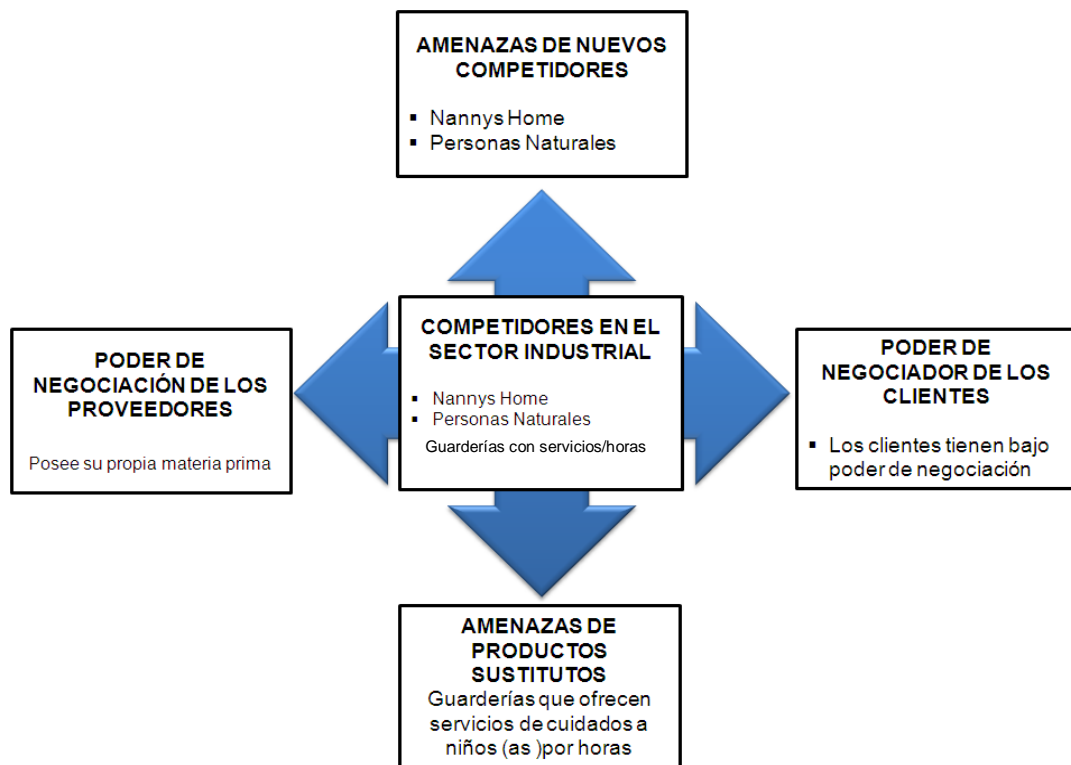
1.1.2.4. Competencia

1.1.2.4.1. Análisis de las Fuerzas de Michael Porter

Para realizar el análisis de la empresa dedicada a brindar Servicios de Cuidado Infantil en el hogar y a domicilio, bajo la modalidad de atención Permanente y Cuidados Integrales se utiliza el Modelo de Michael Porter para el análisis de la Estructura Competitiva representado de la siguiente forma.

Figura 1.9

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

1.1.2.4.2. Amenaza de Nuevos Competidores

La estabilidad de esta fuerza competitiva depende fundamentalmente de las Barreras de Entrada construidas alrededor de la empresa. ¹⁹Las Barreras de Entrada típicas que suelen construirse alrededor de una empresa con el fin de reducir el Riesgo de Entrada a Nuevos Competidores incluyen:

- Economía de Escala.
- Diferenciación de Producto.
- Inversiones de Capital.
- Costos Bajos.
- Acceso a los Canales de Distribución.

Las posibles AMENAZAS son el ingreso de Nuevos Competidores como los siguientes: Personas Naturales, Guarderías que ofrecen el Servicio de Cuidado de Niños Temporales (por horas) y aquellas que introducen al mercado nuevos servicios de Cuidados Integrales para Niños.

Para competir en el mercado, el Servicio de una Agencia de Niñeras, que ofrece Cuidado Infantil Profesional en el hogar / a domicilio, la principal barrera será la **Diferenciación**: Persuadir a los clientes de que los servicios ofrecidos son mejores que los que ofrece la competencia, lo cual normalmente se logra mediante campañas publicitarias.

Las Barreras de Entrada al sector, se basan en la falta de Liquidez para invertir en crear una empresa; al entrar nuevos competidores no afectaría la participación de mercado.

¹⁹ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 124.

1.1.2.4.3. Poder Negociador de los Clientes

Los Clientes tienen un bajo Poder de Negociación, debido a que los compradores de los Servicios de Cuidado de Niños no influyen en el Sector de forma significativa, por cuanto, su Poder de Negociación es bajo. Este indicador constituye una OPORTUNIDAD MEDIA, pues son los compradores los que realizan la adquisición del servicio dando oportunidad a las Niñeras Temporales / Permanentes para vender los servicios de la Agencia de forma Directa.

1.1.2.4.4. Amenaza de Productos Sustitutos

“Los Productos Sustitutos son aquellos que pueden desplazar a otros, sin ser exactamente iguales, pero que ofrecen al consumidor un producto equivalente.”²⁰

Se puede considerar como sustituto a los Servicios de Centros de Desarrollo Infantil (CDI), Guarderías y Aldeas de Niños en comunidades de los sectores rurales de Quito (S.O.S. INFA), las mismas que pueden proporcionar Servicio de Cuidado de Niños por horas y permanente, con atención integral. Esto constituye una AMENAZA MEDIA, pues las empresas que ofrecen estos servicios pueden desplazar del Mercado a este tipo de Agencia a corto o mediano plazo.

1.1.2.4.5. Poder Negociador de los Proveedores

Los Proveedores compiten entre sí para lograr mejores condiciones de venta con sus clientes, tales como precios, servicios y calidad. De esta manera, las Políticas de Venta y Crédito de los Proveedores inciden de manera directa dentro del Sistema de Competitividad de una Industria.

²⁰ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 129.

Los Proveedores ejercen su Poder de Negociación sobre las empresas AMENAZANDO con elevar el Precio o disminuir la Calidad de los productos que ofrecen.

Para la prestación de los Servicios de Cuidado Infantil, el Servicio de una Agencia de Niñeras, que ofrece Cuidado Infantil Profesional en el Hogar / a domicilio establecerá la infraestructura y materias primas necesarias para este Servicio.

1.1.2.4.6. Competidores en el Sector Industrial

La rivalidad se presenta por que uno o más de los Competidores sienten la presión o ven la oportunidad de mejorar su posición. Ante ello, las tácticas más comunes son la Competencia en Precios, Guerras Publicitarias e Introducción de nuevos y/o mejora continua de los Productos y Servicios.

Entre los principales Competidores tenemos a las siguientes Empresas:

- Nanny's Home
- Personas Naturales que ofrecen Servicios de Cuidados de Niños por horas (temporales).
- Guarderías que ofrecen el Servicio de Cuidado de Niños por horas (temporales).

Los Competidores en el Sector Industrial constituyen una AMENAZA BAJA, pues no existen muchas Empresas constituidas como Compañías Limitadas que oferten este tipo de Servicios a Domicilio.

1.2. ANÁLISIS INTERNO

El Análisis Interno es el estudio de los factores claves que en su momento han condicionado el desempeño pasado, la evaluación de este desempeño y la identificación de las fortalezas y debilidades que presenta la Organización en su funcionamiento y operación en relación con la misión.²¹

El Análisis Interno se lo llevará a efecto, tomando como referencia a las Empresas ya existentes que conforman la Competencia Directa, la cual servirá como guía práctica de lo que debe ser esta Agencia en el futuro. Para el Análisis Interno se han identificado los siguientes factores: Estructura Organizacional, Estructura de Mercado, Producto y Recursos de Capital.

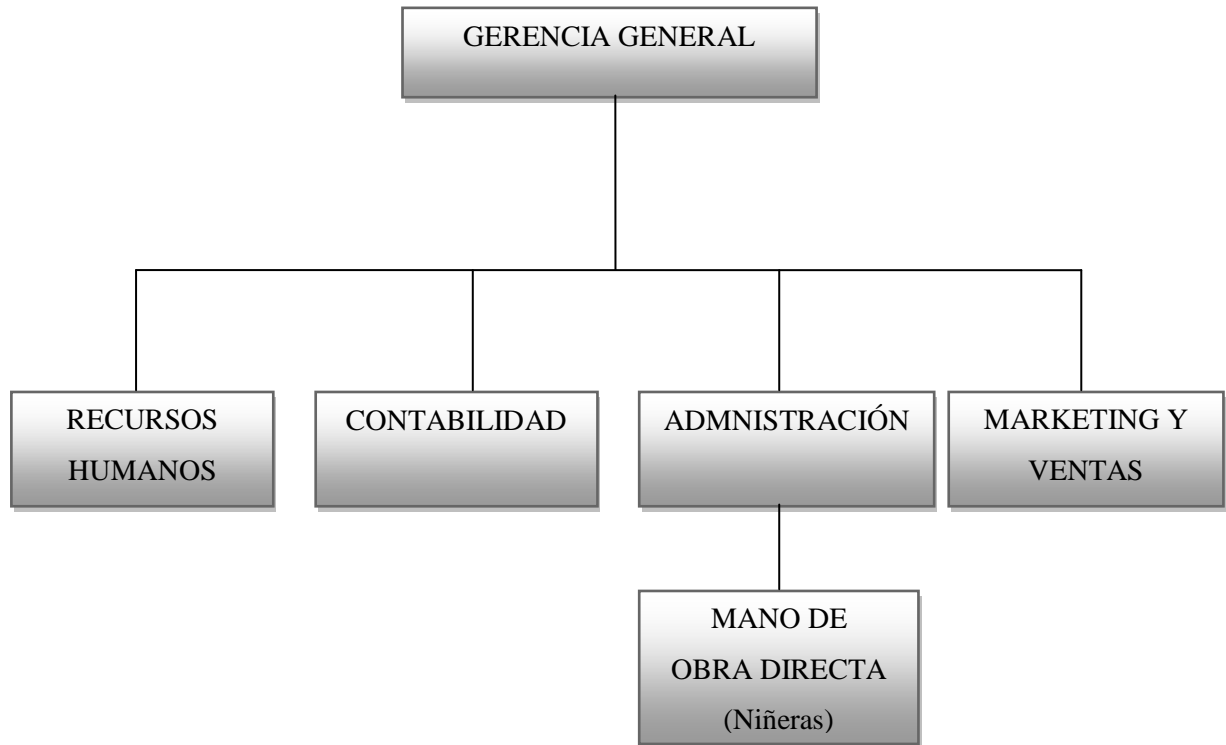
1.2.1. Estructura Organizacional

Las Empresas de Servicios de Cuidado Infantil, en su mayoría, están estructuradas por los siguientes departamentos:

- Gerencia General
- Administración
- Recursos Humanos
- Contabilidad
- Niñeras
- Marketing y Ventas

²¹ KOTLER Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 132.

Figura 1.10

Organigrama Estructural de los Centros de Cuidado Infantil (CCI)

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

La Estructura Organizacional propuesta para las Empresas de Cuidado Infantil a Domicilio, representan una FORTALEZA ALTA, debido a que cada área y sus funciones están perfectamente delimitadas manteniendo entre ellas, integridad, coordinación de actividades, cooperación, apoyo y servicio a los Padres de Familia y niños.

1.2.2. Estructura de Mercado

El área de Mercado o Marketing, para la mayoría de estas Empresas, está estructurado bajo un sistema de Venta Directa por el Canal: Empresa-Cliente (Padres de Familia), el cual presta Asistencia Integral al infante apoyada con estrategias de Servicios de Apoyo, y para el Marketing Promocional emplean Páginas Web, Cuñas Radiales y Anuncios en la Prensa.

La Estructura de Mercado representa una DEBILIDAD, para estas empresas, ya que en su mayoría no existe una Promoción adecuada de Servicio existiendo una captación baja de clientes, como también existe una mala interpretación de los padres, por los servicios ofrecidos, de tal forma que todos estos factores, produce un Posicionamiento Nulo de la empresa en la mente de los clientes.

1.2.3. Producto / Servicio

El Producto de estas Empresas y Centros es el Servicio en Cuidados Infantiles, el mismo que lo hacen por horas y a tiempo completo, con Mano de Obra Directa conformado por niñeras parvularias y domésticas, especializadas, con estudios universitarios en Pedagogía Infantil, de tal forma que la calidad y eficiencia son indicadores de su gestión.

El Producto / Servicio representa una FORTALEZA ALTA, para esta empresa, ya que la calidad y eficiencia, serán indicadores del buen desempeño de sus dirigentes.

1.2.4. Precios

Los Precios por Cuidados Infantiles que ofrecen estas empresas, en su mayoría son bajos fluctuando entre \$3 y \$5 por hora, los mismos que aumentan la Demanda del Producto. Este indicador es una FORTALEZA ALTA para esta Empresa.

1.2.5. Recursos de Capital

La mayor parte de estas Empresas, emplean recursos con financiamiento, los cuales son suministrados por Instituciones Bancarias Privadas. La modalidad de Gestión del Financiamiento del Capital Social, en estas empresas es la siguiente: 30% con Capital Propio y 70% con Crédito Bancario.

Este factor representa una DEBILIDAD para las empresas, ya que en su mayoría no cuentan con liquidez inmediata y se ven forzadas a gestionar Créditos Bancarios por altos montos, acumulándose las deudas a largo plazo, lo que provocaría falta de Liquidez y Alto Índice de Endeudamiento.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANTECEDENTES

En Ecuador, la figura de la niñera ha existido a lo largo de las generaciones. Antes ellas, junto a las madres, eran las encargadas del cuidado de los niños. Más tarde, con la incursión de la mujer en el mundo laboral, fue necesario tener una persona de confianza quien cuidara a los pequeños en ausencia de sus padres.

“Eran las abuelas, pero también las nanas, quienes solían cuidar a los niños de varias generaciones de una familia. Eran consideradas parte de ella y con quienes el menor establecía lazos afectivos”, dice Silvia Tapia, doctora en Psicología Infantil del Centro de Voces, en Quito. En Ecuador la más reciente tendencia es la de las niñeras temporales (por horas), un servicio que en Estados Unidos y en Europa actualmente es algo común.

En base al artículo de prensa tomado de la revista “Líderes – Semanario de Economía y Negocios” del Diario “El Comercio” de la ciudad de Quito (Marzo 30, 2009), cuya autora es la reportera Paulina Trujillo, se puede evidenciar que la implementación de este servicio aquí en el país sería factible y de gran ayuda a los Padres de Familia que por diversas razones deben delegar el cuidado de sus niños a personas ajenas al círculo familiar.

Para realizar una observación detallada del problema identificado se analizará desde el punto de vista de la demanda: que es lo que necesitan las personas que requieren este servicio y como se atienden estas necesidades por la oferta actualmente existente en este campo.

2.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

La Empresa tiene enfocado la Oferta por Venta de Servicios de Cuidado Infantil en el hogar / a domicilio, bajo la modalidad de Atención Temporal (por Horas), y Permanente; con Cuidados Integrales.

2.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1. Población

El Universo Poblacional determinado para el Proyecto de Servicio Profesional de Cuidado Infantil en el Hogar, comprende aquellos Padres de Familia de la ciudad de Quito, en edades entre 26 y 46 años, que pertenecen a una Posición Socioeconómica Media-Alta y Alta, con hijos de 1 a 8 años de edad.

Para poder asignar esta población, es necesario tener como dato base la población de Quito, en base a la información del INEC, Censo Noviembre 2010, la cual es de 2.239.191²² También es necesario obtener de la misma fuente estadística, la proporción o segmentación en (%), de la población de Quito, de aquellas personas hombres y mujeres que sus edades comprenden entre 26 a 46 años.

Seguidamente se dispone de esta cifra, y se investiga la segmentación (%) por zonas, es decir en Urbana y Rural.

Para este Proyecto, el universo está enfocado al Área Urbana, pues es en este sector de Quito, en donde las personas tienen un Nivel Socioeconómico Medio-Alto y Alto. Su configuración, se demuestra así:

²² INEC, Censo Noviembre 2010.

Tabla 2.1
Población del Distrito Metropolitano de Quito
Edades: 26-46 años
Año: 2010

GÉNEROS	POBLACIÓN QUITO	POBLACIÓN QUITO EIDADES: 26-46 AÑOS
HOMBRES	1.088.811	332.518
MUJERES	1.150.380	362.647
TOTAL	2.239.191	695.165

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

La población de Quito en edades entre 26 y 46 años, según el INEC, Censo 2010, es de 695.165, personas, es decir el 31%. Este porcentaje servirá para calcular el dato estimativo de los habitantes en el sector de la Jipijapa, en donde el investigador del proyecto, realizará las encuestas.

Para tal efecto, se necesita saber qué cantidad de personas habitan la Parroquia Urbana de Jipijapa, al norte de Quito, y el segmento de habitantes por edades entre 26 y 46 años de edad. Puesto que el Sector de Jipijapa, pertenece a la Población Urbana de Quito, no es necesaria su estratificación.

Tabla 2.2
Población del sector de la Jipijapa
Edades: 26-46 años
Año: 2010

GÉNEROS	POBLACIÓN SECTOR JIPIJAPA	POBLACIÓN SECTOR JIPIJAPA EIDADES: 26-46 AÑOS
HOMBRES	17.666	5.387
MUJERES	18.661	5.874
TOTAL	36.327	11.261

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Según el Censo del INEC, 2010, el 51,37% de personas en Jipijapa son mujeres es decir 18.661 personas, y hombres el 48,63% y su equivalente a 17.666 personas, para un total de de 36.327 habitantes.

Se estima que el 31% son personas de edades entre 26 y 46 años de edad, es decir 11.261 personas. De esta población el INEC durante el Censo 2010, registro un 52,16% de mujeres y un 47,83% de hombres, equivalentes a 5.874 y 5.387 habitantes respectivamente.

Para poder calcular el número de parejas con hijos de 1 a 8 años que actualmente habitan la Parroquia Urbana de Jipijapa, lugar en donde se va a realizar la encuesta, es necesario conocer el número de niños de 1 a 8 años de edad, en Quito. Según datos del Censo de Noviembre del INEC, el número de niños entre hombres y mujeres es de 332.593 niños, que representa una proporción del 14,85% del total de habitantes de Quito.

Este porcentaje (14,85%), servirá de dato base, para calcular el número de parejas en Jipijapa, puesto que del total de mujeres entre 26 y 46 años, el 14,85% tiene hijos de 1 a 8 años de edad.

Tabla 2.3

Segmentación de la Población de Niños de 1 a 8 años de edad en el Cantón Quito

CEPAL/CELADE Redatam+SP 12/28/2011			
Base de datos			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
Área Geográfica			
Seleccion\PROVIN_17.sel			
Crosstab			
de Edad			
por Sexo			
AREA # 1701	QUITO		
Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
1	21662	20330	41992
2	20920	20130	41050
3	21160	20435	41595
4	20932	20310	41242
5	19912	19383	39295
6	21169	20727	41896
7	21879	20932	42811
8	21484	21228	42712
	169118	163475	332593

Fuente: CEPAL/CELADE, Base de Datos Ecuador: Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: CEPAL/CELADE

- **Población Sector Urbano edades 26 y 46 años Jipijapa = 11.261 Personas.**
- **Mujeres = 5.874 en el sector Jipijapa.**
- **Niños de 1 a 8 años = 14,85%.**
- **Parejas en Jipijapa con niños de 1 a 8 años: $5874 \times 14,85\% = 872$ Parejas.**

Por tanto, existen 872 Parejas en edades entre 26 y 46 años, que tienen niños de 1 a 8 años, la cual representa la población base, para determinar la muestra estadística.

2.3.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q} =$$

Datos para utilizar en la fórmula:

Tabla 2.4
Datos de Cálculo del Tamaño Muestral

N	Población	872
Z	Margen de confiabilidad 95% (1.96 desviaciones estándar)	1,96
P	Probabilidad de que el evento ocurra.	0,50
Q	Probabilidad de que el evento no ocurra (1 – P)	0,50
e	Error de Estimación	10%
N-1	Factor de Corrección por Finitud	871

Fuente: UTPL, Estadística Diferencial, 2001

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

$$n = \frac{1,96(0,50)(0,50)(872)}{(0,10)^2(872 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3,84(0,50)(0,50)(872)}{0,01(871) + 3,84(0,25)}$$

$$n = \frac{837,12}{9,67} = 86,56$$

El tamaño de la Muestra de la Población es de 86 Personas (Hogares). La determinación de la Muestra es aleatoria, con un Nivel de Confianza del 95% y una Estimación de Error del 10%.

Para facilidad de aplicación de la encuesta se consideró como sujeto de encuesta a las Parejas de 26 a 46 años de edad, con niños entre 1 y 8 años; en vista de que son los Clientes

Potenciales a futuro, en consecuencia, luego de ser aplicada dicha fórmula, se determinó que se deben realizar 86 encuestas.

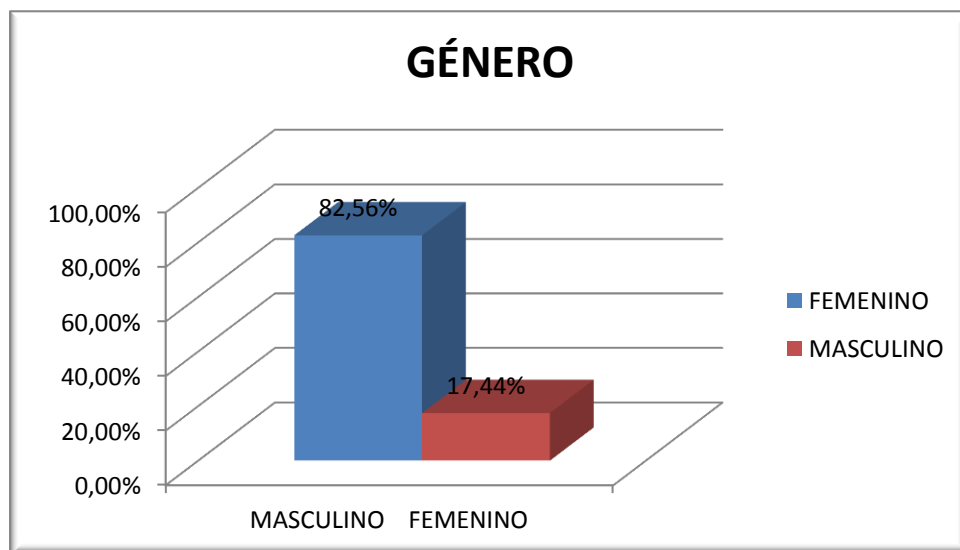
2.4. DISEÑO DE LA ENCUESTA

(Ver Anexo A).

2.4.1. Aplicación y Análisis de la Encuesta

GÉNERO:

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	71	82,56%
MASCULINO	15	17,44%
TOTAL	86	100,00%

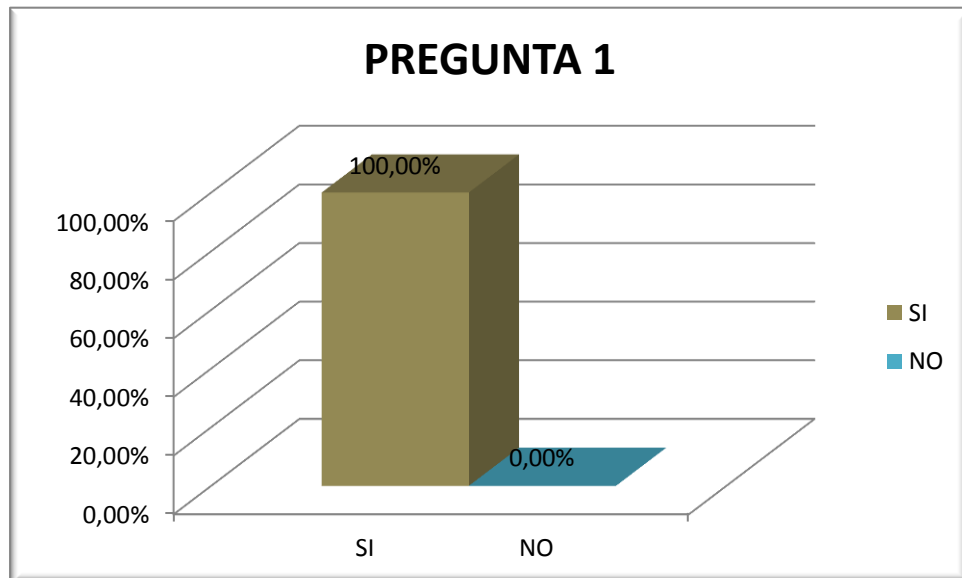


ANÁLISIS

En el gráfico se observa que del 100,00% de las personas encuestadas, el 82,56% equivalente a 71 personas corresponden al género femenino y el 17,44% restante equivalente a 15 personas corresponden al género masculino.

PREGUNTA 1**¿Tiene hijos?**

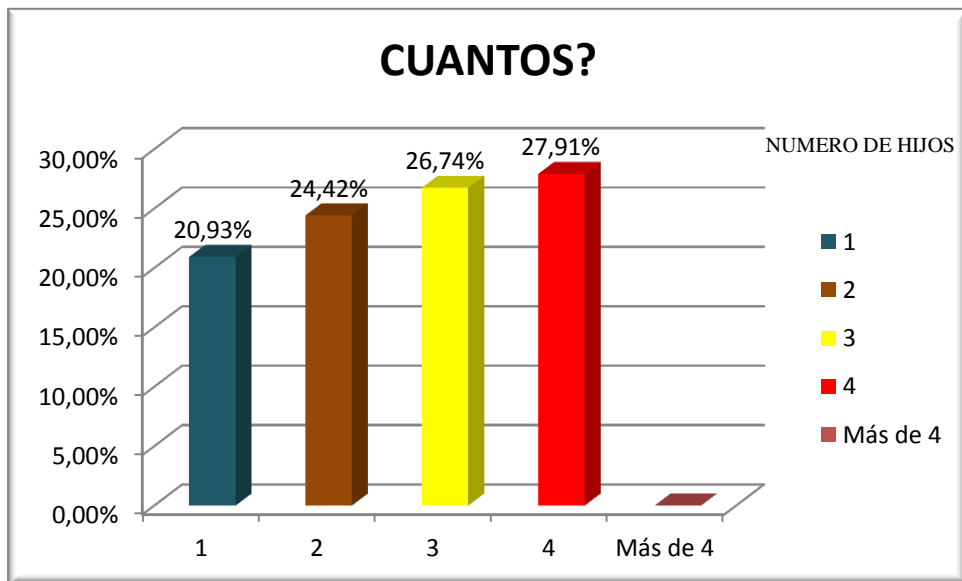
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%

**ANÁLISIS**

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta, equivalente a 86 personas 100,00% de encuestados si tienen hijos.

¿Cuántos?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18	20,93%
2	21	24,42%
3	23	26,74%
4	24	27,91%
Más de 4	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%

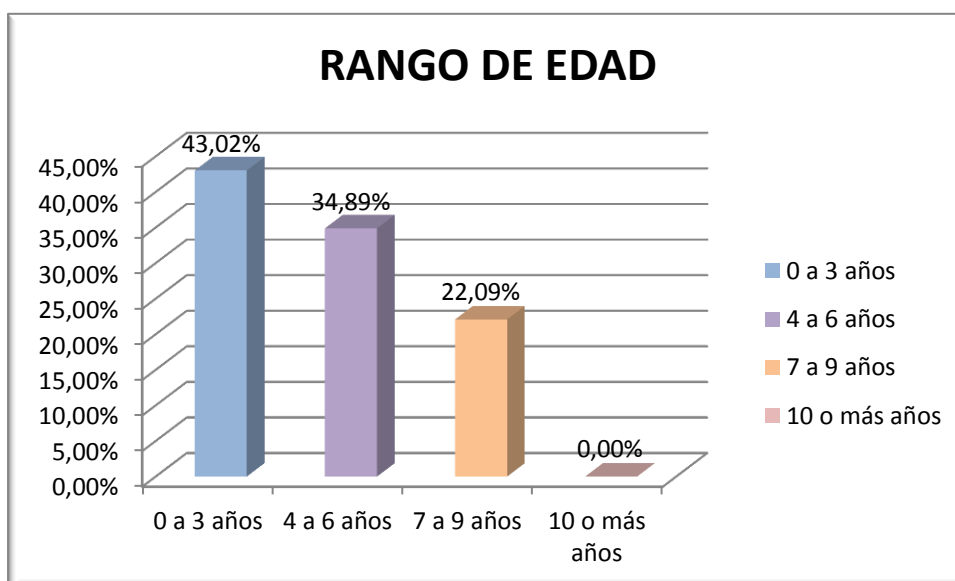


ANÁLISIS

De acuerdo a las respuestas obtenidas de los encuestados, el 20,93% equivalente a 18 personas dicen tener un hijo; el 24,42% siguiente correspondiente a 21 personas tienen dos hijos; el 26,74% equivalente a 23 personas son familias con tres hijos y el 27,91% equivalente a 24 personas con cuatro hijos, lo que se refleja en la tabla y gráfico adjuntos.

Por favor indique el rango de edad:

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 3 años	37	43,02%
4 a 6 años	30	34,89%
7 a 9 años	19	22,09%
10 o más años	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%



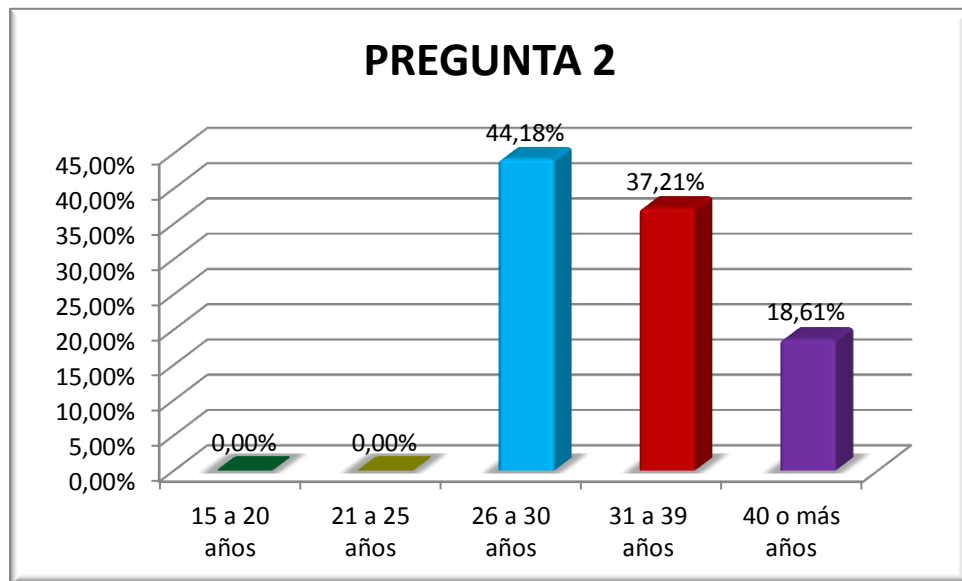
ANÁLISIS

En el gráfico se observa que el 43,02% de encuestados, equivalente a 37 personas dicen que sus hijos se encuentran entre 0 y 3 años de edad; el 34,89% equivalente a 30 personas dicen que sus hijos están entre 4 y 6 años de edad y el 22,09% equivalente a 19 personas con hijos que están entre 7 y 9 años de edad.

PREGUNTA 2

¿Cuántos años tiene usted?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 a 20 años	0	0,00%
21 a 25 años	0	0,00%
26 a 30 años	38	44,18%
31 a 39 años	32	37,21%
40 o más años	16	18,61%
TOTAL	86	100,00%



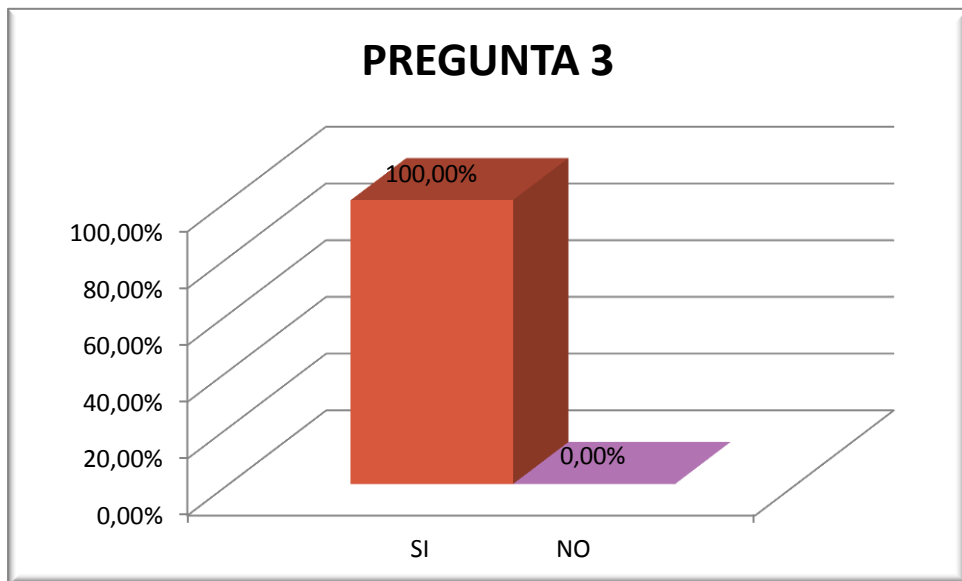
ANÁLISIS

En el gráfico se puede observar que el 44,18% de encuestados que equivale a 38 personas, dicen que su edad se ubica entre 26 y 30 años de edad; el 37,21% siguiente equivalente a 32 personas dicen ubicarse en el grupo de edad de entre 31 a 39 años y el 18,61% representa al grupo de edad entre 40 o más años, con 16 personas.

PREGUNTA 3

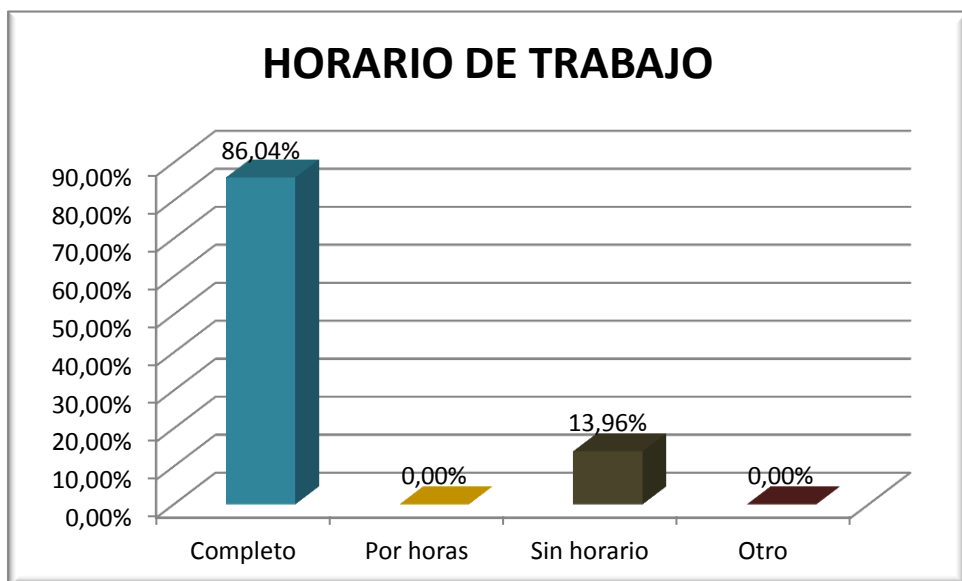
¿Usted trabaja?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%



Por favor indique el horario:

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Completo	74	86,04%
Temporales (por horas)	0	0,00%
Sin horario	12	13,96%
Otro	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%



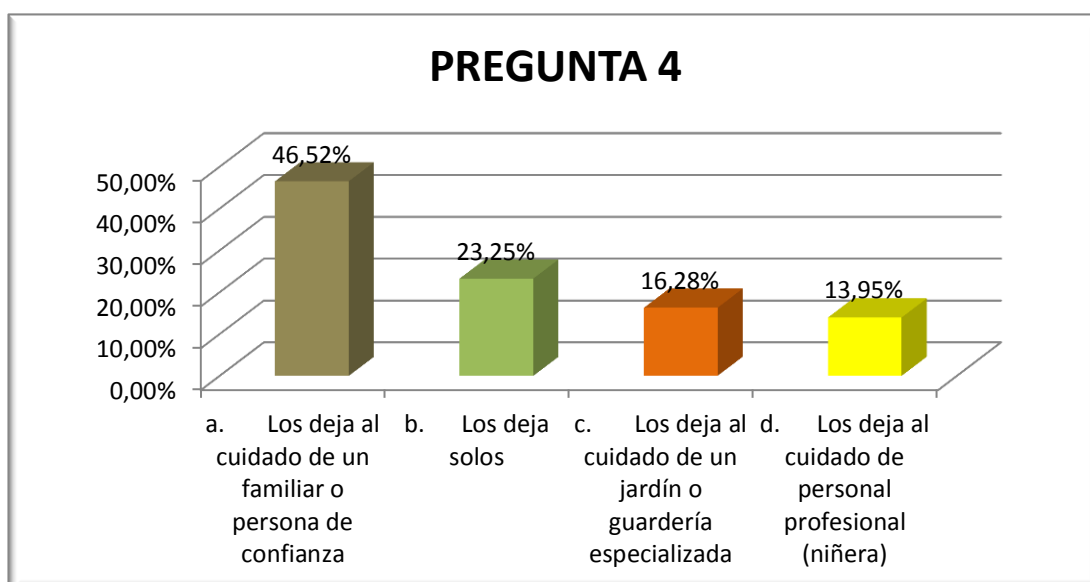
ANÁLISIS

Al preguntar si los encuestados trabajan, el 100,00% de ellos equivalente a 86 personas dicen que sí lo hacen y el horario en el que trabajan se lo establece de la siguiente manera: en horario completo el 86,04% equivalente a 74 personas y sin horario el 13,96% equivalente a 12 personas no tienen horario fijo de trabajo.

PREGUNTA 4

Cuando debe cumplir con labores profesionales y/o actividades de estudio y/o asuntos personales o imprevistos, generalmente cuál es la situación que vive con sus hijos, para desempeñar estos compromisos:

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Los deja al cuidado de un familiar o persona de confianza	40	46,52%
b. Los deja solos	20	23,25%
c. Los deja al cuidado de un jardín o guardería especializada	14	16,28%
d. Los deja al cuidado de personal profesional (niñera)	12	13,95%
TOTAL	86	100,00%



ANÁLISIS

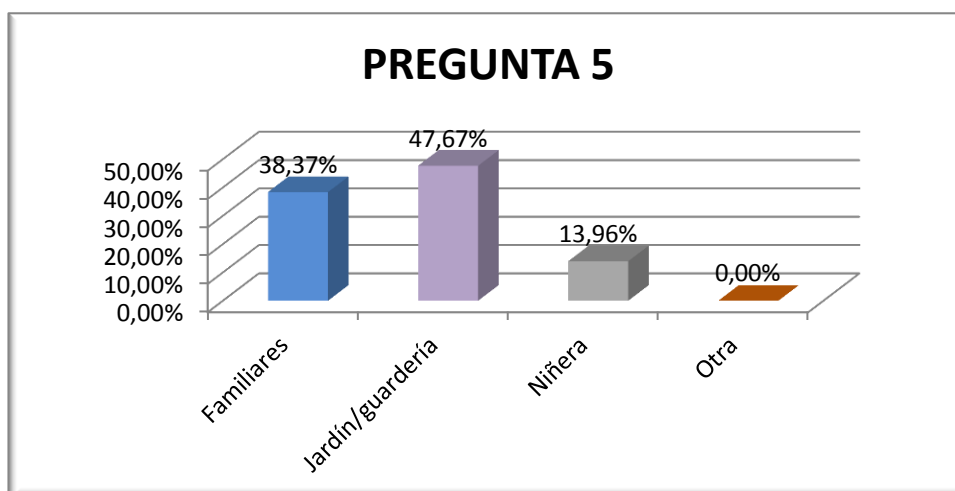
Como se observa en la tabla y gráfico adjuntos, el 46,52% de encuestados equivalente a 40 personas dicen que cuando deben cumplir con labores profesionales y/o actividades de

estudio y/o asuntos personales o imprevistos, generalmente para desempeñar estos compromisos dejan a sus hijos al cuidado de un familiar o persona de confianza; el 23,25% equivalente a 20 personas dicen dejarlos solos; el 16,28% siguiente dicen dejarlos al cuidado de un jardín o guardería especializada y equivale a 14 personas encuestadas; y, el 13,95% restante equivalente a 12 personas encuestadas dicen que los dejan al cuidado de personal profesional (niñera).

PREGUNTA 5

¿Cuál considera la mejor opción para el cuidado de sus hijos?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiares	33	38,37%
Jardín/guardería	41	47,67%
Niñera	12	13,96%
Otra	0	0,00%
TOTAL	86	100,00%



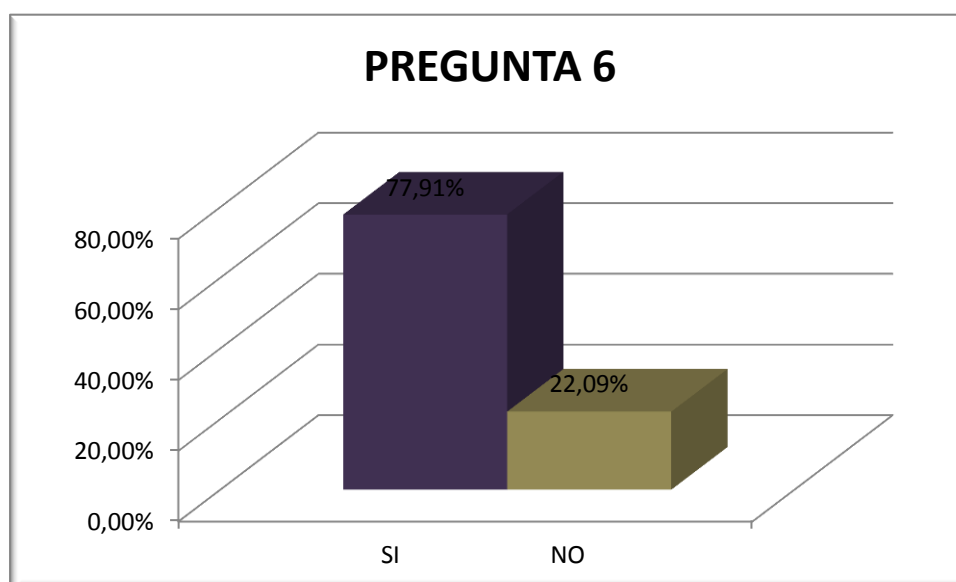
ANÁLISIS

De acuerdo a la tabla y gráfico adjuntos, el 38,37% de encuestados, equivalente a 33 personas, consideran la mejor opción para el cuidado de sus hijos a sus familiares. El 47,67% siguiente equivalente a 41 personas consideran que el jardín o guardería es la mejor opción para el cuidado de los niños y el 13,96% restante equivalente a 12 personas dicen que una niñera es la mejor opción.

PREGUNTA 6

¿Le gustaría contar con un Servicio Profesional de Cuidado Infantil a domicilio?

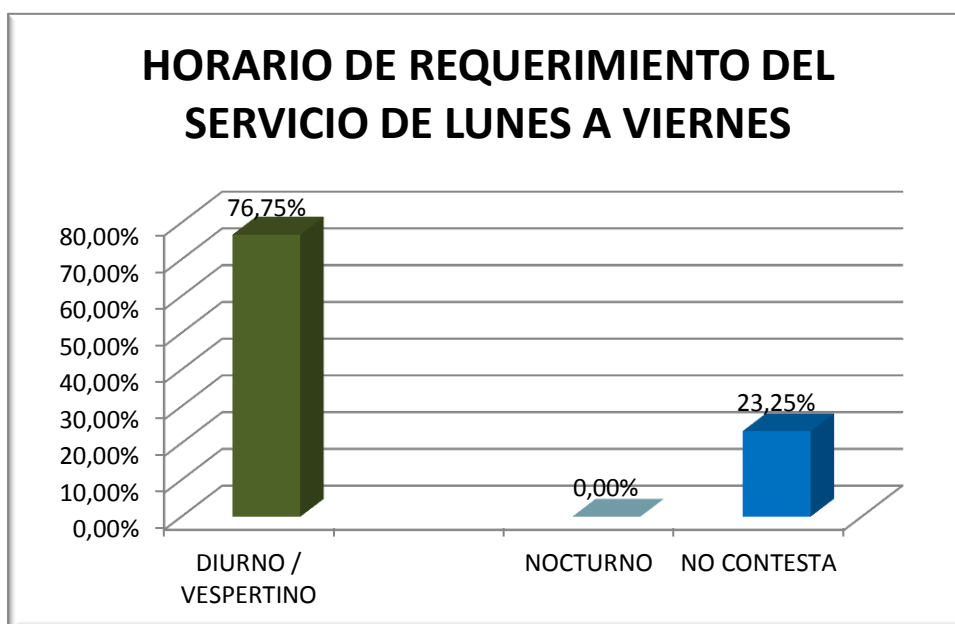
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	77,91%
NO	19	22,09%
TOTAL	86	100,00%

**ANÁLISIS**

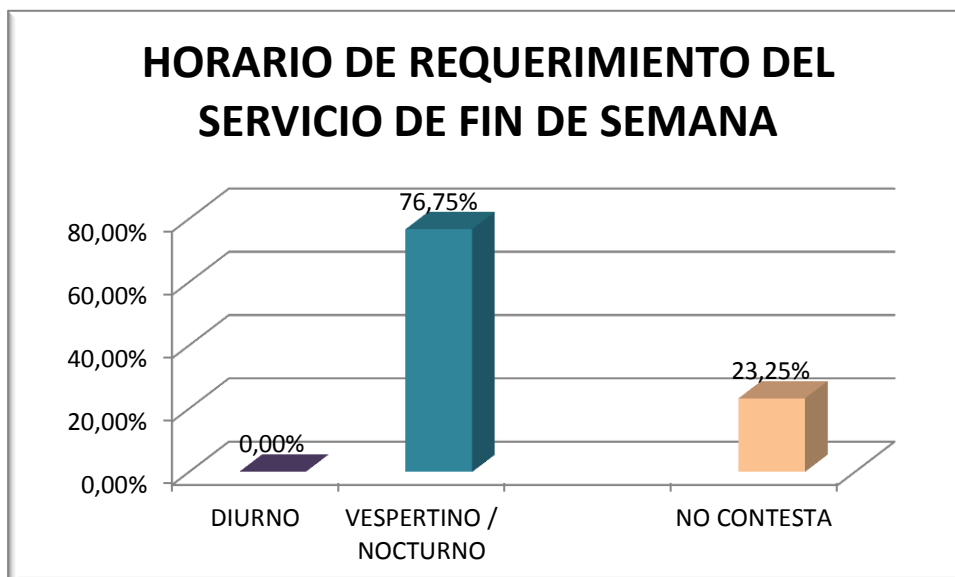
Como se observa en el gráfico el 77,91% de encuestados dicen que si les gustaría contar con un Servicio Profesional de Cuidado Infantil a domicilio equivalente a 67, las principales razones que los motivan a hacerlo son: la calidad del servicio, apoyo integral al niño y flexibilidad en el horario. Así mismo, encontramos que un 22,09% equivalente a 19 no contrataría el servicio, debido a los costos y por desconfianza a las personas que trabajarían en sus hogares. Este punto fundamentalmente debe ser analizado en profundidad y una de las principales fortalezas será asegurar la calidad del personal de la Agencia.

Por favor indique el horario en que necesitaría el servicio:

LUNES/VIERNES	NÚMERO	PORCENTAJE
DIURNO	66	76,75%
VESPERTINO		
NOCTURNO	0	0,00%
NO CONTESTA	20	23,25%
TOTAL	86	100,00%



FIN DE SEMANA	NÚMERO	PORCENTAJE
DIURNO	0	0,00%
VESPERTINO	66	76,75%
NOCTURNO		
NO CONTESTA	20	23,25%
TOTAL	86	100,00%



ANÁLISIS

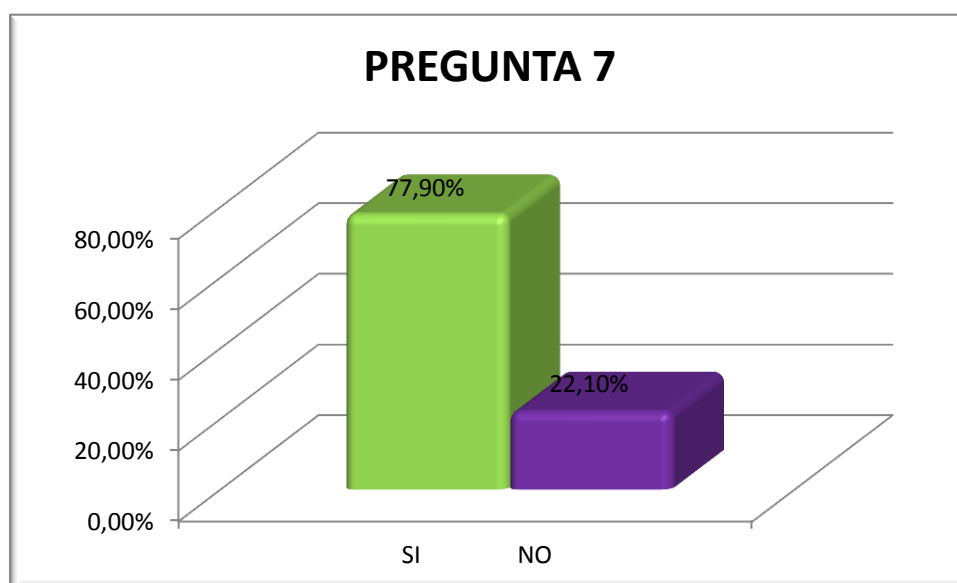
En los gráficos y tablas adjuntos se puede observar que el 76,75% de encuestados (66) dicen que requerirían el servicio diurno y vespertino entre 6 y 8 horas en el horario de lunes a viernes; y, no contestan el 23,25% (20).

En cuanto al requerimiento del servicio durante el fin de semana, el 76,75% (66) manifiestan que lo requieren en horario vespertino y nocturno y el 23,25% restante no contestaron.

PREGUNTA 7

¿Contrataría este servicio?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	77,91%
NO	19	22,09%
TOTAL	86	100,00%



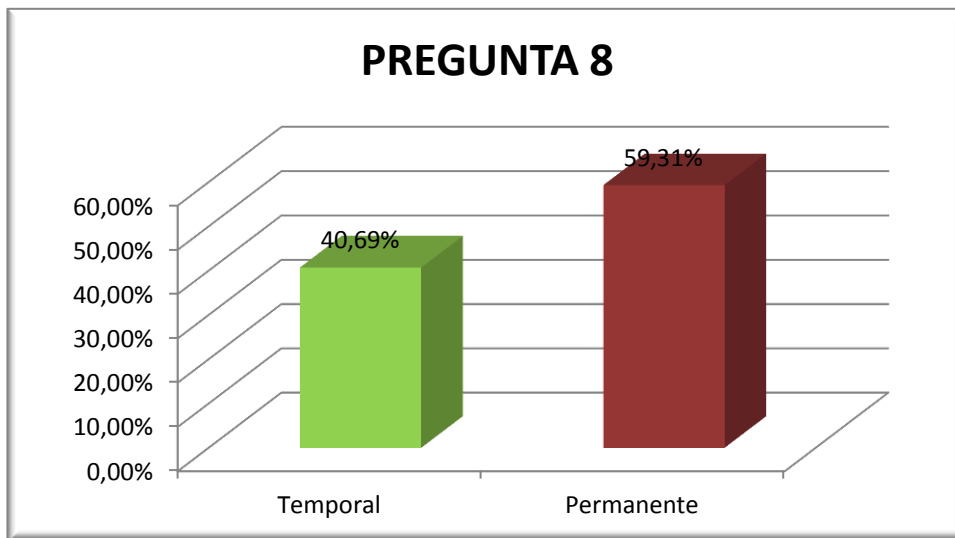
ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, el 77,91% de encuestados que equivale a 67 personas dicen que si contratarían este servicio; mientras que el 22,09% equivalente a 19 personas no lo harían.

PREGUNTA 8

¿Qué tipo de servicio contrataría?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Temporal (temporales (por horas))	35	40,69%
Permanente	51	59,31%
TOTAL	86	100,00%



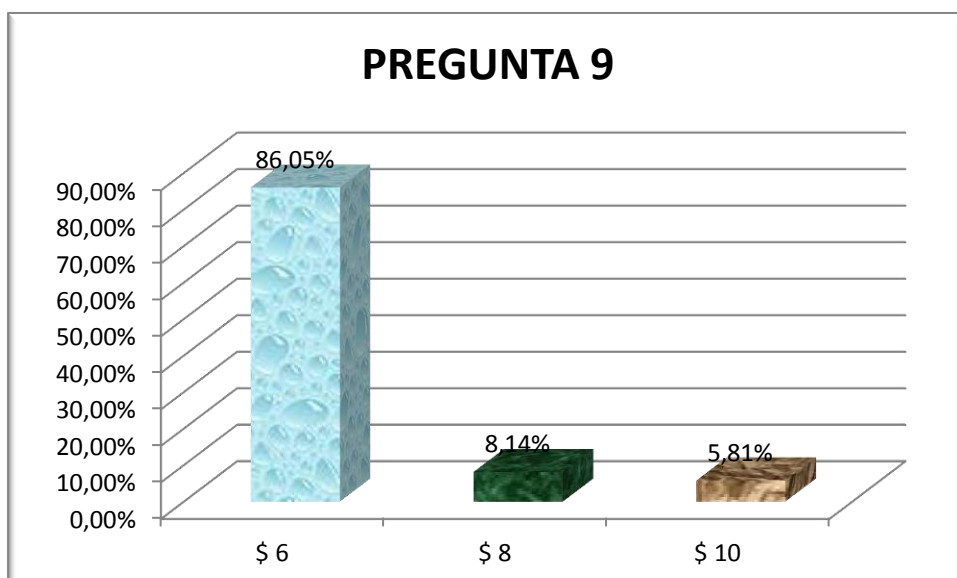
ANÁLISIS

En el gráfico se observa que el 40,69% de encuestados, equivalente a 35 personas dicen que contratarían el servicio temporal, es decir por horas; el 59,31% afirman que lo harían de manera permanente y equivale a 51 personas encuestadas.

PREGUNTA 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Servicio Temporal (por horas)?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 6 la hora	74	86,05%
\$ 8 la hora	7	8,14%
\$ 10 la hora	5	5,81%
TOTAL	86	100,00%



ANÁLISIS

En relación al pago por el servicio ofrecido, el 86,05% de personas encuestadas, equivalente a 74, dicen que estarían dispuestos a pagar \$ 6; el 8,14% pagaría \$8 y equivale a 7 personas y el 5,81% cancelaría hasta \$10 por hora y equivale a 5 personas encuestadas.

PREGUNTA 10

¿Cuáles considera usted son las principales características que debería tener una niñera? Favor seleccione hasta 5 opciones.

RESPUESTAS
Amar a los niños
Paciencia
Cariño
Responsabilidad
Respeto
Experiencia
Dinámica
Profesionalismo
Creativa
Colaboradora
Proactiva
Otras
TOTAL

GRUPO A

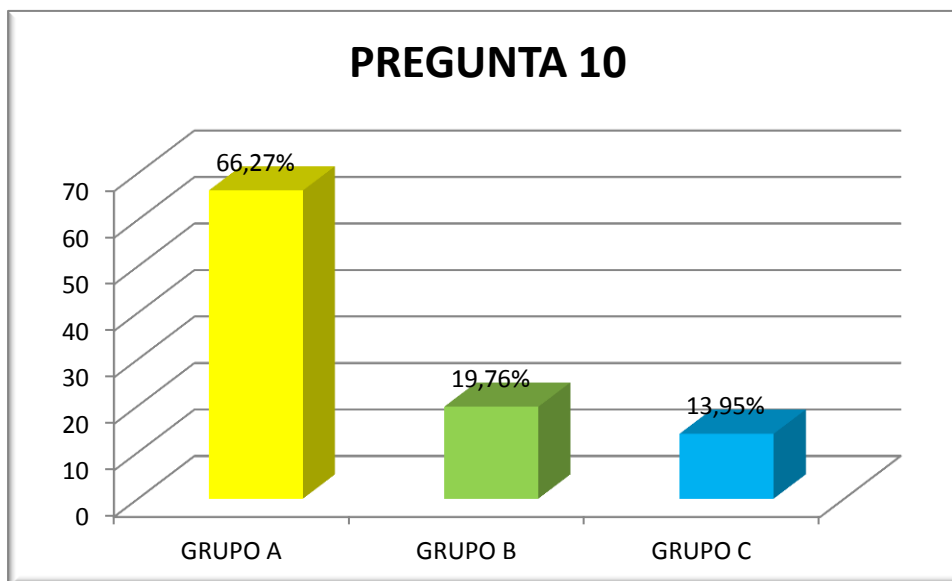
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Paciencia	57	66,27%
b. Cariño		
c. Responsabilidad		
d. Experiencia		
e. Creativa		
TOTAL	57	66,27%

GRUPO B

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
f. Paciencia	17	19,76%
g. Respeto		
h. Dinámica		
i. Experiencia		
j. Colaboradora		
TOTAL	17	19,76%

GRUPO C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
k. Amar a los niños	12	13,95%
l. Respeto		
m. Profesionalismo		
n. Proactiva		
o. Paciencia		
TOTAL	12	13,95%

**ANÁLISIS**

Como se puede observar un grupo de 57 personas consideran como características principales en una niñera la paciencia, el cariño, la responsabilidad, experiencia y ser creativa, esto equivale al 66,27% de encuestados.

El siguiente grupo equivalente a 17 personas y que representan el 19,76% de personas encuestadas piensan que una niñera debe tener paciencia, mostrar respeto, ser dinámica, tener experiencia en el cuidado de niños y colaboradora dentro de sus competencias.

Un tercer grupo encuentra que una niñera debe amar a los niños, mostrar respeto por ellos, tener profesionalismo, ser proactiva y tener paciencia, equivaliendo al 13,95% representando a 12 personas encuestados.

De las características que usted eligió, favor indique del 1 al 10 su grado de importancia, siendo 10 la más alta.

RESPUESTAS	IMPORTANCIA
Amar a los niños	10
Paciencia	10
Cariño	7
Responsabilidad	10
Respeto	10
Experiencia	7
Dinámica	8
Profesionalismo	9
Creativa	10
Colaboradora	9
Proactiva	9

GRUPO A

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paciencia	57	66,27%
Cariño		
Responsabilidad		
Experiencia		
Creativa		
TOTAL	57	66,27%

GRUPO B

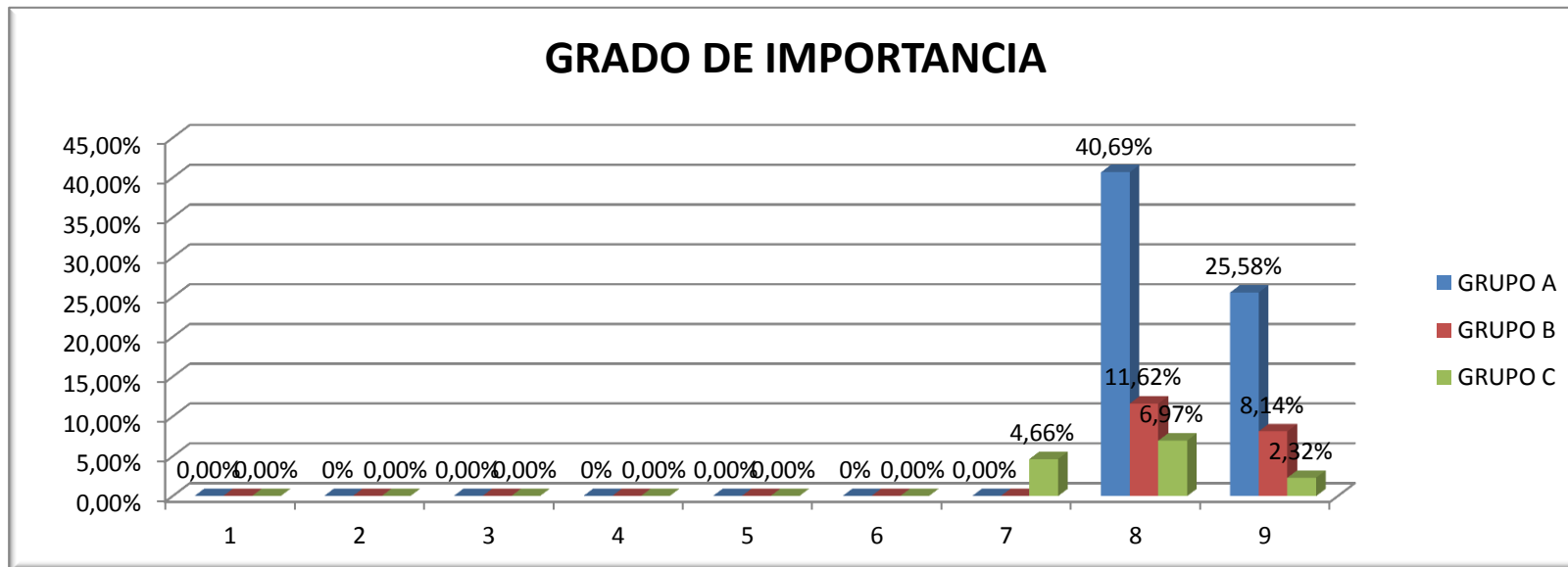
RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paciencia	17	19,76%
Respeto		
Dinámica		
Experiencia		
Colaboradora		
TOTAL	17	19,76%

GRUPO C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amar a los niños	12	13,95%
Respeto		
Profesionalismo		
Proactiva		
Paciencia		
TOTAL	12	13,95%

CATEGORIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
GRUPO A	0	0	0	0	0	0	0	0	35	22	57
GRUPO B	0	0	0	0	0	0	0	0	10	7	17
GRUPO C	0	0	0	0	0	0	0	4	6	2	12

CATEGORIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PORCENTAJE
GRUPO A	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	40,69%	25,58%	66,27%
GRUPO B	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,62%	8,14%	19,76%
GRUPO C	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,66%	6,97%	2,32%	13,95%



ANÁLISIS

En las tablas adjuntas se puede observar las opciones consideradas por las personas encuestadas, datos que se reflejan en el gráfico de manera conjunta, estableciéndose los siguientes datos:

El grupo A da un grado de importancia entre 9 y 10 a las opciones Paciencia, Cariño, Responsabilidad, Experiencia y ser Creativa, y corresponde al 40,69% que equivale a 35 personas y 25,58% que equivale a 22 personas respectivamente.

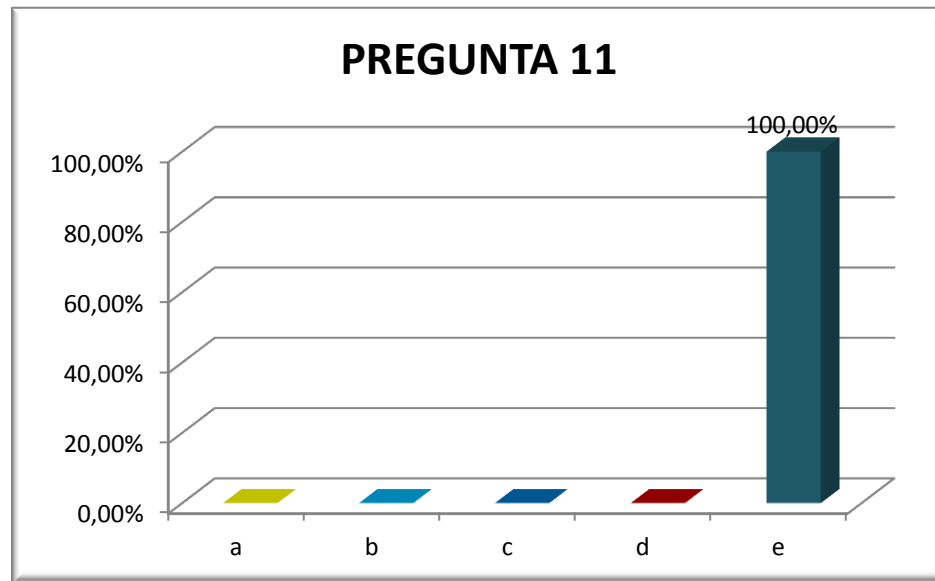
El grupo B da un grado de importancia entre 9 y 10 a las opciones Paciencia, Respeto, Dinámica, Experiencia y ser Colaboradora, mismas que corresponden a los porcentajes de 11,62% (10 personas) y 8,14% (7 personas), respectivamente.

El grupo C da un grado de importancia entre 8, 9 y 10 a las opciones Amar a los niños, Respeto, Profesionalismo, Proactiva y Paciencia, correspondiendo en porcentaje y frecuencia los siguientes datos: 8 el 4,66% equivalente a 4 personas; 9 el 6,97% equivalente 6 personas y 10 el 2,32% equivalente a 2 personas encuestadas.

PREGUNTA 11

¿Qué garantías considera usted debería ofrecerle una Agencia de Cuidado Infantil Profesional en el hogar (a domicilio)?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Seguridad	0	0,00%
b. Calidad de cuidado profesional	0	0,00%
c. Soporte en el desarrollo integral del niño	0	0,00%
d. Nutrición y Psicología	0	0,00%
e. Todas	86	100,00%
TOTAL	86	100,00%



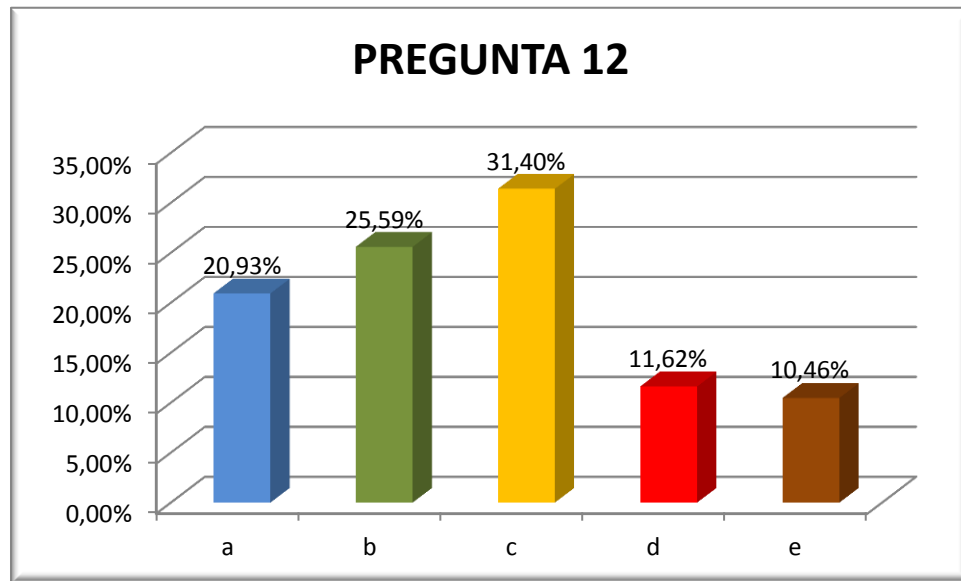
ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico el 100,00% consideran todas las opciones como valederas en las empresas que ofrezcan cuidado Infantil Profesional en el hogar (a domicilio) y equivale a 86 personas encuestadas.

PREGUNTA 12

¿Tiene alguna sugerencia para implementar este servicio adecuadamente?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Los costos deben ser asequibles	18	20,93%
b. Deben capacitar a sus empleados.	22	25,59%
c. Investigar si los datos proporcionados por las aspirantes a empleadas son verídicos y confiables.	27	31,40%
d. Pedir cartas de recomendación a sus empleadas.	10	11,62%
e. Instalar una oficina estable para que el usuario pueda reclamar y acudir cuando lo requiera.	9	10,46%
TOTAL	86	100,00%



ANÁLISIS

Entre las sugerencias obtenidas por parte de los encuestados, se establece lo siguiente: el 20,93% dicen que los costos deben ser asequibles y equivale a 18 personas; el 25,59% siguiente manifiesta que se debe capacitar a los empleados y equivale a 22 personas. El 31,40% considera importante investigar si los datos proporcionados por las aspirantes a empleadas son verídicos y confiables y equivale a 27 personas; el 11,62% aconseja pedir cartas de recomendación a sus empleadas y equivale a 10 personas encuestadas; y, el 10,46% restante equivalente a 9 personas encuestadas recomiendan la instalación de una oficina estable para que el usuario pueda reclamar y acudir cuando lo requiera.

2.5. FUENTES PRIMARIAS ADICIONALES

Este Plan de Investigación, se basó en la recolección de Datos de Fuentes Primarias, como el método de la Encuesta principalmente. Sin embargo, se consideró necesario apoyar la investigación con el empleo de otra técnica de recolección de información como la Entrevista

utilizando la Guía de entrevistas como instrumento de aplicación, para obtener una perspectiva real del mercado.

2.5.1. Entrevistas

Para obtener un conocimiento cualitativo la recolección de la información será documental, por esto se procedió a realizar entrevistas a personas que utilizan este tipo de servicios y con especialistas de la materia para obtener las bases de conocimiento sobre Cuidado Infantil.

Se entrevistó a la Sra. **Elena Rueda – Contratante de un Servicio de Cuidado Infantil**²³, quien es una mujer profesional que trabaja a tiempo completo, tiene dos hijos y el más pequeño Martín, tiene apenas un año. Ella deja a Martín desde los tres meses al cuidado de una persona que ofrece los servicios de cuidado infantil en su propia casa. Elena comenta que conoció a Jackie (niñera) porque es madre de uno de los mejores amigos de su hijo Nacho de 12 años.(Ver Anexo B).

Para el campo profesional se entrevistó a la Sra. **Anita Bonilla – Directora de un Centro de Cuidado Infantil ubicado en el Sector del Labrador**²⁴, este Centro de Cuidado Infantil funciona hace 5 años, atiende a niños de 1 a 5 años en horario de medio tiempo o en jornadas completas desde las 8:00 de la mañana hasta las 5:00 de la tarde.(Ver Anexo B).

En conclusión se puntualiza lo siguiente:

Impresiones Clave desde el punto de vista del Consumidor (Madre de Familia)

- El saber que sus hijos están cuidados por un profesional promueve el mejor rendimiento de la madre en su trabajo y su tranquilidad mental.

²³ Entrevista realizada por Pamela Villarreal. Octubre, 2009. Lugar: Domicilio – Elena Rueda.

²⁴ Entrevista realizada por Pamela Villarreal. 29 Diciembre, 2009. Lugar: Rayitos de Ternura.

- Garantizar la seguridad del niño es vital para este negocio, pero al mismo tiempo es conveniente enfatizar que se debe enseñar al niño a vivir en un entorno real.
- El amor por los niños es la principal característica de una buena Cuidadora Profesional.
- La flexibilidad de horarios es una característica valorada por las madres en el cuidado infantil.

Impresiones Clave desde el punto de vista del Experto en Cuidado Infantil (Oferta)

- Es importante para este tipo de negocio contar con personal calificado y a la vez con vocación de “madres” porque se necesita para trabajar con niños tan pequeños mucho amor, entrega y responsabilidad.
- Cada vez es más frecuente entre la sociedad contratar este tipo de servicio, en el centro infantil se ha observado un crecimiento del 15% de la demanda.
- El medio de publicidad más eficaz para este tipo de servicio, es el boca a boca, es fundamental lograr tal nivel de satisfacción entre los padres, para que se vean motivados, por sus buenas experiencias a recomendar el centro entre su entorno social. Medio altamente efectivo, barato y de mucha credibilidad para los prospectos - potenciales clientes.

2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.6.1. Estructuración de la Demanda

El enfoque de la Demanda está dirigido al mercado de Padres de Familia entre 26 y 46 años de edad, con hijos de 1 a 8 años y que se vean en la necesidad de encargar sus hijos a terceras personas, y para conformar su estructura, se tomará en cuenta la población de Quito en el año

2010 que es de 2.239.191²⁵, con su distribución en edades de 26 a 46 años de edad que son 695.165²⁶ habitantes en total; y por último el total de niños en Quito de 1 a 8 años de edad que son 332.593 niños, representando el 14,85% de la población total.

Tabla 2.5
Población de Niños de 1 a 8 años de Edad (Norte y Valles de Quito)
Año: 2010

SECTOR	TOTAL DE POBLACIÓN	TOTAL POBLACIÓN EDADES: 26-46 AÑOS (31% de la Población de Quito)	TOTAL NIÑOS EDADES: 1-8 AÑOS (14,85% de la Población de Quito)
NORTE DE QUITO	886.943	274.952	40.830
VALLES DE QUITO	293.558	91.002	13.513
TOTAL	1.180.501	365.954	54.343

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 2.6
Población de Parejas con Niños de 1 a 8 años de Edad (Norte y Valles de Quito)
Año: 2010

SECTOR	TOTAL POBLACIÓN EDADES: 26-46 AÑOS (31% de la Población de Quito)		TOTAL PAREJAS CON NIÑOS DE 1 A 8 AÑOS EDADES: 26-46 AÑOS (14,85% de la Población de Quito)	TOTAL NIÑOS EDADES: 1-8 AÑOS (14,85% de la Población de Quito)
	Hombres	Mujeres		
NORTE DE QUITO 274.952 hab.	131.537	143.415	21.297	40.830
VALLES DE QUITO 91.002 hab.	43.536	47.466	7.049	13.513
TOTAL			28.346	54.343

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

²⁵ INEC, Censo 2010.

²⁶ Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Estadísticas, 2010 .

Utilizando la Tasa Promedio de Crecimiento Poblacional (2001-2010) proporcionada por el INEC, del 3,72%, se calcula el incremento de los datos anteriores, y se obtiene la siguiente estructura de demanda:

Tabla 2.7
Proyección de la Población de Parejas con Niños de 1 a 8 años de Edad
(Norte y Valles de Quito)
Años: 2010 - 2015

Años	Total Población Sector Norte de Quito (Edades: 26-46 Años)	Total Población Sector Valles de Quito (Edades: 26-46 Años)	Total Parejas con Niños de 1 A 8 Años (Edades: 26-46 Años)	Total Niños Edades: 1-8 Años (14,85% de la Población de Quito)
2010	274.952	91.002	28.346	54.343
2011	285.180	94.387	29.400	56.365
2012	295.789	97.898	30.494	58.461
2013	306.792	101.540	31.629	60.636
2014	318.205	105.318	32.805	62.892
2015	330.042	109.235	34.025	65.231

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

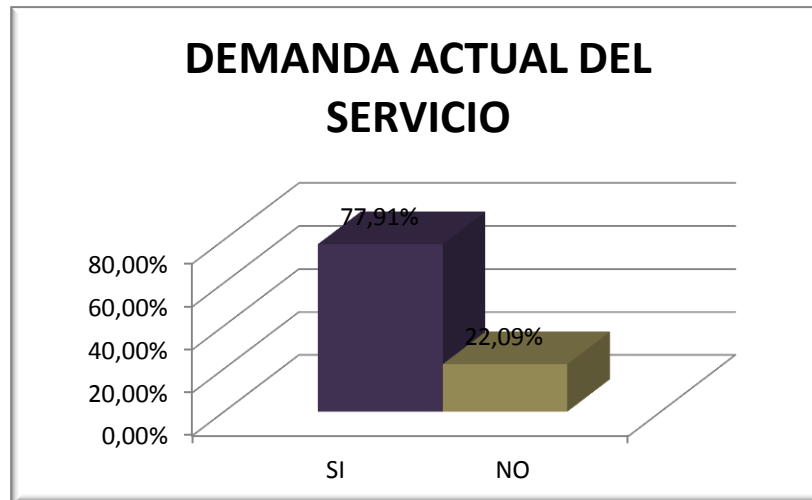
2.6.2. Demanda Actual del Servicio

La Demanda es “aquella cantidad de un bien o servicio que es necesitada por los Consumidores Potenciales de ese bien o servicio, para adquirirlos y así satisfacer sus necesidades inmediatas”.²⁷

De acuerdo a los resultados estadísticos obtenidos en la investigación de campo dirigida a las parejas con hijos de 1 a 8 años de edad, en la Parroquia Urbana de Jipijapa, del cantón Quito, se determinó los siguientes resultados:

²⁷ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Pág. 88

Figura 2.1

Demanda Actual del Servicio de Niñeras en la Parroquia Urbana de Jipijapa

Fuente: Resultados de las Encuestas, en la Población Urbana de Jipijapa, Norte de Quito.
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Por tanto, se deduce que la Demanda Actual (2010) para el **Servicio Profesional de Cuidado Infantil a Domicilio**, es del 77,91%, de las parejas con edades entre 26 y 46 años, con niños de 1 a 8 años, es decir 22.084 parejas ($28.346 \times 77.91\%$).

2.6.3. Proyección de la Demanda

Para la Proyección de la Demanda, se tomará en cuenta 6 años de vida útil del Proyecto (2010-2015), y se la estima utilizando como fuente real las estimaciones y proyecciones realizadas por el Instituto de la Ciudad del DM de Quito ICQ, basados en el Censo de Noviembre 2010, formulado por el INEC, en cuyos datos se obtiene una Tasa de Crecimiento Anual Promedio, para los próximos 5 años, del 2,20%²⁸, para la población urbana de Quito.

²⁸ ICQ, Distrito Metropolitano de Quito, Informe mensual Noviembre 2011.

Tabla 2.8

Tasas de Crecimiento Anual por Edades de la Población de Quito 2000-2010

AÑO	TOTAL	URBANA		
		0-14	15-64	65 y +
TASAS DE CRECIMIENTO (%)				
1950-1960	2.7	3.7	2.1	1.5
1960-1970	3.0	3.2	2.9	1.9
1970-1980	2.9	2.5	3.2	2.4
1980-1990	2.5	1.6	3.2	2.8
1990-2000	2.1	0.7	2.9	3.4
2000-2010	1.6	0.2	2.2	3.4

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010

Elaborado por: INEC

La demanda proyectada se presenta a continuación:

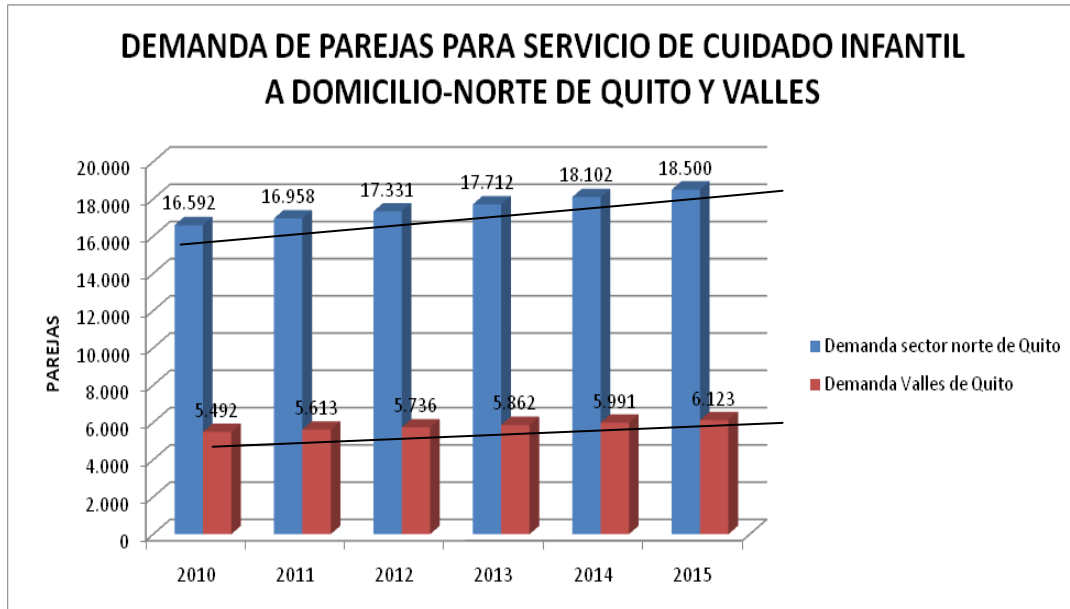
Tabla 2.9
Demanda Proyectada de Parejas con Niños de 1-8 Años
Proyección: 2010-2015
Tasa de Crecimiento: 2,20% Anual Zona Urbana

Años	Total Parejas con Niños de 1 A 8 Años. (Edades: 26-46 Años)	Parejas: Sector Norte de Quito	Parejas: Valles de Quito	Parejas: Sector Norte Nivel de Aceptación 77,91%	Parejas: Valles Nivel de Aceptación 77,91%	Total Niños Edades: 1-8 Años (14,85% de la Población de Quito) Norte y Valles
2010	28.346	21.297	7.049	16.592	5.492	54.343
2011	28.970	21.766	7.204	16.958	5.613	55.539
2012	29.607	22.244	7.363	17.331	5.736	56.760
2013	30.258	22.734	7.525	17.712	5.862	58.009
2014	30.924	23.234	7.690	18.102	5.991	59.285
2015	31.604	23.745	7.859	18.500	6.123	60.590

Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010

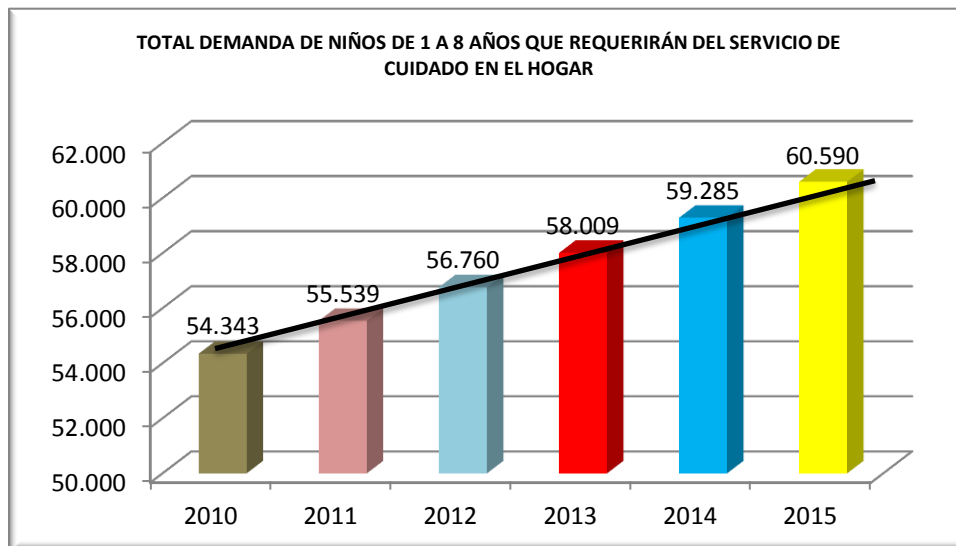
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Figura 2.2
Demanda de Parejas para Servicio de Cuidado Infantil a Domicilio –
Norte de Quito y Valles



Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Figura 2.3
Demanda de Niños de 1 a 8 años que requieren Servicios de Cuidado en el Hogar



Fuente: INEC, Censo Noviembre, 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

“La Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.”²⁹

Se expresa gráficamente por medio de la Curva de la Oferta. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la Oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien o servicio. Esta es la elasticidad de la Curva de Oferta.

Por lo tanto, la Oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual, la representación de la Oferta es directamente proporcional al precio, resultando que la pendiente de una curva de Oferta tiende a ser creciente.

2.7.1. Tipo de Oferta

2.7.1.1. Oferta Competitiva

El Proyecto se enfoca en la Oferta Competitiva pues “existen muchos oferentes y muchos demandantes, en donde los productores actúan en situaciones de libre competencia.”³⁰ Pues, en este estudio de factibilidad, la actividad principal es la Atención y Cuidados de los Niños en el hogar del Demandante, en donde existen varias Empresas que se dedican a esta actividad en el mercado.

2.7.2. Datos Históricos de la Proyección de la Oferta

Según datos del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), durante el período 2001 hasta 2010, en la ciudad de Quito, ha habido un incremento promedio del 22% anual en los

²⁹ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Pág. 95.

³⁰ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Pág. 97.

Centros de Cuidado Infantil legalmente constituidos, en donde los centros atienden cada uno, un promedio de 46 niños. En la zona de los Valles, durante el mismo período, ha existido un incremento promedio del 13,7% anual de estos Centros y Guarderías, con una capacidad promedio de 40 niños.

Tabla 2.10

Proyección Histórica de los Centros de Cuidado Infantil del DMQ 2001-2010

AÑOS	NUMERO DE CENTROS	NUMERO DE NIÑOS
2001	360	16560
2002	451	20746
2003	500	23000
2004	560	25760
2005	640	29440
2006	702	32292
2007	765	35190
2008	864	39765
2009	977	44934
2010	1104	50776

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 2.11

Proyección Histórica de los Centros de Cuidado Infantil en los Valles de Quito 2001-2010

AÑOS	NUMERO DE CENTROS	NUMERO DE NIÑOS
2001	130	5200
2002	148	5912
2003	168	6722
2004	191	7643
2005	217	8691
2006	247	9881
2007	281	11235
2008	319	12774
2009	363	14524
2010	413	16514

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.7.3. Oferta Actual

La Oferta Actual lo constituyen los Centros de Cuidado Infantil considerados como Competencia Directa, para los Servicios que prestará esta Agencia. La Zona de Influencia de este Proyecto, será aquella competencia localizada al Norte de la ciudad de Quito y en los Valles aledaños.

Para determinar la Oferta Actual existente, se obtuvo información directamente de la competencia y datos estadísticos del MIES 2010. En el sector Norte de Quito, existen 464 centros de cuidado infantil³¹ legalmente constituidos, con una capacidad máxima promedio de 46 niños. En el sector de los Valles aledaños a Quito, se localizan 413 centros, con una capacidad máxima promedio de 40 niños.

Se define como resultado una oferta total actual de 37.858 niños, que son atendidos y cuidados por 877 Centros de Cuidado Infantil durante el año 2010.

Tabla 2.12

Oferta Actual de Centros de Cuidado Infantil en Zona Norte de Quito

AÑOS	NUMERO DE CENTROS	NUMERO DE NIÑOS
2010	464	21.344

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C

Tabla 2.13

Oferta Actual de Centros de Cuidado Infantil en los Valles de Quito

AÑOS	NUMERO DE CENTROS	NUMERO DE NIÑOS
2010	413	16.514

Fuente: MIES, 2010

Elaboración: Pamela Villarreal C

³¹ MIES, Estadísticas, 2010.

2.7.4. Proyección de la Oferta

El incremento de Centros de Cuidado Infantil en el Distrito Metropolitano de Quito, y en los Valles, ha aumentado notablemente, y sus causas son el Incremento de la Población y la necesidad de los padres en el cuidado de sus hijos, por falta de tiempo. Para la proyección de la Oferta Actual de estos centros, se considera una Tasa de Crecimiento constante de la Oferta del 5% anual³², en las administraciones zonales Eugenio Espejo, La Delicia, Noroccidente, Norcentral, Calderón, y en los Valles, dentro de una línea de tiempo de 6 años. A continuación el cálculo de la proyección de la Oferta Actual.

Tabla 2.14
Proyección de la Oferta
Zona Norte de Quito y Valles Aledaños
Tasa de Crecimiento: 5% Anual

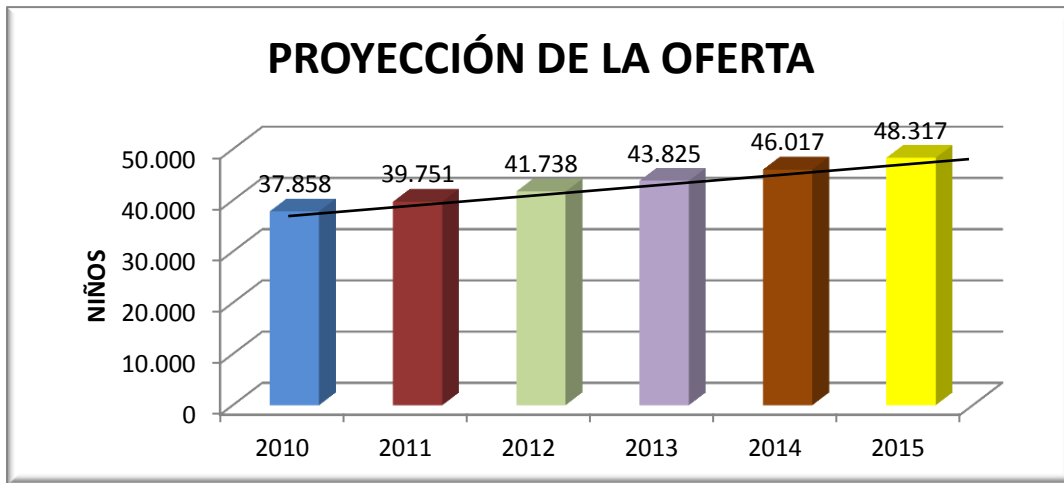
AÑOS	OFERTA (Capacidad Máxima de Niños en los Centros de Cuidado Infantil)
2010	37.858
2011	39.751
2012	41.738
2013	43.825
2014	46.017
2015	48.317

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

³² MIES, 2010.

Figura 2.4
Proyección de la Oferta



Fuente: MIES, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La Demanda Insatisfecha es igual a Demanda Futura – Oferta Futura.

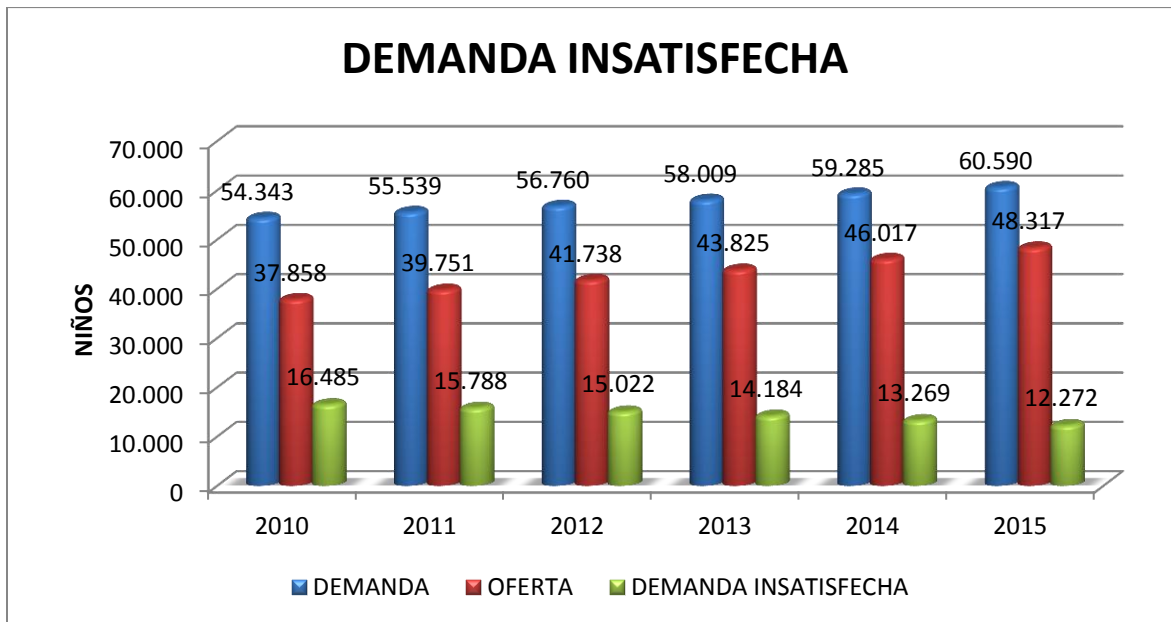
Tabla 2.15

Proyección de la Demanda Insatisfecha de Niños al Norte y Valles de Quito

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA FUTURA	OFERTA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	54.343	37.858	16.485
2011	55.539	39.751	15.788
2012	56.760	41.738	15.022
2013	58.009	43.825	14.184
2014	59.285	46.017	13.269
2015	60.590	48.317	12.272

Fuente: MIES, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Figura 2.5
Demanda Insatisfecha



Fuente: MIES, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Del cálculo de la Demanda Insatisfecha, se interpreta que la Oferta de Centros de Atención y Cuidado Infantil en la Zona Norte y Valles aledaños de Quito, cubre solamente en promedio un 69,66% del total de la Demanda proyectada durante el período 2010 al 2015. Estos resultados son muy positivos ya que la Demanda Insatisfecha Media, con lo que da la oportunidad del ingreso de nuevos competidores en este mercado.

2.8.1. Análisis de la Demanda Insatisfecha Captada por el Proyecto

La Agencia tiene como meta captar el 0,31%³³ del total de la Demanda Insatisfecha, a partir del año 2010, cuyos cálculos son detallados en el siguiente cuadro:

³³ Porcentaje obtenido de captación otras Empresas competidoras de Quito, Entrevistas Propietarios de Centros de Cuidado Infantil, 2010.

Tabla 2.16
Captación de la Demanda Insatisfecha por el Proyecto
2010-2015

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO
2010	16.485	51
2011	15.788	49
2012	15.022	47
2013	14.184	44
2014	13.269	41
2015	12.272	38

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.9. ANÁLISIS DE PRECIOS

El establecimiento de los Precios por los Servicios de la Agencia, es el elemento más importante de la Estrategia Comercial, pues de ellos dependerá la rentabilidad del Proyecto en estudio, y lo que es más importante, medirá el nivel de Ingresos.³⁴ El Análisis de Precios influye en el Consumidor Final sobre la forma que este tiene en aceptar o no dicho producto.

2.9.1. Precios Históricos y Actuales

La Inflación Anual y la Inestabilidad Económica del País desde el año 2001 hasta 2010, han incrementado las Pensiones Mensuales de las Guarderías y Centros Infantiles cada año, lo que ha facilitado el establecimiento de los precios de los servicios para este Proyecto. El Cuadro de Tendencias de Precios de los Centros de Cuidado Infantil y Tasas de Inflación Anual se presentan así:

³⁴ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. N. 36.

Tabla 2.17
Proyección de Pensión Mensual en Centros de Cuidado Infantil de Quito- 2001 al 2010

AÑO	COSTO PENSION MENSUAL	INFLACION ANUAL
2001	56,66	9,60%
2002	62,51	9,36%
2003	66,32	6,10%
2004	67,62	1,95%
2005	70,56	4,36%
2006	72,59	2,87%
2007	75,00	3,32%
2008	81,62	8,83%
2009	85,14	4,31%
2010	87,98	3,33%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, MIES, 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.9.2. Métodos para Fijar los Precios

Para fijar Precios de Mercado en cualquier negocio, es necesario tener Información Primaria de Fuentes Estadísticas, Comerciales y de Negocios, sobre los Costos de Operación del Negocio que se quiere proyectar, Precios de la Competencia, Cifras de Demanda, Comportamiento de la Competencia ante el Cambio de Precios.

Para fijar los Precios de los Servicios que prestará la Agencia, se utilizará información de los Precios de la Competencia y lo que los padres están dispuestos a pagar. Los Precios con los que se va a introducir el Servicio son mayores que los presentados por los competidores.

- Del servicio de Niñeras Temporales o Niñeras Canguro, el tiempo mínimo del Servicio es de 2 horas en adelante. Por cada hora los Padres de Familia de los niños de 1 a 8 años, están

dispuestos a pagar \$ 6,00 por hora.³⁵ Los horarios en el día son desde las 7:00 AM a 7:00 PM, y por la noche desde las 7:00 PM a 7:00 AM, de Lunes a Domingo y Días Feriados. (Los pagos lo realizan los Padres de Familia, en la Agencia).

- Para el servicio de Niñeras Permanentes, el horario es continuo es decir desde las 8:00 AM hasta las 6:00 PM. El pago por este servicio es de \$ 240,00³⁶ (Salario Básico trabajadores en general en el año 2010) que lo hace la Agencia, y los padres están dispuestos a que se les cobre una comisión del 40%, del Sueldo Básico.

2.10. ANÁLISIS FODA

El Análisis FODA, es aquel examen que se realiza a una empresa, para conocer las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas del Negocio y el Entorno en el cual compite.³⁷ El Análisis FODA de esta empresa, se lo realizó en base a la información del Análisis Externo e Interno del Entorno en el cual compite.

2.10.1. Identificación de Fortalezas

- Estructura Organizacional Funcional y Eficiente en apoyo y coordinación de funciones y responsabilidades de los cargos.
- Calidad y Eficiencia del Servicio.
- Precios Bajos ofertados por la Industria de Cuidado Infantil que aumentan la Demanda del Servicio.

³⁵ Estudio de Mercado: Encuestas, a Padres de Familia en la Jipijapa, Pregunta No. 9.

³⁶ Ministerio de Trabajo y Relaciones Laborales MTRL, Informe a la Nación: Salario básico 2010.

³⁷ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Pág. 93.

2.10.2. Identificación de Oportunidades

- Disminución de la Inflación.
- Disminución de las Tasas de Interés para Créditos Empresariales.
- Respaldo de Políticas de Desarrollo Empresarial propuestas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2010-2011.
- Instrumentación Legal que sustenta planes y programas de Desarrollo para Microempresas y Empresas Pequeñas.
- Aumento gradual de la Población de Quito, con Tasa de Crecimiento que viabiliza una demanda constante del Servicio de Cuidados Infantiles.
- La Población Económicamente Activa, posee edades entre los 15 y 65 años.
- Mercado Potencial del 39,77% por Mujeres del Sector Urbano de Quito.
- Poder bajo de Negociación de los Proveedores.

2.10.3. Identificación de Debilidades

- No existe una Promoción adecuada del Servicio existiendo una Captación Baja de Clientes.
- Posicionamiento Nulo de la Empresa en la mente de los Clientes.
- Baja capacidad de adquirir Créditos por montos superiores al 60% de la Inversión Total.
- Bajo nivel de inyección de Capital de parte de los Accionistas.

2.10.4. Identificación de Amenazas

- Alta Tasa de Riesgo País.
- Aumento del Desempleo y Subempleo.

- Limitada Capacidad de Consumo per Cápita.
- Salarios Bajos y Canasta Familiar con Precios altos.
- Ingreso de Nuevos Competidores como Personas Naturales, Guarderías y Centros de Cuidado Integral de Niños.

2.11. ESTRATEGIAS DE SERVICIOS

2.11.1. Las Cuatro P's del Marketing

Las estrategias a utilizarse es la de Diferenciación, a través de la cual se definen la Estrategia del Crecimiento del Ingreso y Estrategia de la Productividad basadas en:

- a) Mejorar la Estabilidad ampliando las Fuentes de Ingresos que se obtienen de los Clientes.
- b) Mejorar la Eficiencia Operativa trasladando a los Clientes o Canales de Distribución más efectivos en costo.

Para realizar el Posicionamiento de la Agencia en el Mercado del Cantón Quito, se utilizará las Estrategias Operativas que se fundamentan en la 4 P's, que en la actualidad se constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las variables de la mezcla de Mercadotecnia, para lo cual, se identifican en: Producto, Precio, Plaza (Distribución) y Promoción.

2.11.1.1. Estrategias de Producto

“Producto es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta”³⁸.

³⁸ PHILIP Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Page. 63.

El "Producto", tiene a su vez, su propia mezcla o mix de variables, entre las cuales tenemos las siguientes características: Atributos, Variedad, Valor Nutricional, Propiedades, Información Nutricional y Calidad.

2.11.1.1.1. Nombre del Producto:

El Producto (Servicio) se comercializará bajo el nombre de la marca **Banana – Nana BabySitting Center**, que ofertará el servicio de Asistencia Profesional de Cuidado Infantil en el Hogar / a Domicilio durante las 24 horas del día, en las Modalidades Temporal y Permanente.

2.11.1.1.2. Diseño y Presentación:

El Diseño y Presentación del Producto se establecen bajo los siguientes atributos:

a) Marca



b) Presentación

Figura 2.6
Presentación



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

c) Descripción

Banana – Nana BabySitting Center funcionará como una **Agencia de Niñeras**³⁹, cuya función primaria es la de reclutar niñeras y familias para ponerlas en contacto de acuerdo a su necesidad por un valor monetario. Sin embargo, esta actividad será complementada con otros aspectos de vital importancia, que serán abordados en el perfil de la oferta como un servicio de excelencia en el Cuidado Infantil.

El Equipo Profesional de **Banana – Nana BabySitting Center** será altamente calificado en temas como: Nutrición, Psicología, Ciencias de la Educación y Parvularia, Seguridad, Primeros Auxilios y Estimulación Temprana; quienes le brindarán al niño el apoyo y el cuidado necesarios para el desarrollo saludable de sus capacidades físicas, motrices e intelectuales.

Además, se contará con dos clases de Servicio para Cuidado Infantil en **Banana – Nana BabySitting Center**: Niñeras Canguro (Temporales / por Horas) y Niñeras Permanentes, ambas con alto nivel de conocimiento en temas relacionados con párvulos. Las “**Niñeras Canguro**”⁴⁰: “Son personas jóvenes que se encargan de atender a niños pequeños de 1 a 8 años de edad, en ausencia corta de los padres (mínimo 2 horas). Las “**Niñeras Permanentes**”⁴¹: “Personal que se encarga de forma continuada y exclusiva del cuidado de los niños. Esto incluye todo lo que tiene que ver con ellos, aseo, comida, etc.”

Entre el Personal Externo para esta Agencia, se contará con un Médico Profesional, Nutricionistas especializados en alimentación infantil, para garantizar una dieta balanceada que

³⁹ International Nanny Association. Septiembre, 2009. Traducción de la Autora: Pamela Villarreal <http://www.nanny.org/faqsdefinitions.php>. Septiembre 2009.

⁴⁰ Te lo Cuido, www.telocuido.com. Marzo, 2009.

⁴¹ Te lo Cuido, www.telocuido.com. Marzo, 2009.

cubra los requerimientos nutricionales necesarios para el desarrollo óptimo de cada niño, como también los servicios de un Pediatra que brindará asesoría al Personal a través de conferencias, charlas educativas y útiles consejos para el cuidado del niño.

También se dispondrá de los servicios externos de un Psicólogo Infantil que brinde asesoría, tanto a los Padres de Familia como a las Profesionales en Cuidado Infantil, en cierto tipo de problemas que puedan surgir con los niños (agresividad, trastornos del comportamiento, etc) o simples dudas, consejos, que requieran consulta de un experto.

Banana – Nana BabySitting Center se compromete a:

- Desarrollar una relación afectiva, armoniosa y estable entre el niño y la Profesional en Cuidado Infantil, que favorezca el desarrollo emocional equilibrado; permitiendo la expresión de sus emociones y, a la vez, que ayude a canalizar sus conflictos.
- Brindar una estimulación motriz adecuada al nivel de maduración de cada niño.
- Promover la formación de hábitos higiénicos y cuidados personales de cada niño.
- Proporcionar una salud preventiva e integral a los niños dentro del propio hogar.
- Atender durante todo el año y todos los días de la semana en horario ampliado, alternativa ventajosa para los Padres de Familia.
- Fomentar una comunicación positiva entre los Padres de Familia y las profesionales del cuidado, para desarrollar una relación de crianza compartida que beneficie al niño.
- Promover la participación activa y dinámica de los Padres de Familia en el cuidado de los niños, es decir, que los Padres de Familia, se sientan en plena libertad de intervenir, ya sea, con comentarios o sugerencias de mejora, sobre el servicio que están recibiendo de la Agencia.

- Capacitar de manera continua a las niñeras en temas de interés a la formación y desarrollo del párvulo.
- Evaluar continuamente la satisfacción del cliente en el servicio de las niñeras, a través de una hoja de control en el que se registre la calificación del servicio, comentarios, observaciones, etc.
- Evaluar a las niñeras en cuanto a su desempeño, aptitudes y actitudes, habilidades, experiencia, entre otros.

Todas estas propuestas demuestran la trascendencia del proyecto, que sin lugar a dudas será una alternativa que genere gran demanda dentro de la población del Sector Norte y Valles aledaños de Quito.

Servicios de Apoyo

La estrategia de mezclar los servicios hace que **Banana – Nana BabySitting Center** encuentre más clientes por el atractivo que presenta un servicio novedoso, profesional y de calidad, por eso los servicios de la Agencia se encuentran relacionados con todos los servicios secundarios que un niño por lo general necesita y el cliente en muchas ocasiones también lo solicita como complementos.

Cabe recalcar que en este caso **Banana – Nana BabySitting Center** solo procederá a presentar opciones de las Alianzas Estratégicas disponibles que ofrezcan lo que la familia cliente necesita, entre este tipo de servicios relacionados se encuentran los siguientes:

- Centro de Estimulación Temprana
- Academias de Idiomas

- Boutiques Infantiles
- Consultorios Médicos
- Fiestas Infantiles
- Decoración y Muebles
- Dulcerías
- Centros de Entretenimiento
- Librerías

Todos estos servicios serán presentados en el directorio propio de la Agencia a los clientes para que ellos escojan lo que deseen, y se ganará un porcentaje por ser intermediarios de los clientes con los proveedores de este servicio.

2.11.1.2.Estrategias de Precios

Los factores que **Banana – Nana BabySitting Center**, tomará en cuenta para formular su Estrategia de Precios son:

- Las Políticas de Descuento, establecidas para los potenciales clientes.
- El Número de Servicios que ofrece **Banana – Nana BabySitting Center**.
- La Capacidad de Pago de las Familias.
- Las Garantías que ofrece esta Agencia, en cuanto al bienestar de los niños, la alimentación, el personal capacitado, la atención oportuna, la salud, el Servicio de Pediatría, el transporte, etc.

Como Estrategias Principales de esta Agencia serán:

- El pago de una comisión del 25% para la Agencia, por parte del Padre de Familia, cuando requieran los servicios de Niñeras Temporales en Horarios Nocturnos, es decir, desde las 7:00 PM a 7:00 AM, entre Lunes y Viernes.
- Para los servicios de Niñeras Temporales, se beneficiará al Padre de Familia, extendiendo el servicio los fines de semana y feriados, con precios de \$ 8,00, si el servicio es de día, de 7:00 AM hasta las 7:00 PM y de \$ 9,00, si el servicio es por las noches, desde las 7:00 PM hasta las 7:00 AM; más una comisión de Agencia del 25% en ambos casos.
- El pago de una comisión para la Agencia del 40% sobre el Sueldo Básico de \$240,00, cuando se requiera el Servicio de Niñeras Permanentes.
- **Banana – Nana BabySitting Center** por ser una Agencia que brinda un nuevo servicio a los Padres de Familia de las zonas urbanas al Norte de Quito y Valles, y por ser este mercado de un Nivel Socioeconómico, Medio-Alto y Alto, los precios con los que se introducirán los servicios serán superiores a los presentados por los competidores, puesto que la Ventaja Competitiva se enfocarán al cuidado y atención primaria de niños de 1 a 8 años de edad, a domicilio y promover el Desarrollo de una “Asociación” entre la Familia y la Profesional.
- Luego de mantenerse el precio en un porcentaje mayor al precio normal, y conforme se incremente la Demanda del Servicio en un 30%, se deberá tomar acciones en bajar los precios temporales (por horas) del servicio un 20%, especialmente en el día, haciendo esto cada vez que exista este incremento porcentual en base a la Demanda en estos sectores de la Población.
- Para mantener el precio en un nivel óptimo para la prestación del servicio se debe aplicar una estrategia de liderazgo en costos, utilizando de forma eficiente los recursos primarios y

secundarios con que se cuenta, esto ayudará que tanto los empleados como los directivos, sepan ahorrar sus recursos y utilizar con eficiencia los mismos.

- También se fijará un precio mediante descuentos y rebajas para potenciales clientes, e igualmente se modificarán los precios temporales (por horas) tanto del día como por la noche, para recompensar a los clientes por el pago oportuno, o una rebaja del 10% en la comisión que percibe la Agencia por el servicio de Niñeras Permanentes, cuando los Padres de Familia tienen dos o más niños de 1 a 8 años de edad que requieren de atención de las niñeras.

Tabla 2.18

Niñeras Temporales (Temporales-Por Horas con un mínimo de 2 horas)

NIÑERAS TEMPORALES (HONORARIOS PROFESIONALES)				
SERVICIO ENTRE LUNES Y VIERNES	PAGO POR HORA	COMISIÓN AGENCIA 25%	IVA 12%	PRECIO TOTAL
DÍA DE 7:00 AM A 7:00 PM	\$ 6,00	-	\$ 0,72	\$ 6,72
NOCHE* DE 7:00 PM A 7:00 AM	\$ 6,00	\$ 1,50	\$ 0,72	\$ 8,22
<i>* Para el Horario Nocturno se considera un 25% adicional.</i>				

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 2.19

Niñeras Temporales (Temporales-Por Horas con un mínimo de 2 horas)

NIÑERAS TEMPORALES (HONORARIOS PROFESIONALES)				
SERVICIO SÁBADOS, DOMINGOS Y FERIADOS	PAGO POR HORA	COMISIÓN AGENCIA 25%	IVA 12%	PRECIO TOTAL
DÍA DE 7:00 AM A 7:00 PM	\$ 8,00	\$ 2,00	\$ 0,96	\$ 10,96
NOCHE* DE 7:00 PM A 7:00 AM	\$ 9,00	\$ 2,25	\$ 1,08	\$ 12,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 2.20

Niñeras Permanentes

NIÑERAS PERMANENTES				
SERVICIO CONTINUO	SALARIO BÁSICO (2010) (cancelado por la Agencia)	COMISIÓN AGENCIA 40% (cancelado por el Padre de Familia)	IVA 12%	PRECIO TOTAL
DE 8:00 AM A 6:00 PM	\$ 240,00	\$ 96,00	\$ 11,52	\$ 107,52
	<i>* Para Las Niñeras Permanentes se cobra una comisión del Salario Básico Unificado \$240,00.</i>			

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

2.11.1.3. Estrategias de Plaza

“Plaza: También conocida como la estrategia de Distribución, incluye todas aquellas actividades de la Empresa que ponen el producto a disposición del Mercado meta”⁴². El mercado Objetivo o Meta para este Producto será: El Norte del DM de Quito y los Valles aledaños como son: Cumbayá, Tumbaco y los Chillos.

Banana – Nana BabySitting Center contará con una oficina ubicada en el barrio Jipijapa del sector de la Plaza de Toros, en la cual se realizarán todas las operaciones de comercialización de los servicios hacia el Mercado Meta. Los padres podrán acudir a la empresa para conocer a las personas que trabajan en ella, y para solicitar el servicio, el cual maneja un canal directo, prestando el servicio en cada hogar, actuando la Agencia como intermediaria entre las Niñeras y las Familias.

Figura 2.7

Diseño Virtual de la Agencia



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

⁴² PHILIP Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Pág. 63.

2.11.1.4. Estrategias de Promoción

“Promoción: Comprende una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto”⁴³. Sus variables son las siguientes:

2.11.1.4.1. Marca

El nombre escogido para la marca, creación original de la Autora de este Proyecto, Pamela Villarreal C., es **Banana – Nana BabySitting Center**, porque es fácil de pronunciar y de retener en la mente, se ha utilizado la combinación de las palabras “nana” y “banana” cuya creativa fusión dieron lugar a un nombre original y divertido que fácilmente se asocia a los niños.

Se aspira que este nombre se convierta en una marca paraguas para el cuidado de los niños y en el cimiento de la empresa, prestigio alcanzado por el servicio brindado y por el uso de marca.

2.11.1.4.2. Logotipo

Este logo es pensado para captar y atraer la atención de los niños y sus padres, transmite un concepto infantil y tierno a la vez. Los colores elegidos son llamativos y vibrantes que despiertan los sentidos de los clientes objetivos.

El diseño es una creación original de la autora de este proyecto, quien ha combinado colores atractivos que compaginan perfectamente con el concepto que lleva **Banana – Nana BabySitting Center**. La marca se ubicará en las instalaciones, documentos, letreros, artículos, etc.

⁴³ PHILIP Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, Pág. 63.

Figura 2.8**Logotipo**

Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

2.11.1.4.1.3. Medidas de Posicionamiento

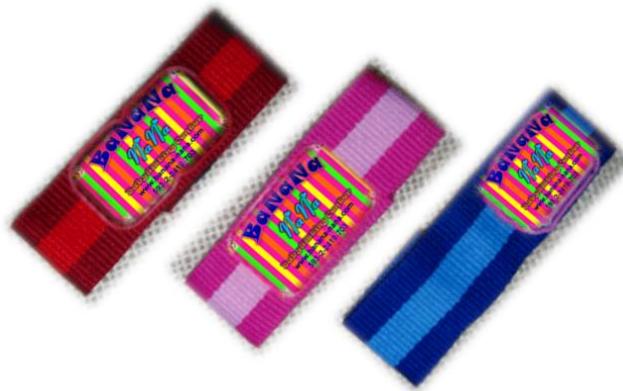
Como medida para posicionar la marca en la mente del consumidor, se ha diseñado un carnet de identificación y unas pulseras promocionales para los niños que se encuentran bajo el cuidado de la Agencia, así se logra promocionar el servicio de la empresa. Por ejemplo, cuando la cuidadora sale a pasear con el niño, éste llevará en un lugar visible su carnet con su información, incluso como medida de seguridad.

Figura 2.9
Carnet de Identificación



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

Figura 2.10
Pulseras Promocionales



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

Para apoyar la estrategia de posicionamiento de la empresa, las Niñeras Temporales y Permanentes, portarán la credencial de identificación en el uniforme distintivo de **Banana – Nana BabySitting Center**, al igual que el de los niños, que busca crear una imagen corporativa dentro de la comunidad.

Figura 2.11
Credencial de las Niñeras



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

Figura 2.12
Uniforme de las Niñeras



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

El uniforme de **Banana – Nana BabySitting Center** además de ser llamativo y agradable a la vista es funcional, puesto que es hecho con una tela impermeable contra accidentes (derrames de

leche, jugo, etc). Lo que no implica mayores gastos y contribuye a la imagen de la empresa **Banana – Nana BabySitting Center**.

2.11.1.4.4. Servicio Postventa

La calidad del servicio de **Banana – Nana BabySitting Center** está dada por su capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas que los clientes atribuyen al servicio. Para lograr la satisfacción plena se requiere de retroalimentación, que será un pilar de la empresa. Se considera que la relación de largo plazo con las familias garantiza los ingresos de la empresa, y para que esto se dé se requiere de comunicación permanente con los padres. Lo más importante es identificar cual fue el valor percibido por los padres después de la prestación de un servicio, siempre se va contactar al padre y se pedirá reporte a la niñera de cómo fue el servicio, así se garantiza que se corrigen los errores y se multiplican los aciertos.

2.11.1.4.5. Descuentos

La estrategia de descuentos se aplicará cuando se acceda a los servicios por medio de una recomendación de algún cliente de la empresa, que puede ser establecido en un 10%. También se incluirá cupones de charlas informativas sobre cuidado infantil en la publicidad que salga en las revistas especializadas.

2.11.1.4.6. Comunicación

Banana – Nana BabySitting Center tendrá una fortaleza en comunicación, siempre se eligen lugares y momentos estratégicos para comunicar el servicio, aprovechando al máximo la agrupación de familias. Ejemplos de lugares donde se comunica el servicio: Clubs de la Ciudad,

Centros Comerciales en fines de semana, Centros de Estimulación, Guarderías, Preescolares, Áreas Neonatales de las Clínicas, Colegios, en Centros de Pediatría, y Peluquerías Infantiles.

La empresa pautará en páginas de internet de marcas que los padres confían, como por ejemplo: Jhonson y Jhonson, revista Mamá, Hogar, Familia, Para mi Bebé, Club Bebitos de Fybeca, redes sociales, etc. También es conveniente asistir a cualquier evento que convoque familias y especialmente a aquellas que tengan niños pequeños, se ha pensado en la posibilidad de participar, o por lo menos dejar flyers de **Banana – Nana BabySitting Center**, en la “**Feria de Guarderías 2011**”, debido a la gran afluencia de gente con niños chiquitos.

Para facilitar el intercambio de opiniones del Servicio de **Banana – Nana BabySitting Center** entre los usuarios, se pondrá a disposición la página web de la Agencia para que los nuevos clientes puedan acceder a los testimonios de los clientes de la Agencia, y desarrollar confianza en el servicio ofertado. En esta página interactiva se creará una comunidad virtual que compartirá consejos, subirá fotos de sus hijos, calificará el servicio y darás sus recomendaciones para mejora del producto.

2.11.1.4.7. Publicidad

La publicidad ha sido desde hace mucho tiempo el instrumento que más se ha utilizado en el sector de los servicios. Los servicios para poder llegar a sus mercados objetivos deben desarrollar la publicidad para poder darse a conocer a los clientes. Los medios masivos como la prensa, televisión y radios se emplean más en la captación de clientes.

En **Banana – Nana BabySitting Center** está previsto publicitar en revistas dirigidas a segmentos que buscamos como Hogar, Familia y en revistas de las tarjetas de crédito las cuales están en contacto con el mercado objetivo deseado.

El Internet será una de las formas de publicidad constante de **Banana – Nana BabySitting Center** en la cual podríamos observar las fotos de las niñeras, los niños que se han cuidado, las características de las profesionales y desarrollar un portal interactivo donde la gente pueda contratar los servicios de acuerdo a su necesidad. Todo esto a través de una atractiva página Web diseñada para captar al cliente y presentar una excelente imagen (**E- Commerce**).

El letrero de **Banana – Nana BabySitting Center** debe ser informativo y estar a la vista del público. Debe incluir el nombre, número de teléfono, dirección, horas de servicio, y programas especiales que se ofrezca en el centro. En algunos casos los reglamentos de la ciudad restringirán el tamaño del letrero, así que se tratará de utilizar eficientemente el espacio permitido. Un diseñador gráfico indicará la manera más eficiente de delinear el letrero.

Figura 2.13

Letrero



Fuente: Diseño Original de la Autora

Elaborado por: Pamela Villareal C.

Una forma muy especializada de promoción que la mayoría de los Centros de Cuidado Infantil encuentran particularmente útil, es un folleto bien presentado acerca del centro. Este método perfectamente puede ser reproducido en **Banana – Nana BabySitting Center**. Este debe ser un folleto completo y debe planearse muy bien antes de imprimirlo.

Esta será la primera oportunidad de permitir a los clientes ver por escrito todos los servicios que se proporcionan, así mismo ver las razones por las cuales ellos elegirán este tipo de servicio y no el de los centros infantiles convencionales.

Los folletos de **Banana – Nana BabySitting Center** se deberán distribuir a posibles clientes, empleados, cámaras de comercio, en conferencias y otras juntas de negocios.

Figura 2.14
Folleto



Fuente: Diseño Original de la Autora
Elaborado por: Pamela Villareal C.

2.11.1.5. Implementación y Control

La implementación de este plan estará bajo la responsabilidad de la Gerente Propietaria de **Banana – Nana BabySitting Center** con la colaboración del personal que trabaje en la empresa, como ya se dijo antes todo el personal sería considerado como potenciales vendedores a la hora de contacto con un cliente.

También es importante llevar a cabo las negociaciones necesarias con clientes mayoristas y otras fuentes de distribución, cotizar con Agencias de Publicidad y Medios de Comunicación para escoger la que mejor convenga a la empresa y a la realización de la Campaña de Promoción.

Se deberá llevar un control mensual de la puesta en marcha del plan versus el presupuesto asignado y el cumplimiento de los objetivos. Además las actividades promocionales se deben realizar de acuerdo al cronograma anual planificado. Este cronograma debe ser desarrollado por el Personal Administrativo de la Empresa y seguido por todo el Personal, especialmente por las Cuidadoras Profesionales.

CAPÍTULO III

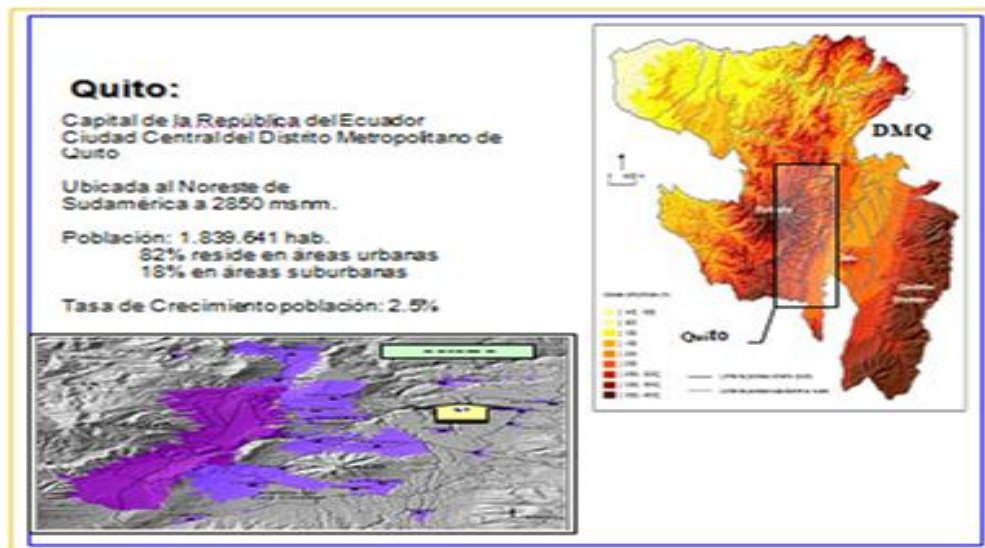
ESTUDIO TÉCNICO

3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1.1. Macrolocalización

El Proyecto se ubicará en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual tiene las siguientes características.

Figura 3.1
Macrolocalización



Fuente: Municipio del D.M.Q., 2010
INEC, 2010
Elaborado por: Municipio del D.M.Q.

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) de acuerdo con su Municipio se encuentra distribuido en 5 zonas y son:

- a) Zona Sur: Constituido por los sectores Quitumbe y Eloy Alfaro; conjuntamente ambos albergan a 712.734,50 habitantes, que representan al 31.83% del total de la población del DMQ.
- b) Zona Centro: Constituido por el sector Manuela Sáenz, que alberga 268.702,92 habitantes; representa el 12% del total de la población del DMQ.
- c) Zona Norte: Conformado por los sectores Eugenio Espejo, La Delicia, Noroccidente, Norcentral y Calderón. Conjuntamente habitan en él, 886.943,56 habitantes y representa al 39,61% del total de la población del DMQ.
- d) Zona Los Valles: Habitado por 293.557,94 personas y representan al 13.11% del total de habitantes en el DMQ.
- e) Zona No Definida: Corresponde a barrios periféricos y/o marginales del DMQ, habitan 77.252,09 personas y representan el restante 3.45% del total de habitantes del DMQ.

Tabla 3.1

Zonas de Distribución Poblacional en el DMQ

ZONA SUR	POBLACIÓN	PORCENTAJE
QUITUMBE	225.152,83	31,59
ELOY ALFARO	487.581,67	68,41
(1)TOTAL ZONA SUR	712.734,50	31,83
ZONA CENTRO		
MANUELA SÁENZ	268.702,92	12,00
(2)TOTAL ZONA CENTRO	268.702,92	12,00
ZONA NORTE		
EUGENIO ESPEJO	431.675,43	48,67
DELICIA	310.252,86	34,98
NOR OCCIDENTE	14.191,10	1,60
NOR CENTRAL	19.778,84	2,23
CALDERON	111.134,03	12,53
(3)TOTAL ZONA NORTE	886.943,56	39,61
ZONA VALLES		
TUMBACO	70.424,55	23,99
LOS CHILLOS	138.265,79	47,10
CUMBAYA	84.867,60	28,91
(4)TOTAL ZONA VALLES	293.557,94	13,11
TOTAL ZONAS (1+2+3+4)	2.161.938,91	96,55
(5) NO DEFINIDAS	77.252,09	3,45
TOTAL DMQ (1+2+3+4+5)	2.239.191,00	100,00

Fuente: Municipio Metropolitano de Quito, INEC 2010
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.1.2. Microlocalización

Tabla 3.2
Matriz Ubicación del Proyecto
Método de Ponderación por Sectores

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	NORTE		CENTRO		SUR	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
1. Cercano los clientes potenciales	0,2	5	1.00	1	0.20	3	0,6
2. Cercano a empresas, bancos, centros comerciales	0,25	5	1,25	3	0,75	3	0,75
3. Servicios Básicos	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25
4. Personal Disponible	0,05	5	0,25	3	0,15	1	0,05
5. Seguridad	0,2	4	0.80	2	0,4	3	0,6
6. Acceso a Vías, calles principales	0,1	5	0,5	2	0,2	4	0,4
7. Costo Alquiler local	0,15	3	0,45	3	0,45	5	0,75
TOTAL	1		4,5		2,4		3,9

Fuente: Municipio Metropolitano de Quito, INEC 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Resultado: El Sector que ha reunido el mayor puntaje es el Sector Norte de Quito con 4.5, en segundo lugar estaría el sector Sur de la ciudad con un puntaje de 3.9. Por lo que, la ubicación del Proyecto se realizará en el Sector Norte.

La oficina de la Agencia de Cuidado Infantil estará ubicada en la Zona Norte de Quito, Parroquia Chaupicruz, Barrio La Jipijapa, Sector Plaza de Toros, por ser una zona comercial y cercana al centro comercial y bancario de Quito como es el de la Carolina.

Figura 3.2

Ubicación del Proyecto



Fuente: Municipio del D.M.Q-INEC, 2010
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1. Tamaño del Local

3.2.1.1. Capacidad Instalada

La Empresa **Banana – Nana BabySitting Center**, tendrá una Capacidad Instalada para atender a 51 niños durante la vida útil del Proyecto con la prestación de Servicios de Cuidado Infantil en el hogar / a domicilio, bajo la modalidad de Atención Permanente y Cuidados Integrales para Familias del Norte de Quito y Valles aledaños.

3.2.2. Tamaño de la Inversión del Proyecto

El presente Proyecto para su implementación requiere de una inversión de \$24.490,44, de la cual un 83% se requiere para la adquisición de Activo Fijo, un 6 % para el Activo Diferido y un 11% para Capital de Trabajo.

Tabla 3.3
Inversiones del Proyecto

INVERSIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.785,00
Refrigeradora	1.882,00
Cocina	503,00
Equipo de sonido	215,00
Microondas	120,00
DVD Player	65,00
VEHÍCULOS	13.468,00
Furgoneta VAN-Cinascar	12.500,00
Repuestos y Accesorios	968,00
EQUIPOS DE OFICINA	469,00
Fax	135,00
Teléfonos	64,00
Calculadora	30,00
Impresora-Escáner Lexmark	240,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.800,00
Computadoras Altek 500 GB	1.800,00
MUEBLES Y ENSERES	690,00
Sillas	250,00
Mesas para Computadoras	120,00
Archivadores	80,00
Escritorios	200,00
Mesa de Centro	40,00
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN	1.090,00
Pintado y Adecuación de Oficinas en M2	750,00
Rotulación	40,00

Accesorios Decorativos	150,00
Decoración Oficinas	150,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	20.302,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Constitución Legal de la Empresa	300,00
Patentes y Marcas	300,00
Gasto de Capacitación	200,00
Estudios del Proyecto	800,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.600,00
CAPITAL DE TRABAJO	2.588,44
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	24.490,44

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.2.3. Estimación de Costos

3.2.3.1. Análisis Costo-Volumen-Utilidad

Los Costos estimados que se cargarán a los servicios serán solamente los Costos Fijos como: Arriendo, Servicios Básicos, Internet, Movilización Personal.

3.2.3.1.1. Costo Niñeras Temporales (por Horas)

Las Niñeras por Horas trabajarán un mínimo de 2 horas por día, siendo su actividad por Honorarios Profesionales, a un precio entre: \$ 6,00 y \$ 9,00 por hora, dependiendo si trabajan de Lunes a Viernes, o Fines de Semana y Feriados, en horario Diurno y Nocturno (\$9,00 en horas de la noche). Estos ingresos recibe la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**. La Agencia posee 10 Niñeras Temporales.

3.2.3.1.2. Costo Niñeras Permanentes

Las Niñeras Permanentes trabajan de planta en la Agencia, en jornadas por día de 8 horas como establece la ley; siendo su ganancia el salario básico unificado para el año 2010, que es de \$ 240,00 más los Beneficios de Ley. La Agencia posee 5 Niñeras Permanentes.

3.2.3.1.3. Volumen de Niñeras Temporales

El volumen por Servicio de Niñeras Temporales son 10 niñeras a razón de 88 horas trabajadas por mes cada una, en el caso de que trabajen de Lunes a Viernes. Para el segmento de niñeras que trabajan fines de semana y feriados, son un estimado de 32 horas por mes. Es decir, que en las 10 niñeras el volumen de servicio será de:

Tabla 3.4
Costo-Volumen-Utilidad en Servicios de Niñeras Temporales

NIÑERAS TEMPORALES			
CANTIDAD	HORAS TOTALES / MES	COSTO HORA	VOLUMEN DE VENTA MENSUAL
10	88	\$ 6,00	\$ 5.280,00
10	32	\$ 8,00	\$ 2.560,00
TOTALES MENSUALES ESTIMADOS	120		\$ 7.840,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.2.3.1.4. Volumen de Niñeras Permanentes

El volumen por Servicio de Niñeras Permanentes son 5 niñeras a razón de 240 horas trabajadas por mes cada una, en el caso de que trabajen de Lunes a Domingo y días feriados. Es decir, que en las 5 niñeras el volumen de servicio será de:

Tabla 3.5
Costo-Volumen-Utilidad en Servicios de Niñeras Permanentes

NIÑERAS PERMANENTES			
CANTIDAD	HORAS TOTALES / MES	COMISIÓN 40% DEL SALARIO BÁSICO	VOLUMEN DE COMISION MENSUAL
5	240	\$ 480,00	\$ 480,00
TOTALES MENSUALES ESTIMADOS	240		\$ 480,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.2.3.1.5. Utilidad Niñeras Temporales

Tabla 3.6
Niñeras Temporales (por Horas)

NIÑERAS TEMPORALES (POR HORAS)				
SERVICIO ENTRE SEMANA	PAGO POR HORA	COMISIÓN AGENCIA 25%	IVA 12%	PRECIO TOTAL
Día	\$ 6,00	-	\$ 0,72	\$ 6,72
Noche*	\$ 6,00	\$ 1,50	\$ 0,72	\$ 8,22

** Para el Horario Nocturno se considera un 25% adicional.*

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Tabla 3.7
Niñeras Temporales (por Horas)

NIÑERAS TEMPORALES (POR HORAS)				
SERVICIO FINES DE SEMANA Y FERIADOS	PAGO POR HORA	COMISIÓN AGENCIA 25%	IVA 12%	PRECIO TOTAL
Día	\$ 8,00	\$ 2,00	\$ 0,96	\$ 10,96
Noche	\$ 9,00	\$ 2,25	\$ 1,08	\$ 12,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

3.2.3.1.6. Utilidad Niñeras Permanentes

Tabla 3.8

Niñeras Permanentes

NIÑERAS PERMANENTES			
SERVICIO	COMISIÓN AGENCIA 40% *	IVA 12%	PRECIO TOTAL
Continuo	\$ 96,00	\$ 11,52	\$ 107,52
<i>* Para Las Niñeras Permanentes se cobra una comisión del Salario Básico Unificado \$240,00.</i>			

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1. FORMULACIÓN DE LA EMPRESA

4.1.1. Definición del Nombre Comercial de la Empresa

Tomando como referencia el Diagnóstico Situacional y el Análisis de los Factores Externos e Internos, se establece que es necesario crear una Agencia de Niñeras, que ofrezca el Servicio de Asistencia Profesional de Cuidado Infantil en el hogar / y a domicilio durante 24 horas, en vista de que existen Oportunidades y Fortalezas para ofrecer el Servicio de Cuidado Infantil Profesional en el Domicilio.

Para lo cual, es necesario identificar a la empresa con una Razón Social con la que se posicionará el Producto (Servicio) en el Mercado Ecuatoriano (Sector Norte de Quito y Valles aledaños). En consecuencia, la Empresa tendrá una Actividad Comercial clasificada en el SRI, **CIU N8531.01**.

N	8531.01	Actividades de asistencia social prestados por : guarderías con internado, hogares, Orfanatos y albergues infantiles, instituciones que atienden a madres solteras y a sus hijos.
---	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Por tanto en el R.U.C., se registra como: **Empresa de Servicios de Asistencia Social, que atienden a Madres Solteras y a sus Hijos Banana – Nana BabySitting Center.**

4.1.2. Definición del Negocio

“Consiste en definir el terreno real de interés empresarial: general o diversificado del Servicio”⁴⁴

El negocio en el que incursiona la empresa **Banana – Nana BabySitting Center**, es la Venta del Servicio de Asistencia Profesional de Cuidado Infantil en el hogar / a domicilio durante 24 horas.

4.1.3. Tipo de Empresa

El tipo de empresa que se va a constituir es como Compañía Limitada, debido a que se necesita de un menor capital para constituirse (\$800), y de un capital social mínimo de \$ 10.000,00, siendo la responsabilidad de su propietario la correcta administración y custodia del capital invertido. Además esta empresa ofrecerá un servicio nuevo, que va a incursionar por primera vez en el mercado de Quito. El Sector y Actividad al que pertenece la Empresa se describe a continuación en el siguiente gráfico.

Figura 4.1
Tipo de Empresa



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

⁴⁴ SERNA Humberto, Planificación y Gestión Estratégica, Pág. 5

4.2. REQUISITOS Y TRÁMITES LEGALES

Es necesario cumplir con la entrega de la documentación que exige el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, para iniciar un negocio de Cuidado Infantil. Es importante recalcar, que para el Servicio de Niñeras no hay estipulaciones establecidas, sin embargo, se ha creído conveniente adjuntar esta documentación en la sección de Anexos.

4.2.1. Base Legal

4.2.1.1. Titularidad de la Propiedad de la Empresa

La empresa **Banana – Nana BabySitting Center** se constituirá como Compañía Limitada en la Superintendencia de Compañías.

4.2.1.2. Requisitos para Constitución en la Superintendencia de Compañías

Números Mínimo y Máximo de Socios

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital Mínimo

El Capital Mínimo con que ha de constituirse la compañía es de ochocientos dólares (\$ 800), de acuerdo, con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, de 29 de febrero del 2000, publicada en el R.O. 34 de 13 de marzo del mismo año. El capital deberá suscribirse

íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso, en dinero y especies a la vez.

En cualquier caso, las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Arts. 102 y 104 de la Ley de Compañías y Resolución No. 99.1.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de los mismos mes y año).

4.2.1.2.1. Trámite de Constitución de la Compañía

- 1. Los Estatutos:** Someter a la aprobación de la Superintendencia de Compañías, tres copias certificadas de la escritura de constitución de la empresa. Adjuntar la solicitud suscrita por un abogado en la cual se pide el contrato constitutivo.
- 2. Publicación:** Una vez aprobado el contrato social mediante resolución, debe publicarse un extracto del mismo en uno de los principales diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía. Con la hoja completa del extracto se regresa a la Superintendencia de Compañías para retirar las escrituras (tres copias) y las tres resoluciones.
- 3. Depósito:** Se deposita en una cuenta a nombre de la razón social de la empresa, el monto del capital que, por lo menos será del 50%, del monto del capital social.
- 4. Afiliación:** Se acude a una notaría para recibir las razones de las escrituras. Con estos papeles, la empresa se afiliará a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha. (Se lleva copias de la escritura, resolución emitida por la Superintendencia de Compañía y cédula, papeleta de votación del representante legal).

5. **Patente:** Por estar la empresa ubicada en el DMQ, hay que tramitar en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito la patente. En este caso también se adjunta copias de la escritura, resolución y cédula, papeleta de votación del representante legal.
6. **Personería Jurídica:** Inscribir el contrato social en el Registro Mercantil es una formalidad que confiere personería jurídica a la empresa. Se debe adjuntar: tres ejemplares de las escrituras, las tres resoluciones originales, certificado de afiliación de la cámara, patente municipal, publicación del extracto y razones notariales.
7. **Impuestos:** En el Registro Mercantil le entregan un papel para pagar un impuesto de constitución de la empresa en el Municipio y luego a la Junta de Defensa. Con esto se regresa al Registro Mercantil, donde se quedan con la segunda copia de la escritura. Se debe verificar que las fechas estén unificadas en los documentos para luego ir a la Superintendencia de Compañías.
8. **Constitución:** Con la tercera copia de la escritura de constitución la Superintendencia de Compañías y con los documentos anteriores la Superintendencia revisa y luego otorga un certificado en el cual indican que la compañía está oficialmente constituida.
9. **RUC:** Con copia de la escritura, nombramientos del gerente, presidente (copias de cédulas y papeletas de votación) y demás documentos obtenidos en los trámites anteriores, el SRI los revisa y otorga número de RUC, con éste documento se puede acercar al banco y liberar los fondos depositados y aperturar la cuenta corriente de la compañía.
10. **Protocolización:** Se debe ir ante una notaría para protocolizar los documentos obtenidos en los trámites anteriores.

4.2.2. Requisitos de Funcionamiento

4.2.2.1. Ley de Propiedad Intelectual

De acuerdo a lo contemplado en el Art. 23 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, a través de los recursos correspondientes, para la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

El impuesto de patentes municipales grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Existen tres clases de personería

- Patente Personas Naturales.
- Patente Jurídica Nueva (empresa en constitución).
- Patente Jurídica Antigua (1.5 x 1.000 a los activos totales).

Para, el caso de esta Agencia, como Compañía Limitada, el impuesto del Municipio, constará como Patente Jurídica Nueva (empresa en constitución).

- **Patente Jurídica Nueva**

Son los requisitos para empresas recién constituidas legalmente:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.

- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

4.2.2.2. Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

El Proyecto se basa en la creación de una Agencia de Niñeras, que ofrezca servicios de cuidado infantil profesional a domicilio, por lo tanto en referencia a las investigaciones realizadas, la entidad en mención debe ser registrada en el **Consejo Metropolitano de Protección Integral a la Niñez y Adolescencia de Quito - COMPINA**⁴⁵, que ejerce la rectoría del Sistema de Protección; por tanto es el responsable de definir las políticas públicas, vigilar y exigir su cumplimiento a los demás organismos que conforman el Sistema, a fin de garantizar la protección, defensa y exigibilidad de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Como ya se ha mencionado anteriormente, al no contar el presente Proyecto con normativas específicas para este tipo de negocio, también se ha creído conveniente proceder con el registro del Centro en el COMPINA.

4.2.2.3. Registro de la Entidad en el COMPINA

Para que esta empresa, se constituya legalmente deberá cumplir los siguientes requisitos:

1. Llenar los formularios y adjuntar:
 - Copia de documento que acredite su existencia legal.
 - Copia de nombramiento de representante legal, certificado por el secretario
 - Copia de CI o pasaporte, papeleta de votación de representante legal.

⁴⁵ COMPINA, Febrero 2010.

- Copia del RUC.
- 2. Luego de ser entregada por parte de la entidad, la información y documentación requerida, el SIRE (Sistema de Registro de Entidades de Atención) entregará la certificación de registro e inscripción en un plazo máximo de 15 días hábiles o informará a la entidad sobre las novedades encontradas y acordará un plazo no mayor a un mes para la entrega de toda la documentación faltante.
- 3. Si la institución no completa la documentación e información solicitada, SIRE coordinará la investigación, evaluación y seguimiento de la entidad o el Proyecto con la instancia que autorizó su funcionamiento para emitir una resolución de cierre o negación del registro en coordinación con las autoridades legales competentes.

4.2.2.4. Obligaciones y Beneficios

Obligaciones:

- Es obligación de las entidades de atención y de todos los programas o proyectos que se encuentran bajo su direccionamiento, dar cumplimiento a lo establecido en el Art. 211 del Código de la Niñez y Adolescencia y demás normativa vigente.
- Renovar el registro de la entidad e inscripción de sus proyectos cada dos años.
- Remitir un informe de logros y avances el SIRE una vez al año.
- Cada una de las instituciones registradas deberá informar en forma obligatoria y oportuna al SIRE si existiesen cambios en la información dada para su registro.
- De igual manera las entidades, programas y proyectos deben acoger las medidas de protección, emitidas por las Juntas Metropolitanas de Protección a la niñez y adolescencia.

Beneficios

- El SIRE inscribe y legitima la ejecución de programas, proyectos y servicios de atención a niñez y adolescencia en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Las entidades serán monitoreadas aleatoriamente, permitiéndoles a través del informe técnico del SIRE, mejorar la calidad de sus servicios e introducir el enfoque de derechos en su práctica institucional.
- Integrar a las entidades al trabajo de redes especializadas de atención.
- Mantenemos el compromiso de actualizar y ampliar permanentemente la base de datos y difundirla a través de la página web del COMPINA.

4.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

4.3.1. Misión

La Misión “indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las razones de su existencia, señala las prioridades y la dirección de los negocios de una empresa, identifica los mercados a los cuales se dirige, los clientes que quiere servir y los productos que quiere ofrecer, así mismo, determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de propósitos básicos de la empresa y lograr así su visión organizacional.”⁴⁶

La Misión se estructura respondiendo a las siguientes preguntas:

¿Qué?: Lo que hace la organización.

¿Quién?: El sujeto organizacional actuante.

¿Cuándo?: Para ubicar en el tiempo lo que se va a hacer.

⁴⁶ IDEM (3), Pág. 169.

¿Dónde?: Para ubicar en el espacio o ámbito.

¿Para qué?: Define el propósito que se persigue.

Tabla 4.1
Matriz Elementos de la Misión

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Qué	Venta del servicio de asistencia profesional de Cuidado Infantil en el hogar a domicilio durante las 24 horas.
Quién	Banana – Nana BabySitting Center.
Cuándo	2010 al 2015
Dónde	Mercado Nacional Ecuador
Para qué	Ofrecer Servicio de Cuidado Infantil

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

MISIÓN

Asistir y proteger al niño en su crecimiento y desarrollo, satisfaciendo la necesidad de sus padres, brindando una asistencia profesional en el cuidado de sus hijos, mediante la colocación inmediata de personal especializado, durante el período 2010 al 2015.

4.3.2. Visión

La Visión “es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro; señala el camino que permite a la alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro.”⁴⁷

Para elaborar la Visión se debe responder a las siguientes preguntas:

¿Cuál es la finalidad o rol de la institución?

⁴⁷ IDEM (3), Pág. 158 – 160.

¿Cuál es el ámbito de acción?

¿Qué principios necesitan ser acentuados?

¿Qué valores se requieren cultivar?

¿Cuál debería ser la posición futura?

¿En qué tiempo alcanzar lo propuesto?

En consecuencia, los elementos para formar la visión son los siguientes:

Tabla 4.2
Matriz Elementos de la Visión

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Finalidad Institución	Cuidado Infantil
Ámbito de Acción	Venta del servicio de asistencia profesional de cuidado infantil en el hogar / a domicilio durante las 24 horas.
Principios Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad ▪ Excelencia en el Servicio ▪ Reconocimiento ▪ Mejoramiento continuo ▪ Pensar Estratégicamente
Valores Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integridad ▪ Honestidad ▪ Equidad ▪ Lealtad ▪ Respeto ▪ Excelencia ▪ Actitud positiva ▪ Proactividad ▪ Trabajo en equipo ▪ Profesionalismo ▪ Transparencia
Posición Futura	Ser una empresa líder a nivel nacional
Tiempo Propuesto	5 años

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

VISIÓN

Ser reconocida a nivel nacional como la Agencia líder en el cuidado de los niños obteniendo el reconocimiento y confianza de la comunidad a través de la captación, retención y fidelización de las familias clientes.

4.3.3. Valores y Políticas

4.3.3.1. Valores

Los valores son “pensamientos estratégicos que guían la acción de la organización”⁴⁸. Los valores principales de **Banana – Nana BabySitting Center**, son:

- Integridad
- Honestidad
- Equidad
- Lealtad
- Respeto
- Excelencia
- Trabajo en Equipo
- Transparencia
- **Integridad:** Es la coherencia que permite mantenerse firmes en las convicciones y compromisos.
- **Honestidad:** Demostrar transparencia y valorar la verdad en todos los ámbitos del proceder.
- **Equidad:** Pensar con justicia, actuar con la razón y respetar que todos son iguales, sin importar el status que se tenga.

⁴⁸ IDEM (3), Pág. 68.

- **Lealtad:** El compromiso de fidelidad en defender todo aquello en lo que se cree, primero pensando en la organización.
- **Respeto:** Valorar la diversidad de las personas, aceptándolas con sus diferencias.
- **Excelencia:** Significa cubrir y superar las expectativas del trabajo, concluido en forma oportuna, confiable y efectiva.
- **Trabajo en Equipo:** Una de las condiciones de trabajo que más influye en los colaboradores de forma positiva es aquella que permite que haya compañerismo y trabajo en equipo, porque el trabajo en equipo puede dar muy buenos resultados; ya que estimula el entusiasmo para que salgan bien las tareas encomendadas
- **Transparencia:** Gestionar las actividades gerenciales y operativas con claridad ante sus clientes y el consumidor final.

4.3.3.2. Políticas

“Antes de postularse como niñera de **Banana – Nana BabySitting Center**, la candidata debe tomar en cuenta estos aspectos”⁴⁹:

- Perciba si le gustan los niños, se entiende bien con ellos y conoce sus necesidades.
- Debe tener experiencia en el cuidado de niños. Debe presentar referencias laborales que serán debidamente comprobadas.
- Tiene que ser una persona puntual, responsable y comprometida.
- Debe tener estudios sobre enseñanza infantil o puericultura.
- Debe tener autoridad para hacerse respetar de los niños.
- Tenga en cuenta su limpieza, forma de hablar y sus modales.

⁴⁹ ABC DEL BEBÉ, CÁRDENAS P, Juan David. Septiembre 2009.

- Es ideal que sepa primeros auxilios para poder atender una emergencia.
- Debe saber cocinar.
- Acordará con la familia que la contrate las labores, el salario (movilización / alimentación), el horario de trabajo y los días de descanso. (Esto solo en caso de Niñeras Permanentes).
- Los niños deben estar de acuerdo con la elección de la niñera.

Las colaboradoras de **Banana – Nana BabySitting Center** deben registrarse obligatoriamente a las siguientes normas:

Aspecto Físico

- **Pulcritud:** Las colaboradoras deben estar muy bien presentadas; es decir, debidamente aseadas, arregladas y bien vestidas.
- **Maquillaje:** No debe ser excesivo, mientras menos maquillaje se use mejor.
- **Uniforme:** Constará de un pantalón y mandil con el distintivo de la empresa, es recomendable el uso de calzado cómodo (zapatos deportivos y tipo enfermera).
- **Uñas:** Cortas, limpias y preferiblemente sin esmalte o manicure tipo francés.
- **Perfume:** Evitar el uso de aromas fuertes.
- **Salud:** Las colaboradoras de **Banana – Nana BabySitting Center** deben asistir a su sitio de trabajo en óptimas condiciones de salud, a fin de evitar posibles contagios y una baja calidad en el servicio.

Actitudes

- **“Amar a los Niños”⁵⁰:** Debe ser una persona que le agraden los niños, se entienda bien con ellos y conozca sus necesidades.
- **Paciencia:** Requisito indispensable en el trabajo con los niños.
- **Responsabilidad:** Estar a cargo de un niño requiere de un alto grado de compromiso y responsabilidad.
- **Honestidad:** Demostrar total respeto por las propiedades de los demás.
- **Dinamismo:** Realizar las actividades planeadas con ánimo e interés.
- **Comunicación:** Es indispensable que exista una buena comunicación entre los padres y la empresa. (Teléfonos Banana – Nana BabySitting Center: 593-2-419-703 / 593-9-5062-707 / 593-9-9446-125).
- **Viajes:** Si las niñeras son contratadas para acompañar a la familia en un viaje se debe tener en claro que se va a cumplir con una obligación de trabajo y no a pasear. Todos los viajes incluyen viáticos, es decir, transporte, hospedaje y alimentación.
- **Manejo de Conflictos:** Se debe evitar cualquier tipo de conflictos o peleas con las personas que contratan los servicios de **Banana – Nana BabySitting Center**, en caso de ocurrir cualquier tipo de altercado, se procederá a llamar a la empresa para que busque un reemplazo.
- **Cortesía:** La persona designada para el cuidado de niños deberá tener una actitud cortés y educada ante sus patrones.
- **Dedicación:** Ser útil, dedicada y responsable, trabajando para el desarrollo óptimo del niño.
- **Disposición de Servicio:** Demostrar buena voluntad por cumplir a cabalidad su trabajo.

⁵⁰ ABC DEL BEBÉ, CÁRDENAS P, Juan David. Septiembre 2009.

- **Buenos Modales:** Modales de cortesía y de atención al niño para que se facilite su aprendizaje en el campo de la urbanidad.

4.3.4. Estrategias Empresariales

4.3.4.1. Penetración en el Mercado

Banana – Nana BabySitting Center utilizará una estrategia intensiva de Penetración en el Mercado debido a que se busca entrar a un mercado nuevo, con un servicio nuevo. La estrategia de penetración en el mercado precisa de aumentar el gasto publicitario y ofrecer promociones, tales como charlas educativas respecto al cuidado infantil y actividades recreacionales con niños en parques aledaños al sector de la Plaza de Toros y El Labrador.

Otra estrategia que busca tener **Banana – Nana BabySitting Center** consiste en vender los servicios ofertados de la mejor manera, esperando que las ventas proyectadas se cumplan y permitan arrojar utilidades al quinto año de funcionamiento. Todas las actividades se planearán con el apoyo de todo el personal de **Banana – Nana BabySitting Center**, la cual buscará posicionar a la empresa en la mente de los potenciales clientes y ofertará los servicios.

En un principio, las niñeras y cuidadoras profesionales ayudarán a promocionar los servicios que se ofrecen en **Banana – Nana BabySitting Center** y se desarrollarán planes para distribuir al personal en varios lugares de la ciudad como son centros comerciales: Quicentro Shopping, Mall El Jardín, Condado Shopping, San Luis Shopping y el Bosque, lugares de distracción para los niños, tiendas de bebés, librerías, pues, son en estos sitios donde se concentran los grupos objetivos de la empresa.

El personal también estará ubicado en la oficina de **Banana – Nana BabySitting Center** para recibir clientes que prefieran conocer la empresa, dar información, y atender llamadas telefónicas.

4.3.4.2. Estrategia de Diferenciación

En esencia, **Banana – Nana BabySitting Center** empleará la estrategia de Diferenciación, que busca distinguir, en cierto grado este servicio infantil de los existentes en el mercado. La empresa se enfocará en ofrecer un servicio diferenciado al de la competencia e innovador por parte de la Agencia manteniendo siempre alta calidad en su personal.

La principal estrategia que utilizará **Banana – Nana BabySitting Center** para lograr diferenciarse de la competencia es la de ofrecer a las familias personas idóneas y al mismo tiempo amorosas para el cuidado de sus niños. Actualmente, las empresas que se dedican al cuidado infantil atienden en un horario determinado y a varios niños a la vez. Además, los padres tienen que sujetarse a las normas del establecimiento.

En cambio, con una cuidadora profesional en el hogar se puede desarrollar un trabajo mutuo entre la profesional y la familia, dando lugar al diálogo e intercambio de ideas que a la final beneficia al niño de manera significativa. El trabajo de la niñera se enfoca exclusivamente al niño que está atendiendo, de manera que logra identificar claramente conductas y deficiencias en el desarrollo del infante para apoyarlas con actividades que mejoren su desempeño.

A las profesionales se les brindará cursos de capacitación cada mes y además cada semana se tendrá una reunión con ellas en la oficina de **Banana – Nana BabySitting Center** para

monitorear sus experiencias de trabajo, solucionar problemas e inquietudes, evaluar su desempeño y desarrollar vínculos de lealtad con la Agencia.

4.3.4.3. Alianzas Estratégicas

Dentro de las estrategias del negocio de **Banana – Nana BabySitting Center** es fundamental el lograr alianzas con entidades que se relacionen directamente al mercado objetivo del proyecto, es decir, personas con niños pequeños que necesiten de una persona amorosa y responsable que cuide a sus niños. Entre estas pueden ser: guarderías, centros de entretenimiento como Play Zone, Hups, Minicity, centros de estimulación temprana como Gymboree, preescolares, centros de pediatría y tiendas infantiles como Bebemundo.

Al llevar a cabo estas negociaciones, lo que, básicamente se conseguiría, es lograr que recomienden a la empresa de cuidado infantil a sus clientes y obtener el reconocimiento de la comunidad gracias a la presencia de la marca en estos lugares. La imagen de la **Banana – Nana BabySitting Center** se vería respaldada por estas marcas ya conocidas en el mercado y de igual manera ellas obtendrían publicidad gratis en el local de la Agencia.

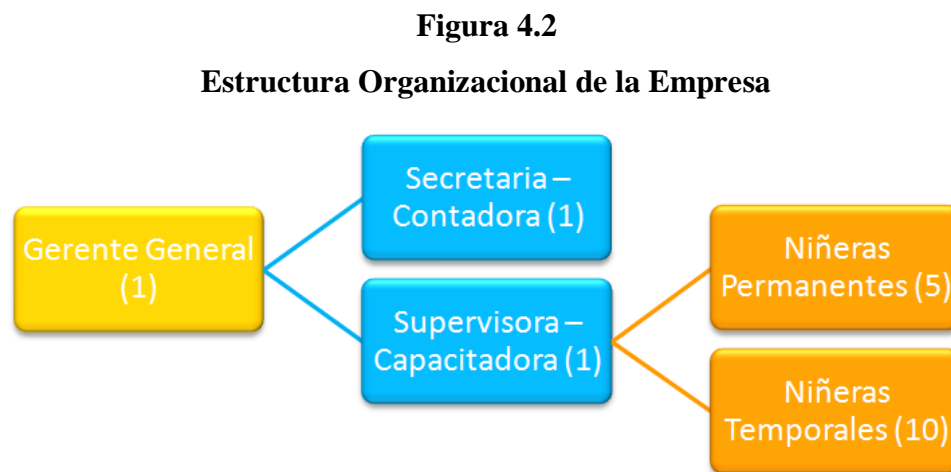
4.3.4.4. Sistemas de Información

Una de las actividades de apoyo es la de desarrollar una base de datos completa y grande que permita tener varias opciones de niñeras y familias que han contratado los servicios de **Banana – Nana BabySitting Center**. Esta información se irá incrementando con todos los niños que hayan sido atendidos por **Banana – Nana BabySitting Center**, para de esta manera conocer mejor el mercado y ofrecer diferenciación, innovación a cada momento y delinear nuevos servicios que se pudieran implementar en el negocio. Además, también incluirá una pequeña guía de proveedores

de servicios para niños como: Centros de Pediatría, Nutricionistas, Psicólogos, Librerías, Guarderías, Peluquerías Infantiles, Dentistas, etc. Con el objetivo de poderlos referir si el cliente necesita de algún especialista.

4.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.4.1. Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

El personal necesario para iniciar con este negocio es de 18 personas, cuyo detalle a continuación:

Tabla 4.3

Personal de Servicios y Administración de Banana Nana - BabySitting Center

CARGO	NÚMERO DE EMPLEADOS	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	1	Fijo
Secretaria – Contadora	1	Fijo
Supervisora – Capacitadora	1	Fijo
Niñeras Permanentes	5	Fijo
Niñeras Temporales (Niñeras Canguro)	10	Por Honorarios Profesionales
TOTAL	18	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Las Niñeras Permanentes son de planta en la empresa las cuales reciben el Salario Mínimo Unificado más los beneficios sociales, y las Niñeras Temporales son eventuales, ya que las mismas no son remuneradas por la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, pues ganan por Honorarios Profesionales. La Agencia solamente recibirá una comisión del 25% sobre la hora trabajo de las Niñeras Temporales, con un mínimo de 2 horas por día.

4.4.2. Descripción de los Puestos de Trabajo

4.4.2.1. Gerente General

Requisitos Mínimos:

Estudios Superiores en Administración de Empresas y Recursos Humanos.

Responsabilidades:

- Emitir políticas de la Empresa.
- Entrevistar a las posibles niñeras y empleadas.

- Tomar decisiones sobre contrataciones de empleados, sanciones y despidos.
- Representar a la empresa en todos los aspectos.
- Pedir diariamente a la Supervisora y Secretaria – Contadora, reportes, novedades del personal y de los clientes.
- Coordinar trabajos con Supervisora.
- Atender a los clientes.

4.4.2.2. Supervisora - Capacitadora

Requisitos Mínimos:

Profesional de nivel superior que se ocupa de la dirección, administración, supervisión y coordinación de la educación y cuidado de los infantes en la Agencia. Su función principal es liderar y dirigir el Proyecto de Desarrollo Infantil de la Agencia.

Responsabilidades:

- Controlar y asegurar el cumplimiento de las funciones de cada uno de los miembros del personal y comprobar que el conjunto de ellos actúe eficientemente.
- Controlar el trabajo de los funcionarios de servicios generales.
- Controlar el buen funcionamiento administrativo de la Agencia de Cuidado Infantil.
- Colaborar en la elaboración del presupuesto anual.
- Entrenar a las niñeras en temas de cuidado infantil.
- Vigilar que las niñeras cumplan con los horarios establecidos de trabajo.
- Hacer cumplir las políticas y reglamentos de la empresa.
- Realizar informes para evaluación del desempeño.
- Hablar con los clientes para establecer reportes de evaluación de cada una de las niñeras.

- Recoger información de los clientes y del personal sobre sugerencias.

4.4.2.3. Secretaria Contadora

Requisitos Mínimos:

Tres años en Administración de Empresas.

Conocimientos de Contabilidad y Secretariado.

Responsabilidades:

- Informar sobre condiciones políticas y reglamentos de trabajo a los contratados.
- Supervisar el rendimiento de las unidades.
- Mantener contacto con los clientes para evaluar la calidad del servicio.
- Mantener informada diariamente a la Gerencia General sobre novedades con el personal y los clientes.
- Coordinar trabajo con la Gerencia.
- Coordinar y solucionar imprevistos.
- Informar a los posibles clientes sobre el servicio.
- Atender a los clientes.
- Manejar los recursos económicos.
- Pagar los recursos económicos.
- Realizar estados financieros.
- Realizar adquisiciones sobre materiales requeridos.
- Cobrar a los clientes.
- Elaborar documentos internos.

4.4.2.4. Niñeras

Requisitos Mínimos:

Estudios en Puericultura, Parvulario o afines.

Cursos de capacitación en primeros auxilios, enfermería.

Experiencia en cuidado infantil.

Perfil del Profesional

Profesional que tiene un conocimiento sistemático del niño y de las necesidades que plantea su desarrollo, tanto en lo físico y psicológico como en la expresión plástica, corporal, musical y literaria pasando necesariamente por los aspectos social, familiar y de relación ecológica con el medio.

Adquiere sólida base cognitiva, motora y afectiva, con la adquisición de una amplia gama de métodos y técnicas de trabajo con párvulos, con los padres y con la comunidad.

Está especializado en el conocimiento integral del niño menor de doce años, de la familia y de su entorno. Formado para ejercer de modo eficiente y con solvencia moral su profesión.

4.4.2.4.1. Actividades Generales

- Diseñar actividades de enseñanza.
- Programar y organizar actividades destinadas a estimular el desarrollo físico y la sociabilidad de los niños.
- Promover la facilidad de expresión de los niños narrando cuentos y organizando sesiones de simulación de papeles o teatro infantil, recitación de poemas para niños, danzas y canciones infantiles, conversación y discusión.

- Observar a los niños para poder evaluar sus procesos y poner al corriente a los padres de los resultados logrados o de los problemas detectados.
- Supervisar a los niños durante sus actividades para garantizar su seguridad y resolver los conflictos que puedan presentarse.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA

El Estudio Económico y Financiero para este Proyecto, comprenderá la elaboración de los componentes económicos, financieros y de flujo de caja que demandará cada operación, para la puesta en marcha del negocio, para poder saber sobre su factibilidad, y el tiempo en que el negocio comenzará a percibir rentabilidad con un margen de utilidad aceptable.

Este estudio comprenderá el cálculo de Presupuestos de Ingresos, Costos y Gastos proyectados a seis años, desde el 2010 al 2015, en los cuales se detallarán cada uno de los recursos que servirán para generar ganancias por las ventas realizadas en los sectores Norte y Los Valles del cantón Quito. El Estudio Económico Financiero permitirá la Evaluación del Capital de Inversión Inicial con financiamiento a través del tiempo determinando mediante Tasas Financieras como Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno, el Tiempo de Recuperación de la Inversión, su Valor Actual y conocer si el Proyecto se acepta o se rechaza, en base a medir la solvencia de este negocio.

Por tanto, la Evaluación Económica y Financiera para **Banana – Nana BabySitting Center**, facilitará la toma de decisiones para poner en marcha el negocio, en un plazo de seis años (2010-2015), con desarrollo sostenible, y poder de esta forma ejecutar cualquier negociación estratégica de créditos con cualquier institución bancaria o financiera.

5.2. PRESUPUESTOS

5.2.1. Presupuestos de Inversión

El Presupuesto de Inversión, es el cálculo de todos aquellos elementos que constituirán el Capital de Inversión es decir Activos, Pasivos y Capital con o sin Financiamiento. Para poner en marcha la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, se requerirán de los siguientes Presupuestos de Inversión:

- Inversión en Activos Fijos
- Inversión en Activos Intangibles (Diferidos)
- Inversión en Gastos Administrativos y de Ventas

5.2.1.1. Inversiones en Activos Fijos

Los Activos Fijos que utilizará la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, durante la prestación de sus servicios a los Padres de Familia del sector Norte de Quito y Valles aledaños, los cuales servirán para la puesta en marcha del negocio, serán los siguientes:

Tabla 5.1
Inversión en Activos Fijos

INVERSIONES ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	ACTIVOS FIJOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	MAQUINARIA Y EQUIPO		2.785
1	Refrigeradora	1.882	1.882
1	Cocina	503	503
1	Equipo de Sonido	215	215
1	Microondas	120	120
1	DVD Player	65	65
	VEHÍCULOS		13.468
1	Furgoneta VAN-Cinascar	12.500	12.500
1	Repuestos y Accesorios	968	968
	EQUIPOS DE OFICINA		469
1	Fax	135	135
2	Teléfonos	32	64
2	Calculadora	15	30
1	Impresora-Escáner Lexmark	240	240
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		1.800
4	Computadoras Altek 500 GB	450	1.800
	MUEBLES Y ENSERES		690
10	Sillas	25	250
4	Mesas para Computadoras	30	120
2	Archivadores	40	80
4	Escritorios	50	200
1	Mesa de Centro	40	40
	CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN		1.090
1	Pintado y Adecuación de Oficinas en M2	750	750
1	Rotulación	40	40
1	Accesorios Decorativos	150	150
1	Decoración Oficinas	150	150
	TOTAL INVERSIONES ACTIVOS FIJOS		20.302

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.1.2. Inversiones en Activos Intangibles (Diferidos)

Son aquellos servicios o derechos adquiridos que son necesarios para que la Agencia se constituya legalmente y comience sus operaciones en el año 2010, los mismos que se tienen que amortizar anualmente. Los Activos Intangibles para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, son los siguientes:

Tabla 5.2
Inversiones en Activos Diferidos

INVERSIONES ACTIVOS DIFERIDOS			
CANTIDAD	ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Constitución Legal de la Empresa	300	300
1	Patentes y Marcas	300	300
1	Gasto de Capacitación	200	200
1	Estudios del Proyecto	800	800
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		1.600,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

Son aquellos Activos Corrientes que esta Agencia necesitará para el desarrollo continuo de sus operaciones,⁵¹ es decir, al momento de pagar por aquellos recursos en Mano de Obra Directa, hasta cuando el cliente o Padres de Familia reciban los Servicios de las Niñeras, ya sea en forma Temporal o Permanente. La Inversión en Capital de Trabajo para **Banana – Nana BabySitting Center**, es la siguiente:

⁵¹ SAPAG y SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 19.

Tabla 5.3
Inversiones en Capital de Trabajo

INVERSIONES CAPITAL DE TRABAJO				
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	NÚMERO DE DÍAS AL AÑO	CICLO DE CAJA EN DÍAS	CAPITAL DE TRABAJO INICIAL
Mano de Obra Directa	19.005,60	365	30	1.483,20
Suministros, Servicios y otros Gastos	13.447,17	365	30	1.105,24
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	31.489,78			2.588,44

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

La Mano de Obra Directa lo constituye las 5 niñeras para el Servicio Permanente, con un Salario Básico a ser pagado desde el primer mes del año 2010, de \$ 240,00, más los Beneficios del Seguro IESS, que es del 20,50% del sueldo al mes.

Los Suministros y Servicios son aquellos Recursos Energéticos y Materiales que necesita esta Agencia para poner en funcionamiento sus Instalaciones, como es: Arriendo, Luz, Agua, Internet, Teléfono, Combustible para la Furgoneta, Uniformes para las Niñeras, Útiles de Oficina y Limpieza, a continuación su detalle:

Tabla 5.4

Inversiones en Suministros, Servicios y Otros Gastos (Capital de Trabajo)

INVERSIONES CAPITAL DE TRABAJO				
SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS				
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	NÚMERO DE DÍAS AL AÑO	CICLO DE CAJA EN DÍAS	CAPITAL DE TRABAJO INICIAL
COSTOS FIJOS				
Agua	1.095,00	365	30	90,00
Luz	1.253,17	365	30	103,00
Teléfono	450,17	365	30	37,00
Internet	365,00	365	30	30,00
Arriendo	3.650,00	365	30	300,00
Útiles de Oficina y Limpieza	1.581,67	365	30	130,00
COSTOS VARIABLES				
Uniformes para Niñeras	4.562,50	365	30	375,00
Combustible para furgoneta VAN Cinascar	486,67	365	30	40,00
TOTAL SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	13.444,17			1.105,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.2. Cronograma de Inversiones

El Cronograma de Inversiones sirve para llevar un control de las operaciones iniciales del negocio. Para este proyecto, el límite de tiempo que tomará realizar las Operaciones de Inversiones será de tres meses de iniciado el Proyecto.

Tabla 5.5

Cronograma de Inversiones en meses de la Inversión Inicial del Proyecto

INVERSIONES/ MESES	1	2	3
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo		2.785,00	
Vehículos			13.468,00
Muebles y Enseres		690,00	
Equipos de Oficina			469,00
Equipos de Computación			1.800,00
Construcción y Adecuación		1.090,00	
ACTIVOS DIFERIDOS			
Constitución Legal de la Empresa	300,00		
Patentes y Marcas		300,00	
Gastos de Capacitación			200,00
Estudios del Proyecto	800,00		
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS (INTANGIBLES)	1.100,00	4.865,00	15.937

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Según el cuadro anterior, el primer mes se realizarán los trámites para legalizar la Constitución y puesta en marcha de la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, conjuntamente con la contratación de un consultor o asesor de Proyectos de Inversión que apoyará para conformar la estructura de los Recursos Económicos y Financieros que requiere la Agencia.

El segundo mes se adquirirá la maquinaria y equipos, muebles de oficina, se realizarán todas las tareas de adecuación e instalación del local como es pintura de paredes, arreglo de tuberías, compra de decoraciones, entre otros; y por último se pagarán la Patente Municipal y el Derecho de Marca.

El tercer mes se comprará la furgoneta Van Cinascar y algunos repuestos y accesorios, los cuales servirán para el **traslado de las Niñeras Canguro (Temporales) a los hogares contratados**

(trabajo realizado por el dueño principal de la Agencia), se comprarán los equipos de oficina como fax, teléfonos, impresoras, etc, también se adquirirán las 4 computadoras, y se pagará a una Capacitadora para la formación de las Niñeras.

5.2.3. Presupuesto Operacional

El Presupuesto Operacional lo constituye aquellos Ingresos y Gastos proyectados para el tiempo de desarrollo sostenible del Proyecto que son 6 años (2010 al 2015); lo que ayudará a conformar un Estado de Resultados Proyectado. Alguno de sus elementos son: Ventas, Mano de Obra y Gastos Operacionales (Administrativos, de Venta y Financieros).

5.2.3.1. Presupuesto de Ingresos

Los Ingresos proyectados de **Banana – Nana BabySitting Center**, se basarán en la “ Demanda de numero de niños de 1 a 8 años de edad en los sectores del Norte de Quito y Valles aledaños”.

El presupuesto contiene:

- Ingresos por venta de servicios de Niñeras Temporales (por Horas) en Horarios de Día y Noche de Lunes a Viernes, Fines de Semana y Feriados, a razón de \$ 6,00 y \$ 8,00 entre Semana; y \$ 9,00 en Fines de Semana y Feriados.
- Comisiones del 25% cobradas por la Agencia en Servicios Temporales por la Noche y en Fines de Semana y Feriados.

La demanda de niños de 1 a 8 años de parejas entre 26 a 46 años, que requieren el servicio tanto para el sector Norte de Quito como para los Valles aledaños, correspondió al 0,31% del total de la Demanda Insatisfecha para el 2010:

Tabla 5.6

Captación de la Demanda Insatisfecha de Niños por Banana - Nana BabySitting Center

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA (Niños 1-8)	DEMANDA CAPTADA POR Banana – Nana BabySitting Center (Niños 1-8)
2010	16.485	51
2011	15.788	49
2012	15.022	47
2013	14.184	44
2014	13.269	41
2015	12.272	38

Fuente: MIES, 2010

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Debido a que la Demanda Insatisfecha va decreciendo paulatinamente a partir del año 2011, la captación por parte de esta Agencia también aminorará, ya que, en forma anual, existe el aumento proporcional de la Oferta de Servicios de Cuidado Infantil.

Por tanto, serán 51 niños los que en el primer mes del año 2010, generarán ventas para esta Agencia, sumado a los ingresos por Comisión de Agencia del 25%. Su detalle a continuación:

Tabla 5.7
Presupuestos de Ingresos

CONCEPTO / AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INCREMENTO COMERCIALIZACIÓN		5%	10%	15%	20%	25%
DEMANDA DE NIÑOS (Captación del 0,31% de la Demanda Insatisfecha)						
TOTAL DEMANDA DE NIÑOS CAPTADA POR AGENCIA BANANA-NANA	612	588	564	528	492	456
NIÑOS QUE REQUIEREN ATENCION DE LUNES A VIERNES - HORARIO DÍA (Estimativo)	156	149	142	134	126	118
NIÑOS QUE REQUIEREN ATENCION FINES DE SEMANA Y FERIADOS (Estimativo)	300	290	280	260	240	220
DEMANDA DE HORAS PROMEDIO DE ATENCION A NIÑOS						
HORAS PROMEDIO (POR DÍA) DE LUNES A VIERNES POR NIÑO	20	21	22	23	24	26
HORAS PROMEDIO (POR DÍA) FINES DE SEMANA Y FERIADOS POR NIÑO	20	21	22	23	24	26
INGRESOS POR SERVICIOS DE NIÑERAS TEMPORALES (Canguro)						
PRECIO POR HORA EN ATENCIÓN DE LUNES A VIERNES	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
PRECIO POR HORA EN ATENCIÓN FINES DE SEMANA Y FERIADOS	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
SUBTOTAL INGRESOS POR SERVICIOS DE NIÑERAS TEMPORALES (Canguro)	66.720	67.494	68.179	66.772	65.054	62.997
INGRESOS POR COMISIONES DE AGENCIA 25%						
NIÑOS QUE REQUIEREN ATENCIÓN FINES DE SEMANA Y FERIADOS-HORARIO DÍA Y NOCHE (Estimativo)	300	290	280	260	240	220
HORAS PROMEDIO (POR DÍA) FINES DE SEMANA Y FERIADOS POR NIÑO	20	21	22	23	24	26
PRECIO POR HORA EN ATENCIÓN FINES DE SEMANA Y FERIADOS	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
COMISIÓN POR HORA EN ATENCIÓN FINES DE SEMANA Y FERIADOS	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
NIÑOS QUE REQUIEREN ATENCIÓN DE LUNES A VIERNES - HORARIO NOCHE (Estimativo)	156	149	142	134	126	118
HORAS PROMEDIO (POR NOCHE) LUNES A VIERNES POR NIÑO	20	21	22	23	24	26
PRECIO POR HORA EN ATENCIÓN DE LUNES A VIERNES	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
COMISIÓN POR HORA EN ATENCIÓN LUNES A VIERNES - HORARIO NOCHE	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
SUBTOTAL INGRESOS POR COMISIONES DE AGENCIA 25%	16.680	16.874	17.045	16.693	16.263	15.749
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS POR VENTAS SERVICIOS DE NIÑERAS TEMPORALES	83.400	84.368	85.223	83.465	81.317	78.747

5.2.3.2. Presupuesto de Egresos

El Presupuesto de Egresos es asignar cantidades específicas a ciertos recursos consumibles de la empresa, y de esta forma se limitan la extensión de sus actividades cada año. Para cada actividad la Agencia establece una cantidad máxima que está dispuesta a gastar para cumplir ciertas metas u objetivos. La cantidad máxima que se asigna a cada actividad se da a conocer con frecuencia mediante un programa llamado Presupuesto de Gastos.⁵²

El Presupuesto de Egresos para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, están conformados, por todos aquellos Costos y Gastos proyectados que se necesitaron para poder generar los Ingresos por Servicios de Niñeras al Norte y los Valles dentro de Quito. El Presupuesto de Egresos será un factor importante al momento de obtener la Utilidad Bruta y Margen Bruto Operacional del Negocio, con el fin de saber con certeza la viabilidad del Proyecto durante los seis años.

A continuación, se presenta el Presupuesto de Egresos proyectados:

⁵² SAPAG y SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 26.

Tabla 5.8
Presupuestos de Egresos

CONCEPTO / AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INCREMENTO COMERCIALIZACIÓN		3%	6%	9%	12%	15%
EGRESOS						
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 19.005,60	\$ 22.226,16	\$ 24.448,78	\$ 26.893,65	\$ 29.583,02	\$ 32.541,32
ÚTILES DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$ 1.581,67	\$ 1.629,12	\$ 1.677,99	\$ 1.728,33	\$ 1.780,18	\$ 1.833,59
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3.163,34	\$ 3.258,24	\$ 3.355,99	\$ 3.456,67	\$ 3.560,37	\$ 3.667,18
UNIFORMES NIÑERAS	\$ 4.562,50	\$ 4.699,38	\$ 4.840,36	\$ 4.985,57	\$ 5.135,13	\$ 5.289,19
COMBUSTIBLE PARA FURGONETA VAN CINASCAR	\$ 486,67	\$ 501,27	\$ 516,31	\$ 531,80	\$ 547,75	\$ 564,18
ARRIENDOS	\$ 3.650,00	\$ 3.759,50	\$ 3.872,29	\$ 3.988,45	\$ 4.108,11	\$ 4.231,35
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 32.449,78	\$ 36.073,67	\$ 38.711,71	\$ 41.584,47	\$ 44.714,56	\$ 48.126,81
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO						
GERENTE GENERAL	\$ 7.659,00	\$ 8.974,90	\$ 9.872,39	\$ 10.859,63	\$ 11.945,59	\$ 13.140,15
SECRETARIA CONTADORA	\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
SUPERVISORA CAPACITADORA	\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40
MUEBLES Y ENSERES	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00			
VEHÍCULOS	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	
AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	

ESTUDIOS DEL PROYECTO	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	
PATENTES Y MARCAS	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00			
GASTOS DE CAPACITACIÓN	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67			
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55
MUEBLES Y ENSERES	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
VEHÍCULOS	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 19.959,17	\$ 22.563,29	\$ 24.349,83	\$ 25.548,35	\$ 27.710,06	\$ 27.174,34
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD	\$ 1.426,48	\$ 1.469,27	\$ 1.513,35	\$ 1.558,75	\$ 1.605,52	\$ 1.653,68
MOVILIZACIÓN PERSONAL	\$ 50,00	\$ 51,50	\$ 53,05	\$ 54,64	\$ 56,28	\$ 57,96
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 1.476,48	\$ 1.520,77	\$ 1.566,40	\$ 1.613,39	\$ 1.661,79	\$ 1.711,64
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES PRÉSTAMO PROYECTO	\$ 1.925,19	\$ 1.617,48	\$ 1.275,20	\$ 894,49	\$ 471,02	\$ -
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.925,19	\$ 1.617,48	\$ 1.275,20	\$ 894,49	\$ 471,02	\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 55.810,62	\$ 61.775,21	\$ 65.903,13	\$ 69.640,70	\$ 74.557,43	\$ 77.012,79

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.3.2.1. Depreciaciones de Activos Fijos

El método usado para el Cálculo de las Depreciaciones de los Activos Fijos en la Inversión Inicial del Proyecto de esta Agencia, es el Método de Línea Recta, y los Activos a depreciarse son:

- Muebles y Enseres
- Equipos de Oficina
- Equipos de Computación
- Vehículos
- Equipos y Maquinaria.

El tiempo que se utilizará para cada Depreciación son: Vehículos 5 años, Equipos de Computación 3 años, Muebles y Enseres, 10 años, Maquinaria y Equipos 10 años, Equipos de Oficina 10 años. A continuación, el detalle:

Tabla 5.9
Tabla de Depreciaciones de Activos Fijos
BANANA-NANA BABYSITTING CENTER
Tabla de Depreciación
El Método utilizado en la Depreciación es en Línea Recta.

Detalle	Período (Años)	Porcentaje de Depreciación	Valor Actual	Depreciación	Valor Depreciación	Depreciación Acumulada
Equipos de Computación	0		\$ 1.800,00			
	1	33%		\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00
	2	33%		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00
	3	33%		\$ 600,00	0,0	\$ 1.800,00
Muebles y Enseres	0		\$ 690,00			
	1	10%		\$ 69,00	\$ 621,00	\$ 69,00
	2	10%		\$ 69,00	\$ 552,00	\$ 138,00

	3	10%		\$ 69,00	\$ 483,00	\$ 207,00
	4	10%		\$ 69,00	\$ 414,00	\$ 276,00
	5	10%		\$ 69,00	\$ 345,00	\$ 345,00
	6	10%		\$ 69,00	\$ 276,00	\$ 414,00
	7	10%		\$ 69,00	\$ 207,00	\$ 483,00
	8	10%		\$ 69,00	\$ 138,00	\$ 552,00
	9	10%		\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 621,00
	10	10%		\$ 69,00	0,00	\$ 690,00

Maquinaria y Equipos	0		\$ 3.254,00			
	1	10%		\$ 325,40	\$ 2.928,60	\$ 325,40
	2	10%		\$ 325,40	\$ 2.603,20	\$ 650,80
	3	10%		\$ 325,40	\$ 2.277,80	\$ 976,20
	4	10%		\$ 325,40	\$ 1.952,40	\$ 1.301,60
	5	10%		\$ 325,40	\$ 1.627,00	\$ 1.627,00
	6	10%		\$ 325,40	\$ 1.301,60	\$ 1.952,40
	7	10%		\$ 325,40	\$ 976,20	\$ 2.277,80
	8	10%		\$ 325,40	\$ 650,80	\$ 2.603,20
	9	10%		\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 2.928,60
	10	10%		\$ 325,40	0,00	\$ 3.254,00

Vehículo	0		\$ 13.468,00			
	1	20%		\$ 2.693,60	\$ 10.774,40	\$ 2.693,60
	2	20%		\$ 2.693,60	\$ 8.080,80	\$ 5.387,20
	3	20%		\$ 2.693,60	\$ 5.387,20	\$ 8.080,80
	4	20%		\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 10.774,40
	5	20%		\$ 2.693,60	0,00	\$ 13.468,00

Equipos de Oficina	0		\$ 469,00			
	1	10%		\$ 46,90	\$ 422,10	\$ 46,90
	2	10%		\$ 46,90	\$ 375,20	\$ 93,80
	3	10%		\$ 46,90	\$ 328,30	\$ 140,70
	4	10%		\$ 46,90	\$ 281,40	\$ 187,60
	5	10%		\$ 46,90	234,50	\$ 234,50
	6	10%		\$ 46,90	\$ 187,60	\$ 281,40
	7	10%		\$ 46,90	\$ 140,70	\$ 328,30
	8	10%		\$ 46,90	\$ 93,80	\$ 375,20
	9	10%		\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 422,10
	10	10%		\$ 46,90	0,00	\$ 469,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.3.2.2. Amortizaciones de Activos Diferidos

La Amortización de Activos Diferidos, se lo hará dependiendo de la vida útil del activo y la duración de la Agencia. Para este Proyecto, la amortización máxima se la hará a 5 años con un porcentaje proporcional del 3% por año amortizado gradualmente.

Los Activos Diferidos que serán sujetos a Amortización, para esta Agencia son:

- Gastos de Constitución
- Gastos de Capacitación
- Marcas y Patentes
- Estudio del Proyecto

A continuación, se presenta el Cálculo de la Amortización de Activos Diferidos para el período 2010-2015.

Tabla 5.10
Tabla de Amortizaciones de Activos Diferidos

AMORTIZACIÓN						
Gastos de Constitución	0		300,00			
	1	5%		60	240,00	60
	2	5%		60	180,00	120
	3	5%		60	120,00	180
	4	5%		60	60,00	240
	5	5%		60	0,00	300
AMORTIZACIÓN						
Patentes y Marcas	0		300,00			
	1	3%		100	200,00	100
	2	3%		100	100,00	200
	3	3%		100	0,00	300
AMORTIZACIÓN						
Estudio del Proyecto	0		800,00			
	1	5%		160	640,00	160
	2	5%		160	480,00	320
	3	5%		160	320,00	480
	4	5%		160	160,00	640
	5	5%		160	0,00	800
AMORTIZACIÓN						
Gastos de Capacitación	0		200,00			
	1	3%		66,6666667	133,33	66,6666667
	2	3%		66,6666667	66,67	133,3333333
	3	3%		66,6666667	0,00	200

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.3.2.3. Mantenimiento

El Mantenimiento de los Activos Fijos se llega a determinar basándose en el valor total de los Activos y un porcentaje asignado a cada rubro. El porcentaje estimado para Mantenimiento Anual durante el período 2010 y 2015 es del 3%.

Tabla 5.11
Mantenimiento de Activos Fijos

MANTENIMIENTO								
MANTENIMIENTO ACTIVOS DE PROD.	VALOR	%	2010	2011	2012	2013	2014	2015
VEHÍCULOS	13.468	3%	404,04	404,04	404,04	404,04	404,04	404,04
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.785	3%	83,55	83,55	83,55	83,55	83,55	83,55
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.800	3%	54	54	54	54	54	54
EQUIPOS DE OFICINA	469	3%	14,07	14,07	14,07	14,07	14,07	14,07
MUEBLES Y ENSERES	690	3%	20,7	20,7	20,7	20,7	20,7	20,7
TOTAL MANTENIMIENTO	19.212		576,36	576,36	576,36	576,36	576,36	576,36

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.3.2.4. Remuneraciones

Niñeras Permanentes

En este ítem se calcula los Sueldos Mensuales y Anuales del Recurso Humano que laborará en la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**. Las remuneraciones serán pagadas a las Niñeras Permanentes con un Sueldo Unificado de \$ 240,00 fijados en el año 2010 por el Ministerio de Trabajo y Relaciones Laborales, más los Beneficios de Ley y Aportes IESS.

Personal Administrativo

El Personal Administrativo consta de un Gerente, una Secretaria - Contadora y una Supervisora / Capacitadora de Niñeras Temporales y Permanentes, quienes perciben un Sueldo y los Beneficios de Ley.

Tabla 5.12

Presupuesto de Gastos de Servicios y Administrativos

PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL MANO DE OBRA DIRECTA Y ADMINISTRATIVO

Proyección del 10% de Inflación

1,1

Prestaciones Sociales
11,15%
 Décimo Cuarto Sueldo
\$ 240

240,00	264,00	290,40	319,44	351,38	386,52
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES 2010-2015

MANO DE OBRA DIRECTA

Cant.	Cargo	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015
5	Niñeras Permanentes	Salario Mensual	1200,00	1320,00	1452,00	1597,20	1756,92	1932,61
		Salario Anual	14400,00	15840,00	17424,00	19166,40	21083,04	23191,34
		Beneficios Sociales	4605,60	6386,16	7024,78	7727,25	8499,98	9349,98
		TOTAL	19005,60	22226,16	24448,78	26893,65	29583,02	32541,32

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cant.	Cargo	Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Gerente General	Salario Básico Mensual	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26
		Salario Básico Anual	6000,00	6600,00	7260,00	7986,00	8784,60	9663,06
		Beneficios Sociales	1659,00	2374,90	2612,39	2873,63	3160,99	3477,09
		TOTAL	7659,00	8974,90	9872,39	10859,63	11945,59	13140,15

Cant.		PERSONAL ADMINISTRATIVO						
1	Secretaria Contadora	Salario Mensual	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38	386,52
		Salario Anual	2880,00	3168,00	3484,80	3833,28	4216,61	4638,27
		Beneficios Sociales	921,12	1277,23	1404,96	1545,45	1700,00	1870,00
		TOTAL	3801,12	4445,23	4889,76	5378,73	5916,60	6508,26
1	Supervisora Capacitadora	Salario Mensual	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38	386,52
		Salario Anual	2880,00	3168,00	3484,80	3833,28	4216,61	4638,27
		Beneficios Sociales	921,12	1277,23	1404,96	1545,45	1700,00	1870,00
		TOTAL	3801,12	4445,23	4889,76	5378,73	5916,60	6508,26

DETALLE DE BENEFICIOS SOCIALES							
Gerente General	Décimo Tercero (13)	41,67	45,83	50,42	55,46	61,00	67,10
	Décimo Cuarto (14)	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	Vacaciones	20,83	22,92	25,21	27,73	30,50	33,55
	Fdo. Reserva	-	45,83	50,42	55,46	61,00	67,10
	11,15% A. Pat.	55,75	61,33	67,46	74,20	81,62	89,79
	Prestaciones S. Mensuales	138,25	197,91	217,70	239,47	263,42	289,76
	Prestaciones S. Anuales	1.659,00	2.374,90	2.612,39	2.873,63	3.160,99	3.477,09

Secretaria Contadora	Décimo Tercero (13)	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	Décimo Cuarto (14)	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	Vacaciones	10,00	11,00	12,10	13,31	14,64	16,11
	Fdo. Reserva	-	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	11,15% A. Pat.	26,76	29,44	32,38	35,62	39,18	43,10
	Prestaciones S. Mensuales	76,76	106,44	117,08	128,79	141,67	155,83
	Prestaciones S. Anuales	921,12	1.277,23	1.404,96	1.545,45	1.700,00	1.870,00

Niñeras Permanentes	Décimo Tercero(13)	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41	161,05
	Décimo Cuarto(14)	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41	161,05
	Vacaciones	50,00	55,00	60,50	66,55	73,21	80,53
	Fdo. Reserva	-	110,00	121,00	133,10	146,41	161,05
	11,15% A. Pat.	133,80	147,18	161,90	178,09	195,90	215,49
	Prestaciones S. Mensuales	383,80	532,18	585,40	643,94	708,33	779,16
	Prestaciones S. Anuales	4.605,60	6.386,16	7.024,78	7.727,25	8.499,98	9.349,98

Supervisora Capacitadora	Décimo Tercero (13)	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	Décimo Cuarto (14)	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	Vacaciones	10,00	11,00	12,10	13,31	14,64	16,11
	Fdo. Reserva	-	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
	11,15% A. Pat.	26,76	29,44	32,38	35,62	39,18	43,10
	Prestaciones S. Mensuales	76,76	106,44	117,08	128,79	141,67	155,83
	Prestaciones S. Anuales	921,12	1.277,23	1.404,96	1.545,45	1.700,00	1.870,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.2.4. Financiamiento

El Financiamiento es un método de análisis, usado para estructurar cada uno de los componentes de la Inversión Inicial para el Proyecto de la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, de tal forma, que se puedan distinguir aquellas cantidades de dinero que van a ser cubiertas con Aportes de los Propietarios de la Agencia de Cuidado Infantil, y que cantidades van a ser cubiertas por Créditos de Instituciones Bancarias o Financieras.

Para este Proyecto, el origen de estos Recursos va a ser cubiertos en un 30% con Aportes Propios y un 70% con Financiamiento de Instituciones Bancarias o Financieras. A continuación, se presenta el Cuadro de Financiamiento de la Inversión Inicial:

Tabla 5.13
Inversión Inicial y Financiamiento

INVERSIÓN	VALOR TOTAL	FINANCIAMIENTO	
		APORTES PROPIOS	CREDITO BANCARIO
		30%	70%
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.785,00	835,50	1.949,50
Refrigeradora	1.882,00	564,60	1.317,40
Cocina	503,00	150,90	352,10
Equipo de sonido	215,00	64,50	150,50
Microondas	120,00	36,00	84,00
DVD Player	65,00	19,50	45,50
VEHÍCULOS	13.468,00	4.040,40	9.427,60
Furgoneta VAN-Cinascar	12.500,00	3.750,00	8.750,00
Repuestos y accesorios	968,00	290,40	677,60
EQUIPOS DE OFICINA	469,00	140,70	328,30
Fax	135,00	40,50	94,50
Teléfonos	64,00	19,20	44,80

Calculadora	30,00	9,00	21,00
Impresora-Escáner Lexmark	240,00	72,00	168,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.800,00	540,00	1.260,00
Computadoras Altek 500 GB	1.800,00	540,00	1.260,00
		0,00	0,00
MUEBLES Y ENSERES	690,00	207,00	483,00
Sillas	250,00	75,00	175,00
Mesas para Computadoras	120,00	36,00	84,00
Archivadores	80,00	24,00	56,00
Escritorios	200,00	60,00	140,00
Mesa de Centro	40,00	12,00	28,00
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN	1.090,00	327,00	763,00
Pintado y Adecuación de Oficinas en M2	750,00	225,00	525,00
Rotulación	40,00	12,00	28,00
Accesorios Decorativos	150,00	45,00	105,00
Decoración Oficinas	150,00	45,00	105,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	20.302,00	6.090,60	14.211,40
ACTIVOS DIFERIDOS			
Constitución Legal de la Empresa	300,00	90,00	210,00
Patentes y Marcas	300,00	90,00	210,00
Gasto de Capacitación	200,00	60,00	140,00
Estudios del Proyecto	800,00	240,00	560,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.600,00	480,00	1.120,00
CAPITAL DE TRABAJO	2.588,44	776,53	1.811,91
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	24.490,44	7.347,13	17.143,31

Fuente: Directa

Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Como se observa el 30% de la Inversión Inicial son \$ 7.347,13, que van a ser cubiertos por Aportes Propios de los Propietarios de la Agencia, y \$ 17.143,31, que es el 70%, va a ser financiado con Crédito del Banco del Pacífico a 5 años. En resumen, la Estructura de Financiamiento, es la siguiente:

Tabla 5.14
Estructura de Financiamiento

FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE	VALOR
Capital de Propietarios	30%	7.347,13
Crédito del Banco del Pacífico	70%	17.143,31
TOTAL	100%	24.490,44

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C

5.2.4.1. Amortización del Crédito

El monto a financiarse por medio del Banco del Pacífico es de \$ 17.143,31; que corresponde al 70% de la Inversión Inicial del Proyecto de **Banana – Nana BabySitting Center**, a una Tasa de Interés del 11,23% anual, a un plazo de 5 años (2010-2015), con Amortización Gradual. Las Cuotas serán pagadas mensualmente, y se reflejarán en la amortización del Banco, mientras que los Pagos Anuales se reflejarán en el Flujo de Efectivo Neto del Inversionista.

Tabla 5.15
Amortización del Préstamo del Banco del Pacífico

Programación de la amortización de préstamo										
	Especificar valores							Resumen del préstamo		
	Importe del préstamo	\$ 17.143,31						Pago programado	\$ 4.665,34	
	Tasa de interés anual	11,23 %						Número de pagos programado	\$ 5,00	
	Plazo del préstamo en años	5						Número de pagos real	\$ 5,00	
	Número de pagos al año	1						Total de pagos anticipados	\$ 0,00	
	Fecha inicial del préstamo	01/01/2010						Interés total	\$ 6.183,38	
	Pagos adicionales opcionales									
	Nombre de entidad de crédito:	Banco del Pacífico								
Nº Pago	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago adicional	Pago total	Capital	Interés	Saldo final	Interés acumulativo	
1	01/01/2011	\$ 17.143,31	\$ 4.665,34	\$ 0,00	\$ 4.665,34	\$ 2.740,14	\$ 1.925,19	\$ 14.403,17	\$ 1.925,19	
2	01/01/2012	\$ 14.403,17	\$ 4.665,34	\$ 0,00	\$ 4.665,34	\$ 3.047,86	\$ 1.617,48	\$ 11.355,30	\$ 3.542,67	
3	01/01/2013	\$ 11.355,30	\$ 4.665,34	\$ 0,00	\$ 4.665,34	\$ 3.390,14	\$ 1.275,20	\$ 7.965,17	\$ 4.817,87	
4	01/01/2014	\$ 7.965,17	\$ 4.665,34	\$ 0,00	\$ 4.665,34	\$ 3.770,85	\$ 894,49	\$ 4.194,32	\$ 5.712,36	
5	01/01/2015	\$ 4.194,32	\$ 4.665,34	\$ 0,00	\$ 4.194,32	\$ 3.723,29	\$ 471,02	\$ 0,00	\$ 6.183,38	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Por tanto, los Propietarios de la Agencia de Niñeras, deberán cancelar por Financiamiento de su Crédito para la Inversión Inicial, cuotas de \$ 4.665,34 por año, con un pago último de \$ 4.194,32, en el período 2010 hasta 2015, por concepto de Capital e Intereses. Con esta información, se procede a formular el Flujo Neto de Efectivo proyectado a seis años, para conocer la viabilidad del Proyecto y su Capacidad de Pago o Solvencia Económica al final del año 2015.

5.3. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los Estados Financieros Proyectados, muestran la Situación Financiera y Económica de la Agencia de Niñeras **Banana – Nana BabySitting Center**, para el período 2010-2015, en base a los Presupuestos de Ingresos, Costos y Gastos antes desarrollados, lo cual, permitirá obtener una visión a futuro sobre la Viabilidad Económica y Financiera del Proyecto en cuestión.

5.3.1. Balance de Pérdidas y Ganancias

El Balance de Pérdidas y Ganancias, sirve para determinar la Rentabilidad o Pérdida de la Agencia, en el período 2010-2015. Este Balance será el eje principal para estructurar el Flujo de Efectivo Neto del Negocio proyectado a seis años, de tal forma, que se pueda realizar el Análisis y Diagnóstico de la Capacidad Económica y Financiera del Estudio.

El Balance de Pérdidas y Ganancias, o Estado de Resultados para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, presenta Ganancias, lo cual, promete una Factibilidad para que este Proyecto se haga realidad.

Tabla 5.16
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
CUENTAS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
VENTAS	\$ 83.400,00	\$ 84.367,50	\$ 85.223,25	\$ 83.464,76	\$ 81.317,37	\$ 78.746,57
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN (Ventas)	\$ 32.449,78	\$ 36.073,67	\$ 38.711,71	\$ 41.584,47	\$ 44.714,56	\$ 48.126,81
UTILIDAD BRUTA	\$ 50.950,22	\$ 48.293,83	\$ 46.511,54	\$ 41.880,29	\$ 36.602,81	\$ 30.619,76
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.959,17	\$ 22.563,29	\$ 24.349,83	\$ 25.548,35	\$ 27.710,06	\$ 27.174,34
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.476,48	\$ 1.520,77	\$ 1.566,40	\$ 1.613,39	\$ 1.661,79	\$ 1.711,64
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.925,19	\$ 1.617,48	\$ 1.275,20	\$ 894,49	\$ 471,02	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 27.589,38	\$ 22.592,29	\$ 19.320,12	\$ 13.824,06	\$ 6.759,94	\$ 1.733,78
(-) 15% PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 4.138,41	\$ 3.388,84	\$ 2.898,02	\$ 2.073,61	\$ 1.013,99	\$ 260,07
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	\$ 23.450,97	\$ 19.203,44	\$ 16.422,10	\$ 11.750,45	\$ 5.745,95	\$ 1.473,71
(-) 25% IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	\$ 6.897,35	\$ 5.648,07	\$ 4.830,03	\$ 3.456,02	\$ 1.689,98	\$ 433,44
UTILIDAD NETA	\$ 16.553,63	\$ 13.555,37	\$ 11.592,07	\$ 8.294,44	\$ 4.055,96	\$ 1.040,27
RESERVA LEGAL (10% UTILIDAD)	\$ 1.655,36	\$ 1.355,54	\$ 1.159,21	\$ 829,44	\$ 405,60	\$ 104,03

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.3.2. Flujo Neto de Efectivo Proyectado

El Flujo de Efectivo es un informe que evalúa la Capacidad Productiva del Negocio para generar Ingresos y cubrir las necesidades de Financiamiento a Largo Plazo. Para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, el Flujo de Efectivo se estima a 6 años (2010-2015), el cual, se lo estructura mediante los Resultados de la Inversión Inicial y el Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias, y la Amortización del Préstamo recibido del Banco del Pacífico, para este Período.

A continuación, se presenta el Flujo Neto de Efectivo proyectado a seis años, con el Financiamiento del Crédito a 6 años (2010-2015), para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**:

BANANA-NANA BABYSITTING CENTER FLUJO DE CAJA PROYECTADO PRESUPUESTO DE INGRESOS Y DESEMBOLSOS DESDE: 2010 HASTA: 2015							
	0	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inversión en Activos Fijos	\$ 20.302,00						
Inversión en Activos Diferidos	\$ 1.600,00						
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 2.588,44						
TOTAL INVERSIÓN	\$ 24.490,44						
INGRESO POR VENTAS		\$ 83.400,00	\$ 84.367,50	\$ 85.223,25	\$ 83.464,76	\$ 81.317,37	\$ 78.746,57
TOTAL INGRESOS		\$ 83.400,00	\$ 84.367,50	\$ 85.223,25	\$ 83.464,76	\$ 81.317,37	\$ 78.746,57
EGRESOS							
COSTOS DE PRODUCCIÓN (SERVICIOS)							
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 19.005,60	\$ 22.226,16	\$ 24.448,78	\$ 26.893,65	\$ 29.583,02	\$ 32.541,32
ÚTILES DE OFICINA Y LIMPIEZA		\$ 1.581,67	\$ 1.629,12	\$ 1.677,99	\$ 1.728,33	\$ 1.780,18	\$ 1.833,59
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 3.163,34	\$ 3.258,24	\$ 3.355,99	\$ 3.456,67	\$ 3.560,37	\$ 3.667,18
UNIFORMES NIÑERAS		\$ 4.562,50	\$ 4.699,38	\$ 4.840,36	\$ 4.985,57	\$ 5.135,13	\$ 5.289,19
COMBUSTIBLE PARA FURGONETA VAN CINASCAR		\$ 486,67	\$ 501,27	\$ 516,31	\$ 531,80	\$ 547,75	\$ 564,18
ARRIENDOS		\$ 3.650,00	\$ 3.759,50	\$ 3.872,29	\$ 3.988,45	\$ 4.108,11	\$ 4.231,35
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 31.489,78	\$ 35.017,67	\$ 37.550,11	\$ 40.306,71	\$ 43.309,03	\$ 46.580,72
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN							
REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO							
GERENTE GENERAL		\$ 7.659,00	\$ 8.974,90	\$ 9.872,39	\$ 10.859,63	\$ 11.945,59	\$ 13.140,15

SECRETARIA CONTADORA		\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
SUPERVISORA CAPACITADORA		\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS							
MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40
MUEBLES Y ENSERES		\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
EQUIPOS DE OFICINA		\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00			
VEHÍCULOS		\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	
AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS							
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	
ESTUDIOS DEL PROYECTO		\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	
PATENTES Y MARCAS		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00			
GASTOS DE CAPACITACIÓN		\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67			
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS							
MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55
MUEBLES Y ENSERES		\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70
EQUIPOS DE OFICINA		\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
VEHÍCULOS		\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 19.959,17	\$ 22.563,29	\$ 24.349,83	\$ 25.548,35	\$ 27.710,06	\$ 27.174,34
GASTOS DE VENTAS							
PUBLICIDAD		\$ 1.426,48	\$ 1.469,27	\$ 1.513,35	\$ 1.558,75	\$ 1.605,52	\$ 1.653,68
MOVILIZACIÓN PERSONAL		\$ 50,00	\$ 51,50	\$ 53,05	\$ 54,64	\$ 56,28	\$ 57,96
TOTAL GASTOS DE VENTAS		\$ 1.476,48	\$ 1.520,77	\$ 1.566,40	\$ 1.613,39	\$ 1.661,79	\$ 1.711,64

GASTOS FINANCIEROS							
INTERESES PRÉSTAMO PROYECTO		\$ 1.925,19	\$ 1.617,48	\$ 1.275,20	\$ 894,49	\$ 471,02	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.925,19	\$ 1.617,48	\$ 1.275,20	\$ 894,49	\$ 471,02	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 55.810,62	\$ 61.775,21	\$ 65.903,13	\$ 69.640,70	\$ 74.557,43	\$ 77.012,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 27.589,38	\$ 22.592,29	\$ 19.320,12	\$ 13.824,06	\$ 6.759,94	\$ 1.733,78
PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES 15%		\$ 4.138,41	\$ 3.388,84	\$ 2.898,02	\$ 2.073,61	\$ 1.013,99	\$ 260,07
IMPUESTOS A LA RENTA 25%		\$ 6.897,35	\$ 5.648,07	\$ 4.830,03	\$ 3.456,02	\$ 1.689,98	\$ 433,44
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	-\$ 24.490,44	\$ 16.553,63	\$ 13.555,37	\$ 11.592,07	\$ 8.294,44	\$ 4.055,96	\$ 1.040,27
APORTE DE SOCIOS	-\$ 7.347,13						
UTILIDAD RETENIDA		\$ 16.553,63	\$ 13.555,37	\$ 11.592,07	\$ 8.294,44	\$ 4.055,96	\$ 1.040,27
ADICIÓN DE LA DEPRECIACIÓN							
MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40
MUEBLES Y ENSERES		\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
EQUIPOS DE OFICINA		\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00			
VEHÍCULOS		\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	
TOTAL ADICIÓN DE LA DEPRECIACIÓN		\$ 3.734,90	\$ 3.734,90	\$ 3.734,90	\$ 3.134,90	\$ 3.134,90	\$ 441,30
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	
ESTUDIOS DEL PROYECTO		\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	
PATENTES Y MARCAS		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00			
GASTOS DE CAPACITACIÓN		\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67			
TOTAL ADICIÓN DE AMORTIZACIÓN		\$ 386,67	\$ 386,67	\$ 386,67	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		\$ 4.121,57	\$ 4.121,57	\$ 4.121,57	\$ 3.354,90	\$ 3.354,90	\$ 441,30
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 17.143,31	\$ 2.740,14	\$ 3.047,86	\$ 3.390,14	\$ 3.770,85	\$ 3.723,29	

FLUJO DE CAJA	-\$ 7.347,13	\$ 17.935,06	\$ 14.629,08	\$ 12.323,50	\$ 7.878,49	\$ 3.687,57	\$ 1.481,57
SALDO ANTERIOR		-\$ 7.347,13	\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57
SALDO FINAL DE CAJA		\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57	\$ 50.588,13
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 24.490,44	\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57	\$ 50.588,13

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Como se puede observar, el Flujo de Efectivo Neto es favorable para esta Agencia, puesto que, existe un Incremento Anual de Liquidez que garantiza su viabilidad en base a la Inversión Inicial con Financiamiento Externo.

5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera para el Inversionista o Empresario, es aquella que permitirá diagnosticar la Eficiencia del Capital de Inversión Aportado para financiar el Proyecto. La Evaluación del presente Proyecto por medio de Métodos Financieros es una herramienta de gran utilidad para determinar la Solvencia y Liquidez de la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, ya que, un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

Las técnicas de Evaluación Financiera son herramientas de uso general, las más importantes son el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Rendimiento, las cuales evalúan la Eficiencia a Largo Plazo de la Inversión Inicial a 6 años. (2010-2015).

5.4.1. Cálculo de la Tasa Mínima de Retorno TMAR de la Inversión

Es aquella Cantidad de Dinero que se obtendrá a Largo Plazo (6 años), por el Rendimiento del Capital de Inversión para este Proyecto, de tal forma, que pueda cubrir aquellos Costos, Gastos y Préstamos por Financiamiento del Capital que genera las Operaciones del Negocio.

Para determinar la Tasa Mínima de Retorno, para el Estado de Flujo de Efectivo Neto de esta Agencia durante el periodo 2010-2015; se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Tasa de Riesgo País, emitida por el Banco Central al 16/02/2010, que es de 8,2%.

- Tasa de Riesgo Financiero, emitido por el Ministerio de Economía y Finanzas, equivalente al 3,7%.
- Tasa de Bonos de la Reserva Federal al mes de Enero 2010, que es de 1,09%.
- Tasa de Riesgo Monetario que es de 8,4%.

Tabla 5.17
Determinación de la TMAR del Proyecto

TMAR	
Riesgo País	8,2%
Rf	3,7%
B	1,09%
Rm	8,4%
Ri	17%
$Ri = Rf + B(Rm - Rf) + \text{RIESGO PAIS}$	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.4.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR de la Inversión

La TIR convierte los Beneficios futuros a Valores Presentes, de tal forma, que evalúa el Rendimiento de la Inversión como una Tasa de Interés, reflejando el nivel de Rentabilidad del Proyecto. Para la Agencia **Banana – Nana BabySitting Center**, el Proyecto tiene una rentabilidad del 90,24%, lo cual es satisfactorio al momento de invertir.

El factor que reúne la TIR, con el cual se determinó que el Proyecto es viable a seis años (2015-2016), es el siguiente:

- La TIR es mayor que la TMAR: $90,24\% > 17\%$.

La fórmula para el cálculo de la TIR, es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Datos:

BN_t = Beneficio Neto del Flujo en el período

r = Tasa Interna de Retorno TIR

I_0 = Inversión Inicial

t = Tiempo del Período

Desarrollando la fórmula con Excel, se tiene:

Tabla 5.18
Cálculo del TIR con Excel

Período	Flujo de Fondos
0	-\$ 24.490,44
1	\$ 10.587,93
2	\$ 25.217,01
3	\$ 37.540,51
4	\$ 45.419,00
5	\$ 49.106,57
6	\$ 50.588,13

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

TIR	90,24%
------------	---------------

5.4.3. Cálculo del Valor Actual Neto VAN de la Inversión

El Valor Actual Neto de una Inversión, es aquel Valor Monetario al tiempo presente o actual que tiene una Inversión, y el Flujo Neto de Efectivo a Largo Plazo, usando la Tasa de Descuento del

Mercado, como un Costo de Oportunidad del Capital a invertir. Para que un Proyecto sea viable el VAN, deberá reunir los siguientes factores:

- Si el VAN es mayor o igual a 0, la inversión rinde beneficios, superando al mínimo esperado por los inversionistas.
- Si el VAN es positivo, el valor financiero del activo puede aumentar gradualmente, por tanto se acepta la inversión.
- Si el VAN es 0, el activo tendrá un valor inalterable, por tanto la inversión no genera rentabilidad por medio del uso de sus activos operacionales.
- Si el VAN es negativo, el valor financiero del activo disminuye, haciendo inaceptable la inversión.

Para el presente Proyecto, el Flujo Neto de Efectivo en los seis años de Operatividad da un VAN de \$ 92.776,74, el cual es un valor positivo, por tanto se acepta el proyecto.

La fórmula para el cálculo del VAN, es la siguiente:

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{\text{Flujo neto de fondos en cada año}}{(1+I)^n} - \text{Inversión}$$

FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 24.490,44	\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57	\$ 50.588,13
-------------------------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Desarrollando la fórmula con Excel, se tiene:

Tabla 5.19

Calculo del VAN con Excel

Período	Flujo de Fondos	
0	-\$ 24.490,44	VAN \$ 92.776,74
1	\$ 10.587,93	
2	\$ 25.217,01	
3	\$ 37.540,51	
4	\$ 45.419,00	
5	\$ 49.106,57	
6	\$ 50.588,13	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.4.4. Cálculo de la Relación Beneficio / Costo de la Inversión

La relación Beneficio / Costo se calcula dividiendo los Benéficos actuales entre el valor actualizado de la Inversión a una Tasa de Actualización o Descuento. Para que un Proyecto sea factible, la relación Beneficio / Costo, debe reunir los siguientes criterios de evaluación:

- Si el B /C es mayor a 1 se acepta la inversión.
- Si el B / C es igual a 1 el Proyecto es indiferente.
- Si el B/C es menor a 1 se rechaza el Proyecto.

La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$R B/C = \frac{\text{Suma de Flujos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Por tanto, reemplazando con los datos del Flujo de Efectivo Neto, se tiene:

Tabla 5.20
Cálculo de la Relación Beneficio / Costo

FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 24.490,44	\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57	\$ 50.588,13
Valor Acumulado		-\$ 13.902,51	\$ 11.314,50	\$ 48.855,01	\$ 94.274,00	\$ 143.380,57	\$ 193.968,70
Suma de Flujos Futuros Descontados	\$ 117.255,80	\$ 9.049,28	\$ 18.420,42	\$ 23.437,39	\$ 24.235,36	\$ 22.395,18	\$ 19.718,17

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pamela Villarreal C.

$$R\ B/C = \frac{\$117.255,80}{\$ 24.490,44}$$

$$R\ B/C = 4,78$$

La Relación Costo / Beneficio de este Proyecto es 4,78, esto quiere decir, que por cada 4 dólares invertidos, se obtiene un beneficio de 0,78 centavos de dólar, por tanto la inversión es viable.

5.4.5. Período de Recuperación de la Inversión

El Período de Recuperación de la Inversión a Valor Presente, es un indicador que permite evaluar los Flujos Netos de Efectivo actualizados, y a qué momento cambian de valor negativo a positivo, y es en ese año en donde el Proyecto generará un Flujo Neto de Efectivo actualizado, equivalente al monto de la Inversión Total Inicial. Para este Proyecto, se presentan los siguientes datos:

Tabla 5.21

Cálculo del Período de Recuperación de la Inversión

FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 24.490,44	\$ 10.587,93	\$ 25.217,01	\$ 37.540,51	\$ 45.419,00	\$ 49.106,57	\$ 50.588,13
Valor Acumulado		-\$ 13.902,51	\$ 11.314,50	\$ 48.855,01	\$ 94.274,00	\$ 143.380,57	\$ 193.968,70
Suma de Flujos Futuros Descontados	\$ 117.255,80	\$ 9.049,28	\$ 18.420,42	\$ 23.437,39	\$ 24.235,36	\$ 22.395,18	\$ 19.718,17
VAN	\$ 92.765,36						
TIR	90%						

TMAR

17,00%

PERIODO DE RECUPERACIÓN

Año	Flujo Neto de Efectivo	Flujo de Efectivo Acumulado
2009 (0)	-\$24.490	-\$24.490
2010 (1)	\$10.588	-\$13.903
2011 (2)	\$25.217	\$11.314
2012 (3)	\$37.541	\$48.855
2013 (4)	\$45.419	\$94.274
2014 (5)	\$49.107	\$143.381
2015 (6)	\$50.588	\$193.969

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Periodo	Saldo de Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperación de Inversión
1	\$ 7.347,13	\$ 17.935,06	\$ 3.049,50	\$ 14.885,56
2	-\$ 7.538,43	\$ 14.629,08	\$ 2.487,38	\$ 12.141,70
3	-\$ 19.680,13	\$ 12.323,50	\$ 2.095,36	\$ 10.228,13
4	-\$ 29.908,26	\$ 7.878,49	\$ 1.339,58	\$ 6.538,91
5	-\$ 36.447,17	\$ 3.687,57	\$ 627,00	\$ 3.060,57

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Como se puede apreciar, el Período de Recuperación de la Inversión de los Socios sucede en el Primer Año de Operaciones, con \$ 14.885,56, como Flujo Neto de Efectivo.

Inversión Inicial - Flujo Acumulado Año anterior al Año Considerado

Factor de Repago = $\frac{\text{Inversión Inicial - Flujo Acumulado Año anterior al Año Considerado}}{\text{Flujo Neto Actualizado del Año Considerado}}$

Flujo Neto Actualizado del Año Considerado

$$\frac{17.143,41 - 14.629,08}{3.049,50} = 0,82$$

Factor de Repago = 0,82

Año de Repago = Factor de Repago + Año Anterior Considerado

Año de Repago = 0,82 + 0

Año de Repago = 0,82

La Recuperación de la Inversión se realiza a los 9 meses y 25 días del año 2011.

5.4.6. Punto de Equilibrio del Proyecto

El Punto de Equilibrio, es aquel, en que los Ingresos, son iguales que los Costos y Gastos, y por tanto no existe Utilidad, es decir, es un Nivel en el cual desaparecen las Pérdidas y comienzan las Utilidades o en reversa.

Para este Proyecto, se necesita separar aquellos Costos Fijos y Costos Variables del Costo Total reflejado en el Estado de Flujo de Efectivo Proyectado 2010-2015; definiendo a los Costos Variables como aquel que varía en proporción directa con los volúmenes de Producción y Ventas.

Costos Fijos:

- Remuneraciones Personal Administrativo
- Depreciaciones
- Amortizaciones
- Mantenimiento
- Arriendo
- Servicios Básicos
- Útiles de Oficina y Limpieza
- Publicidad
- Movilización

Costos Variables:

- Mano de Obra Directa
- Uniformes Niñeras
- Combustible

La fórmula de Punto de Equilibrio, es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas netas}}}$$

Tabla 5.22
Punto de Equilibrio del Proyecto

PUNTO DE EQUILIBRIO						
CUENTAS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESO POR VENTAS	\$ 83.400,00	\$ 84.367,50	\$ 85.223,25	\$ 83.464,76	\$ 81.317,37	\$ 78.746,57
COSTOS VARIABLES						
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 19.005,60	\$ 22.226,16	\$ 24.448,78	\$ 26.893,65	\$ 29.583,02	\$ 32.541,32
UNIFORMES NIÑERAS	\$ 4.562,50	\$ 4.699,38	\$ 4.840,36	\$ 4.985,57	\$ 5.135,13	\$ 5.289,19
COMBUSTIBLE PARA FURGONETA VAN CINASCAR	\$ 486,67	\$ 501,27	\$ 516,31	\$ 531,80	\$ 547,75	\$ 564,18
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 24.054,77	\$ 27.426,81	\$ 29.805,44	\$ 32.411,02	\$ 35.265,90	\$ 38.394,69
COSTOS FIJOS						
REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO						
GERENTE GENERAL	\$ 7.659,00	\$ 8.974,90	\$ 9.872,39	\$ 10.859,63	\$ 11.945,59	\$ 13.140,15
SECRETARIA CONTADORA	\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
SUPERVISORA CAPACITADORA	\$ 3.801,12	\$ 4.445,23	\$ 4.889,76	\$ 5.378,73	\$ 5.916,60	\$ 6.508,26
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40	\$ 325,40
MUEBLES Y ENSERES	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
EQUIPOS DE OFICNA	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 46,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00			
VEHÍCULOS	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 2.693,60	\$ 0,00
AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 0,00
ESTUDIOS DEL PROYECTO	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 0,00
PATENTES Y MARCAS	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00			

GASTOS DE CAPACITACIÓN	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67			
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55	\$ 83,55
MUEBLES Y ENSERES	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70	\$ 20,70
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07	\$ 14,07
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
VEHÍCULOS	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04	\$ 404,04
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 19.959,17	\$ 22.563,29	\$ 24.349,83	\$ 25.548,35	\$ 27.710,06	\$ 27.174,34
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD	\$ 1.426,48	\$ 1.469,27	\$ 1.513,35	\$ 1.558,75	\$ 1.605,52	\$ 1.653,68
MOVILIZACIÓN PERSONAL	\$ 50,00	\$ 51,50	\$ 53,05	\$ 54,64	\$ 56,28	\$ 57,96
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 1.476,48	\$ 1.520,77	\$ 1.566,40	\$ 1.613,39	\$ 1.661,79	\$ 1.711,64
ÚTILES DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$ 1.581,67	\$ 1.629,12	\$ 1.677,99	\$ 1.728,33	\$ 1.780,18	\$ 1.833,59
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3.163,34	\$ 3.258,24	\$ 3.355,99	\$ 3.456,67	\$ 3.560,37	\$ 3.667,18
ARRIENDOS	\$ 3.650,00	\$ 3.759,50	\$ 3.872,29	\$ 3.988,45	\$ 4.108,11	\$ 4.231,35
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 29.830,66	\$ 32.730,93	\$ 34.822,49	\$ 36.335,19	\$ 38.820,51	\$ 38.618,10
COSTOS TOTALES	\$ 53.885,43	\$ 60.157,73	\$ 64.627,93	\$ 68.746,21	\$ 74.086,41	\$ 77.012,79
UTILIDAD	\$ 29.514,57	\$ 24.209,77	\$ 20.595,32	\$ 14.718,55	\$ 7.230,96	\$ 1.733,78
INGRESOS POR VENTAS	\$ 83.400,00	\$ 84.367,50	\$ 85.223,25	\$ 83.464,76	\$ 81.317,37	\$ 78.746,57
PUNTO DE EQUILIBRIO						
Expresado en:						
PORCENTAJE	50,27%	57,48%	62,84%	71,17%	84,30%	95,70%
P.E. EN UNIDADES MONETARIAS	\$ 41.922,11	\$ 48.496,54	\$ 53.551,13	\$ 59.402,27	\$ 68.549,00	\$ 75.363,11

INGRESOS POR VENTAS	\$ 41.922,11	\$ 48.496,54	\$ 53.551,13	\$ 59.402,27	\$ 68.549,00	\$ 75.363,11
----------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

P.E. PROMEDIO	70,29%					
COSTOS FIJOS	\$ 29.830,66	\$ 32.730,93	\$ 34.822,49	\$ 36.335,19	\$ 38.820,51	\$ 38.618,10
PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 109,02	\$ 114,79	\$ 120,88	\$ 126,46	\$ 132,22	\$ 138,15
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 39,31	\$ 46,64	\$ 52,85	\$ 61,38	\$ 71,68	\$ 84,20

PRECIO DE VENTA UNITARIO PROMEDIO	\$ 123,59
COSTO VARIABLE UNITARIO PROMEDIO	\$ 59,34
COSTOS FIJOS PROMEDIO	\$ 35.192,98

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

Gráfico del Punto de Equilibrio

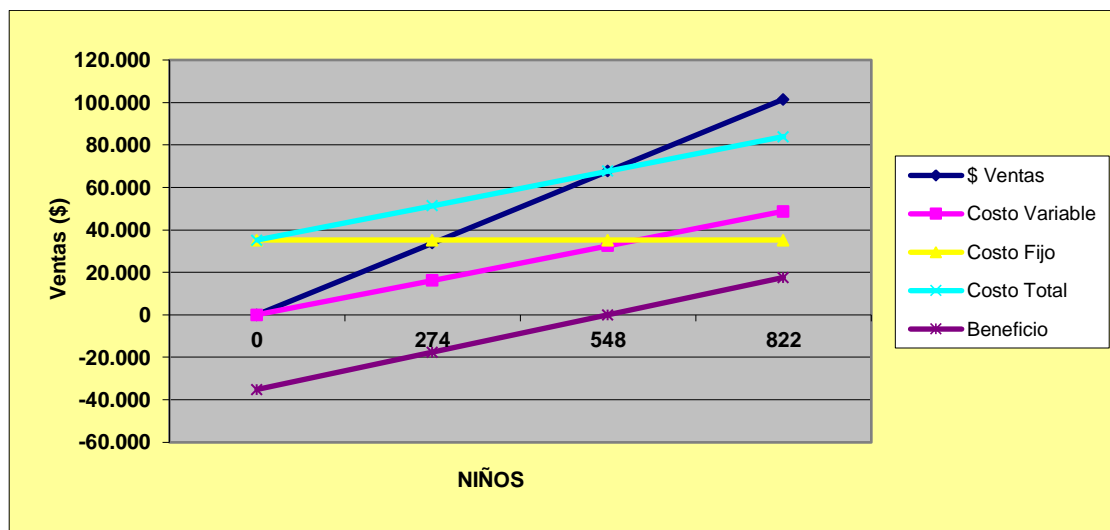
Datos Iniciales

Precio Venta	124	< Completar
Coste Unitario	59	< Completar
Gastos Fijos Mes	35.193	< Completar
Pto. Equilibrio	548	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	67.697	\$ de Equilibrio

Datos para el Gráfico

Q Ventas	0	274	548	822
\$ Ventas	0	33.848	67.697	101.545
Costo Variable	0	16.252	32.504	48.755
Costo Fijo	35.193	35.193	35.193	35.193
Costo Total	35.193	51.445	67.697	83.948
Beneficio	-35.193	-17.596	0	17.596

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe atender a 548 niños al año



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Pamela Villarreal C.

5.4.6.1. Análisis del Punto de Equilibrio (P.E.)

El Punto de Equilibrio para este Proyecto, es del 70,29% promedio, que corresponde a 548 niños al año. Por tanto, se deduce que para que la Agencia obtenga Ganancias o Rentabilidad deberá vender sus Servicios de Niñeras Permanentes y Temporales sobre los 548 niños de 1 a 8 años de edad, a un precio promedio de \$ 4,42 la hora (Punto de Equilibrio Número de Niños / Precio de Venta Promedio: $548 / \$ 124 = \$ 4,42$).

Por tanto, se deduce que el Proyecto tiene Precios sobrevalorados (\$ 6, \$ 8, \$ 9), que no permitirán a largo plazo, que la empresa obtenga ganancias, debido a que la Oferta se incrementa aceleradamente cada año en los sectores Norte y los Valles, y la Demanda Insatisfecha tiende a disminuir con el paso de los años hasta el 2015, pero si se establecen precios alrededor de \$ 4,42, la Demanda del Servicio aumenta, se cubre la Demanda Insatisfecha, y se obtienen Ganancias.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Una vez concluido el Estudio de Factibilidad de la Agencia de Cuidado Infantil **Banana – Nana BabySitting Center**, se puede citar las siguientes Conclusiones, que definen la estructura del mercado actual para este tipo de Negocios.

- a) En el Análisis Situacional de la Empresa **Banana – Nana BabySitting Center**, se puede evidenciar que el Proyecto posee Oportunidades, que reforzarán la toma de decisiones para enfrentar Amenazas, y al mismo tiempo, las Fortalezas identificadas le permiten contrarrestar las Debilidades propias del entorno en el que se desenvuelve. La Evaluación positiva de este factor posibilita el ingreso efectivo al mercado y a la comercialización del Servicio.
- b) De la Investigación de Mercado, se pudo establecer que la Demanda Insatisfecha para los Servicios de **Banana – Nana BabySitting Center**, en el Sector Norte y Valles Aledaños de Quito, es de 16.485 niños, en el año 2010. En vista de que la Demanda Actual de este Proyecto está definido por 54.343 niños y 37.858 niños constituyen la Oferta Actual del Servicio, se concluye que el número de empresas que se dedican a brindar el Servicio de Cuidado Infantil está cubierto en un **69,66%** del Mercado Objetivo, condición favorable que garantiza la existencia de un mercado no atendido que demanda del Servicio.
- c) El Estudio Económico – Financiero de la Agencia de Cuidado Infantil **Banana – Nana BabySitting Center**, arroja resultados positivos, de interés para los Inversionistas.

- El Valor Actual Neto es de \$ **92.765,36**; valor que supera al de la Inversión de \$24.490,44 dólares; en consecuencia, el Proyecto es viable.
- La TIR del Proyecto es de **90,24%**, superando a la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno) que es del 17%, por tanto, el Proyecto es aceptable por Recuperación de la Inversión.
- El Periodo de Recuperación Descontado (PRI DESCONTADO), de la Inversión de \$24.490,44; con relación a los Flujos de Caja y a una vida útil de 6 años establecida para el Proyecto corresponde a **9 meses y 25 días del año 2011**.
- La Relación Beneficio / Costo del Proyecto son de \$117.255,80 de Flujo de Efectivo Anual, y los Costos de Inversión de Capital Inicial son de \$24.490,44; por tanto el Proyecto tiene un Retorno Positivo, es decir, la Relación Beneficio / Costo anual es de \$ **4,78**, esto quiere decir, que por cada 4 dólares invertidos, se obtiene un Beneficio de 0,78 centavos de dólar, por tanto la Inversión es viable.

6.2. RECOMENDACIONES

Para la óptima puesta en marcha del Proyecto de la Agencia de Cuidado Infantil **Banana – Nana BabySitting Center**, se expone lo siguiente para implementar este Negocio en una forma apropiada.

- a) Se recomienda implementar el Proyecto de la Agencia de Cuidado Infantil **Banana – Nana BabySitting Center** en la ciudad de Quito, no solo por tener un alto índice de rentabilidad, sino, por ofrecer un valioso aporte social en procura del bienestar y desarrollo integral del niño – Rentabilidad Social.
- b) Se sugiere adicionar al Servicio ofrecido un Sistema innovador de Seguridad de Monitoreo vía Online, a fin de garantizar el cuidado óptimo de los niños, esto como un plus que favorezca la tranquilidad mental de los Padres de Familia y de la Agencia de Cuidado Infantil.
- c) Se debe trabajar con un tratamiento preferencial y de cuidado al Cliente Interno y Externo de la Agencia, a través de un monitoreo continuo, se va a identificar las NERDS (Necesidades, Expectativas, Requerimientos, Deseos, Satisfacciones) para optimizar el Servicio brindado.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill, México 1995.
- BELLIARD Matías y GARCÍA Javier. Herramientas Informáticas para Ingenieros, O Micrón Editorial, Argentina, 2006.
- CHIAVENATO Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración, Editorial McGraw Hill, Séptima Edición, México 2005.
- COSTALES Bolívar. Diseño y Elaboración de Proyectos de Inversión, Editorial Politécnica, Sangolquí – Ecuador, 1996.
- EYSSAUTIER DE LA MORA Maurice. Investigación de Mercados, Editorial Trillas, Primera Edición, México 2006.
- FRANCES Antonio. Estrategia y Planes para la Empresa, Editorial Prentice Hall, Primera Edición, México 2006.
- GITMAN J. Lawrence. Principios de Administración Financiera, Prentice Hall, Octava Edición, México, 2007.
- HERNANDEZ SAMPIERI Roberto. Metodología de la Investigación, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill, México 2005.
- JANY CASTRO, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados, Editorial Mc Graw Hill, Edición 3, México 2005.
- KOTLER Philip. Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, Prentice Hall. 1996.
- MIRANDA MIRANDA Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Cuarta Edición, Colombia 2003.

- SAPAG CHAIN Nassir. Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Prentice Hall, Colombia, 2007.
- ORTEGA CASTO Alfonso. Proyectos de Inversión, Editorial Compañía Continental, Primera Edición, México 2006.
- KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary. Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, Editorial Pearson Prentice Hall. México 2003.
- KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary. Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Prentice Hall, México 1991.
- SALVARREDY Julián y otros. Gerenciamiento de Proyectos, Comicon Editorial, Argentina, 2007.
- SAMUELSON Paúl. Economía, Editorial McGraw Hill, Decimoséptima Edición, Madrid, 2002.
- SAPAG y SAPAG. Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw Hill, México, 2001.
- TAMAYO y TAMAYO Mario. Proceso de la Investigación, Limusa Noriega Editores, Tercera Edición, México, 1988.

LINKOGRAFÍA

- Universidad de Palermo, Enero 2010.

http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/marketing_servicios.pdf

- Universidad de Palermo, Enero 2010.

http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/marketing_servicios.pdf

- International Nanny Association. Septiembre, 2009. Traducción de la Autora: Pamela Villarreal

<http://www.nanny.org/faqsdefinitions.php>.

- International Nanny Association. Septiembre, 2009. Traducción de la Autora: Pamela Villarreal

<http://www.nanny.org/faqsdefinitions.php>.

- Te lo Cuido. Marzo, 2009.

www.telocuido.com

- Te lo Cuido. Marzo, 2009.

www.telocuido.com

- COMPINA, Febrero 2010.

<http://www.spinaquito.gov.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=16>

ANEXOS

ANEXO “A”

FORMULARIO DE ENCUESTA

<p style="text-align: center;">ANEXO A</p> <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD DEL PACIFICO FACULTAD DE NEGOCIOS</p> <p>GÉNERO: F _____ M _____</p> <p style="text-align: center;">ENCUESTA DE SONDEO</p> <p>Reciba un cordial saludo, a través de la siguiente información deseamos conocer su interés y necesidad para la implementación de una agencia de NiÑeras que proporciona Servicios Profesionales de Cuidado Infantil en el Hogar (a domicilio). Para nosotros las sugerencias o comentarios que nos brin de son indispensables para estructurar un novedoso servicio hacia ustedes.</p> <p>1. ¿Tiene hijos?</p> <p>SI ()</p> <p>NO ()</p> <p>¿Cuántos?.....</p> <p>Por favor indique el rango de edad:</p> <p>0 a 3 años ()</p> <p>4 a 6 años ()</p> <p>7 a 9 años ()</p> <p>10 o más años ()</p>	<p>2. ¿Cuántos años tiene usted?</p> <p>15 a 20 años ()</p> <p>21 a 25 años ()</p> <p>26 a 30 años ()</p> <p>31 a 39 años ()</p> <p>40 o más años ()</p> <p>3. ¿Usted trabaja?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>SI</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>()</td> </tr> </table> <p>Por favor indique el horario:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Completo</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>Por horas</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>Sin horario</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>()</td> </tr> </table> <p>¿Cuál?.....</p> <p>4. Cuando debe cumplir con labores profesionales y/o actividades de estudio y/o asuntos personales o imprevistos, generalmente cuál es la situación que vive con sus hijos, para desempeñar estos compromisos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los deja al cuidado de un familiar o persona de confianza? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>SI</td> <td>Se facilita esta opción</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td></td> <td>()</td> </tr> </table>	SI	()	NO	()	Completo	()	Por horas	()	Sin horario	()	Otro	()	SI	Se facilita esta opción	()	NO		()
SI	()																		
NO	()																		
Completo	()																		
Por horas	()																		
Sin horario	()																		
Otro	()																		
SI	Se facilita esta opción	()																	
NO		()																	

• ¿Los deja solos?

SI	Se facilita esta opción	()
NO		()

• ¿Los deja al cuidado de un jardín o guardería especializada?

SI	Se facilita esta opción	()
NO		()

• ¿Los deja al cuidado de personal profesional (niñera)?

SI	Se facilita esta opción	()
NO		()

5. ¿Cuál considera la mejor opción para el cuidado de sus hijos?

Familiares	()
Jardín/guardería	()
Niñera	()
Otra	()

¿Cuál?.....

6. ¿Le gustaría contar con un Servicio Profesional de Cuidado Infantil a domicilio?

SI	()
NO	()

¿Por qué?.....

Por favor indique el horario en que necesitaría el servicio:

HORARIOS	LUNES-VIERNES		FIN DE SEMANA	
	DIURNO	VESPERTINO	DIURNO	NOCTURNO
1 a 2 horas				
3 a 6 horas				
6 a 8 horas				
Otra condición				

7. ¿Contrataría este servicio?

SI	()
NO	()

¿Por qué?.....

8. ¿Qué tipo de servicio contrataría?

Por horas	()
Temporal	()
Permanente	()

¿Por qué?.....

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicio por horas?

\$ 6	()
\$ 8	()
\$ 10	()

10. ¿Cuáles considera usted son las principales características que debería tener una niñera. Favor seleccione hasta 5 opciones.

Amar a los niños	()
Paciencia	()
Cariño	()
Responsabilidad	()
Respeto	()
Experiencia	()
Dinámica	()
Profesionalismo	()
Creativa	()
Colaboradora	()
Proactiva	()
Otras	()

De las característica que usted eligió, favor indique del 1 al 10 su grado de importancia, siendo 10 la más alta.

11. ¿Qué garantías considera usted debería ofrecerle una agencia de Cuidado Infantil Profesional en el hogar (a domicilio).

Seguridad	()
Calidad de cuidado profesional	()
Soporte en el desarrollo integral del niño	()
Nutrición y Psicología	()
Otras	()

12. ¿Tiene alguna sugerencia para implementar este servicio adecuadamente?

.....

.....

.....

Agradecemos su participación y sinceridad. Su opinión es de vital importancia para el manejo y ejecución del presente trabajo de tesis.

ANEXO “B”

ENTREVISTAS

➤ **Entrevista realizada a la Sra. Elena Rueda – Contratante de un Servicio de Cuidado Infantil⁵³**

Elena, es una mujer profesional que trabaja a tiempo completo, tiene dos hijos y el más pequeño tiene apenas un año. Ella deja a Martín desde los tres meses al cuidado de una persona que ofrece los servicios de cuidado infantil en su propia casa. Elena me comenta que conoció a Jackie (niñera) porque es madre de uno de los mejores amigos de su hijo Nacho de 12 años.

1. Elena, cuéntame porqué decidiste a dejar a tu hijo al cuidado de una persona que no conocías, que te motivo a hacerlo.

Para mí fue muy duro hacerlo, pero me vi obligada a dejarlo porque tenía que trabajar, yo no tengo familiares que puedan a mi hijo y se me vino a la mente Jackie porque ya la conocía de la escuela de mi otro hijo.

2. Cuál fue el proceso que seguiste para llegar a un arreglo con tu niñera.

Primero, le pregunté cómo era el servicio que ella ofrecía y comencé a fijarme mucho como ella trataba a sus hijos y le pedía a mi hijo Nacho que me dijera como le trataba Jackie cuando iba a su casa para jugar con Juan Diego, hijo de Jackie. Mi hijo me comentaba que era muy atenta cuando él los visitaba y siempre le recibía con una sonrisa. Estos comentarios coincidieron con lo que yo también había visto en el actuar de Jackie.

3. En qué consiste el Servicio que ella te ofrece.

Todas las mañanas llego a casa de Jackie alrededor de las 7:30 am para dejar a Martín yo le llevo su pañalera y comida. Ella se encarga de cuidarlo, alimentarlo, y atenderlo en lo que él necesita.

4. En qué horario lo atiende.

Yo dejo a mi hijo alrededor de las 8:00 hasta las 14:30.

⁵³ Entrevista realizada por Pamela Villarreal. Octubre, 2009. Lugar: Domicilio – Elena Rueda.

5. Cuánto te cuesta este servicio.

Le pago \$130 a inicios de cada mes en efectivo.

6. En qué consiste la rutina que Jackie le da a Martín.

Bueno, siempre que yo llego le pregunto fue lo que hicieron durante el día. Acorde a la edad de mi bebé ella ha ido desarrollando tareas para estimular su crecimiento saludable. Siempre salen de paseo, le hace escuchar música para bebé, le da masajes en las piernas - estimulación temprana. Siempre que llego encuentro a mi hijo limpio y bien peinado.

7. Qué tipo de seguridades le has pedido a Jackie que tome para el cuidado de tu bebé.

Siempre he sido muy sincera con Jackie, le he dicho que cuide a mi bebé como si fuera una de sus hijos y hasta ahora ella siempre ha sido muy cuidadosa y gracias a Dios no he tenido inconvenientes.

8. Le diste algún parámetro o indicaciones que te gustaría sean tomadas en cuenta para cuidar a tu bebé.

Le he dado las indicaciones que me ha dado el pediatra, por ejemplo, cuando se encuentra enfermo o le digo que siempre este pendiente de su pañal y ese tipo de indicaciones, pero Jackie tiene libertad para desarrollar sus propias tareas que cree le ayudarán a Martín en su desarrollo integral.

9. Has enfrentado algún problema o inconveniente con el servicio que Jackie te ofrece.

A pesar de que Jackie es muy buena haciendo su trabajo, a veces por mis labores he tenido que quedarme más tarde y Jackie no es flexible en ese sentido, así que he tenido que ir a trabajar con el bebé y eso no es cómodo. Así mismo, le he dejado biberones y una vez ella me dijo que se había quemado pero que me repondría otro. Ella lo hizo pero por uno de menor valor y esto también me ha molestado pero se compensa porque veo a mi hijo feliz.

10. Qué tipo de seguimiento realizas a tu Niñera.

Siempre le llamo cada que puedo por lo menos una o dos veces por día. Pero cuando está enfermo siempre le estoy recordando las instrucciones que me dice el pediatra. Cuando llego siempre le pregunto si ha habido alguna novedad o ella me lo reporta pero siempre estoy pendiente de ese aspecto.

11. Qué valoras más del cuidado que le da a tu hijo.

Lo que más me ha gustado es que mi hijo se desarrolla dentro de un hogar normal y es tratado como un miembro más de la familia. El recibe mucho cariño en este lugar y eso me permite confiar en que los están cuidando y poder hacer bien mi trabajo.

12. Qué recomendaciones le harías para mejorar el servicio.

Sin duda le diría que fuera un poco más flexible en el horario, pero sé que ella tiene sus propias obligaciones y la comprendo.

13. Te gustaría poder contar con un servicio de niñera profesional pero en tu propio hogar que fuera sensible a tus necesidades.

Claro que sí, porque eso me ahorraría mucho tiempo y podría ir directamente a mi trabajo y estoy segura que como yo hay muchas mujeres que necesitan esta clase de servicios.

14. Cuánto estarías dispuesta a pagar por este tipo de servicio.

Quizás hasta los \$150 por el mismo horario y por horario completo hasta \$300.

15. Qué perfil de niñera buscarías.

Una que fuera como Jackie, dulce que le gusten los niños, que tenga experiencia, sepa de cuidado infantil, sea honrada porque mi casa va a quedar a su disposición y necesito de una persona honesta.

➤ **Entrevista realizada a la Sra. Anita Bonilla – Directora de un Centro de Cuidado Infantil ubicado en el Sector Del Labrador**⁵⁴

Este Centro de Cuidado Infantil funciona hace 5 años, atiende a niños de 1 a 5 años en horario de medio tiempo o en jornadas completas desde las 8:00 am hasta 5:00 de la tarde.

Entorno General

1. Cómo ve el Entorno de la Industria del Cuidado Infantil en el Ecuador y principalmente en Quito, su apreciación a futuro.

Al existir centros que no cumplen con los más mínimos estándares de calidad ni son registrados legalmente, este tipo de centros traen consecuencias negativas para los centros que si cumplen con la ley. Esto perjudica el tiempo y la inversión. La tendencia para esta industria es creciente debido a que en la actualidad ya no solo trabajan los padres sino que todo el entorno familiar como tíos, abuelos, primos, etc. Tratamos de satisfacer las necesidades de cuidado de los padres. Tratamos de enseñar a los niños un cierto tipo de comportamiento de acuerdo a su edad. Fomentar el desarrollo del niño en su seguridad, estimulación, destrezas, etc, procurando su desarrollo integral.

2. Cómo se puede crear una guardería (procedimiento), donde se registran, qué organismo gubernamental las controla.

Procedimiento: Este es bastante demorado, papeleo, Proyecto resumiendo que va ofrecer su centro, horarios, personal, con alimentación, tipo de enseñanza. Todo detallado planos, seguridades que se va a ofrecer, etc. Permiso de los bomberos, utilización de suelos. Todos esos documentos se presentan al INFA.

A partir del 2009, todas las guarderías ahora conocidas como centros de Cuidado Infantil, pasaron al control del INFA y a través del INFA son controlados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). Todos estos procesos están disponibles en el INFA.

El centro infantil funciona como escuela inicia en septiembre y termina en junio, julio se presenta un informe de las actividades realizadas al INFA y ellos emiten su criterio de mejora y sus comentarios. Posteriormente el INFA envía un funcionario para que realice una inspección y una vez aprobado le otorgan su acuerdo ministerial.

⁵⁴ Entrevista realizada por Pamela Villarreal. 29 Diciembre, 2009. Lugar: Rayitos de Ternura.

Este trámite es gratuito, pero se recomienda el registro del nombre del centro de cuidado infantil en el IEPI por razones de seguridad y protección de marca, este registro con un costo adicional.

3. Alrededor de cuántas guarderías cree que funcionan en Quito.

Cada centro de cuidado infantil debe tener un acuerdo ministerial para su funcionamiento legal. No cuento con exactitud con esos datos, pero en el INFA seguramente tienen ese registro en su poder.

Tengo conocimiento de que existe un Proyecto en donde se establece que las Instituciones dirigidas a niños menores de 3 años deben registrarse en el INFA – MIES y las dirigidas a niños de 3 a 5 años deben constar en el Ministerio de Educación. En mi caso estoy registrada en ambas entidades.

Centro de Desarrollo Infantil

1. Puede definir su negocio, industria.

No se puede definir como una industria porque no se produce nada. Este tipo de negocio se enfoca más en la parte social y cultural en la rama de los servicios educativos.

2. Quiénes son sus principales clientes (Target).

Se enfoca a niños de 1 año hasta 4 años, listos para ir a primero de básica pertenecientes a una clase económica media. Al momento no tienen ninguna alianza con alguna escuela pero se tiene planes a futuro.

3. Cómo nace la idea de implementar un Centro de Cuidado Infantil, necesidad que satisface.

La persona que funda este centro se alienta a hacerlos porque ella tenía hijos, sobrinos y así es como empezó, poco a poco fue creciendo básicamente con las personas que vivían por este sector de la ciudad.

4. Cuánto tiempo tiene en el mercado su Negocio.

El centro de cuidado infantil está en el mercado desde el año 2004. Obteniendo el reconocimiento en el sector El Labrador.

5.Cuál es su Ventaja Competitiva, que le diferencia de la competencia.

Primero lo que se les ofrece a los papás aparte de una buena enseñanza ofrecemos un apoyo al desarrollo de sus destrezas, inteligencias múltiples, estimulación temprana y sobre todo crear niños seguros y felices. Programas de trabajo de acuerdo a su edad. Se les hace una evaluación

psicológica para establecer su grado de madurez y todos los meses se les hace una evaluación pedagógica y psicológica que será entregada al padre de familia.

6. Cuál es la clave del éxito de Negocio.

Atención que le damos al niño de manera integral en pro de su desarrollo. Lo que más se le presta aquí un niño es atención y amor.

7. Cuáles son los principales Problemas que enfrenta.

La parte económica, en lo que se refiere al cobro de pensiones y la inversión que en sí representa implementar este tipo de servicio; el cuidado de los niños no es mayor problema porque las personas tienen experiencia y quieren a los niños.

8. Qué tipo de Medidas de Control implementa en su Establecimiento.

Tratamos de cubrir todas las cosas que sean peligrosas como por ejemplo, filos, varillas, etc y ofrecer todas las seguridades en la medida de nuestras posibilidades. Pero ese no es el principal objetivo le enseñamos a vivir al niño en un entorno real y sobre todo como cuidar de sí mismos. No podemos encerrar a los niños en una burbuja, tienen que aprender a vivir con el peligro por muy duro que parezca. Como norma general tenemos prohibido que entren en la cocina por darte un ejemplo, pero sabemos por experiencia que al niño se le enseña la prohibición de alguna cosa explicando el “porqué”. Gracias a Dios no hemos enfrentado situaciones de gravedad aparte de caídas y tropezones, de todos modos, contamos con un pediatra que trabaja con nosotros en caso de alguna emergencia, todos nuestros niños son asegurados. En caso de emergencia llamamos primero al papá luego contactamos con el pediatra.

9. Realiza seguimiento de sus Clientes (Retroalimentación).

El medio que tenemos de comunicación con el padre es a través de un diario escolar en donde anotamos toda novedad que suceda con el niño y de igual modo el padre de familia se comunica con nosotros. Se prefiere que el papá anote toda instrucción por escrita para nuestra constancia respaldo.

10. Cómo sabe que su empresa está teniendo éxito.

El INFA nos da una autorización para atender hasta 60 niños, pero nosotros podemos atender un máximo de 40 niños por el espacio físico que disponemos. Sabemos que tenemos éxito por el número de niños atendidos y por referencia de los padres que nos recomiendan con otra persona, esta es nuestra principal promoción.

11. Cómo promociona a su Negocio.

La principal promoción que tenemos para nuestro negocio son las referencias que nos dan los Padres de Familia y los recomendados que nos envían para que los eduquemos. Somos conocidos en todo el barrio.

12. Cómo contrata a su personal.

Sacamos un anuncio en el periódico, nos mandan las carpetas y de esas carpetas vamos seleccionando y llamamos a entrevistas. Después de estos seleccionamos al candidato más idóneo. Se valora mucho experiencia y vocación de servicio a los niños, funciona mucho la intuición.

13. Con qué personal cuenta en su Guardería.

- 1 Psicóloga
- 4 Parvularias
- 1 Cocinera
- 1 Pediatra
- 1 Nutricionista
- 1 Directora
- 1 Persona de Apoyo

14. Qué es lo más gratificante de su trabajo.

Formar niños seguros y felices y papás satisfechos con nuestro trabajo. Creamos niños con formación integral incluso en la parte espiritual.

Mi Negocio: Cuidado Infantil a Domicilio**1. Ha escuchado / está familiarizada con el Servicio de Cuidado Infantil a Domicilio, sabe de alguna empresa que ofrezca este tipo de Servicio.**

Si he escuchado el servicio de baby sitter pero no se las empresas que ofrecen este tipo de servicio en Quito.

2. Implementaría este tipo de negocio en su guardería.

Por el momento no, pero a futuro si tenemos estos planes.

3. Buscaría los servicios de una parvularia en una Agencia de Cuidado Infantil.

No lo he considerado, pero me parecería interesante sobre todo si me garantizan personal altamente calificado.

4. Cuáles son los riesgos y oportunidades que identifica en este tipo de negocio.

Los riesgos se darían principalmente porque no se conoce a las personas que van a entrar en tu casa, riesgos de robo, tú debes garantizar a tu personal, etc. Las oportunidades son muchas porque ofreces flexibilidad de horario y atención personalizada de los niños.

5. Qué garantía se debería tener en cuenta para implementar este tipo de negocio de manera exitosa.

Garantizar a tu personal, su idoneidad y vocación.

6. Qué tan factible cree usted que es implementar una Agencia de Cuidado Infantil a domicilio.

Ese tipo de negocio es riesgoso pero si se ofrece algún tipo de seguro y se escoge apropiadamente el mercado meta puede ser exitoso.

7. Consejo / recomendación / sugerencia para implementar este tipo de Negocio.

Aparte de esto se podría implementar en tu casa también un servicio de cuidado infantil. La clave del éxito de un “baby sitting” es garantizar a tu personal.

8. Qué proyección a futuro le ve a este Negocio.

Una tendencia creciente puesto que cada vez es más frecuente que las familias necesiten este tipo de servicio.

ANEXO “C”

ANÁLISIS DE LA OFERTA

PARTICIPANTES DE LA “QUINTA FERIA DE GUARDERÍAS 2009”

- **PEQUEÑAS IDEAS**

El Centro Infantil "Pequeñas Ideas ofrece profesionalismo humanístico con el que se propone brindar la mejor educación y cuidados integrales, estimulando los potenciales de cada uno de los niños, desarrollándose en el mejor ambiente como en casa.

Los niños de este centro no solo bien cuidados, sino que pueden tener la compañía de sus padres Vía Web – Cam, uniendo el amor y la tecnología.

Servicios:

- Horario de atención de 7h00 a 18h00.
- Estimulación temprana.
- Computación.
- Natación.
- Nutrición y Alimentación.
- Servicio de Web – Cam
- Transporte puerta a puerta.
- Cursos vacacionales.
- Cuidado de fin de semana y nocturno.
- Fiestas Infantiles.

Metodología: Juego – Trabajo. Comienzo seguro para los niños.

Objetivos Generales:

- Impulsar a los niños a la conquista de sus ideas.
- Desarrollo de la personalidad emocional e intelectual.
- Lograr su integración y participación en el medio cultural y social en el que van a desarrollarse.

Comentario: Este centro ofrece total tranquilidad a los padres, puesto que ellos a través de una clave personal, pueden ingresar a la página web de la guardería y monitorear las actividades que

se encuentran realizando los niños en el centro. Se muestra gran profesionalismo por parte del personal, ya que al momento de la exposición de la Guardería conversaban con los padres, les daban material de apoyo e incluso un DVD explicativo del Centro Infantil, lo que imprime mayor confianza y seguridad entre los papás.

- **BABY LION NURSERY DAY CARE**

Baby Lion Nursery Day Care, cuenta con un programa apropiado, que respeta el desarrollo individual de los niños y niñas.

Cuenta con un grupo de profesionales altamente calificados – bilingües, comprometidos a educar, con simpatía, comprensión, atención, paciencia y principalmente AMOR hacia los niños. Se fomenta en los niños el desarrollo de la creatividad, formación del carácter, integración social, respeto a sí mismo y a los demás.

Servicios:

- Educación bilingüe.
- Aprendizaje por medio del juego.
- Desarrollo del lenguaje socio – afectivo, motora y cognitiva.
- Salud, higiene y comportamiento.
- Valores y principios.
- Salidas de campo.
- Talleres de arte, cocina, música, cocina.
- Instalaciones amplias y acogedoras.
- Babysitter a casa por las noches.
- Deberes dirigidos.
- Cuidado temporales (por horas).
- Eventos infantiles.
- Creación de huerto y su cuidado.

Comentario: Definitivamente es un nuevo concepto en guardería que ofrece a los padres la inmersión total del niño en el idioma inglés, donde la participación de la familia es fundamental.

- **JARDÍN DE INFANTES CRISÁLYDAS**

Educación personalizada para los niños, a través de la Pedagogía Waldorf que se fomenta en la creatividad y el arte, como eje fundamental de la enseñanza.

Este tipo de metodología es ideal para niños que aprenden de maneras no convencionales. La propuesta de este centro presenta una renovada educación y reflexión de lo que necesitan los niños de 3 a 6 años. Cada grupo de 15 niños cuenta con su maestra tutora y una asistente.

Servicios:

- Lenguaje.
- Desarrollo de la memoria.
- Música, canto, instrumentos.
- Motricidad.
- Juego creativo, roles, dramatización, narración de cuentos.
- Sanos valores sociales.

Comentario: Los aprendizajes se obtienen por medio del juego creativo, canto, música, movimiento, pintura, jardinería, aguja e hilo, que activan zonas del cerebro esenciales para el desarrollo integral del niño.

- **MAGIC LAND**

Centro de Desarrollo Infantil con servicio de Web-Cam, se atiende a niños de 3 meses a 5 años.

Visión: Formar niños y niñas creativos, espontáneos, seguros, capacitados para desarrollar todas sus destrezas, dejándoles como legado “buenos valores y puesta la semilla cultivable de un buen ser humano”. Llegando a la excelencia educativa.

Misión: El Centro de Desarrollo Infantil propende del cuidado materno infantil profesional de su párvulo, tiempo en el cual los niños se verán dotados de valores y destrezas requeridos para el día a día.

Servicios:

- Horario de atención de 7h00 a 18h00.
- Estimulación Temprana.
- Nutrición y Alimentación.

- Servicio de Web – Cam.
- Emergencia Médica Integral.
- Computación
- Natación
- Yoga
- Cursos vacacionales
- Cuidado de fin de semana y nocturno

Comentario: Ofrece seguridad total a los padres por el servicio de cámara web, que monitorea cada actividad que realiza el niño, ese servicio para mí constituye su principal ventaja competitiva, además de ofrecer gran variedad de servicios complementarios.

• MI GRANJITA

Educación inicial de 2 a 5 años. Amor y ternura con el aprendizaje.

Visión: A la luz de los más altos principios humanistas y orientación holística en los procesos. Ambiente grato al niño de acogida, protección y firmeza con respeto y calidez; y a la familia, la garantía de un servicio alternativo y complementario, altamente profesional y experimentado.

Misión: Profesionales que creen en la fuerza de la educación en el aquí y ahora, con amor y firmeza.

Comentario: Un centro infantil con énfasis en la parte espiritual, también se busca que los niños se vayan integrando a la vida cotidiana a través de la recreación situaciones comunes en la vida diaria, como por ejemplo: la tiendita, el hospital, los bomberos, etc. Todo en función de brindar a los niños una visión global del mundo en el que viven y forman parte.

• NUBE AMOR

Centro de educación inicial, con 10 años de experiencia, enfocado a formar a través de amor a niños y niñas felices y seguros.

Visión: Para el año 2015, este centro será uno de los cinco mejores centros Infantiles de Cuidado Diario de Quito, pionero en las innovaciones pedagógicas, de infraestructura y metodologías de trabajo.

Misión: Educar a niños y niñas de edad preescolar a través de principios, valores y metodologías pedagógicas innovadoras, y facilitar la formación de pequeños ciudadanos felices y aptos para liderar en forma integral su entorno.

Servicios:

- Horario de atención de 7h00 a 17h30.
- 8h00 a 12h30 (MEDIO TIEMPO)
- 8h00 a 14h00 (TIEMPO EXTENDIDO)
- 8h00 a 17h30 (TIEMPO COMPLETO)
- Estimulación adecuada.
- Nutrición y Alimentación.
- Fonética y Dicción.
- Computación.
- Talleres.
- Fiestas infantiles.

Comentario: Ofrece servicio de Baby Sitter pero tiene que ser reservado con anticipación. Cuenta con instalaciones que brindan todas las facilidades para los pequeños, invitan a los padres a conocer su nuevo campus cualquier día, incluso en fines de semana, lo cual imprime confianza en los papás, pues ellos se sienten en la libertad de visitar el centro cuando ellos quieran y cerciorarse del trato que están recibiendo sus hijos.

• **PLAY TIME**

Filosofía: La filosofía se basa en el aprendizaje a través del juego y Emergent Curriculum, es por esto que todas las actividades son cuidadosamente planificadas para que brinden al niño el mejor aprendizaje y diversión a la vez.

Este programa tiene los estándares de **Naeyc (National Association for Education of Young Children)**.

Servicios Complementarios:

- Nannies in, Parents in.
- Parents Solutions.
- Horario Extendido de 07h30 a 16h30.
- Refrigerio Nutritivo y Almuerzo.

- Uniformes Apropriados.
- Go Green.
- Back to Basics.
- Sala cuna: Niños desde los 3 meses.

Comentario: Este centro ofrece una educación 100% en inglés incluso desde los 3 meses de edad del bebé, y además garantizan el éxito escolar a todos los niños que tienen a su cargo. Por otro lado las instalaciones son diseñadas de acuerdo a normas internacionales de cuidado infantil.

• PREESCOLAR EL PINAR

Institución dedicada a la educación integral de niños y niñas de 1 año 8 meses a 6 años; inspirados en valores y principios morales que ayudarán a la adquisición de una conciencia social.

Misión: Educación personalizada basada en nuevas técnicas y tendencias pedagógicas para alcanzar un óptimo desarrollo, formando niños con valores éticos para entregar a la sociedad personas libres, responsables y honestas.

Servicios:

- Departamento de: Pediatría, Psicología y Orientación Familiar.
- Nutrición adecuada.
- Transporte puerta a puerta.

Horarios: De 8:00 a 13:00.

Infraestructura: Amplias con zonas específicas para el trabajo, juego y centros. Además se cuenta con aula de música, patio para expresión corporal y ejercicios neuromotores, área de rincones especiales, areneros, baños individuales y gran espacio verde con juegos diversos y adecuados.

Comentario: Cuenta con la garantía de que forma parte del Colegio Los Pinos – Colegio Intisana, lo que facilitaría a los padres la búsqueda de un colegio indicado para sus hijos.

• CENTRO EDUCATIVO FRAU KLIER

Refuerza el aprendizaje de la lengua materna e introduce tempranamente los idiomas Inglés y Alemán, utilizando programas de computación infantiles.

Servicios:

- Laboratorio de computación con programas exclusivamente pedagógicos.
- Ambiente familiar, responsable y seguro, desarrollando programas al estilo europeo.
- A base de juegos recreativos, desarrollamos las actividades intelectuales, psicológicas, motrices y artísticas.
- Transporte puerta a puerta.

Filosofía: Nuestra labor educativa se fundamenta en nuevos y modernos sistemas, con profesionales capacitados y extranjeros con amplia experiencia.

Comentario: FRAU KLIER ofrece una educación integral a los niños con base al desarrollo de la independencia y la experiencia intercultural que obtienen a través del personal extranjero que aporta de manera integral en la crianza de los niños.

- **NANNYS HOME**

Trabaja a domicilio con niños de 0 meses a 12 años de edad; para lo cual cuenta con chicas desde 18 años hasta señoras de 54 años, todas con experiencia y que reciben capacitación mensual.

Se dirige a madres de 26 a 42 años. Con economía media alta, alta. Que viven al norte de la ciudad de Quito y el valle de Cumbayá.

Servicios:

- Servicio de cuidado de niños a domicilio; temporales (por horas) y permanente
- Niñeras bilingües (Inglés, francés, lengua de señas)
- Disponibles las 24 horas
- Experiencia con niños especiales
- Acompañan a la familia en sus compromisos sociales (bodas, cumpleaños)
- Viajan con la familia en sus vacaciones (dentro y fuera del país)
- Tareas dirigidas
- Animación en eventos
- Caritas pintadas, globo formas, juegos, concursos, títeres, entre otros

Filosofía: Esta empresa se especializa en el cuidado de niños a domicilio. Todo el equipo de trabajo está garantizado para brindar un excelente servicio.

Comentario: Nannys Home es una empresa que en un inicio nació con un enfoque en el cuidado de niños y hoy por hoy se ha expandido en la animación de eventos con la firma Brinki Dinki.

Mi percepción personal es que varios de sus réditos provienen de la colocación de niñeras en familias que necesitan de sus servicios. Sin embargo, noté que entre los requisitos para ingresar en esta compañía no consta un certificado de salud, el mismo que creo necesario para trabajar con niños. Así mismo, el seguimiento que se les da a las cuidadoras es muy pobre, una vez que se logró establecer la contratación de la niñera por la familia, no se hacen más seguimientos de retroalimentación tanto de la satisfacción de la niñera en su trabajo ni de la familia con los servicios que presta la colaboradora.

ANEXO “D”

IMÁGENES

Los anexos que se presentan a continuación corresponden a imágenes tomadas en la **“QUINTA FERIA DE GUARDERÍAS 2009”** organizada en el mes de Marzo, en la *Plaza de las Américas*. En la misma tuve la oportunidad de visitar cada uno de los stands disponibles y recibir información detallada de cada una de los servicios de cuidado infantil que en esta se presentaban.



Estos stands eran adornados por cada uno de los trabajos manuales realizados por los niños de los diferentes establecimientos educacionales, demostrando así la estimulación a las artes plásticas y creativas que reciben.

Se ofrecía para los más pequeños el servicio de “Pinta Caritas” con el objetivo de atraer a su principal cliente: **los niños**.



Con el objeto de levantar una base de datos, se les pedía a los asistentes de la feria sus datos personales para enviarles información sobre las guarderías y, convertirlos así y prospectos claves que constituirían en su demanda potencial.



Las mismas funcionarias de los Centros Infantiles eran las encargadas de promocionar su establecimiento de educación infantil y desarrollar actividades de entretenimiento con los niños que asistieron al evento.



Muchos de los padres asistentes disfrutaban de visitar cada uno de los stands para ver su decoración, recibir folletos educativos y participar en las actividades que habían organizado para promover su empresa de cuidado infantil.



ANEXO "E"

CONTRATO DE TRABAJO NIÑERAS

BaNaNa - NaNa BabySitting Center

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

(Nombres y apellidos del empleador o su representante legal):
 _____ con cédula
 identidad número _____ y (Nombres y apellidos del empleado o su representante
 legal) _____
 , con cédula de identidad número _____, con residencia en: _____

Quienes en lo sucesivo nos denominaremos EMPLEADOR Y TRABAJADOR, respectivamente, consentimos en celebrar el
 CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO, contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La relación de trabajo inicia el día _____, del mes de _____, del
 año _____.

SEGUNDA: El trabajador prestará los servicios
 siguientes: _____

TERCERA: Los servicios serán prestados en _____

CUARTA: La duración del presente contrato es: _____

QUINTA: La jornada ordinaria de trabajo será de _____ horas diarias y de _____ a la semana así:

En jornada **DIURNA**: desde las _____ hasta las _____ horas y de las _____
 horas a las _____ horas, excepto el día _____ que será de las
 _____ horas a las _____ horas, para completar las
 _____ horas de la semana.

En jornada **NOCTURNA**: de las _____ a las _____ horas de Lunes a Sábado.

En jornada **MIXTA**: de las _____ a las _____ horas de Lunes a Sábado.

En jornada **CONTINUA DIURNA**: de las _____ a las _____ horas de Lunes a Viernes excepto el día Sábado que será de las _____ a las _____. El trabajador tiene derecho a un descanso mínimo de media hora dentro de esa jornada el que debe computarse como tiempo de trabajo efectivo.

SEXTA: el salario será de _____ Bonificación _____ y le será pagada en efectivo cada _____ en _____.

SEPTIMA: Las horas extras, décimos y los días de asueto, le serán pagados de conformidad con lo estipulado en el Código de Trabajo.

OCTAVA: Es entendido que de conformidad con el Código de Trabajo, la jornada ordinaria y extraordinaria no puede exceder de una suma total de 8 horas diarias.

NOVENA: El presente contrato se suscribe en _____

El día _____ del mes de _____ del año _____.

En tres ejemplares 1 para c/u de las partes y el tercero que debe ser remitido al Departamento de Registro Laboral dentro de los 15 días siguientes a su suscripción.

FIRMA DEL TRABAJADOR

FIRMA DEL EMPLEADOR

ANEXO “F”

CONTRATO FAMILIAS

BaNaNa - NaNa BabySitting Center

CONTRATO DE FAMILIA

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE NIÑERA, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA AGENCIA DE CUIDADO INFANTIL EN EL HOGAR / A DOMICILIO, BAJO LA MODALIDAD DE ATENCIÓN PERMANENTE Y CUIDADOS INTEGRALES PARA FAMILIAS _____ REPRESENTADA POR EL/LA SEÑOR/RA _____ CON CEDULA DE IDENTIDAD N° _____ QUE EN LO SUCESIVO SE DENOMINARA “PRESTADOR” Y POR LA OTRA LA FAMILIA _____ EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ “EL CLIENTE”, REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL/LA SEÑOR/RA _____ CON CEDULA DE IDENTIDAD N° _____ DE CONFORMIDAD CON ALS SIGUIENTES CLÁUSULAS:

DECLARACIONES:

- I. Declaran los “PRESTADORES” que:
- a. Son personas morales con capacidad legal y natural suficiente para presentar el siguiente contrato y que se encuentran domiciliados en Quito, Provincia de Pichincha.
 - b. Que su actividad es brindar servicios de cuidado infantil en el hogar / a domicilio, bajo la modalidad de atención permanente y cuidados integrales para familias del norte de Quito y valles aledaños, y que cuentan con los recursos humanos, económicos, técnicos y materiales propios y suficientes para la prestación de servicios objeto de este contrato.
 - c. Que es su voluntad prestar los servicios al cliente en los términos y condiciones que se acuerdan en el presente contrato.

Expuesto lo anterior, las partes otorgan las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto de este contrato es que el PRESTADOR proporcione al CLIENTE los servicios

conforme a los términos y condiciones establecidas en el presente contrato.

SEGUNDA.- LA FORMA DE PRESTAR LOS SERVICIOS.- El PRESTADOR, prestará los servicios al CLIENTE en forma continua, diligente, en los términos, lugares y condiciones acordadas por las partes en el presente contrato.

TERCERA.-DE LA SOLICITUD DE LOS SERVICIOS.- La solicitud de los servicios por parte del CLIENTE y la forma de proporcionarlos no requiere de mayor formalidad que en las que en su caso se acuerden en este contrato, por lo que en caso de no preverse nada al respecto, los SERVICIOS podrán prestarse de cualquier manera y en el momento en el que el CLIENTE lo requiera.

CUARTA.- CONTRAPRESTACIÓN.- El CLIENTE pagará al prestador, como contraprestación de los servicios, la cantidad de \$ _____ por hora de servicio ofertado que se pagarán al finalizar el servicio contratado.

QUINTA.- GASTOS.- Convienen ambas partes que los gastos extras (seguros) realizados por el PRESTADOR, serán devueltos por el CLIENTE, obligándose el PRESTADOR a entregar las facturas y/o recibos por dichos gastos, los cuales deberán ser expedidos a nombre del cliente.

SEXTA.- VIGENCIA.- La vigencia de este contrato será del número de horas y/o días contratados.

SÉPTIMA.- DE NO EXCLUSIVIDAD PARA EL PRESTADOR.- Queda expresamente pactado que el presente contrato no crea exclusividad entre las partes, por lo que si es voluntad del CLIENTE, este podrá contratar cualquier servicio igual o similar a los proporcionados por el PRESTADOR con la persona o personas físicas o morales, naturales o extranjeras que a sus intereses convenga sin necesidad de comunicarlo al PRESTADOR.

OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD.- EL PRESTADOR y el personal de este que ponga a disposición del CLIENTE para la prestación de los servicios previo a la firma del presente contrato y durante su vigencia tendrán acceso a diversa información del CLIENTE que se entenderá como información confidencial, por lo que el PRESTADOR se obliga a no divulgar por ningún medio y a ninguna persona, dicha información, con motivo de la prestación del servicio sin la autorización escrita y expresa del CLIENTE.

La obligación del PRESTADOR a que se refiere el párrafo anterior, surtirá efectos a partir de la firma del presente contrato y durante su vigencia durante 05 años después de la terminación de la relación de prestación de servicios entre las partes, con el fin de proteger la confidencialidad de todos y cada uno de los intereses del CLIENTE.

El PRESTADOR se obliga a extender a sus empleados estas disposiciones, por lo que el PRESTADOR deberá procurar por todos los medios adecuados para poder comprometer a todas las personas ya mencionadas a observar estrictamente estos acuerdos, de lo contrario el PRESTADOR o cualquiera de las personas aquí mencionadas se harán acreedores a la legislación aplicable en estos casos.

NOVENA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- El presente contrato no representa de manera tácita o expresa, cualquier tipo de alianza, sociedad, asociación o participación en el capital social de cada una de las partes, solamente implica una relación laboral entre el PRESTADOR y EL CLIENTE que contrata el servicio de niñera temporales (por horas), por lo que cada uno mantiene sus derechos y obligaciones derivados de la firma del presente contrato.

No obstante el PRESTADOR se obliga a proporcionar los servicios materia de este contrato, de la manera en que el cliente se lo solicite o instruya y siempre en estricto apego a las leyes y procedimientos que en su caso sean aplicables.

DÉCIMA.- NOTIFICACIONES.- Cualquier tipo de notificación entre las partes deberá ser por escrito en el domicilio señalado por cada una de ellas en las declaraciones de este contrato.

DÉCIMA PRIMERA.- MANIFESTACIÓN DE LA VOLUNTAD.- El presente contrato constituye el acuerdo de voluntad total y final entre las partes, por lo que cualquier aviso, oferta, comunicación, convenio o acuerdo en general sea verbal o escrito adoptando entre las partes con anterioridad a la firma del presente queda a partir de la fecha de firma de este instrumento sin valor alguno.

DÉCIMA SEGUNDA.. JURISDICCIÓN.- Para la interpretación y cumplimiento de este contrato las partes se someten expresamente a las leyes y tribunales de la ciudad de Quito, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles por razón de sus domicilios presentes o futuros o por cualquier otra causa.


Enterados de su contenido y alcance legal y no existiendo lesión, error, dolo, mala fe o violencia las partes firman de conformidad, por duplicado el presente contrato, en la ciudad de Quito, a los _____ días del mes de _____ de _____ fecha en la cual entra en vigor.

EL CLIENTE

EL PRESTADOR

ANEXO "G"

FORMULARIO COMPINA



Consejo Metropolitano de Protección Integral a la Niñez y Adolescencia

Solicitud de Autorización y Registro de Entidades de Atención a la Niñez y Adolescencia
En cumplimiento del artículo 212 del Código de la Niñez y Adolescencia

Solicito la: Autorización y Registro Renovación Cancelación de la Entidad descrita a continuación

IDENTIFICACION DE LA ENTIDAD *... Escrita en letra de imprenta ...*

Nombre completo: _____ Sign: _____
 No RUC: _____

Domicilio Principal:
 Dirección: _____

Provincia: _____ Cantón: _____ Parroquia: _____
 Barrio/Caserío/otros: _____ Teléfono: _____ Fax: _____
 Correo Electrónico: _____ Sitio web: _____

En caso de tener Personería Jurídica, especifique:

a) Institución que la otorgó:

1. Congreso Nacional	6. Ministerio de Educación y Cultura	12. Ministerio del Ambiente
2. Consejo Nacional de las Mujeres	7. Ministerio de Gobierno y Policía	13. Municipio
3. Ministerio de Agricultura y Ganadería	8. Ministerio de Relaciones Exteriores	13. Otro, Especifique: _____
4. Ministerio de Bienestar Social	9. Ministerio de Salud Pública	
5. Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad	10. Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos	
	11. Ministerio de Turismo	

b) Otorgada con Número: _____ en la ciudad de: _____ con fecha: ____/____/____
dd/mm/aaaa

Carácter Legal:

1. Asociación	7. Confederación	13. Junta Cívica	19. Patronato
2. Centro	8. Cooperativa	14. Liga Deportiva	20. Dependiente de un Organismo Gubernamental Central (especifique cual) _____
3. Club	9. Corporación	15. ONG Internacional	
4. Comité	10. Entidad Religiosa	16. Unión	
5. Comuna	11. Federación	17. Consejo Provincial	21. Otro, Especifique: _____
6. Comunidad	12. Fundación	18. Municipio	

Cobertura: 1. Nacional 2. Regional 3. Provincial 4. Cantonal 5. Parroquial 6. Barrial, Caseríos, otros

Si pertenece a alguna red, favor especifique el nombre de la misma _____

REPRESENTANTE LEGAL

Apellidos: _____ Nombres: _____
 (Seleccione una opción) Cédula de Ciudadanía/Identidad -ó Pasaporte Número: _____
 País de Nacionalidad: _____ Título Profesional: _____
 Período de designación: Desde: ____/____/____ hasta: ____/____/____ (dd/mm/aaaa)

Declaro bajo juramento que toda la información aquí consignada corresponde a la verdad y es de exclusiva responsabilidad de quien la proporciona.

Fecha en que se llenó el Formulario: ____/____/____ (dd/mm/aaaa)

Firma: _____
 REPRESENTANTE LEGAL

DOCUMENTOS QUE ANEXA (Marque con una X al costado izquierdo de cada ítem) Verificación

Para la AUTORIZACIÓN Y REGISTRO debe presentar toda la documentación
 Para la RENOVACIÓN Y ACTUALIZACIÓN solo aquella que haya cambiado con respecto a la presentada inicialmente

<input type="checkbox"/> 1. Copia del documento que acredita su existencia legal (Estatuto y Acuerdo Ministerial, Decreto, Convenio, Escritura Pública, etc)	
<input type="checkbox"/> 2. Nombramiento del Representante Legal, certificado por el secretario	
<input type="checkbox"/> 3. Acta de elección de la Directiva sin funciones, certificada por el secretario	
<input type="checkbox"/> 4. Copia de: Cédula de Identidad o Ciudadanía o Pasaporte del Representante Legal y Papeleta de Votación si correspondi	
<input type="checkbox"/> 5. Copia del RUC	
<input type="checkbox"/> En caso de CANCELACIÓN del REGISTRO deberá adjuntar una CARTA detallando los motivos	

