



ESCUELA DE NEGOCIOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA ORGANIZACIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE
NIÑERAS A DOMICILIO EN EL CENTRO-NORTE LA CIUDAD DE QUITO**

Profesor

Sandra Paola Muñoz Beltrán

Autor

Andrea Maribel Terán Cadena

AÑO

2022

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como finalidad crear una empresa que por medio de la tecnología facilite a los padres de familia a encontrar una cuidadora para sus hijos cuando ellos lo requieran ya sea por un día o por ciertas horas que no puedan cuidarlos. La empresa pone a disposición una aplicación móvil para que la contratación de una niñera sea de forma rápida, segura y con una forma de pago accesible.

Las niñeras prestarán sus servicios profesionales a la empresa. Ellas son profesionales en pedagogía, parvularias o psicólogas con el objetivo de brindar un servicio exclusivo de cuidado y desarrollo a los infantes de 0 a 11 años. Se realiza una fuerte selección de las niñeras ya que deben cumplir con todos los requisitos de estudios y experiencia para que los padres se sientan tranquilos al contratarlas.

La empresa brindará su servicio a un mercado objetivo con nivel socioeconómico alto, la estrategia de marketing es diferenciación con una fuerte publicidad en medios digitales para que las personas puedan conocer a fondo lo que hace única a la empresa y los factores que diferencian a la empresa de la competencia. Se necesita una inversión de \$24.710,00 dólares para que toda la empresa entre en funcionamiento con las aplicaciones móviles.

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to create a company that, through technology, facilitates parents to find a caregiver for their children when they require it, either for a day or for certain hours that they cannot take care of them. The company makes a mobile application available so that the hiring of a babysitter is fast, safe and with an accessible payment method.

The nannies will provide their professional services to the company. They are professionals in pedagogy, nursery schools or psychologists with the aim of providing an exclusive care and development service to infants from 0 to 11 years old. A strong selection of nannies is made since they must meet all the educational and experience requirements so that parents feel calm when hiring them.

The company will provide its service to a target market with a high socioeconomic level, the marketing strategy is differentiation with strong advertising in digital media so that people can fully understand what makes the company unique and the factors that differentiate the company of the competition. An investment of \$24,710 is needed to get the entire company up and running with mobile apps.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	2
1.1 Antecedentes relacionados al tema	2
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2.1. Detalle de la propuesta y justificación de alternativas de solución	3
2.2. Objetivos.....	4
2.2.1. Objetivo General	4
2.2.2. Objetivos Específicos.....	4
3. JUSTIFICACIÓN Y APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A UTILIZAR	4
3.1. Entorno macroeconómico y político (PESTEL).....	4
3.2. Análisis del sector	6
3.3. Análisis de la competencia (PORTER).....	7
3.4. Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo	9
3.5. Análisis Cualitativo	10
3.6. Análisis Cuantitativo	11
3.7. Objetivos de la Investigación.....	14
3.8. Definición de la estrategia genérica específica del negocio	14
4. PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA IDENTIFICADO	14
4.1. ESTRATEGIA DE MARKETING.....	14
4.1.1. Producto	18
4.1.2. Plaza.....	20
4.1.3. Promoción	20
4.1.4. Precio	21
4.2. OPERACIONES.....	22

4.2.1.	Cadena de valor.....	22
4.2.2.	Actividades Primarias	23
4.2.3.	Mapa de procesos	24
4.3.	FILOSOFÍA EMPREARIAL.....	24
4.3.1.	Misión	24
4.3.2.	Visión.....	25
4.3.3.	Objetivos.....	25
4.3.4.	Estructura organizacional	25
4.4.	PLAN FINANCIERO	27
4.4.1.	Proyecciones de ventas.....	27
4.4.2.	Proyección de gastos	28
4.4.3.	Inversión inicial	28
4.4.4.	Estructura de Capital	29
4.4.5.	Estado de resultados	29
4.4.6.	Estado de situación financiera.....	30
4.4.7.	Flujo de caja del proyecto.....	31
4.4.8.	Cálculo de la tasa de descuento.....	31
4.4.9.	Criterios de Valoración	32
4.4.10.	Índices Financieros	32
5.	CONCLUSIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES	33
6.	BIBLIOGRAFÍA	34
	ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. PESTEL.....	6
Tabla 2. Segmentación	15
Tabla 3. Modelo Canvas	17
Tabla 4. Precio unitario diurno	22
Tabla 5. Precio unitario nocturno	22
Tabla 6. Cadena de valor	22
Tabla 7. Descripción de funciones	27
Tabla 8. Proyección ingresos	28
Tabla 9. proyección gastos	28
Tabla 10. Inversión inicial.....	28
Tabla 11 capital deuda	29
Tabla 12. Estado de resultados	30
Tabla 13. Estado de situación financiera	30
Tabla 14. Flujo de caja	31
Tabla 15. Flujo de caja del inversionista	31
Tabla 16. Cálculo de la tasa de descuento	31
Tabla 17. Evaluación flujos del Proyecto	32
Tabla 18. Evaluación flujos del Inversionista	32
Tabla 19. Índices financieros	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sistema integrado de consulta de clasificaciones y Nomenclaturas (SIN).....	7
Figura 2: Infografía	13
Figura 3: Logo empresa. Elaboración propia	19

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto nace con la idea de establecer una empresa que maneje la parte tecnológica para satisfacer necesidades, en este caso, de padres de familia que han retornado a su trabajo o no pueden dedicar todo su tiempo al cuidado de sus hijos, sin requerir pagos mensuales obligatorios a guarderías o empleadas domésticas. Al analizar la industria se puede evidenciar que cada vez los padres prefieren dejar a sus hijos pequeños con los abuelos o familiares ya que pueden estar en la comodidad de un hogar y con la familia, pero no todos tiene esta facilidad y quieren tener otra opción para sus hijos que no sea una guardería.

Aprovechando los avances tecnológicos ya varios servicios ahora se los adquiere por medio de una aplicación como pedir comida de cualquier restaurante, pedir transporte para desplazarse por la ciudad, o adquirir servicio de limpieza. En este caso se ha pensado utilizar una aplicación móvil para la adquisición de una niñera que se pueda contratar sus servicios por horas. La empresa quiere ser un factor de ayuda para padres de familia, pero también para profesionales que están dedicadas al desarrollo y cuidado infantil como parvularias, psicólogas o psicopedagogas siendo una fuente de trabajo donde pueden ofrecer sus servicios y tener una fuente de ingreso permanente o extra.

En esta investigación se desarrolla cada punto para que la empresa pueda hacerse realidad y salga al mercado con el mejor servicio y precio del mercado a todas las familias de la ciudad de Quito, se toma como inicio al sector y centro norte de la ciudad para en años futuros tener una expansión a los valles y sur de la ciudad. Se va a conocer su plan de marketing, operacional y financiero para conocer cómo implementar las bases y tener mejoras a lo largo de su creación.

1. IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Antecedentes relacionados al tema

En la época actual se puede evidenciar que la situación laboral y cuidado de los niños ha cambiado por el teletrabajo y la educación virtual que provocó la pandemia. Con respecto a lo laboral ya muchas empresas han promovido el retorno presencial a las oficinas ya sea por tiempo completo o por horarios eventuales y es aquí donde los padres empiezan a tener complicaciones en el cuidado de los hijos ya que no todos tienen con quién dejarlos, o dónde dejarlos.

En el Ecuador se ha incrementado la participación de la mujer en la actividad económica y laboral sin dejar a un lado el rol que tiene en el hogar. Según el INEC (2019), habido un incremento del 30,6% en actividades laborales adecuadas para mujeres en el año 2019. Demostrando que en los hogares ecuatorianos la mujer ya no solo se dedica a las actividades domésticas, sino que busca aportar de forma económica al hogar. Cabe destacar con estos datos que al tener más mujeres laborando habrá más niños que a temprana edad requieran de un cuidado hasta que los padres retornen con ellos, ya que en el país existe la ley de maternidad que consiste en que la mujer cuenta con una licencia de maternidad de 12 semanas con derecho a su remuneración según el código de trabajo (2005), después de ese periodo debe regresar al trabajo y tener su periodo de lactancia con derecho a dos horas por un año. Es aquí donde la mayoría de las madres encargan a sus hijos con algún familiar o acceden a las guarderías públicas o privadas que se mantengan abiertas y brinden servicio después de la emergencia sanitaria, también se dan casos que la madre no tiene con quién encargar a sus hijos y tienen desconfianza en las guarderías y prefieren dejar su trabajo (Jaramillo, 2019, p. 7).

Por lo consiguiente, se puede evidenciar que es necesario contar con un servicio de cuidado infantil a domicilio para que las madres puedan retornar más fácilmente a su lugar de trabajo, puedan adquirir un empleo o puedan tener más tiempo para otras actividades dentro del hogar. El servicio es importante que se adapte a la necesidad de tiempo de los padres debido a que aún se cuenta con actividades laborales y escolares desde el hogar y fuera también. Lo ideal es que

el servicio también se adapte al mundo tecnológico en el que nos desempeñamos. Según Rodríguez, et al., (2020), la innovación y la transformación digital ha sido un punto fuerte para varios negocios y que puedan seguir existiendo en el mercado. La tecnología ha permitido la compra y venta por internet y es un gran factor para desarrollar plataformas que estén a la mano de los clientes y puedan adquirir de forma rápida y segura un servicio; en este caso el servicio de niñeras. Se toma estos datos para crear un plan de negocios que sea digital y solucione un problema que se ha venido generando a lo largo de los años con la combinación del cuidado de los niños y las actividades laborales en los padres (García, et al., 2021, p. 428).

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Detalle de la propuesta y justificación de alternativas de solución

En el Ecuador la pandemia reforzó a inicios del 2020 la práctica del teletrabajo, que se implementó en varias empresas y también en instituciones educativas con clases en línea. Según el COE Nacional (2021) mediados del año 2021 la nueva “normalidad” aparece con la reapertura de ciertas oficinas y centros educativos, cumpliendo normativas de higiene y aforo. Las familias que tienen hijos entre los 0 y 11 años de edad se enfrentan al manejo de actividades simultáneas con el cuidado y escolarización de los niños y sus actividades laborales, es decir, que los padres no solamente deben cumplir un horario laboral fuera y dentro de la casa, sino también con el compromiso de conectividad a actividades escolares de sus hijos que va desde educación inicial, pre escolar y escolar, debido a que algunos centros de desarrollo infantil y escuelas no se reabertura.

Otro factor es que a consecuencias de la pandemia los ingresos económicos en las familias se vieron afectados por tema de desempleo o reducción de salario, obligando así a que las madres no dejen sus trabajos por dedicarse al cuidado de sus hijos y poder aportar económicamente en el hogar. Según Matute y Jarrín (2016), el cuidado de niños de 0 a 5 años está a cargo en un 77% por la madre y para que pueda salir a trabajar o hacerlo desde casa necesita el apoyo y ayuda de una tercera persona para cubrir las necesidades de cuidados que necesitan

los infantes (Narváez, 2021, p.20). Por este motivo la solución es crear una empresa que ofrece el servicio de niñeras a domicilio y de fácil acceso por medio de plataformas móviles para apoyar a las familias en el cuidado de los niños, apoyo y guía en clases virtuales o tareas dirigidas. Lo importante es que se pueda cubrir con la necesidad que tienen los padres al no poder estar en casa para ver a sus hijos que se quedan ahí o que no pueden acceder a guarderías por tema de funcionamiento, miedo de contagio o reapertura.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa que brinde el servicio de cuidado infantil a domicilio en el centro norte de Quito.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar los factores económicos, sociales y financieros de la industria para identificar oportunidades y amenazas frente al servicio de niñeras.
- Diseñar un plan de marketing eficaz para la introducción y promoción del nuevo servicio de niñeras a domicilio por medios digitales.
- Determinar el proceso operacional sobre el servicio de cuidado infantil a domicilio que se contrata por una aplicación digital.
- Determinar la rentabilidad del proyecto a través de un análisis.

3. JUSTIFICACIÓN Y APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A UTILIZAR

3.1. Entorno macroeconómico y político (PESTEL)

ASPECTO	VARIABLE	TIPO DE IMPACTO		
		Positivo	Negativo	Indiferente
POLÍTICO	En la ciudad de Quito se contaba con los “Guagua centros” que eran guarderías municipales. Por tema de pandemia cerraron definitivamente los 200 establecimientos que existían en el año 2020. Más de 9mil niños se vieron afectados. En estos lugares se brindaba alimentación y actividades pedagógicas que ayudaban en su desarrollo. Con la disminución de contagios hay la posibilidad de reapertura (LA HORA, 2021)	X		

ECONÓMICO	En los últimos tres años la industria ha tenido una tendencia de crecimiento hasta el año 2020, en el primer trimestre del 2021 de igual manera se encuentra un aumento del 65% comparado el primero trimestre del 2020, por lo tanto, la industria para el año 2022 va a seguir con una tendencia positiva, que muestra también una recuperación después de la crisis de la pandemia. (Banco Central del Ecuador, 2021)		X	
	Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2021), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el gobierno del Ecuador existe un crecimiento económico en el país y una estabilidad en las finanzas públicas. Además, El Banco Central del Ecuador “prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) en 2021 registre un crecimiento interanual de 3,55% (USD 68.661 millones en valores constantes año base 2007), una recuperación frente a la contracción de 7,75% de 2020” (BCE, 2021).	X		
	“Según los más recientes datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) y del Banco Central del Ecuador (BCE), Quito es la capital económica del país, pues concentra 25,34 % del total del Valor Agregado Bruto Nacional (VAB), es decir, \$ 23,5 millones, seguida de Guayaquil (21,94%). Incluso la bien llamada Carita de Dios contiene el mayor número de negocios e inversiones, empleando a 547.067 personas vinculadas especialmente a servicios.” (Iza, 2018)	X		
SOCIAL	Por seguridad y tranquilidad de los padres las guarderías no son una opción ya que han ocurrido varios accidentes hasta provocar el fallecimiento de algunos infantes. En la ciudad de Quito se ha suspendido el funcionamiento de un centro de cuidado infantil por la Junta de Protección de Derechos de la Niñez y la Adolescencia. (El Comercio, 2020)	X		
	Según Beker (1985), las mujeres al ser madres sin importar su estado civil regresan a sus actividades laborales sin dejar la responsabilidad del cuidado de los niños, tareas domésticas y roles impuestos socialmente por su género. (Maldonado y Peña, 2020, p.3)		X	

TECNOLOGÍ CO	Según Martínez y Bañón (2020), la tecnología apoya en gran parte al emprendedor en esta época de pandemia, reemplazando en contacto físico por el virtual y continuar con la oferta y ventas de productos o servicios de cada negocio. (Espinoza y Espinoza, 2020, p.5)	X		
	“Las redes sociales representan para los emprendedores una oportunidad para no cerrar los negocios ya existentes, y otra más para los nuevos negocios, y ofrecer sus servicios o productos al público consumidor sin la necesidad de la presencialidad. (Nicolás Martínez &Rubio Bañón, 2020)”. Según Ibañez (2014), las RS “se caracterizan por la inmediatez con la que el público puede acceder a información publicada, y la interactividad que ofrece este medio” (Espinoza y Espinoza, 2020, p.5 y 6)	X		
AMBIENTAL	Según la Constitución del Ecuador “, artículos 14 y 66 numeral 27, que identifica el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza y el Capítulo II, Biodiversidad y Recursos Naturales, Art. 395 – 415”			X
LEGAL	“La Constitución reconoce la responsabilidad del Estado de asegurar acciones y servicios de salud sexual y de salud reproductiva, así como la de garantizar la salud integral y la vida de las mujeres, en especial durante el embarazo, parto y post parto” (Constitución del Ecuador, 2008, art. 363).	X		
	Según el código de trabajo (2005), el periodo de maternidad en el Ecuador es 12 semanas para la madre y 10 días para el padre, con derecho a su salario. (Jaramillo, 2019, p. 7)	X		
	En el año 2020 la Asamblea Nacional aprobó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación que promueve la actividad empresarial en todos los sectores. (Useche, Pereira y Barragán, 2021)	X		

Tabla 1. PESTEL

3.2. Análisis del sector

Se identifica a la industria según el CIIU 4.0 como actividad de guardería o atención diurna de niños.

Clasificación:	CLASIFICACION AMPLIADA DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CIIU REV. 4.0)
Código:	Q8890.01
Descripción:	Actividades de guardería o atención diurna de niños, incluyendo el cuidado diurno de niños con discapacidad.

Figura 1: Sistema integrado de consulta de clasificaciones y Nomenclaturas (SIN). (INEC, 2021)

La industria de servicios personales, culturales y recreativos representa el 10% de todos los servicios de las cuentas nacionales del PIB según el banco central. Dichas cifras demuestran que Ecuador no tiene una gran rentabilidad por los servicios, por el contrario, se depende del petróleo, el banano y otros productos de exportación. (Banco Central del Ecuador, 2021)

El Servicio de cuidado infantil no es estacional porque mantiene una aportación trimestral constante según las estadísticas que presenta el Banco Central.

3.3. Análisis de la competencia (PORTER)

Poder de negociación de los clientes.

(Alto)

Los clientes son los padres o tutores legales de niños entre 0 a 11 años que se encuentran viviendo en Quito y que necesiten de nuestro servicio ya sea de una forma planificada o inmediata. Este servicio se destaca por ser a domicilio y personalizado según la necesidad del cliente, generando así buenas relaciones con los clientes a mediano y corto plazo. La adquisición de este servicio es muy importante y delicado para los clientes ya que tiene que ver con el cuidado de sus hijos. El valor de la empresa está basado en el profesionalismo, confianza y seguridad para que los clientes tengan una fidelización con la empresa por la calidad y diferenciación del servicio. (Narváez, 2021, p.11)

Poder de negociación de los proveedores.

(Bajo)

Aquí los proveedores serán las profesionales que brindarán el servicio de cuidadoras o niñeras. Deben cumplir con una carrera profesional o cursando últimos niveles de las carreras en parvulario o psicopedagogía y carreras afines a esta área.

Según el INEC (2021, p. 6 y 7), en el Ecuador se presenta una tasa del 5,2% de desempleo. En el área urbana presenta una tasa del 6,4% y dividido por sexo la tasa de desempleo en las mujeres es del 7,1%. Por este motivo se espera que exista una alta demanda de solicitudes de empleo por parte de mujeres para que brinden su servicio profesional en cuidado infantil por medio de la plataforma.

Amenaza de nuevos competidores entrantes.

(Alto)

Con la digitalización podemos encontrar empresas de otros países que pueden estar buscando entrar al Ecuador sin la necesidad de ser una empresa física sino utilizar plataformas digitales. Este es el caso de "Sitly" una página web para encontrar una niñera o ser una, se muestran referencias de familias que ya han adquirido el servicio y es una empresa fácil de solicitar empleo. Esta empresa española ya ha entrado a Latinoamérica en el país de Colombia que se comparte una cultura similar con Ecuador. Consecuentemente, la entrada de nuevos competidores es alta ya que al desarrollarse en una parte digital es más fácil establecerse en un país o tener nuevos competidores nacionales e internacionales (Narváez, 2021, p.12).

Amenaza de nuevos productos sustitutos.

(Medio)

Los productos sustitutos, en este caso son los centros infantiles de desarrollo, guarderías privadas y públicas, empleadas domésticas y niñeras informales. En la postpandemia ya se cuenta con la reapertura de estos lugares de cuidado infantil. Según el BID (2021), el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias aprobó una apertura progresiva de servicio presencial en los centros de cuidado y desarrollo infantil con un aforo permitido del 50%, priorizando a niños que no tengan contacto con terceras personas contagiadas de Covid, presenten síntomas de contagio o con cuadros de desnutrición. Por lo tanto, la reapertura de centros infantiles y guarderías en la actualidad sí es un factor medio de amenaza.

Rivalidad entre los competidores.

(Alto)

En la ciudad de Quito existen dos empresas con gran acogida y fuertes en la industria que ofrecen el servicio de cuidado a niños a domicilio, se encuentra “Cissy’s” creado en el 2019, y “Nannys Home” creado en el 2007. Estas empresas cuentan con servicio por horas, niñeras permanentes y referencias de usuarios. Cuentan con página web y la contratación del servicio es por ese medio o a números de contacto, se puede evidenciar que carecen de una aplicación digital para una rápida adquisición del servicio por medio de cualquier dispositivo electrónico. También se puede encontrar la oferta de niñeras informales en redes sociales o plataformas comerciales. Con relación a la competencia se puede evidenciar que si es alto la rivalidad entre los competidores (Narváez, 2021, p.13 y 14).

3.4. Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo

FUENTES PRIMARIAS

Según Salkin (1998, p.9 y 126), las fuentes primarias pueden ser resultados directos de experiencias o sucesos que ciertas personas han vivido, además de documentos originales. En esta investigación se utilizará metodología cualitativa por medio de un focus group y una entrevista a expertos, metodología cuantitativa por medio de encuestas al mercado objetivo que se observará más adelante.

FUENTES SECUNDARIAS

Según el INEC (2019, p.9), realiza una proyección de fecundidad hasta el año 2020 arrojando los resultados para la provincia de Pichincha que las familias tendrán máximo 2 hijos. Por lo tanto, “existiría alrededor de 433.657 niños con edades de 0 a 11 años en Quito, con lo cual se podría determinar un mercado potencial de 216.829 hogares a los que se puede ofertar el servicio” (INEC, 2013. Tomado de Narváez, 2021, p. 21), se cuenta también con una alta demanda de usuarios que serían los niños de 0 a 11 años que según el INEC (2013) en Quito para el año 2020 existiría una población estimada del 15,59% de los 2’781.641, es decir, 433.657 niños como usuarios (Narváez, 2021, p. 23).

En esta época de pandemia, muchos centros infantiles y escuelas cancelaron la presencialidad y pasaron al tema virtual, así como se promovió el teletrabajo. La

Unicef (2020) promueve que los empleadores den opciones para que padres y madres puedan seguir con sus labores y con el cuidado de sus hijos ya que no hay la apertura de las escuelas o centros de cuidado infantil a un 100% de aforo y son pocos los que están abiertos. Según el INEC (2021) el 75% de niños menores de 5 años no asisten a estos centros de desarrollo infantil. Aquí es una gran oportunidad para que se pueda adquirir el servicio de niñeras a domicilio por horas si los padres vuelven al trabajo de forma presencial o siguen en teletrabajo, pero sin tiempo a destinar al cuidado de los hijos. Las niñeras serían un gran apoyo en el cuidado de los niños, apoyo en las clases virtuales o en las tareas dirigidas. Según el INEC (2012), brinda una proyección de ingresos promedios de familias con hijos en quito de \$1.353 con un salario básico unificado que este año 2022 subió a \$425 (Narváez, 2021, p. 22), esta información es de apoyo para establecer los precios del servicio.

3.5. Análisis Cualitativo

Para el análisis cualitativo se realizó un focus group de forma virtual por la pandemia. Se presentaron 20 preguntas que se formularon en base a las 4 Ps. del Marketing. Se contó con la participación de 10 personas que viven en el centro y norte de quito, están activos laboralmente y poseen máximo dos hijos. Su edad tiene un rango de 27 a 38 años y les interesa conocer el servicio de niñeras a domicilio por horas. Su estado civil es casados, divorciados y padres solteras.

Los resultados se los puede visualizar en Anexos.

Se realiza una entrevista a expertos que es la dueña de una empresa de niñeras a domicilio que brinda servicio en la ciudad de quito.

Nombre: Andrea Piedad
Empresa: Nannys Home
Cargo: Gerente
Contacto: +593 99 545 7452
Correo: info@nannynecuador.com
Resultados:

- Es una empresa creada por mamás para mamás en el 2007, brindando el servicio de niñeras a domicilio en la ciudad de Quito. La empresa ha tenido un gran crecimiento y brinda toda la información por medio de una página web, manejan redes sociales y también WhatsApp.
- Brindan tres tipos de servicios: niñeras permanentes, niñeras por horas y niñeras para eventos. Las niñeras por horas usualmente contratan en horarios de tarde, fines de semana, por eventos y emergencias que tengan los padres. Los pedidos se realizan con dos horas de anticipación.
- El proceso para adquirir una niñera es por medio de correo electrónico, la página web o WhatsApp, llenando un formulario de requerimiento se continúa con una entrevista a las niñeras preseleccionadas, se puede tener un día de prueba con un valor de 4 dólares la hora.
- El servicio por hora tiene un valor de \$10 la hora en la mañana y de \$12 en la noche.
- Las niñeras tienen una edad entre 23 y 50 años, no todas tienen título profesional. La empresa les capacita siempre en temas de alimentación, escolarización, desarrollo infantil, primeros auxilios y algunas manejan el inglés.

3.6. Análisis Cuantitativo

El análisis cuantitativo se basó en la teoría fundamentada para investigación de mercados, que según Glasser y Strauss (1967) es un método de investigación en el que la teoría surge desde los datos y utiliza una serie de procedimientos que pueden generar una teoría explicativa de un fenómeno estudiado. Strauss y Corbin (1990) mencionan que si se utiliza adecuadamente la metodología puede ser considerada rigurosamente como investigación científica (Cuñat, 2019, p. 1). La herramienta que se utilizó fue una encuesta de 28 preguntas creada en base a las 4Ps del marketing y se aplicó a hombres y mujeres que sean padres de niños de 0 a 11 años que vivan al norte y centro de Quito y estén trabajando. Los encuestados deben tener un rango de edad de 27 a 38 años y no es importante

su estado civil. La Encuesta se la creó en Google Forms y fue difundida por WhatsApp a personas que cumplan con las características ya mencionadas.

La encuesta se la puede encontrar en el siguiente enlace:

<https://forms.gle/1fPv2mYkeq1ewn9F8>

Se obtuvo los siguientes resultados mediante una infografía:

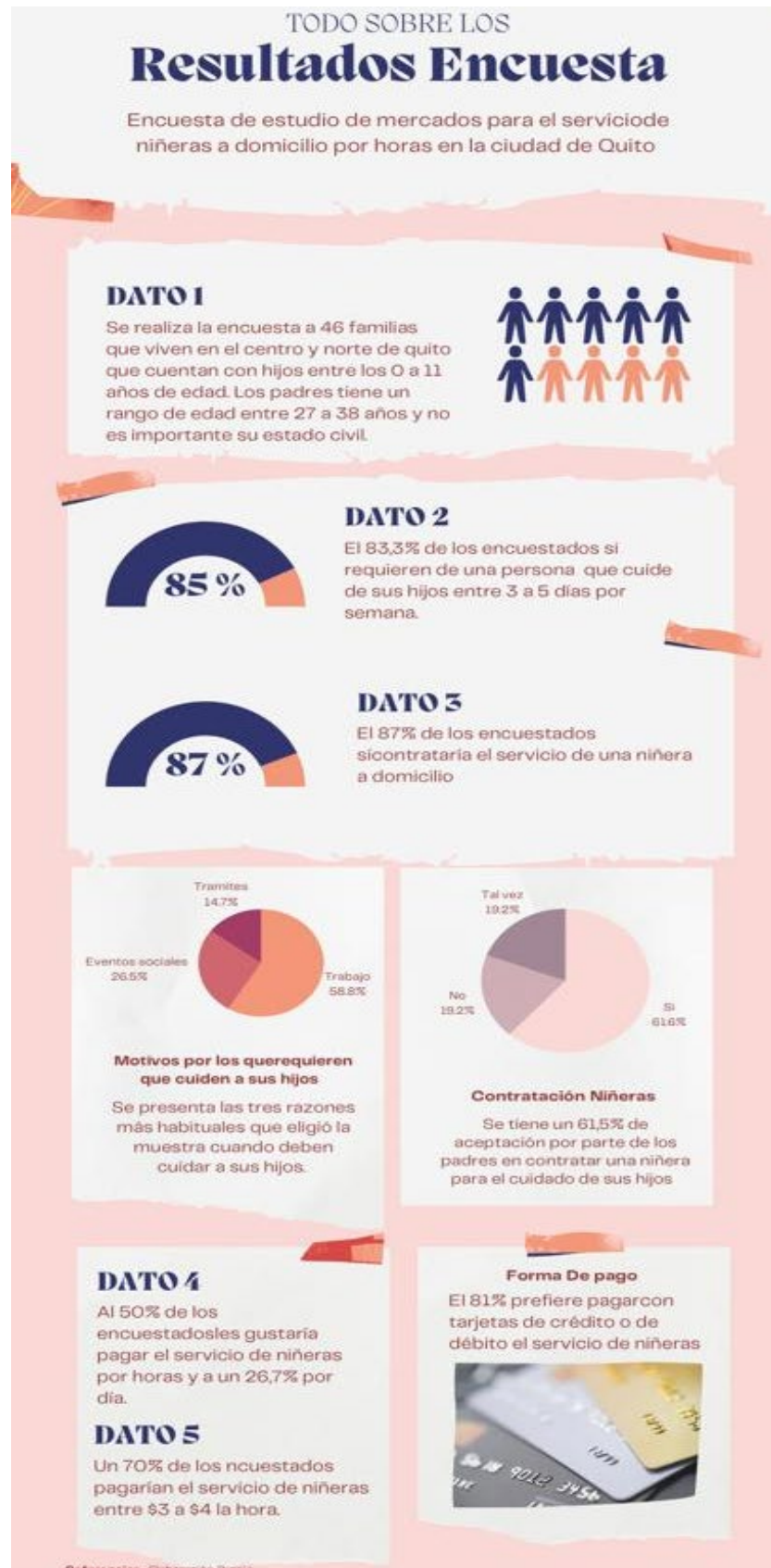


Figura 2: Infografía

3.7. Objetivos de la Investigación

Después de realizar la investigación de mercados con metodología cuantitativa y cualitativa se puede definir los siguientes objetivos de investigación:

- Conocer cuál es la percepción del mercado frente al servicio de niñeras a domicilio en esta época de pandemia.
- Determinar cuál es el precio que los clientes están dispuestos a pagar por este servicio en un horario diurno y nocturno y su mejor canal de pago.
- Identificar si los clientes prefieren un pago por horas o diario el servicio de una niñera y si aceptarían que la contratación sea de forma digital.
- Conocer si los clientes prefieren adquirir el servicio por medio de una aplicación digital y realizar el pago por ese medio.

3.8. Definición de la estrategia genérica específica del negocio

Para este plan de negocio se ha elegido una estrategia de diferenciación que destaca la seguridad y servicio inmediato para los clientes. En el estudio de mercado que se realizó a 46 personas, se puede conocer que un 87.5% le interesa adquirir el servicio de niñeras a domicilio y el 50% pueda adquirirlo por horas. El 70% está dispuesto a pagar entre \$3 y \$4 el servicio por hora. Un 75% está de acuerdo pagar un valor extra por horario nocturno y de la muestra un 70% pagaría entre \$4 y \$5 la hora por el servicio de niñeras profesionales.

Con todos los resultados ya mencionados se cumple con esta estrategia de diferenciación que se basa en el servicio exclusivo y rápido que se va a ofrecer. La empresa contará con una aplicación digital para que las personas puedan tener toda la información, con reseñas de las niñeras y videos de presentación, los estudios realizados y experiencia es el fuerte de cada perfil para ser contratado, la selección de personal es aquí importante para seleccionar los mejores perfiles. Todo el proceso de contratación y pago será por medio de la aplicación anclando su tarjeta de débito o crédito ya que el servicio es a domicilio.

4. PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA IDENTIFICADO

4.1. ESTRATEGIA DE MARKETING

Estrategia de Mercadeo

La estrategia genérica para este negocio que se ha diseñado es diferenciación, por las características particulares que dan un valor agregado para el cliente.

Mercado Objetivo

La segmentación se basa en las estadísticas que brinda el INEC en base a los hogares en quito y por estratificación social con categoría A y B que corresponde a un nivel económico alto.

Segmentación					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demográfico					
Hogares en Quito	717.395	720.336	723.290	726.255	729.233
Hogares con más de 2 hijos (30,22%)	215.219	216.101	216.987	217.877	218.770
Categoría A + B (2%)	4.304	4.322	4.340	4.358	4.375
Resultados Encuestas					
Aceptación del Producto (57,1%)	2.458	2.468	2.478	2.488	2.498
Participación de mercado (1%)	25	32	37	45	50
Frecuencia de Pedidos					
Pedidos tres veces a la semana	74	96	112	134	150
Mercado Objetivo Mensual Promedio	295	385	446	537	600
Mercado Objetivo Anual Promedio	3.539	4.620	5.352	6.449	7.195

Tabla 2. Segmentación

El tamaño del mercado objetivo se calculó en base al número de hogares en quito que cuentan con más de dos hijos en edades de 0 a 11 años en un estrato social alto con categoría A y + B, con una proyección a 5 años. Para el 1er año se contará con 295 familias que al menos realicen un consumo de tres veces a la semana, tomando en cuenta el 1% de participación del mercado e irá creciendo anualmente según el PIB del Ecuador.

Estrategia de diferenciación del personal

“Esta diferenciación consiste en contratar y capacitar a su personal para que sea mejor que el de la compañía. Para que esta diferenciación funcione se deberá tener mucho cuidado en la selección y capacitación del personal que tendrá contacto directo con la gente” (Torres, 2012, p.15). Es decir, que la empresa se diferenciará por el profesionalismo de las niñeras y su servicio, por el personal de la empresa al tratar con el cliente interno y externo, y por las capacitaciones que las niñeras tendrán para brindar un servicio de calidad en el cuidado y desarrollo de los niños.

Propuesta de Valor

El servicio posee como uno de sus diferenciadores la rapidez de elegir una persona profesional para el cuidado de sus hijos a domicilio y la calidad del servicio. La empresa pone a disposición una aplicación móvil de fácil acceso para acceder a la niñera de su preferencia que cuenta con una preparación profesional y experiencia en el cuidado y desarrollo de infantes, seleccionar el horario y ubicación para el servicio con un método de pago ágil.

Modelo Canvas

Tabla 3. Modelo Canvas

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con Clientes	Segmento
Las niñeras que cuentan con una preparación profesional relacionada al cuidado y desarrollo de infantes. Además, cuentan con experiencia y excelentes referencias para que el cliente se sienta tranquilo al momento de contratar el servicio.	-Cuidado de infantes a domicilio. -Contratación de niñeras con excelente perfil. -Calidad en el servicio.	La propuesta de valor está en la calidad y agilidad de contratación del servicio de cuidado infantil a domicilio.	La relación los clientes será por medio de redes sociales, página web, WhatsApp y correo electrónico.	Familias que tengan hijos de 0 a 11 años con un estrato social alto y requieran del servicio al menos 3 veces a la semana en la ciudad de Quito.
	Recursos Clave		Canales	
	Recursos Humanos: personal a cargo para la contratación de los mejores perfiles de las niñeras. Tecnológico: aplicación móvil de fácil acceso.		El canal será digital para la obtención del servicio. Se requiere de la descarga de una aplicación móvil.	
Estructura de Costos		Fuente de Ingresos		
Pago a proveedores 70% al contado y 30% a 30 días. Pago de cuentas por cobrar 60% al contado y 40% a 30 días.		Ingresos por ventas del servicio a familias de Quito.		

Estrategias de Distribución

El plan de marketing tiene como objetivo la introducción del servicio de niñeras a domicilio adquirido por medio de una aplicación para dispositivos electrónicos en la ciudad de Quito, además posicionarlo como solución para una problemática familiar de tiempo, confianza y bienestar. A continuación, se presenta las 4Ps del Marketing que se aplica a este proyecto.

4.1.1. Producto

Se presenta un servicio que consiste en el cuidado de infantes menores a 12 años por medio de niñeras a domicilio en cualquier horario que se lo requiera, con el fin de satisfacer la necesidad de aquellos padres que no poseen el tiempo destinado a la atención de sus hijos.

La contratación de este servicio es por medio de plataformas digitales como página web y una aplicación para dispositivos móviles. Los clientes pueden acceder a los perfiles de las niñeras que tiene la empresa, conocer la experiencia y preparación profesional que manejan. Pueden realizar entrevistas mediante videoconferencia con ellas para que puedan estar seguros de elegir el perfil adecuado para sus hijos. Se requiere por parte del cliente un registro y suscripción sin ningún costo con su correo, datos personales y su ubicación en las plataformas digitales para acceder al servicio.

Las niñeras que pertenezcan a la empresa serán profesionales graduadas de carreras que se relacionan con el cuidado y desarrollo de niños, también es importante que conozcan de primeros auxilios, guía escolar y aptitudes para el trato y cuidado de infantes. El servicio incluye supervisión constante por parte de los clientes a través de su dispositivo móvil, las niñeras deben instalar cámaras portátiles cuando estén en la casa, con el objetivo de brindar una seguridad absoluta mientras están fuera del hogar.

Se manejará dos opciones de servicios con grupo específicos de niños y horarios diferentes para la contratación de niñeras.

- Horarios: diurno de 7h00 a 18h59 y nocturno de 19h00 a 23h59
- Opciones:

- 1) Cuidado de infantes de 3 meses hasta los 5 años y de 6 años hasta los 12 años.
- 2) Tareas dirigidas y escolarización con niños de 6 hasta los 12 años.

La plataforma se encargará de receptor el pago por medio de tarjeta de débito o de crédito cuando el servicio de niñera haya finalizado, el cobro será automático. Se les enviará una encuesta de satisfacción y puedan colocar su experiencia con el servicio que otorgó la niñera seleccionada para futuras contrataciones.

Se presenta el Logotipo de la empresa y su nombre.



Figura 3: Logo empresa. Elaboración propia

Para mejorar el servicio al cliente existirán datos de contacto para reclamos y sugerencias con un tiempo de respuesta de 24 horas al cliente. Los datos son:

- Correo electrónico: serviciocliente@marypoppins.com
- WhatsApp: +593 98723 6704
- Teléfono: +593 98723 6704

En la presente tabla de puede observar las fortalezas y debilidades frente a la competencia que en este caso son las guarderías y otras empresas que ofrecen el mismo servicio:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Fácil acceso a la adquisición del servicio.	Pago solamente por medio de tarjeta de débito o crédito, no efectivo.
Pago por horas o diario.	No hay contrataciones mensuales con una misma cuidadora.
Acceso a toda la información personal y profesional de las niñeras con reseñas de clientes de servicios anteriores.	Servicio solo para el norte y centro de Quito.
Acceso al servicio en horario diurno y nocturno.	No hay interacción con otros infantes ya que el servicio es a domicilio.

4.1.2. Plaza

La distribución se ejecutará de forma directa por medio de una aplicación móvil o web, permitiendo elegir a la niñera de su preferencia en base a la calificación y reseñas que posee su perfil, disponibilidad y tienen la posibilidad de generar una entrevista mediante videollamada. La aplicación permite agendar y monitorear el servicio y encargarse del pago por medio de tarjetas.

Se contará además con una oficina física para brindar soporte o atender cualquier requerimiento por parte del cliente y también de las niñeras, estará ubicado en el centro de Quito para mejor accesibilidad pensando en nuestro mercado objetivo.

4.1.3. Promoción

La estrategia que se ha seleccionado tiene una relación con la estrategia general de marketing, es la estrategia "Pull" que trata de crear acciones de marketing que se obtenga una comunicación directa con el cliente (Kotler y Armstrong, 2012). Es decir, la promoción y comunicación será de forma digital a través del internet siendo la principal herramienta para la publicidad del servicio, debido a que tiene un mayor alcance y efectividad de llegada al mercado objetivo a menor costo. Se utilizará las siguientes estrategias para la promoción del servicio:

- Uso de las principales redes sociales:
 - 1) Facebook: se creará una Fanpage con toda la información de la empresa y servicio a brindar. Activar pautas con la publicidad de la empresa para llegar a los clientes.

- 2) Instagram: se creará un usuario de la empresa para subir contenido de testimonios que han utilizado el servicio, información de nuestras niñeras y lograr mayor interacción con los clientes por medio de mensajes directos o historias. También es un canal en el que se puede conversar con los clientes por mensajes internos resolviendo todas sus dudas. En esta plataforma se puede pautar la publicidad de igual forma.
 - 3) TikTok: es una nueva plataforma para subir videos con contenido de la empresa brindando información acerca del servicio que se ofrece y generando publicidad orgánica con dirección y acceso a todas las redes sociales de la empresa. También se puede direccionar a un enlace directo para una comunicación más personalizada por WhatsApp.
- Publicidad por medio de Google Ads.
 - Página web de la empresa: se podrá encontrar toda la información acerca del servicio a ofrecer, acceso a descargar de la aplicación para adquirir el servicio de niñeras. Además, se encontrará promociones, beneficios y blogs con contenido relacionado a cuidado y desarrollo de niños.

4.1.4. Precio

En este apartado se toma según Kotler y Armstrong (2012), la estrategia de entrada. Se establece los precios primero basándose en los resultados que se obtuvieron del estudio de mercado de forma cualitativa y cuantitativa arrojaron de forma similar que el mejor precio sería en un rango de \$4 la hora por el servicio de niñera diurno y un rango de \$5 la hora por el horario nocturno.

Se define el precio en base al sueldo básico que se maneja en el país con un valor de \$425 mensuales y por hora sería de \$2,65, este valor es referencial para establecer el precio por el horario diurno que será de \$4,30 la hora. Para el horario nocturno el valor sería de \$5 la hora, se establece más alto ya que se considera gastos de transporte seguro para las niñeras y por la ley que se establece el trabajo nocturno. La contratación por horas se puede realizar a partir de 3 horas mínimo el servicio.

Tabla 4. Precio unitario diurno

Cantidad de Clientes		25
Horas de Servicio Semanal		30
Horas de Servicio Mensual		120
Precio por hora de servicio	\$	4,30
Precio por hora de servicio mensual	\$	516,00
Total Ingresos Mensual	\$	12.900,00

Tabla 5. Precio unitario nocturno

Cantidad de Clientes		25
Horas de Servicio Semanal		30
Horas de Servicio Mensual		120
Precio por hora de servicio nocturno		5
Precio por hora de servicio mensual		600
Total Ingresos Mensual		15000

4.2. OPERACIONES

4.2.1. Cadena de valor

Se presenta la cadena de valor para visualizar el sistema de actividades de la empresa con su descripción. Se detallan las siguientes actividades:

Actividades de Soporte	Infraestructura de la Empresa Compañía de responsabilidad limitada. Área administrativa, comercial, de finanzas y de logística.					Margen
	Gestión de Administración y Recursos Humanos Proceso de selección de personal, contratación y capacitación por la gerencia general.					
	Desarrollo Tecnológico Aplicación móvil y página web. Uso de redes sociales					
	Compras Adquisición de soporte y mantenimiento para la aplicación móvil y página web.					
Actividades Primarias	Logística de Entrada	Operaciones	Logística Externa	Marketing y Ventas	Servicio Postventa	
	Contratación por servicios profesionales de mujeres profesionales que desean ser niñeras.	Adquisición del servicio de niñeras por medio de una aplicación móvil.	Movilización de niñeras al punto de contratación. Monitoreo del servicio.	Publicidad por redes sociales. Relaciones Públicas.	Línea telefónica, correo electrónico, oficina física y redes sociales para el soporte en ventas.	

Tabla 6. Cadena de valor

4.2.2. Actividades Primarias

Logística de Entrada: El proceso de logística empieza con la contratación por servicios profesionales de las niñeras que postulan en la empresa para ser seleccionadas por medio de la aplicación móvil y brinden su servicio de cuidado infantil a domicilio.

Operaciones: Todas las operaciones de la empresa se concentran en la adquisición de una niñera por medio de la aplicación móvil. Se inicia con la selección de la niñera, selección de horario, ubicación del domicilio y finaliza con el pago por medio de la aplicación cuando finalice el servicio.

Logística Externa: La logística externa va directamente relacionada con la salida de la niñera al domicilio que se solicitó su servicio. Se cuenta también con monitoreo por parte de los padres o cuidadores y de la empresa. En horarios nocturnos también se cuenta con transporte para las niñeras después que hayan finalizado su servicio de cuidado.

Marketing y Ventas: La publicidad será pautaada por redes sociales y se tendrá una comunicación con el cliente por medio de estas. La venta se realiza directamente por la aplicación móvil y se cuenta además con página web para tener toda la información de la empresa y soporte al cliente.

Servicio Post Venta: El servicio post venta será por medio de vía telefónica, correo electrónico y redes sociales. También se cuenta con una oficina en el centro-norte de Quito para una atención de forma física.

Actividades de Soporte

Infraestructura de la empresa: La empresa se constituirá como compañía de responsabilidad limitada, se va a formar 3 áreas administrativas (gerencia, comercial y financiero) y un área donde se ejecutará los procesos del servicio.

Gestión de Administración y Recursos Humanos: En los procesos de recursos humanos de reclutamiento y contratación se realizarán pruebas de aptitudes y conocimientos antes de la entrevista con el Gerente General, que será el encargado de los dos procesos y también la capacitación de personal.

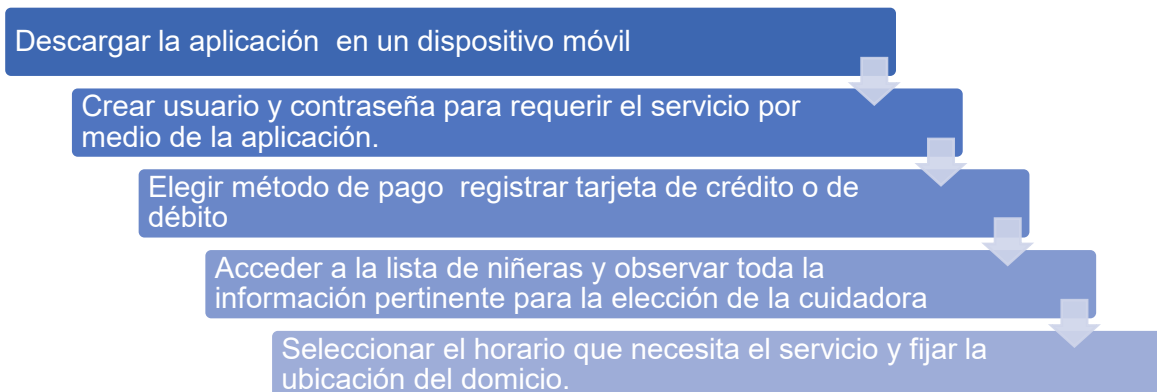
Desarrollo Tecnológico: la adquisición del servicio es por medio de una aplicación móvil, se cuenta con página web de la empresa para acceder a

información específica y el manejo de redes sociales para un contacto más directo e inmediato con el cliente.

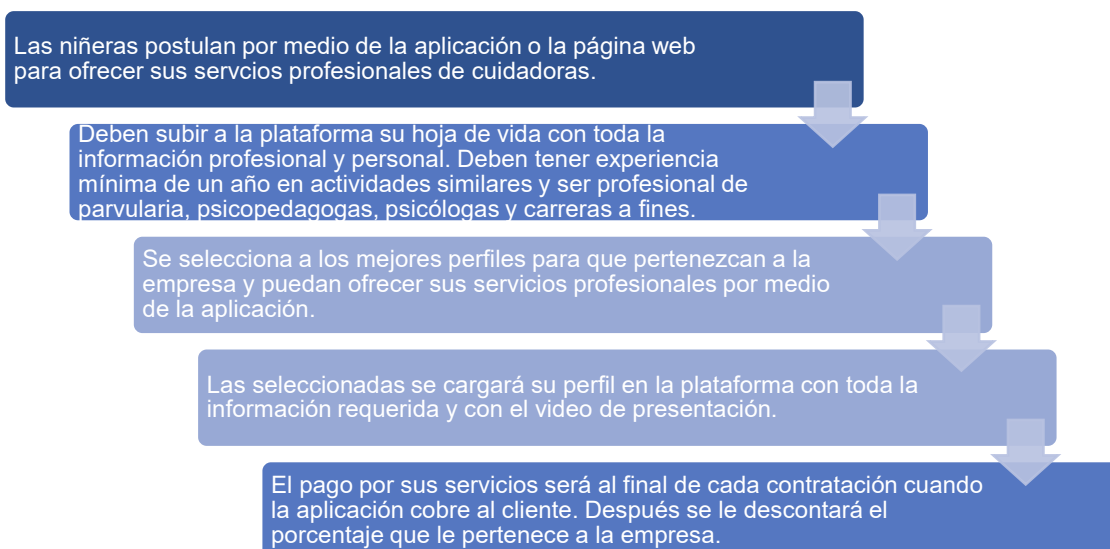
Compras: al ser un servicio no se necesita compra de materia prima. Se adquirirá el soporte requerido para el mantenimiento y actualización de la aplicación móvil.

4.2.3. Mapa de procesos

Servicio de niñeras



Contratación de niñeras



4.3. FILOSOFÍA EMPREARIAL

4.3.1. Misión

Somos una empresa que cubre la necesidad de padres con el cuidado de sus hijos cuando deben ausentarse de casa. Por medio de la tecnología proveemos de niñeras altamente calificadas a domicilio con una contratación inmediata.

4.3.2. Visión

Ser en 5 años una empresa tecnológica reconocida en la ciudad de Quito, cubriendo los sectores de la ciudad la necesidad de cuidar a sus hijos con las mejores profesionales obteniendo confianza y satisfacción de los clientes y seamos recomendados a más familiar quiteñas.

4.3.3. Objetivos

Mediano plazo (2 a 3 años)

- Incrementar el número de ventas por medio de alianzas estratégicas con empresas que se relacionen a la educación y desarrollo de niños.
- Reducir el tiempo de respuesta de las solicitudes de posventa, implementando una política de respuesta de menos de 12 horas.
- Invertir en capacitación para el personal de niñeras y mejorar el servicio de cuidado infantil.

Largo plazo (a partir del 4 año en adelante)

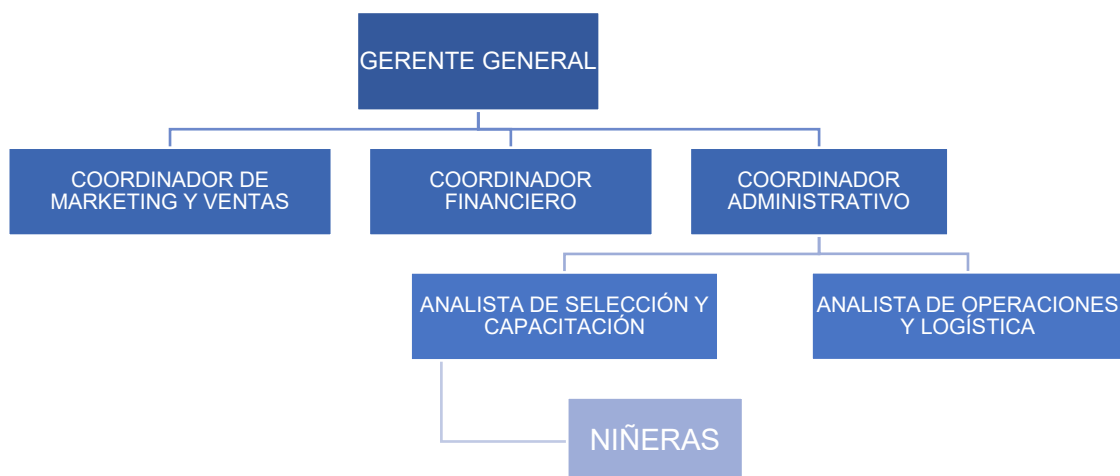
- Fomentar la fidelización de nuestros clientes con el aumento de contenido sobre el cuidado y desarrollo de los niños en redes sociales.
- Obtener una rentabilidad mayor al 5% cada año en ventas.
- Ofrecer el servicio de niñeras en el sur de Quito y sus valles.

4.3.4. Estructura organizacional

Estructura legal

La empresa será constituida de acuerdo con la Ley de Compañía como una compañía de responsabilidad limitada. Tendrá el nombre de Mary Poppins Cia. Ltda, estará conformada por 6 personas en nómina y las cuidadoras serán por medio de facturación por sus servicios profesionales. (Superintendencia de Compañías, 2014).

Organigrama



Descripción de funciones

CARGO	FUNCIONES Y REQUISITOS	SUELDO	REPORTA A
Gerente General	-Su función es supervisar todos los procesos de la empresa, establecer las políticas y planificar las estrategias. Además, tendrá un control del talento humano. -Requisitos: título de 4to nivel en Administración de empresas o carreras afines.	\$1.200	
Coordinador de Marketing y Ventas	-Coordinar y planificar estrategias comerciales para aumentar las ventas de forma anual y lograr una buena fidelización con el cliente ofreciendo un buen servicio. -Requisitos: título de 3er nivel en carrera de marketing, administración de empresas.	\$800	Gerente General
Coordinador Financiero	-Controlar y planificar todo el proceso financiero y realizar un buen manejo de presupuestos e indicadores financieros de la empresa. -Requisitos: título de 3er nivel en finanzas o contabilidad con experiencias de 2 años mínimo.	\$800	Gerente General
Coordinador Administrativo	-Supervisar y coordinar una adecuada administración de recursos humanos y control de la parte operativa. Brindará apoyo en temas de capacitación al personal y asesoría técnica.	\$800	Gerente General

	-Requisitos: título de 3er nivel en administración de empresas, recursos humanos o carrera a fines.		
Analista de Selección y Capacitación	-Se encarga de todo el proceso de selección, contratación y capacitación de las niñeras que desean ser parte de la empresa. -Requisitos: título de 3er nivel en administración de empresas, psicología organizacional y a fines.	\$600	Coordinador Administrativo
Analista de Operaciones y logística	-Dirige todo el proceso del servicio, encargado del funcionamiento de la aplicación y atención al cliente. -Requisitos: título de 3 nivel en Ing. Industrial y a fines.	\$600	Coordinador Administrativo
Niñeras	-Encargadas de realizar el servicio de cuidado infantil a domicilio. -Requisitos: título de 3er nivel en educación inicial, psicopedagogía, psicología y a fines.	Pago por cada servicio. Las niñeras no pertenecen a nómina, serán contratadas bajo un esquema de "Contrato de Servicios" para lo cual deberán contar con su respectivo RISE.	Coordinador Administrativo

Tabla 7. Descripción de funciones

4.4. PLAN FINANCIERO

4.4.1. Proyecciones de ventas

Ingresos

Se evaluará el plan de negocios en un periodo de 5 años, que irá aumentando anualmente por la tasa de crecimiento poblacional de nuestro mercado objetivo. En la siguiente tabla se puede observar el crecimiento de las ventas que depende de la captación del mercado, en el primer y segundo año es del 1%, en el tercer y cuarto año es del 1,5% y en el quinto año es del 2%. La cantidad mensual de ventas se calculó debido al requerimiento de un mínimo de 3 veces por semana otorgado por las encuestas que se realizó en la investigación de mercado.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Familias mensual	25	32	37	45	50
Precio por servicio mensual	\$ 516,00	\$ 520,55	\$ 525,14	\$ 529,77	\$ 534,44
Ventas Anuales	152.186,68	\$ 200.405,61	\$ 234.232,77	\$ 284.720,52	\$ 320.454,31

Tabla 8. Proyección ingresos

4.4.2. Proyección de gastos

Los egresos que presenta el proyecto se centran en la estimación de gastos ya que al ser una empresa de servicios no cuenta con costos de producción ni de ventas. A continuación, en la siguiente tabla se presenta todos los gastos que genera el proyecto con una proyección a 5 años:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Sueldos	\$ 6.023,04	\$ 6.174,45	\$ 6.226,36	\$ 6.278,73	\$ 6.331,55
Gastos honorarios día	\$6.720,00	\$9.023,19	\$10.013,04	\$12.222,61	\$16.411,76
Gastos honorarios noche	\$5.600,00	\$7.519,33	\$9.178,62	\$10.185,51	\$13.676,46
Gastos Operacionales	\$ 6.950,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00
Gastos Administrativos	\$ 5.300,00	\$ 5.100,00	\$ 6.600,00	\$ 6.200,00	\$ 6.300,00
Gastos Amortización	\$ 92,92	\$ 92,92	\$ 92,92	\$ 92,92	\$ 92,92
Gastos Depreciación	\$ 27,66	\$ 27,66	\$ 27,66	\$ 27,66	\$ 27,66

Tabla 9. proyección gastos

Los gastos se proyectan considerando la inflación promedio del 0,88% que reporta el Banco Central. Solo la amortización y depreciación van en relación con lo que establece la ley.

Los gastos a honorarios están definidos por el valor del servicio por hora en el día y en la noche. En el valor de la noche se puede evidenciar un recargo del 25% como establece la ley en trabajo nocturno.

En los gastos Administrativos se incluyen gastos de contingencia en el caso que se presenten pérdidas o daños en el domicilio por responsabilidad de la niñera. Se puede observar en el Anexo 3.

4.4.3. Inversión inicial

En la presente tabla se detalla los rubros que se necesita para iniciar la empresa:

Tabla 10. Inversión inicial

Nombre	Cantidad	Precio	Inversión Total
Tecnología			\$ 14.300,00
Computadora	6	\$ 350,00	\$ 2.100,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Cámaras	40	\$ 50,00	\$ 2.000,00
Softwares	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
Muebles			\$ 1.260,00
Escritorio de oficina	6	\$ 150,00	\$ 900,00
Sillas de escritorio	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Adecuaciones			\$ 1.000,00
Adecuaciones para capacitaciones		\$ 800,00	\$ 1.000,00
Gastos de Constitución			\$ 1.150,00
Constitución de la sociedad		\$ 750,00	\$ 750,00
Trámites legales		\$ 400,00	\$ 400,00
Capital de Trabajo Inicial			\$ 7.000,00
Total de Inversión Inicial			\$ 24.710,00

4.4.4. Estructura de Capital

Se presenta el siguiente capital deuda para iniciar con la empresa.

Estructura de Capital		
Propio	45%	\$ 8.401,50
Deuda	55%	\$ 10.268,50
		\$ 18.670,00

Tabla 11 capital deuda

Los \$10.268,50 se solicitarán en la banca privada que se ha elegido el Banco pichincha que maneja una tasa de interés del 11,23% anual que se contraerá a 5 años con pagos mensuales de \$224,44.

4.4.5. Estado de resultados

En el presente proyecto se realiza un análisis de los resultados de los 5 primeros años de funcionamiento con sus ingresos y egresos:

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ -	\$ 152.186,68	\$ 200.405,61	\$ 234.232,77	\$ 284.720,52	\$ 320.454,31
Gastos Operacionales	\$ -	\$ 6.950,00	\$ 6.950,00	\$ 6.950,00	\$ 6.950,00	\$ 6.950,00
Gastos Sueldos	\$ -	\$ 72.276,48	\$ 74.093,45	\$ 74.716,34	\$ 75.344,73	\$ 75.978,66
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 3.800,00	\$ 2.600,00	\$ 4.000,00	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00
Gastos Honorarios Niñeras	-	\$ 86.083,20	\$ 105.079,18	\$ 128.267,00	\$ 156.571,68	\$ 191.122,35
Gastos de Depreciación	\$ -	\$ 283,26	\$ 283,26	\$ 283,26	\$ 283,26	\$ 283,26
Gastos de Amortización	\$ -	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00
UAI Y Participación	\$ -	\$ (18.452,25)	\$ 10.284,72	\$ 18.901,16	\$ 39.755,85	\$ 40.305,04
Gastos de Intereses	\$ -	\$ 1.131,03	\$ 928,53	\$ 702,08	\$ 448,84	\$ 165,66
UAI Y Participación	\$ -	\$ (19.452,29)	\$ 9.356,19	\$ 18.199,09	\$ 39.307,00	\$ 40.139,38
15% de participación trabajadores	\$ -	\$ (2.917,84)	\$ 1.403,43	\$ 2.729,86	\$ 5.896,05	\$ 6.020,91
Utilidad antes de IR	\$ -	\$ (16.534,44)	\$ 7.952,76	\$ 15.469,22	\$ 33.410,95	\$ 34.118,47
25% impuesto a la renta	\$ -	\$ (4.133,61)	\$ 1.988,19	\$ 3.867,31	\$ 8.352,74	\$ 8.529,62
Utilidad Neta	\$ -	\$ (12.400,83)	\$ 5.964,57	\$ 11.601,92	\$ 25.058,21	\$ 25.588,86

MARGEN OPERACIONAL		-12%	5%	8%	14%	13%
MARGEN NETO		-8%	3%	5%	9%	8%

Tabla 12. Estado de resultados

En la tabla expuesta se refleja que el primer año no se tendrá una utilidad de la empresa sino a partir del segundo año.

4.4.6. Estado de situación financiera

En este ítem se presenta un resumen de la situación de los activos, pasivos y patrimonio de los 5 primeros años de funcionalidad.

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	\$ 19.481,00	\$ 392.930,19	\$ 664.798,69	\$ 1.115.775,91	\$ 1.762.174,26	\$ 2.506.079,84
Corrientes	\$ 8.771,00	\$ 273.498,86	\$ 562.146,45	\$ 1.029.902,75	\$ 1.693.080,19	\$ 2.453.764,86
Efectivo	\$ 8.771,00	\$ 202.714,36	\$ 468.934,53	\$ 920.957,28	\$ 1.560.652,04	\$ 2.304.716,34
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ 70.784,50	\$ 93.211,91	\$ 108.945,47	\$ 132.428,15	\$ 149.048,52
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
No Corrientes	\$ 10.710,00	\$ 119.431,33	\$ 102.652,24	\$ 85.873,16	\$ 69.094,07	\$ 52.314,99
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 4.560,00	\$ 54.720,00	\$ 54.720,00	\$ 54.720,00	\$ 54.720,00	\$ 54.720,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ (1.841,17)	\$ (5.240,26)	\$ (8.639,34)	\$ (12.038,43)	\$ (15.437,51)
Intangibles	\$ 6.150,00	\$ 73.800,00	\$ 73.800,00	\$ 73.800,00	\$ 73.800,00	\$ 73.800,00
Amortización acumulada	\$ -	\$ (7.247,50)	\$ (20.627,50)	\$ (34.007,50)	\$ (47.387,50)	\$ (60.767,50)
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVOS	\$ 9.740,50	\$ 243.534,42	\$ 319.779,26	\$ 386.816,65	\$ 477.027,66	\$ 533.843,79
Corrientes	\$ -	\$ 136.478,23	\$ 232.348,15	\$ 321.331,56	\$ 436.084,03	\$ 520.343,99
Honorarios por pagar	\$ -	\$ 86.083,20	\$ 105.079,18	\$ 128.267,00	\$ 156.571,68	\$ 191.122,35
Sueldos por pagar	\$ -	\$ 39.558,44	\$ 61.622,87	\$ 83.372,27	\$ 119.114,20	\$ 139.655,30
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 10.836,59	\$ 65.646,10	\$ 109.692,29	\$ 160.398,15	\$ 189.566,34
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
No Corrientes	\$ 9.740,50	\$ 107.056,19	\$ 87.431,11	\$ 65.485,09	\$ 40.943,63	\$ 13.499,80
Deuda a largo plazo	\$ 9.740,50	\$ 107.056,19	\$ 87.431,11	\$ 65.485,09	\$ 40.943,63	\$ 13.499,80
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO	\$ 9.740,50	\$ 149.395,77	\$ 313.824,31	\$ 445.962,86	\$ 598.080,44	\$ 685.585,01
Capital	\$ 9.740,50	\$ 116.886,00	\$ 116.886,00	\$ 116.886,00	\$ 116.886,00	\$ 116.886,00
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 32.509,77	\$ 196.938,31	\$ 329.076,86	\$ 481.194,44	\$ 568.699,01
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 19.481,00	\$ 392.930,19	\$ 633.603,58	\$ 832.779,52	\$ 1.075.108,10	\$ 1.219.428,80

Tabla 13. Estado de situación financiera

Se presenta la política de utilidades retenidas que nos garantiza el crecimiento de la empresa en el tiempo.

4.4.7. Flujo de caja del proyecto

Se presenta en la siguiente tabla las entradas y salidas de caja del proyecto, sin contar el préstamo.

Flujo de Caja del Proyecto					
0	1	2	3	4	5
\$ (19.710,00)	\$ (12.714,87)	\$ 5.448,03	\$ 10.858,92	\$ 24.061,99	\$ 24.309,44

Tabla 14. Flujo de caja

Flujo de caja del inversionista

En la siguiente tabla se presenta entradas y salidas de dinero incluido el préstamo a 5 años con el interés del 11,23% anual.

Flujo de Caja del Inversionista					
0	1	2	3	4	5
\$ (8.869,50)	\$ (15.968,20)	\$ 2.268,11	\$ 7.761,09	\$ 21.728,73	\$ 6.327,35

Tabla 15. Flujo de caja del inversionista

4.4.8. Cálculo de la tasa de descuento

El proyecto presenta el cálculo de la tasa de descuento con los siguientes parámetros:

Tasa Libre de Riesgo	1,51%
Rendimiento de Mercado	-0,03%
Beta	1,25
Beta Apalancada	1,59
Riesgo País	11,04%
Tasa de Impuestos	25%
Participación a los Trabajadores	15%
Escudo Fiscal	36,25%
Razón Deuda / Capital	1,00
Costo Deuda Actual	11,23%

Precio Nasdaq 500			
hoy	4.111,77	Hace 5 años	4.117,18

Tasas de Descuento	
WACC	9,83%
CAPM	12,50%

Tabla 16. Cálculo de la tasa de descuento

Como resultado nos da un WACC del 9,83% que equivale al porcentaje de rentabilidad para el inversionista.

4.4.9. Criterios de Valoración

El presente estudio considera los siguiente criterios y resultados obtenidos a partir de los flujos de caja:

Evaluación flujos del Proyecto	
VAN	\$ 13.172,42
IR	1,67
PR	3,38
TIR	21,26%

Tabla 17. Evaluación flujos del Proyecto

Al recuperar la tasa de descuento, el negocio genera \$13.172,42 con un retorno del 21,26% recuperando la inversión en 3,38 años.

Evaluación flujo del Inversionista	
VAN	\$ 1.253,73
IR	1,14
PR	3,40
TIR	14%

Tabla 18. Evaluación flujos del Inversionista

Al recuperar la tasa de descuento el negocio genera \$1.253,73 con un retorno del 14% recuperando la inversión en 3.40 años.

4.4.10. Índices Financieros

A continuación, se presenta un cuadro con los índices financieros del proyecto que son las relaciones numéricas de cuentas contables que permiten conocer la salud financiera de la empresa a lo largo del tiempo y ayuda a tomar mejores decisiones por medio de gerencia. El análisis se lo realiza a 5 años.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Industria
RENTABILIDAD						
Margen Neto	-8%	3%	5%	9%	8%	0,67%
ROA	-4,84%	2,31%	2,82%	3,56%	2,45%	0,65%
ROE	-30,82%	7,15%	7,93%	11,49%	10,23%	27,94%
LIQUIDEZ						
Razón Corriente	1,45	1,02	1,54	2,14	2,79	1,04
ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento del Activo	76,82%	87,50%	65,24%	46,99%	34,69%	56,23%
Apalancamiento	4,31	1,79	1,73	2,03	2,65	1,76
ACTIVIDAD						
Período Cuentas por Cobrar	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	34,92
Período Cuentas por Pagar	184,10	230,26	300,82	360,62	389,73	76,61

Tabla 19. Índices financieros

En Rentabilidad se puede observar que el primer año se tendrá números negativos, a partir del segundo año es donde se podrá ver la utilidad del servicio, la rentabilidad de los activos y el capital.

La liquidez representa la cantidad de dinero que se tiene en efectivo en la empresa. Se puede observar que se tiene valores positivos por cada dólar de deuda que se tiene a corto plazo como un activo corriente.

El endeudamiento está fijado por la estructura del financiamiento. A partir del 4to año se vuelve inferior en relación con la industria.

5. CONCLUSIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES

Para concluir el presente trabajo se puede destacar los siguientes puntos:

- El proyecto aporta a muchas familias de la ciudad de Quito, ya que permite que puedan manejar su tiempo en diferentes actividades que no puedan incluir a sus hijos, pero se quedan con la tranquilidad de que están cuidados por una profesional.
- Es de mucha importancia empezar con el análisis de la industria a la que va a pertenecer el negocio. Con esa información detallada se puede realizar los análisis internos y externos, además de conocer al mercado objetivo para establecer las estrategias de marketing.
- Hay que tomar en cuenta los canales de promoción y comunicación que en la actualidad se manejan como son las redes sociales, principalmente Facebook, Instagram y la nueva plataforma TikTok. Un canal más directo y masivo para la comunicación también es WhatsApp y se dará más fuerza a este medio.
- La base del negocio son las niñeras y se debe estructurar un plan muy seguro y riguroso de selección y capacitación para siempre otorgar el mejor servicio por parte de las profesionales.

- El plan de negocios se puede llevar a la realidad, con el plan financiero se demuestra que es un proyecto viable y rentable. Por lo general los negocios no dan una utilidad el primer año, pero después de eso sí se puede ya observar una utilidad que va creciendo y es por esta razón que se realiza una proyección hasta 5 años.

Recomendaciones:

- Se recomienda que el servicio siempre sea lo más transparente, se cubra con todas las dudas que los padres tengan para brindar confianza y seguridad al momento de solicitar a las niñeras ya que van a dejar a sus hijos con personas extrañas y necesitan sentirse tranquilos durante su ausencia.
- La empresa siempre mostrará seriedad al momento de ofrecer el servicio. Se conformará una empresa que respalde, responda y garantice el servicio de las profesionales (niñeras) en cualquier circunstancia. Si hay algún inconveniente con la niñera igual la empresa se hará cargo de la solución con temas legales.
- Es recomendable considerar a un futuro la contratación de las niñeras a diferencia de solo adquirir sus servicios por un tema de rotación y que así los clientes tengan más confianza y familiaridad con ellas.

6. BIBLIOGRAFÍA

Aldeas Infantiles SOS Ecuador. (2021). *Nuestro compromiso frente al COVID 19*.

Recuperado de: https://www.aldeasinfantiles.org.ec/getmedia/80518cc6-8b16-4473-b017-ea3470fc162d/Memoria_Pandemia.pdf

Almeida, M. (2017). *Plan de negocios para la implementación de una empresa de niñeras a domicilio con la incorporación de monitoreo remoto en tiempo real en el sector de Cumbayá de la ciudad de Quito*. Recuperado de:

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7773/1/UDLA-EC-TIC-2017-54.pdf>

Álvarez, W. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde los servicios de cuidados infantiles a domicilio en el sector norte del*

Distrito Metropolitano de Quito, en el barrio Ponciano. Recuperado de:
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/903/1/T-UIDE-1030.pdf>

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.* Montecristi.

Banco Central. (2019). *Reporte mensual de Inflación.* Recuperado de:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201912.pdf>

BID, (2021). *COVID-19 y Desarrollo Infantil.* Recuperado de:
<https://www.iadb.org/es/social-protection/desarrollo-infantil/dit-covid19-ecuador>

Bucheli, A. y Olmedo, R. (2014). *Plan de negocios: empresa que ofrece servicios de niñeras en la Ciudad de Quito.* Recuperado de:
<https://repositorio.usfq.edu.ec/jspui/bitstream/23000/3590/1/111798.pdf>

Cámara de Industrias y Producción. (2021). *Solo 2 de cada 10 mujeres en Ecuador tienen un empleo adecuado; la CIP hace un llamado a erradicar la violencia y brechas de género para cambiar esta realidad.* Recuperado de:
<https://www.cip.org.ec/2021/03/08/solo-2-de-cada-10-mujeres-en-ecuador-tienen-un-empleo-adecuado-la-cip-hace-un-llamado-a-erradicar-la-violencia-y-brechas-de-genero-para-cambiar-esta-realidad/>

Cissys. (2019). *Niñeras a domicilio.* Recuperado de:
<https://cissydomicilio.wixsite.com/cissys>

COE (2021). *Resoluciones COE Nacional de 12 de agosto de 2021.* Recuperado de: <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/resoluciones-coe-nacional-de-12-de-agosto-de-2021/>

Congreso Nacional. (2008) *Constitución de la República del Ecuador.* Quito. Recuperado de:
[https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/2726/1/Constituci%
 %c3%b3n%20%20de%20la%20Rep%3%bablica%20del%20Ecuador.pdf](https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/2726/1/Constituci%c3%b3n%20%20de%20la%20Rep%3%bablica%20del%20Ecuador.pdf)

Cuñat, R. (2019). *Aplicación De La Teoría Fundamentada Al Estudio Del Proceso De Creación De Empresas.* Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es>

- Espinoza, M. (2020). *El Emprendimiento En Ecuador: Una Revisión Bibliográfica De Su Actual Situación*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_ECUADOR_UNA_REVISION_BIBLIOGRAFICA_DE_SU_ACTUAL_SITUACION
- García, V., Mejía, C., Mizhquiri, J., Narváez, E. y Quevedo J. (2021). *Efectos positivos y negativos de los negocios internacionales post COVID 19*. Recuperado de: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2001/4112>
- Ibañez, M. (2014). *Redes sociales para PYMES. Introducción al Community Management (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=kQDXAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=redes+sociales+para+emprendedores&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi06YHI17LsAhVn1IkKHfK8AZoQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q&f=false>
- INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR)*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf
- INEC. (2013). *Ecuador en Cifras. Obtenido de Quito, el cantón más poblado del Ecuador en el 2020*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/quito-elcanton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>
- INEC. (2019). *¿Cómo crecerá la población en Ecuador?* Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- INEC, (2020). *En Ecuador hay 4,3 millones de niños y niñas*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-ecuador-hay-43-millones-de-ninos-y-ninas/>

- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), julio 2021*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Julio-2021/202107_Boletin_empleo.pdf
- Jaramillo, P. (2019). "ANÁLISIS COMPARATIVO RESPECTO DE LA LEGISLACIÓN LABORAL REFERENTE A LAS LICENCIAS POR MATERNIDAD, PATERNIDAD Y ADOPCIÓN EN ECUADOR Y OTROS PAÍSES". Recuperado de: <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/3117/1/JARAMILLO%20RAZURI%20PAOLA%20KATHERINE%2c%20%28MDE%29.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Maldonado, J, y Peña, C. (2020). *Maternidad y brecha salarial: ¿Penaliza el mercado laboral la maternidad?* Recuperado de: <http://repositorio.bce.ec:8080/bitstream/32000/2115/1/Maternidad%20y%20brecha%20salarial%20Penaliza%20el%20mercado%20laboral%20la%20maternidad%20-%20Jenny%20Maldonado%20Carolina%20Pen%cc%83a.pdf>
- Matute, M. y Jarrín, G. (2016). *Familia en cifras - Ecuador 2016*. Recuperado de: https://www.utpl.edu.ec/sites/default/files/2017/folleto_familia_en_cifras_2016_enero_2017_digital.pdf
- Méndez, Y., Yanacallo, E. y Moposita, J. (2017). *Cuidado infantil y participación de la mujer en el mercado laboral de Ecuador*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6565946>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2021). *Ecuador y FMI transparentan informe sobre la economía nacional*. Recuperado de: <https://www.finanzas.gob.ec/ecuador-y-fmi-transparentan-informe-sobre-la-economia-nacional/>
- Nannys Home. (2007). *Cuidado y Desarrollo de niños a domicilio*. Recuperado de: <http://www.nannyecuador.com/>

- Narváez, G. (2021). "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CUIDADO INFANTIL CON MONITOREO DIGITAL PERMANENTE EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020". Recuperado de: <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4233/1/NARVAEZ%20ORTIZ%20GEOVANNA%20CECILIA.pdf>
- Nicolás, M. y Rubio A. (2020). *Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19*. Small Business International Review, 4(2), 53-66. Recuperado de: <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- Salkin, N. (1998). *Métodos de Investigación*. Recuperado de: <https://sbecdb035178db168.jimcontent.com>
- Sitly. (2022). *Encuentra niñeras con experiencia y referencias. Encuentra trabajo de niñera o niñera en menos de 500 metros*. Recuperado de: <https://www.sitly.co/>
- Torres, A. (2012). *EL POSICIONAMIENTO LA DIFERENCIACION ESTRATEGIAS EFICACES EN EL MERCADO COMPETITIVO*. Recuperado de: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0064096.pdf>
- Unicef. (s.f.). *Consecuencias socioeconómicas del embarazo en la adolescencia en Ecuador*. Recuperado de: <https://www.unicef.org/ecuador/media/5606/file/MILENA-Consecuencias-socioeconomicas-del-Embarazo-Adolescente-en-Ecuador.pdf.pdf>
- Unicef. (2020). *7 formas en que empleadores pueden ayudar a padres y madres trabajadores durante el coronavirus*. Recuperado de: <https://www.unicef.org/es/coronavirus/7-formas-empleadores-pueden-ayudar-padres-y-madres-trabajadores>
- Unicef. (2021). *8 de cada 10 hogares con niños en Ecuador cuentan con menos ingresos como consecuencia de la pandemia*. Recuperado de: <https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/8-de-cada-10-hogares-con-ni%C3%B1os-en-ecuador-cuentan-con-menos-ingresos-como>

Useche, M., Pereira, M. y Barragán, C. (2021). *Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), pp. 271-286.
<https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>

ANEXOS

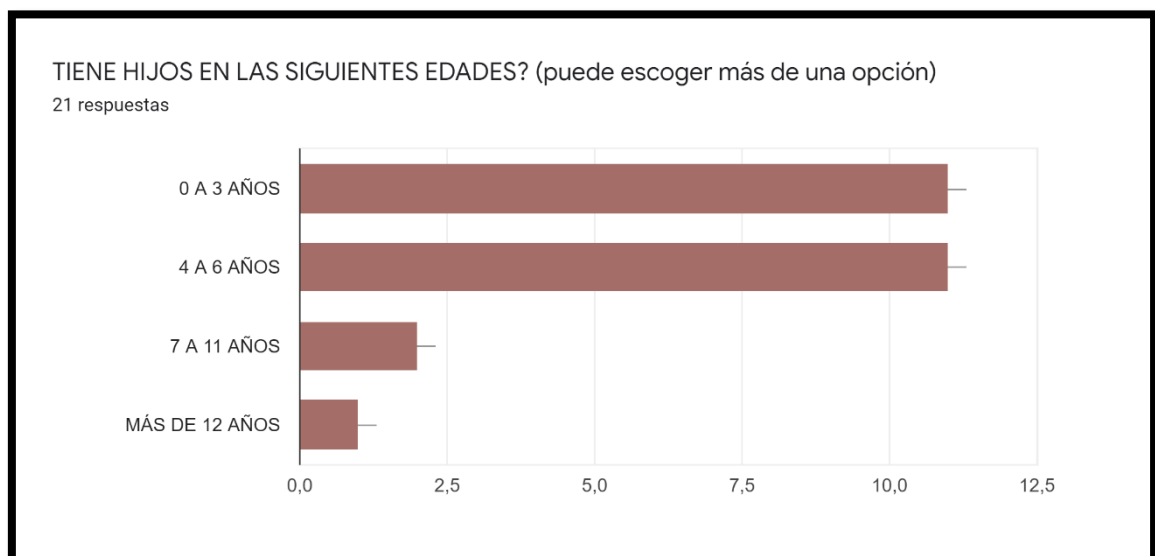
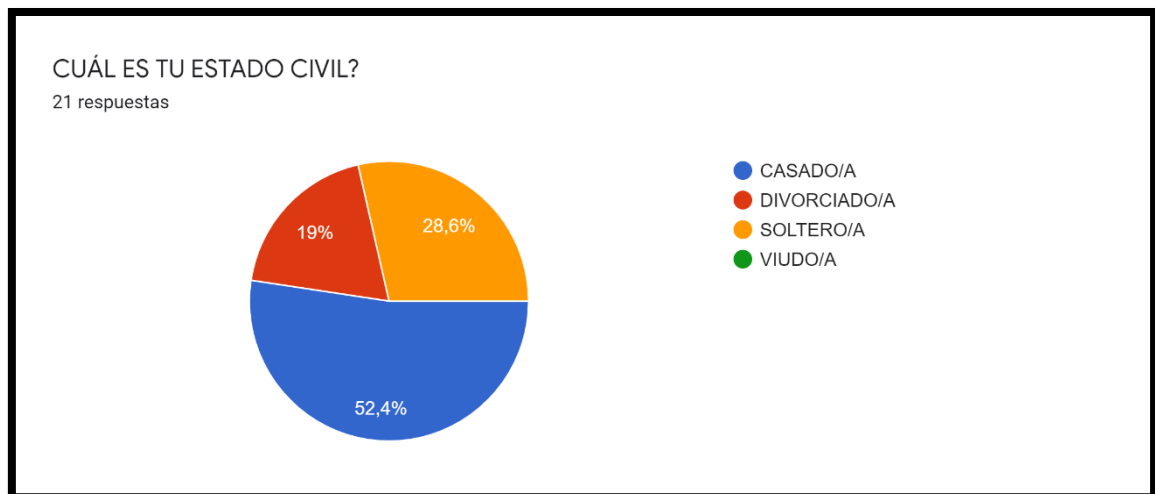
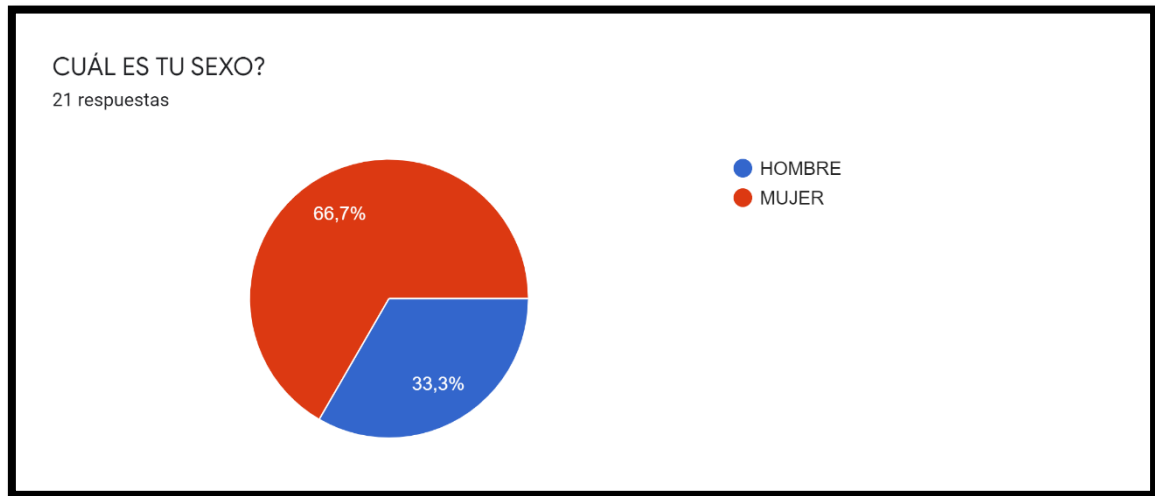
Anexo 1. Resultados Focus Grup

- La mayoría de los participantes ya han retornado a sus lugares de trabajo, algunos solo 3 días a la semana y otros ya la semana completa. Cuando salen de casa dejan a sus hijos con los abuelos, pero no siempre tienen la disponibilidad de cuidarlos. En otras ocasiones los abuelos van a la casa donde se encuentran los niños hasta que los padres o madres lleguen. Cuando los abuelos no pueden cuidarles es ahí donde no saben a quién acudir ya que ahora por cuidado sanitario tienen cierta desconfianza con el tema del contagio por Covid. Otra alternativa que mencionan son las guarderías que algunas ya se encuentran abiertas, pero cumplen con un porcentaje máximo de aforo, deben reservar su cupo con anterioridad y el pago en la mayoría lo deben hacer mensual.
- Los padres no siempre pueden cumplir con el horario de salida del trabajo y los cuidadores a cargo también tienen su tiempo límite o en caso de las guarderías cumplen con un horario máximo. Es aquí donde buscan alternativas de cuidadoras que se acoplen a su horario imprevisto de trabajo. Los participantes también mencionan que antes de pandemia los eventos sociales eran con más frecuencia y sí necesitaban el servicio de una niñera confiable que pueda cuidar de sus hijos mientras estaban fuera, como se ve en las películas en EE. UU. Ahora con la reapertura de ciertos lugares de diversión nocturna o compromisos en casas de amigos se presenta nuevamente esta necesidad de una cuidadora por horas.
- Los participantes mencionan las características que una niñera debe tener, que los animaría a contratar su servicio y tendrían confianza de encargar a sus hijos. Lo primero es el nivel de educación de las niñeras, prefieren que ya sean graduadas de parvularias, psicólogas o psicopedagógicas. Que tengan acceso a su información personal más relevante como récord policial, con quién viven, estado civil, si tienen hijos, estado mental y situación económica del hogar en el que se manejen. Si están cursando últimos semestres de esas carreras sí lo aceptarían, pero no les daría tanta confianza como las que ya obtuvieron su título profesional. Mencionan que es importante conocer sobre la experiencia

que tuvo la niñera anteriormente con niños o cuidado de niños, que existan las reseñas de las personas que ya las contrataron en cómo fue su experiencia con la niñera y que es importante ver un video de presentación de la niñera al momento de seleccionar para la contratación del servicio para a simple vista conocerla, la primera impresión sí es importante, mencionan los participantes.

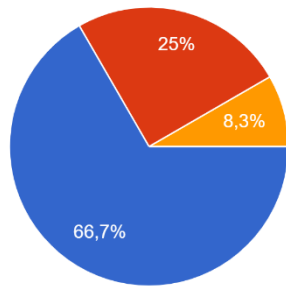
- Con referencia al modelo de negocio, sí les agrada que sea una empresa digital, que puedan acceder a una plataforma o aplicación digital y buscar la opción de niñera desde cualquier dispositivo móvil. La mayoría ya maneja pagos en línea como anclar tarjetas de débito o crédito para el respectivo pago. Les agradaría que sea una aplicación amigable donde sea fácil acceder a cualquier información del perfil de la niñera y reseñas de los clientes. Lo que llama la atención es que los padres mencionan que sería bueno si también la niñera puede llevar cámaras de vigilancia mientras brindan el servicio, ya que no todos los hogares cuentan con eso.
- Con referencia al costo del servicio se puede conocer que es importante que exista una tarifa para el día y tarde y otra para la noche. Los participantes sí pagarían un servicio por horas o por día. Les parece accesible si en el día se cobra \$10 a \$15, si es un contrato por horas que la hora cueste máximo \$1,5. Para la noche mencionan que no hay problema si se paga más con un horario desde las 19h00 a 23h59 por un total de \$20. Que la plataforma acepte formas de pago con tarjetas de débito o crédito o también por transferencias bancarias, no les agrada mucho la idea de manejar efectivo. No tienen problema si el pago se realiza al momento de la contratación y no al finalizar el servicio mientras la empresa tenga buenas políticas de devolución si se presenta algún inconveniente con el servicio.

Anexo 2. Resultados encuesta



SECTOR DONDE VIVE?

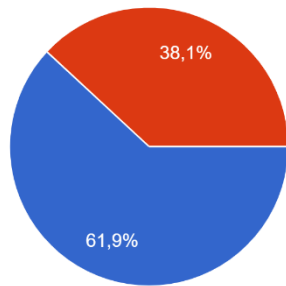
24 respuestas



- NORTE
- CENTRO
- SUR

QUIENES TRABAJAN EN EL HOGAR?

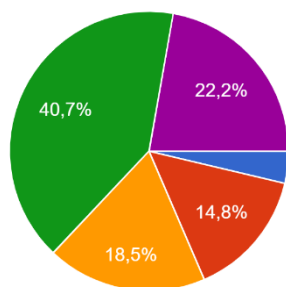
21 respuestas



- PAPÁ Y MAMÁ
- SOLO PAPÁ O MAMÁ
- NINGUNO DE LOS PADRES

CUÁL ES EL PROMEDIO DE INGRESOS FAMILIARES

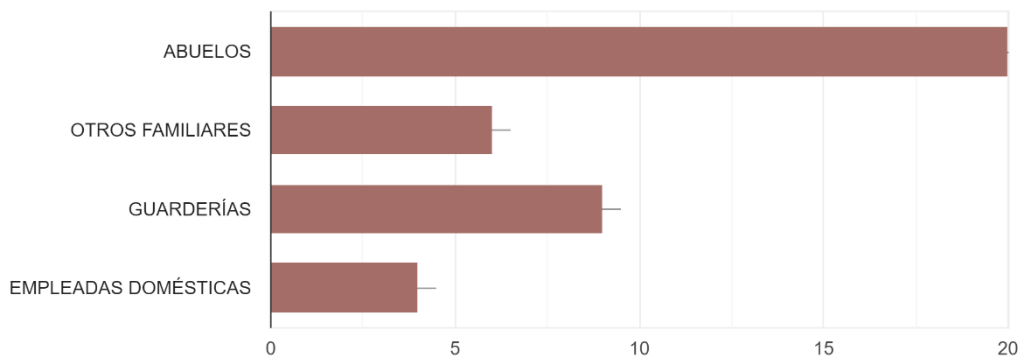
27 respuestas



- SUELDO BÁSICO \$425
- \$500 A \$700
- \$800 A \$1000
- \$1100 A \$1500
- MÁS DE \$1600

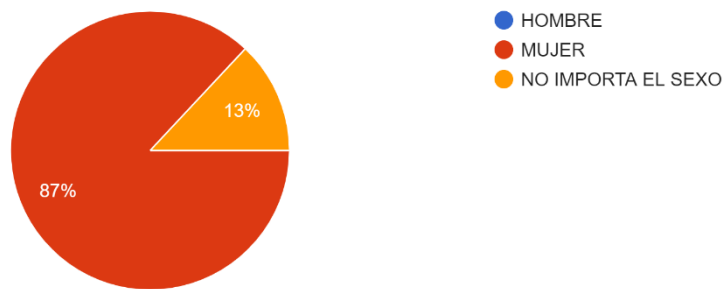
QUIÉN CUIDA DE SUS HIJOS CUANDO NO PUEDE HACERLO?

25 respuestas



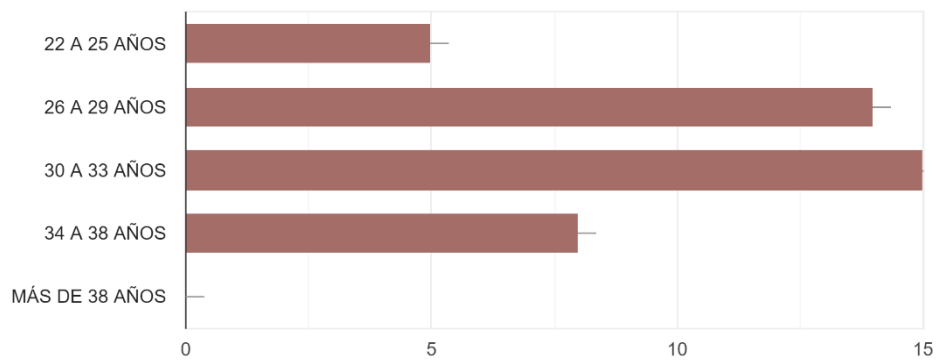
CUÁL DEBERÍA SER EL SEXO DE LA PERSONA QUE CUIDA A SUS HIJOS?

23 respuestas



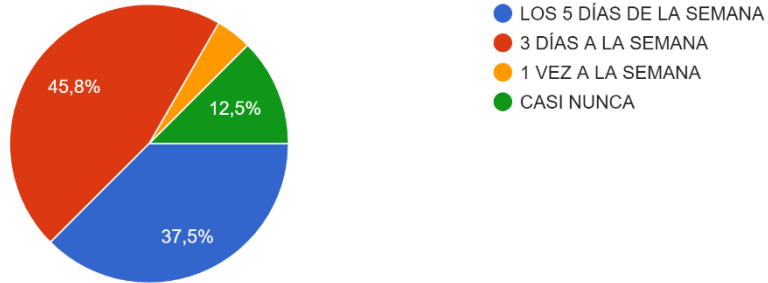
CUÁL DEBERÍA SER LA EDAD ADECUADA DE LA NIÑERA? (puede elegir más de una opción)

21 respuestas



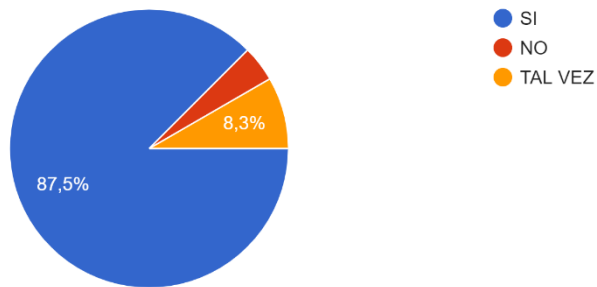
CON QUÉ FRECUENCIA NECESITA QUE UNA PERSONA CUIDE DE SUS HIJOS MIENTRAS USTED NO PUEDE

24 respuestas



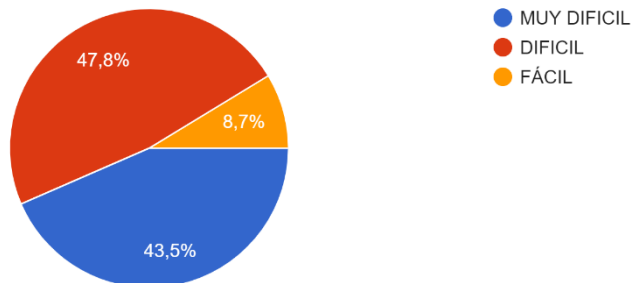
CONTRATARÍA EL SERVICIO DE UNA NIÑERA A DOMICILIO PARA EL CUIDADO DE SUS HIJOS?

24 respuestas



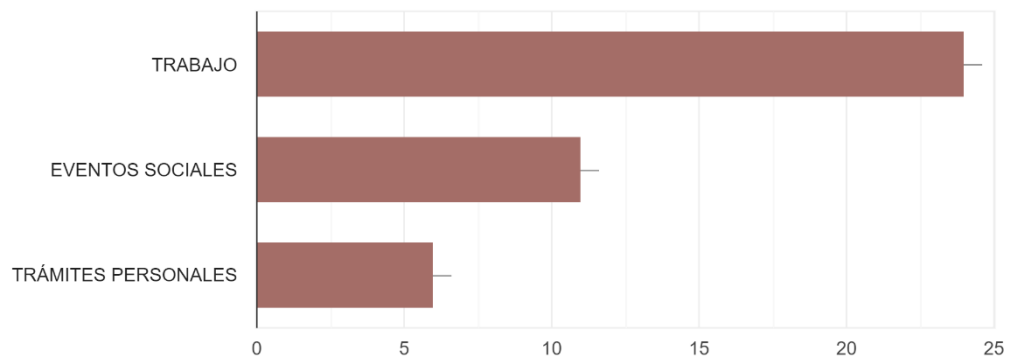
QUÉ TAN DIFÍCIL ES ENCONTRAR UNA PERSONA QUE CUIDE DE SUS HIJOS EN EVENTOS INESPERADOS?

23 respuestas



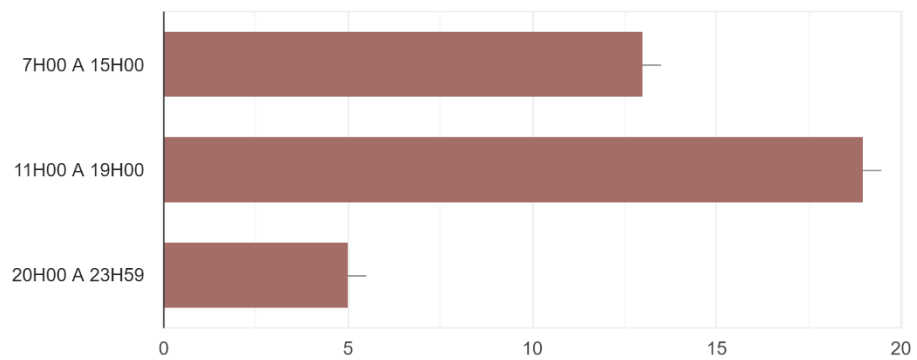
CUÁLES SON LOS MOTIVOS POR EL CUÁL NECESITA QUE OTRA PERSONA CUIDE DE SUS HIJOS?

24 respuestas



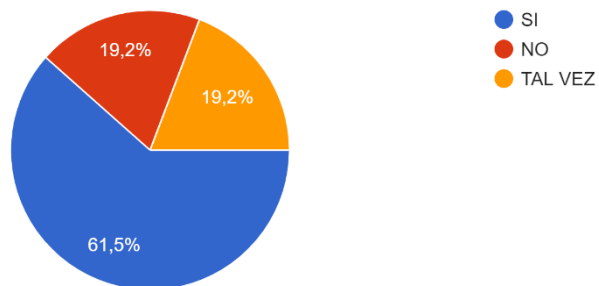
EN QUÉ HORARIO CONTRATARÍA EL SERVICIO DE NIÑERAS PARA EL CUIDADO DE SUS HIJOS? (puede elegir más de una opción)

26 respuestas



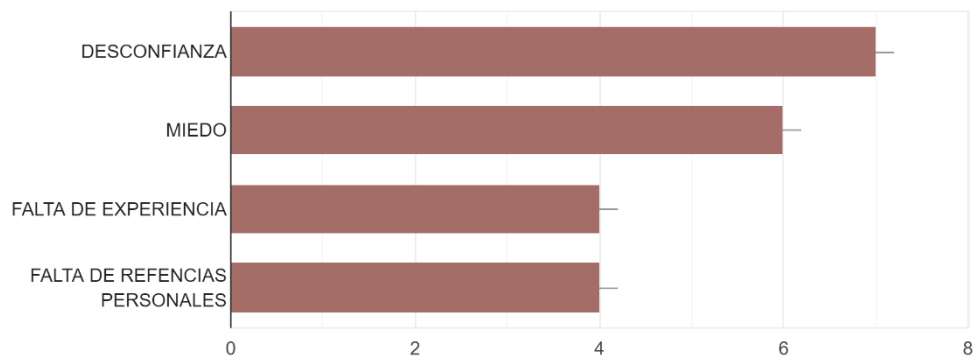
DEJARÍA EL CUIDADO DE SUS HIJOS A UNA NIÑERA QUE CONTRATA POR MEDIOS DIGITALES?

26 respuestas



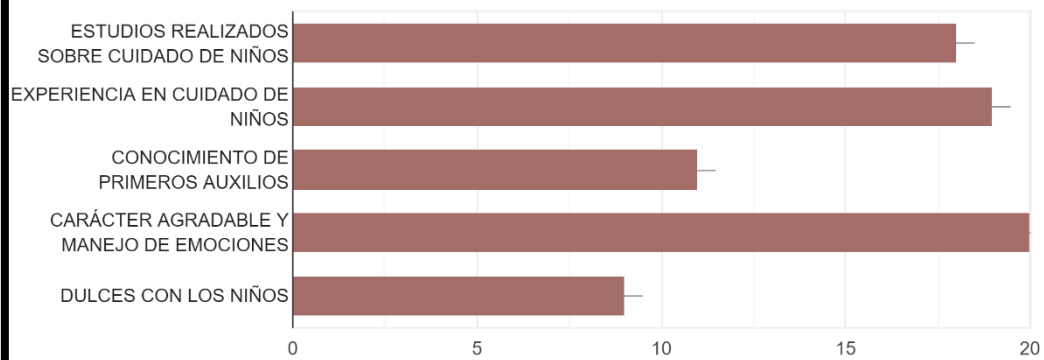
SI SU RESPUESTA ES NO, CUÁL SERÍA EL MOTIVO?

10 respuestas



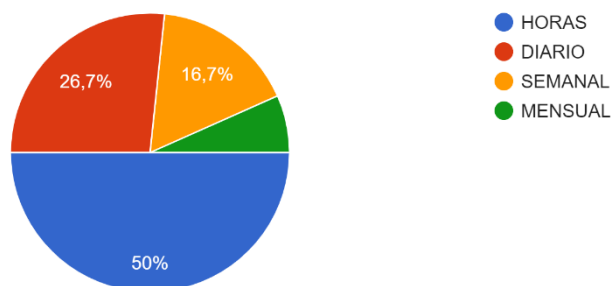
QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBERÍA CUMPLIR UNA NIÑERA?

22 respuestas



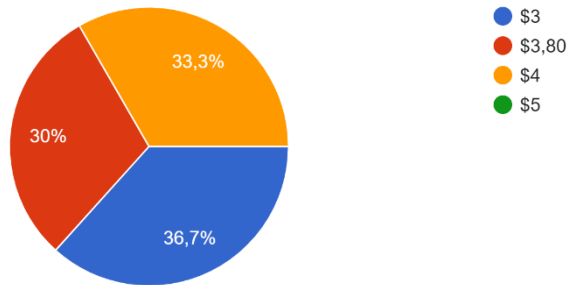
EL SERVICIO DE NIÑERAS A DOMICILIO LE GUSTARÍA PAGAR POR:

30 respuestas



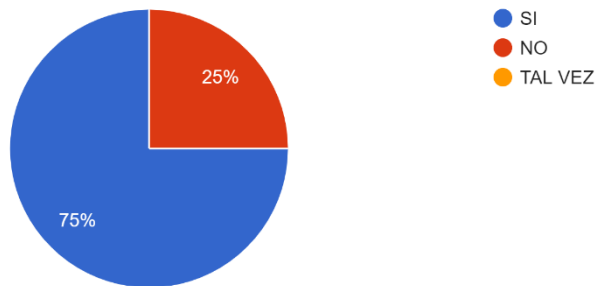
CUÁNTO PAGARÍA POR UN SERVICIO DE NIÑERAS A DOMICILIO POR HORA?

30 respuestas



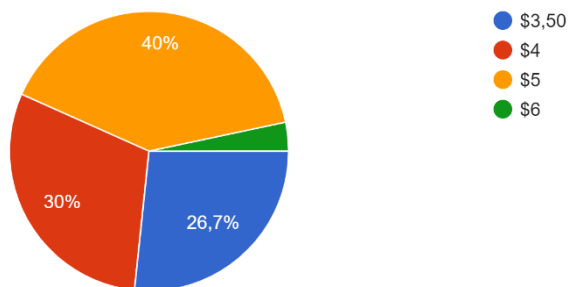
PAGARÍA UN VALOR MAYOR POR EL SERVICIO DE NIÑERA A DOMICILIO EN LA NOCHE?

24 respuestas



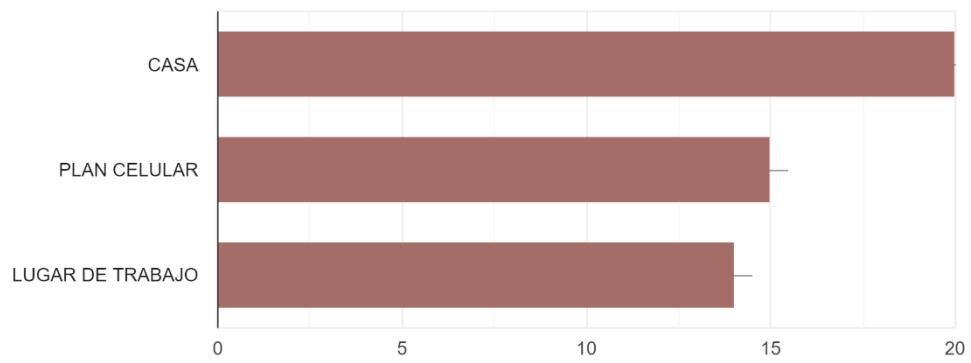
CUÁNTO PAGARÍA POR EL SERVICIO DE NIÑERAS A DOMICILIO POR HORA EN LA NOCHE?

30 respuestas



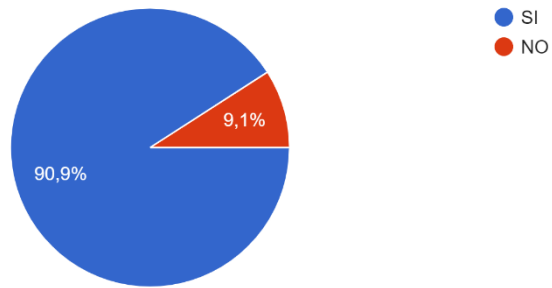
DISPONE DE INTERNET EN: (puede elegir más de una opción)

20 respuestas



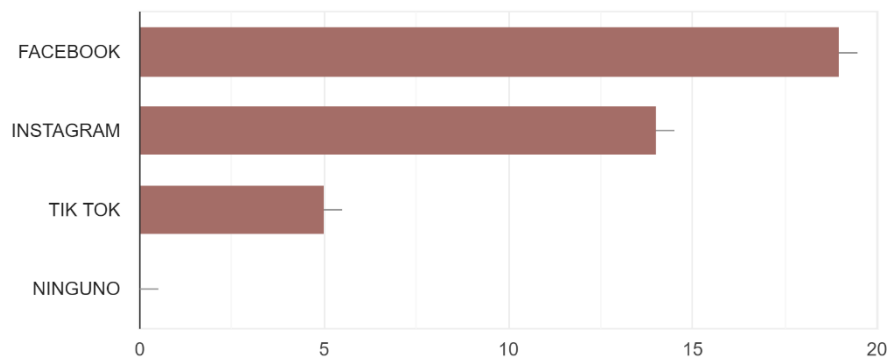
UTILIZA REDES SOCIALES?

22 respuestas



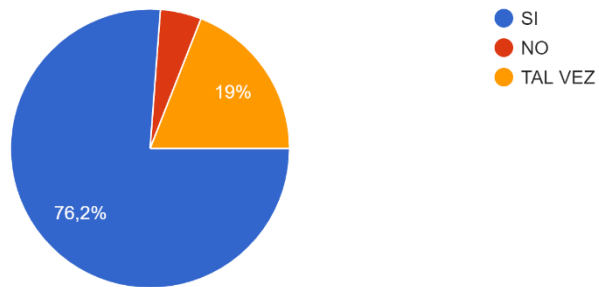
QUÉ REDES SOCIALES USA?

19 respuestas



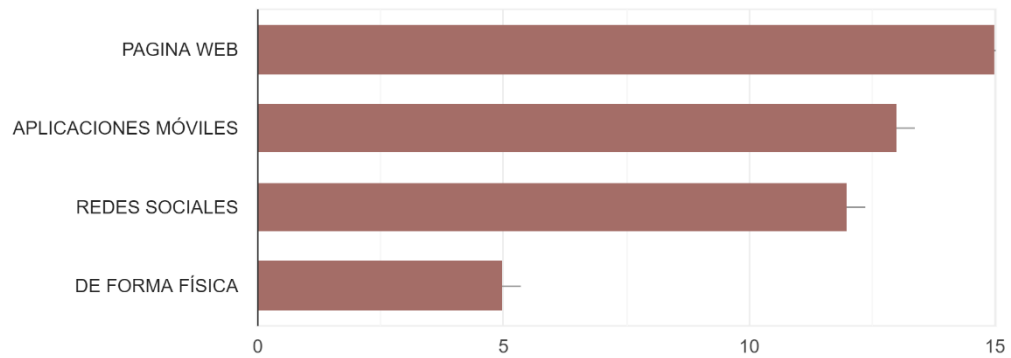
LE GUSTARÍA RECIBIR PUBLICIDAD DE ESTE SERVICIO POR REDES SOCIALES?

21 respuestas



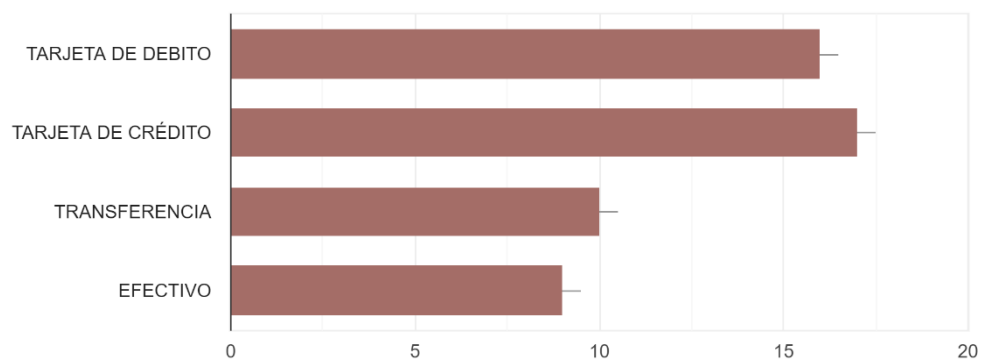
LE GUSTARÍA QUE ESTE SERVICIO LO ENCUENTRE EN: (puede elegir más de una opción)

20 respuestas



CUÁL SERÍA LA FORMA DE PAGO IDEAL PARA ESTE SERVICIO?

21 respuestas



Anexo 3. Gastos del proyecto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Operacionales					
Suministros	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
Gastos Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Servicios Básicos	\$ 1.800,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Total Gastos Operacionales	\$ 6.950,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00	\$ 8.150,00
Gastos Administrativos					
Campañas Redes Sociales	\$ 1.500,00	\$ 100,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Diseño de página web y mantenimiento	\$ 500,00				
Manejo de Redes Sociales	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.600,00	\$ 2.700,00	\$ 2.800,00
Mantenimiento de plataformas digitales		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos de contingencia	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Diseño de marca y logo	\$ 300,00				
Total Gastos Administrativos	\$ 5.300,00	\$ 5.100,00	\$ 6.600,00	\$ 6.200,00	\$ 6.300,00
Total de Gastos	\$ 12.250,00	\$ 13.250,00	\$ 14.750,00	\$ 14.350,00	\$ 14.450,00