

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ESCUELA DE NEGOCIOS

Trabajo de Fin de Carrera titulado:
**“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”**

Realizado por:
GEOVANNA CECILIA NARVAEZ ORTIZ

Directora del Plan de Negocios
PhD. CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Requisito para la obtención del título de:
**Maestría en Administración de Empresas con Mención en
Transformación Digital**

Quito, ENERO 2021

DECLARACION JURAMENTADA

Yo, GEOVANNA CECILIA NARVAEZ ORTIZ, con cédula de identidad No. 17165088-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Geovanna Cecilia Narváez Ortiz
C.C: 171650688-4

DECLARATORIA

El presente Trabajo de Investigación Titulado:
**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**

Realizado por:
GEOVANNA CECILIA NARVAEZ ORTIZ

Como requisito para la obtención del Título de:
**Maestría en Administración de Empresas con Mención en
Transformación Digital**

Ha sido dirigido por la profesora:
PhD. CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Quien considera que constituye un trabajo original del autor.

PhD. CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO
DIRECTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo, lo dedico a mis padres, quienes han apoyado e impulsado cada paso de mi vida estudiantil y profesional, me han llenado de valores, de fortaleza y de integridad.

A mi madre amada, que siempre me ha empujado a salir adelante en todos los aspectos de mi vida, a no desmayar y a hacerle frente siempre a la vida con dignidad y honestidad.

Geovanna

AGRADECIMIENTO

A todos los maestros que tuve el gusto de conocer en este hermoso camino de aprendizaje, por haber entregado sus conocimientos con la mayor dedicación.

A mis compañeros, con los que compartí muchos momentos de enseñanza y amistad.

A la UNIVERSIDAD SEK por permitirnos ser parte de un legado de profesionales que iniciarán nuevos caminos innovadores.

RESUMEN

El presente proyecto titulado “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”, tiene como objetivo plantear un modelo de negocio que permita generar ingresos a partir de la necesidad de los padres de contar con un servicio de niñeras a domicilio seguro, confiable y que pueda ser contratado a través de una plataforma digital.

Este proyecto ha sido desarrollado en base a una investigación de mercados a través de focus group y encuestas a 130 padres de familia de la ciudad de Quito, que permitió determinar la gran necesidad de los hogares de contar con un servicio de niñeras para sus hijos sobre todo para situaciones imprevistas que requieren una respuesta rápida.

Dicho estudio nos permitió conocer, además, que en la cultura ecuatoriana las personas idóneas para el cuidado de los hijos son: los abuelos y familiares cercanos. Sin embargo, existe una gran necesidad de contar con un servicio de niñeras que sea seguro, confiable y permita a los padres realizar sus actividades con tranquilidad en cualquier situación y horario.

El servicio propuesto en el presente proyecto será solicitado, monitoreado y cancelado a través de una plataforma digital (web y aplicación móvil) que permita a los padres conocer el perfil de las niñeras a contratar, su disponibilidad, los precios y las recomendaciones del servicio.

Las niñeras que entregarán el servicio serán contratadas bajo un proceso de selección riguroso que permitirá encontrar perfiles adecuados con experiencia en

temas de salud y/o cuidado de niños. El servicio contará además con una línea de supervisión y un sistema de monitoreo en tiempo real.

Como conclusión del presente trabajo se determina que la seguridad y la confianza que debe generarse en los padres es el punto más importante para el desarrollo del presente plan de negocios, por lo cual, dentro de los procesos y recursos clave es importante considerar todos los aspectos que garanticen la integridad de los niños como es el caso del reclutamiento del personal, el proceso de supervisión del servicio y el sistema de monitoreo digital.

Otra conclusión importante es que en nuestro entorno las plataformas digitales y las redes sociales, permiten conectar personas, facilitando la comercialización de productos y servicios, debido a esto la aplicación móvil y el portal web son elementos claves para mostrar a los padres las características del servicio y de su personal, además permitir una fácil contratación y proceso de pago.

Finalmente y dado que el presente trabajo fue desarrollado en un entorno pre COVID, se recomienda realizar un nuevo estudio de mercados para determinar el mercado meta y la demanda potencial que se podría alcanzar en la nueva normalidad en la que desenvuelven los hogares actualmente en la ciudad de Quito, se podría encontrar nuevas oportunidades de negocio al plantear un alcance del servicio no solo para el servicio de niñeras, sino que también en acompañamiento de tareas estudiantiles mientras los padres realizan teletrabajo desde sus casas.

Palabras Claves: plataformas digitales, cuidado infantil, monitoreo, seguridad digital, tecnología de la información

ABSTRACT

The present project entitled "Business Plan for the Creation of a Child Care Services Company with Permanent Digital Monitoring in the city of Quito, Year 2020", aims to propose a business model that allows generating income from the need of parents to have a safe, reliable babysitting service that can be hired through a digital platform.

This project has been developed based on market research through focus groups and surveys of 130 parents in the city of Quito, which made it possible to determine the great need of households to have a babysitting service for their children especially for unforeseen situations that require a quick response.

This study also allowed us to know that in the Ecuadorian culture the ideal people to care for children are grandparents and close relatives, however, there is a great need for a babysitting service that is as safe and reliable, that allows parents to carry out their activities with peace of mind in any situation and at any time.

The service proposed in this project will be requested, monitored, and canceled through a web platform and mobile application that also allows parents to have access to the information of the babysitters available for the service, as well as prices and recommendations. from service.

The babysitters who will deliver the service will be hired under a rigorous process that will be outsourced and automated that will allow finding specific profiles that have experience in health and / or childcare issues. The service will also have a supervision line and a real-time monitoring system.

As a conclusion of this work, it is determined that the security and trust that must be generated in the parents is the most important point for the development of this business plan, therefore, within the key processes and resources, it is important to consider all aspects that guarantee the integrity of children such as the recruitment of staff, the process of supervision of the service and the digital monitoring system.

Another important conclusion is that in our current environment, digital platforms and

social networks allow people to connect, facilitating the commercialization of products and services, which is why the web and mobile application are key elements to show parents the characteristics of the service and of your staff, furthermore, allowing an easy hiring and payment process.

Finally, and given that this work was developed in a pre-COVID environment, it is recommended to carry out a new market study to determine the target market and the potential demand that could be reached in the new normal in which households currently operate in the city from Quito, with which new business opportunities could be found by proposing a scope of the service not only for babysitting services, but also for accompanying student tasks while parents telework from their homes.

Keywords: digital platforms, child care, monitoring, digital security, information technology

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	3
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	6
 2.1. Macroentorno.....	6
2.1.1. Análisis del Entorno Político.....	6
2.1.2. Análisis del Entorno Económico	6
2.1.3. Análisis del Entorno Social	7
2.1.4. Análisis del Entorno Tecnológico	8
2.1.5. Análisis del Entorno Ambiental	9
2.1.6. Análisis del Entorno Legal	9
 2.2. Microentorno	11
2.2.1. Poder de negociación de los clientes:	11
2.2.2. Poder de negociación de los proveedores.....	11
2.2.3. Poder de nuevos entrantes	12
2.2.4. Poder de productos sustitutos	12
2.2.5. Rivalidad entre competidores	13
 2.3. Conclusiones.....	15
2.3.1. Macroentorno.....	15
2.3.2. Microentorno	15
3. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS.....	16
 3.1. Misión	16
 3.2. Visión	16
 3.3. Principios y Valores de la Organización.....	16
 3.4. Establecimiento de objetivos y metas.....	18
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	20
 4.1. Identificar el problema.....	20
4.1.1. Problema de investigación.....	20
 4.2. Fuentes de información	21
4.2.1. Fuentes primarias.....	21
4.2.2. Fuentes secundarias	21
 4.3. Metodología.....	26
4.3.1. Análisis cualitativo en función del problema de la investigación	26
4.3.2. Análisis cuantitativo en función del problema de investigación.	30
 4.4. Ciclo de vida del producto o servicio	39
4.4.1. Ciclo de Introducción	40
4.4.2. Ciclo de Crecimiento	40
4.4.3. Ciclo de Madurez.....	41
4.4.4. Ciclo de Decadencia	41
 4.5. Estimación de ventas	41
4.5.1. Estimación de Unidades	41
4.5.2. Frecuencia de compra.....	42
4.5.3. Precios	43

4.5.4. Análisis de competidores.....	45
4.6. Plan de marketing.....	46
4.6.1. Mezcla de mercadotecnia	46
4.6.2. Estrategias Generales de Marketing	56
5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	58
 5.1. Plan de operaciones	58
5.1.1. Decisiones estratégicas	58
5.1.2. Decisiones tácticas.....	68
 5.2. Estructura administrativa	71
 5.3. Análisis legal.....	73
5.3.1. Constitución de la empresa.....	73
5.3.2. Contratación de personal (niñeras)	74
5.3.3. Aceptación del servicio de monitoreo en línea.....	74
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	76
 6.1. Análisis de Flujos de caja del proyecto.....	76
6.1.1. Flujo de caja inicial.....	76
6.1.2. Flujo de caja operativo	79
6.1.3. Flujo de caja de liquidación.....	85
 6.2. Análisis de la tasa de descuento del proyecto.....	86
6.2.1. Tasa de descuento.....	86
6.2.2. Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR.....	86
6.2.3. Estructura de financiamiento	87
 6.3. Indicadores financieros	87
6.3.1. VAN.....	87
6.3.2. TIR.....	88
6.3.3. Período de recuperación de la inversión.....	88
6.3.4. Índice de rentabilidad	88
6.3.5. Evaluación Financiera	88
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
 7.1 Conclusiones.....	89
 7.2 Recomendaciones.....	90
8 Bibliografía	92
ANEXOS	100

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz EFE	14
Tabla 2. Diagrama Canvas.....	17
Tabla 3. Objetivos, metas, estrategias y líneas de acción para la creación de una empresa de cuidado infantil con monitoreo digital permanente.....	18
Tabla 4. Características de los Participantes Focus Group.....	27
Tabla 5. Resultados de interesados del servicio	41
Tabla 6. Demanda Insatisficha.....	42
Tabla 7. Tabla de Cálculo de la Demanda Insatisficha interesada en el servicio	42
Tabla 8. Frecuencia de compra del servicio	42
Tabla 9. Consumo del servicio al año.....	43
Tabla 10. Desglose del precio establecido.....	44
Tabla 11. Estimación de ventas proyectadas a 5 años	45
Tabla 12. Matriz de perfil competitivo.....	45
Tabla 13. Detalles de Precio por tipo de servicio	47
Tabla 14. Estrategias generales de Marketing	56
Tabla 15. Descripción del Servicio.....	58
Tabla 16. Flujo del proceso de Delivery.....	66
Tabla 17. Tabla de flujo de Capital de Trabajo	76
Tabla 18. Flujo de ventas y costos proyectados a 5 años	76
Tabla 19. Equipo Mínimo Requerido	77
Tabla 20. Tabla de Inversiones.....	77
Tabla 21. Resumen del préstamo bancario.....	78
Tabla 22. Detalle de pagos del préstamo bancario	79
Tabla 23. Ingresos Anuales	79
Tabla 24. Tabla de costos totales de producción	80
Tabla 25. Detalle de Nómina.....	81
Tabla 26. Resumen de egresos proyectados- Costos indirectos y gastos de ventas	82
Tabla 27. Tabla Total de Flujo de Caja	83
Tabla 28. Flujo de Caja de Operaciones.....	84
Tabla 29. Detalle del punto de equilibrio	84
Tabla 30. Flujo de caja de inversiones o valor de liquidación	85
Tabla 31. Valor de desecho del proyecto	86

Tabla 32. Cálculo de TMAR ponderada.....	86
Tabla 33. Cálculo del VAN	87
Tabla 34. Indicadores de Evaluación Financiera.....	88

Índice de Figuras

Figura 1. Uso de Internet en los hogares ecuatorianos	8
Figura 2. Preferencias de Pago Durante la compra	25
Figura 3. Perfil de los clientes	32
Figura 4. Cantidad de Hijos	32
Figura 5. Edad de los hijos	33
Figura 6. Entorno laboral familiar	33
Figura 7. Cuidado de los hijos	34
Figura 8. Motivos por los cuales los padres prefieren a un familiar	34
Figura 9. Frecuencia de la necesidad de cuidado de los hijos	35
Figura 10. Edad de la persona que cuidará a los hijos.....	35
Figura 11. Género de la persona que cuidará a los niños.	36
Figura 12. Características de la persona que cuidará a los hijos.	36
Figura 13. Aceptación del Servicio	37
Figura 14. Precio del Servicio	37
Figura 15. Uso de Redes Sociales	38
Figura 16. Canal de distribución del Servicio	38
Figura 17. Pago del servicio	39
Figura 18. Maduración de producto según su ciclo de vida	39
Figura 19. Logo de la Empresa.....	49
Figura 20. Fanpage Facebook.....	50
Figura 21. Página Web de la empresa	51
Figura 22. Ejemplo de Post Invitación a usar el servicio - Fanpage Facebook.....	52
Figura 23. Ejemplo de Post promociones Fanpage Facebook.....	52
Figura 24. Ejemplo de Post Informativo diferenciadores del servicio FanPage Facebook	52
Figura 25. Uniforme corporativo de las niñeras	53
Figura 26. Diagrama de la Plataforma Digital.....	54
Figura 27. Portal Google Play para descarga de la App.....	55
Figura 28. Flujo del servicio en la Aplicación Móvil.....	60
Figura 29. Diagrama de conexión de la plataforma de Monitoreo	60
Figura 30. Diagrama de operación de la pasarela de pagos en E-commerce	61

Figura 31. Flujo del proceso comercial	63
Figura 32. Flujo de Reclutamiento de Niñeras	64
Figura 33. Flujo del proceso de Delivery	65
Figura 34. Distribución de planta Coworking	68
Figura 35. Organigrama de la empresa.....	71

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, el cuidado del hogar y los hijos ha sido una tarea realizada por mujeres, sin embargo, las condiciones sociales y económicas actuales han cambiado esta perspectiva. Hoy en día se evidencia un notable cambio de roles y una reasignación de las responsabilidades al interior del grupo familiar debido a una mayor intervención de las mujeres a población activa laboral. Dentro de la Población Económicamente Activa (PEA), el nivel de empleo global en Ecuador ocupa un 95,4% para las mujeres y un 96,7% para los hombres (INEC, 2019), por lo que es evidente que la mujer dispone de menos tiempo para cuidar y atender a sus hijos produciéndose una gran dificultad para los hogares ecuatorianos el conciliar las responsabilidades laborales, profesionales y sociales con el entorno familiar.

Debido a esta problemática las familias evidencian cada vez más la necesidad de tercerizar o acompañar el cuidado de sus hijos, generalmente por familiares cercanos, empleadas domésticas o terceros quienes son contratados de forma informal u ocasional en función al grado de confianza que dichas personas puedan generar en los padres.

Es muy evidente la dificultad que tienen los padres, al conseguir oportunamente personas cercanas que generen tranquilidad y seguridad cuando necesitan dejar en manos de terceros el cuidado de sus hijos sobre todo cuando deben ausentarse de forma imprevista o planificar actividades esporádicas en las cuales deben excluir a sus hijos.

Ante esta necesidad, países como España, Estados Unidos de Norteamérica y en Latinoamérica Argentina y Chile, han desarrollado empresas que brindan servicios de contratación de niñeras a domicilio a través de plataformas digitales, cuyos modelos de negocio varían de acuerdo con temas culturales, pero con un factor en común, la confianza y seguridad que generan en los padres. Muchas de ellas se apoyan en herramientas digitales como redes sociales que permitan conocer a las personas que ofrecen sus servicios, así como sus referencias y recomendaciones.

Una de las empresas más representativas que brinda este servicio en España es “Sitly” (Silty, 2020), esta empresa ofrece sus servicios mediante un portal web que permite conectar a la niñera con los padres; el modelo de negocio de esta empresa consiste en conseguir que las niñeras y los padres de familia se suscriban a un plan en el portal web pagando un determinado valor. Mientras el precio del plan es más elevado, las niñeras tendrán mayor oportunidad de conseguir clientes, así como los padres tendrán acceso a los mejores perfiles.

En Latinoamérica, el entorno es diferente en cuanto a los modelos de negocio para este tipo de servicios, existe una barrera de entrada muy fuerte debido a la desconfianza que sienten los padres al tener que dejar a sus hijos al cuidado de extraños, por lo cual, generar tranquilidad y seguridad en los en los padres es el factor primordial.

En Chile, la empresa “Alba” ha creado una plataforma exitosa comprometida a ayudar a los padres a encontrar cuidadores para sus hijos, recomendados y verificados dentro de su red de familiares y cuidadores de confianza (Innovación Chilena, 2016). Esta empresa utiliza la red social Facebook para ofrecer un servicio seguro, eficiente y sencillo de conectar a los cuidadores con los padres ofreciendo una diversidad de opciones como servicios periódicos o recurrentes, para una salida en la noche, afterschool y beforeschool, esporádicos o por horas, cursos online, y hasta servicios especializados para cuidado de niños resfriados a través personas con capacidades de enfermería. (Alba., 2020).

En Ecuador podemos mencionar a “Nannys Home” que ofrece servicios de niñeras bajo catálogo web, mostrando el perfil de sus niñeras en su página Web para que los padres puedan seleccionar a las personas con las que quieren trabajar y el tipo de servicio que desean contratar, diurno o nocturno, temporal o por horas, para eventos especiales o fines de semana (Nannys Home, 2020).

Por lo tanto, podemos deducir que la propuesta del presente proyecto es un servicio innovador a la forma tradicional de contratación de servicios de niñeras en Quito ya que contará con herramientas digitales que permitirán a los padres tener fácil acceso a un servicio personalizado, desde cualquier sitio, en cualquier horario, seguro y controlado para entregar a terceros el cuidado de su bien máspreciado, sus hijos.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El presente proyecto, propone brindar en el Distrito Metropolitano de Quito, el servicio de niñeras a domicilio en horario diurno y nocturno para el cuidado de niños, que según lo estipulado en el Código de la Niñez y Adolescencia Título 1, el término “niño” hace referencia a las personas cuando se hallan entre 0 a 12 años de edad (Congreso Nacional, 2003). Se considera como clientes a los padres o tutores legales que contraten el servicio por medio de una plataforma digital que tendrán acceso a través de una suscripción gratuita. El servicio podrá ser contratado en la ubicación y horario requeridos, contará, además, con un seguro de accidentes y responsabilidad civil que tendrá vigencia durante la prestación del servicio.

Previa la contratación del servicio, su precio será presentado en la plataforma digital, de acuerdo con las necesidades de cada cliente, cantidad de horas, horario y cantidad de niños. Dicho valor será cobrado en la tarjeta de crédito/débito de la persona que solicita el servicio a través de la pasarela de pagos “PlacetoPay”, (Placetopay, 2020). La contratación del servicio será de al menos una hora y será cancelado por hora o fracción de acuerdo con la tarifa establecida para horario diurno y nocturno según sea el caso.

El perfil de las niñeras estará disponible en la plataforma digital, se incluirá su fotografía, edad, sector del domicilio, su instrucción, experiencia en el cuidado de niños según su edad, disponibilidad de horario, calificación y recomendaciones de otros usuarios. El manejo de esta información podrá realizarse siempre y cuando la niñera firme una aceptación de las condiciones de uso y manejo de sus datos e imagen como parte del contrato de servicios con la empresa. Debido a que en el Ecuador aún no existe una ley para la protección de datos, se utilizará como marco legal referencial la Guía de “Tratamiento de datos personales en la Administración Pública” según Acuerdo Ministerial N° 012-2019 Capítulo 2 que hace referencia a forma como las entidades deben manejar el tratamiento de los datos personales. (MINTEL, 2019).

Los padres tendrán la opción de realizar entrevistas a las niñeras seleccionadas a fin de conocerlas previo a tomar la elección de contratarlas. Adicional, el servicio incluirá una línea de supervisión constante que velará por la integridad tanto del niño como de la niñera, a través de un sistema de monitoreo en línea.

La cantidad de niños que permitirá aceptar el servicio por cada niñera dependerá de su edad y condición, estableciéndose un máximo de dos niños por niñera, esto también se reflejará en el precio del servicio.

Se considerará para el equipo de niñeras a estudiantes de últimos niveles o egresadas de carreras de parvulario, auxiliares de parvulario, enfermería, pedagogía u otras afines al cuidado y atención de niños. El proceso de selección será muy cuidadoso y considerará los mejores perfiles para garantizar que las niñeras cumplan todos los requisitos físicos y sicológicos para entregar un servicio de calidad, el cual hace referencia a la calificación profesional de las niñeras y la cantidad de niños que podrían cuidar garantizando de esta manera las condiciones de seguridad e higiene adecuadas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017).

Debido a la sensibilidad del servicio, las niñeras serán evaluadas constantemente por su desempeño, honestidad, puntualidad, proactividad y creatividad a través de encuestas de satisfacción a los clientes que han recibido el servicio, con lo cual se espera diseñar el mapa de cliente para obtener una mayor claridad de su experiencia con el servicio y mejorarlo según lo recomienda el autor Marcos Álvarez en su libro Customer Experience (Álvarez, 2016).

Se incluirá además dentro del servicio, un sistema online de vigilancia remota, que permitirá el acceso a los clientes, así como a los supervisores para monitorear el servicio. Previa su contratación, se solicitará una autorización para dicha actividad por parte de los clientes donde se suscriba una aceptación electrónica de términos y condiciones la cual está avalada por el Código de Comercio vigente Art. 74-77 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019).

Adicionalmente, se debe incluir dentro de los términos y condiciones del servicio, el cumplimiento del artículo 52 del Código de la Niñez y Adolescencia Capítulo IV (Congreso Nacional, 2003), que prohíbe el uso de la imagen de niños y adolescentes.

La información de la grabación del servicio generada en la plataforma de monitoreo, será almacenada por máximo 30 días, para evaluar el servicio prestado o evidenciar su incumplimiento según las recomendaciones del Reglamento General de Protección de Datos (Agencia Española de Protección de Datos, 2019) , dicho procedimiento estará estipulado dentro de los términos y condiciones del servicio que será aprobado por los clientes según se indica en el Código de Comercio Art. 74-77 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019).

La persona contratada (niñera) deberá reportar periódicamente al supervisor el estado del servicio y únicamente cuando el niño ya se encuentre con sus padres o tutores legales, se podrá finalizar el servicio.

Si el servicio se extiende más de 10 minutos del tiempo contratado y la niñera no ha reportado en la plataforma que ha finalizado, el sistema cargará automáticamente el pago de una hora adicional a la tarjeta de crédito/débito registrada. Este proceso será informado al cliente en la plataforma, dentro de los términos y condiciones del servicio según lo estipulado en el Código de Comercio vigente (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019).

Cuando el servicio sea solicitado en horario nocturno el padre de familia deberá cubrir el transporte de la niñera hasta su domicilio, este rubro también será parte del servicio y, previa aceptación de los términos y condiciones será cargado a su tarjeta de crédito o débito con la que registro la solicitud en la plataforma.

El supervisor coordinará el transporte de la niñera mediante las diferentes plataformas digitales de transporte que operan hoy en día en la ciudad de Quito, de esta manera podrá monitorear su recorrido para que llegue de forma segura a su lugar de destino

Una vez culminado el servicio, los clientes podrán calificar a la niñera que los atendió, así como compartir referencias y sugerencias ya sean estas positivas o negativas para conocimiento de otros usuarios.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Macroentorno

2.1.1. Análisis del Entorno Político

Según la consultora JP Morgan el riesgo país para el tercer trimestre de 2019 en Ecuador llegó a 823 puntos que es un valor elevado frente a otros países de la región como por ejemplo Colombia que tiene 173 puntos (El Comercio, 2019), lo cual determina que dentro del entorno político existe un alto riesgo de pérdida para los inversionistas y podría no ser atractivo el invertir en el presente proyecto.

Por otra parte, el Índice de Riesgo Político en el año 2019 se mostró en 49.1 a largo plazo y 51.3 a corto plazo dentro de una escala global que considera un país inestable bajo los 49 puntos (MARSH, 2020), lo cual indica que el Ecuador se encuentra en el límite debido al complejo escenario político y las contrariedades que enfrenta el Gobierno al promocionar algunas reformas económicas claves que afectan fuertemente el desarrollo de emprendimientos e innovación empresarial.

2.1.2. Análisis del Entorno Económico

Para el año 2018 los servicios de Enseñanza y Servicios Sociales y de Salud, representaron un 9,4% del Producto Interno Bruto (PIB) que representó la tercera actividad que más aporto a la economía del país en dicho año (Primicias, 2019), y pese a que la economía en el año 2019 creció en 0,1%, esta industria decayó en 0,5% como debido a la disminución de adquisición de bienes y servicios en educación y salud (Banco Central del Ecuador, 2020). Esta información permite determinar la proyección de crecimiento anual de ventas del presente proyecto en función del comportamiento económico de la industria de Enseñanza y Servicios Sociales y de Salud.

El nivel de educación superior se ha incrementado en los años 2007 al 2016 del 28% al 39%, se evidencia entonces que las personas cada vez buscan prepararse

profesionalmente (Consejo Nacional de Planificación, 2017) lo que significa, que las personas tienen cada vez menos tiempo para dedicarlo al cuidado de su hogar e hijos.

Para finales del año 2019, Ecuador registró una tasa de empleo adecuado del 38,8% respecto a la PEA (Población Económicamente Activa) (INEC, 2019), este indicador agrupa a la población objetiva que serán los posibles clientes de este servicio a corto y mediano plazo, por lo que se identifica un grupo interesante de familias que tendrían las condiciones económicas para contratarlo.

También es importante considerar el incremento en los últimos años de la contribución de la mujer en el mercado laboral y economía de los países, quien sigue la responsable del cuidado de los hijos y del hogar. En el año 2017 el 56% de las mujeres de la región ya eran parte del mercado laboral (ONU Mujeres, 2017), lo que significa, que existe una gran necesidad para las mujeres que siguen desarrollándose profesional y laboralmente de contar con servicio de apoyo en el cuidado de sus hijos.

2.1.3. Análisis del Entorno Social

En el entorno social es importante considerar los derechos de los ciudadanos respecto a la salud, la educación, equidad e inclusión (Consejo Nacional de Planificación, 2017), por lo tanto, el servicio que se propone en el presente proyecto deberá ser inclusivo por lo que es importante considerar procesos y recursos especializados para atender a niños con capacidades y necesidades especiales.

Dentro del entorno social, el servicio propuesto debe garantizar el cumplimiento de los derechos de niños y adolescentes, los cuales se encuentran amparados en la Constitución ecuatoriana que garantizan protección, apoyo y promueve su proceso de crecimiento, desarrollo integral, y de sus capacidades en un entorno de afectividad y seguridad, según lo expuesto en la sección quinta, Art. 46 de la Ley de la República del Ecuador (Congreso Nacional, 2008).

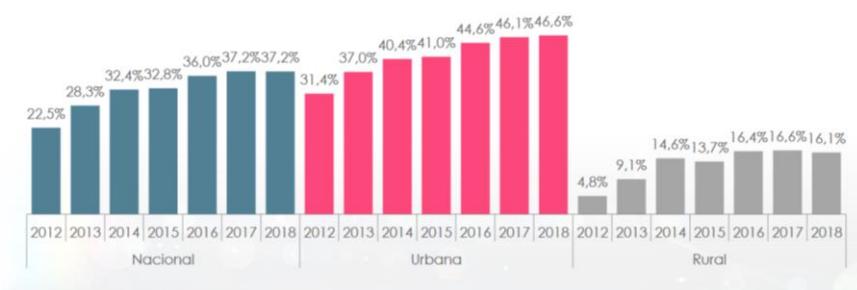
Finalmente, es importante contemplar el fuerte impacto que ha tenido la migración de extranjeros a Ecuador en los últimos años. En el año 2019 se registró un 11,8% de ingresos al país por motivos de residencia cuyo porcentaje más alto fue desde Venezuela con un 24,9% (INEC, 2020). Dicha migración se ubicó principalmente en Quito y

Guayaquil, por lo cual se debe considerar dentro del entorno social la inclusión de este grupo humano de migrantes que podrían ser potenciales proveedores del servicio

2.1.4. Análisis del Entorno Tecnológico

Dado que el servicio se contratará a través de una plataforma digital que incluye el servicio de monitoreo en línea, se requiere que los hogares que contraten el servicio cuenten con acceso a Internet, es importante identificar su penetración actual en los hogares ecuatorianos. La Figura 1, muestra el crecimiento que ha tenido el uso de Internet en los hogares sobre todo en el sector urbano alcanzando en el año 2018 un 46,6% de hogares que cuentan con Internet (INEC, 2018), lo que implica que un gran porcentaje de hogares podrán tener acceso al servicio.

Figura 1. Uso de Internet en los hogares ecuatorianos



Fuente: (INEC, 2018)

El incremento del uso de teléfonos inteligentes en el sector urbano que en el mismo año alcanzó un 50% de personas que cuentan con este tipo de dispositivos (INEC, 2018) nos permite identificar que el uso de una aplicación móvil para la contratación del servicio podría tener una alta demanda y aceptación. (INEC, 2018).

En cuanto al uso de redes sociales, para el año 2020, Facebook (55.4%), WhatsApp (52%) Instagram (18,29%) y YouTube (15.4%) fueron las redes de mayor uso por los ecuatorianos por lo cual están consideradas como los principales canales de relacionamiento con clientes y publicidad del servicio ofertado. (El Comercio, 2020).

En cuanto al comercio electrónico, según una investigación realizada por la Revista Científica Ecociencia en 2018, su uso se concentraba en Quito, Guayaquil y Cuenca, registrándose un 51% de compras virtuales a nivel país, de las cuales el 31% se realizaban para contratar bienes y servicios varios; de igual manera existía un 51% de uso de medios de pago electrónico (Mieles Loor, Albán Navarro, Valdospin De Lucca, & Vera Gonzabay, 2018), estos indicadores son importantes para identificar que el servicio objeto del presente proyecto, se podrá ofertar como parte del comercio electrónico el cual se encuentra con una gran aceptación y uso en el país.

En cuanto a los medios de pago, es importante analizar las diferentes plataformas que existen en el Ecuador para habilitar el pago electrónico. La pasarela de pagos seleccionada deberá estar debidamente autorizada por el BCE (Banco Central del Ecuador) como proveedoras del “Sistema auxiliar de pagos” según lo estipulado en el Art. 6 del acuerdo ministerial No. 026-2020 (Ministerio de Telecomunicaciones, 2020) para asegurar que los pagos sean locales y que la plataforma donde se van a realizar esté normada y autorizada por la entidad de control del Ecuador.

2.1.5. Análisis del Entorno Ambiental

Este presente proyecto afectará en ningún sentido al entorno ambiental, por lo tanto, se encuentra enmarcado en lo estipulado en la Constitución Política de la República 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 (Congreso Nacional, 2008).

2.1.6. Análisis del Entorno Legal

Dentro de este entorno, se debe considerar el derecho a la dignidad e imagen de los niños y adolescentes, así como el derecho a la privacidad y a la inviolabilidad del hogar y formas de comunicación según lo estipulado en el Código de la niñez y adolescencia, Cap. 4, Art. 52 y Art. 53 (Congreso Nacional, 2003), que estarán incluidas en las condiciones de aceptación del servicio dentro de la plataforma.

En cuanto a la creación de la empresa, por una parte es importante considerar los requisitos jurídicos para la constitución de una compañía anónima de comercio según lo

establecido en la Ley de Compañías (Congreso Nacional, 1999); y por otra parte, la Ley Nacional de Emprendimiento, sección de Disposiciones Reformatorias, Disposición Octava, que permite la constitución de una empresa como Sociedad de Acciones Simplificadas cuyas condiciones no limitan la creación de una empresa con las condiciones planteadas en el presente proyecto, con respecto a la cantidad de accionistas, al monto de capital entre otros beneficios. (Asamblea Nacional, 2020).

En cuanto a la Ley de Comercio Electrónico se debe considerar lo estipulado sobre la confidencialidad de la información, Título I Capítulo 1, adicional los Derechos de los Usuarios o Consumidores de Servicios Electrónicos establecidos en el Título III Capítulo 3 de la misma ley, y finalmente las Infracciones Informáticas indicadas en el Título V, Capítulo 1 (Congreso Nacional, 2002), normativas que deberán ser detalladas en los términos y condiciones del servicio.

Previa a la contratación del servicio, los clientes deberán realizar una aceptación electrónica de los términos y condiciones de este, proceso que se encuentra avalado por el Código de Comercio vigente Art. 74-77 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019).

Este proyecto propone la contratación de estudiantes de los últimos niveles o egresadas de carreras de parvulario, auxiliares de parvulario, enfermería, pedagogía u otras afines al cuidado y atención de niños; equipo humano que deberá estar registrado en el Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE) como personas naturales sin relación de dependencia según los estipulado en el capítulo 4 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2007).

El esquema de contratación será por “Contrato de servicios de cuidados infantiles”, en el cual se estipulará que la niñera deberá cumplir una cierta cantidad de horas al mes, de las cuales deberá tener al menos un 10% de disponibilidad para trabajo en jornada nocturna, además se incluirá los plazos de pago y costo por hora en jornada vespertina y nocturna, así como las condiciones en puntualidad, buen comportamiento, confidencialidad y responsabilidad civil según lo estipulado en el Código Civil bajo el Título I del Código Civil Ecuatoriano según los Artículos.1454, y 1459, Título V Art, 1510 y Título IX Art. 1551 y Art. 1946 (Asamblea Nacional, 2005).

2.2.Microentorno

El análisis del microentorno del presente proyecto considera a las 5 fuerzas de Porter que permiten enfrentar la competencia que existe dentro de la industria de Enseñanza, Servicios Sociales y de Salud. Este análisis permitirá realizar un plan estratégico que genere diferenciadores de éxito. (Porter M. , 1987)

2.2.1. Poder de negociación de los clientes:

Se considera como clientes a los padres y/o encargados legales de niños entre 0 a 12 años en Quito que requieran el servicio de niñeras a domicilio de forma imprevista o planificada según sea la necesidad de cada cliente; este servicio será personalizado y especializado por lo que permitirá generar relaciones a corto y mediano plazo, difícilmente el servicio podría ser cambiado de proveedor. Adicional, la contratación de este servicio es una decisión extremadamente delicada para los clientes en consecuencia el valor del servicio está basado en confianza y seguridad, el cual deberá reflejarse también en sus precios de tal manera que los padres perciban diferenciación y calidad en el mismo, por lo tanto, se determina que existe un bajo poder de negociación por parte de los clientes.

2.2.2. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de este servicio lo conforman el equipo humano de niñeras que entregarán directamente el servicio y que estará conformado por los estudiantes de últimos niveles o egresadas de carreras de parvulario, auxiliares de parvulario, enfermería, pedagogía u otras afines al cuidado y atención de niños

Actualmente en la ciudad de Quito existen alrededor de 28 establecimientos de educación superior entre institutos, universidades y escuelas polítécnicas que manejan una oferta académica en desarrollo, cuidado y educación de niños (Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación , 2020) , por otra parte, según el Proyecto Empleo Joven 2018-2022, en el país, la tasa de desempleo juvenil en mujeres cuyas edades están entre 18 a 26 años, es del 41% del cual el 68% se encuentra en el sector

urbano (Ministerio de trabajo, 2018), por lo cual se determina que se podría tener una alta demanda de solicitudes de empleo generado por este grupo humano conformado por mujeres jóvenes. En tal virtud podemos concluir que el poder de negociación de los proveedores de este servicio es bajo.

2.2.3. Poder de nuevos entrantes

Se considera nuevos entrantes a las empresas internacionales cuyos modelos de negocio se basan en plataformas digitales que escalan rápidamente pues eliminan muchas barreras de entrada, es el caso de “Sitly” de España que actualmente ya se encuentra operando en Colombia y Argentina y que a través de su plataforma digital permite conectar de forma rápida y fácil personas y servicios en varios países. (Silty, 2020).

En cuanto a las barreras de entrada en Ecuador, es posible que el modelo de negocio que plantea “Sitly” no sea aceptado por la cultura ecuatoriana puesto que sus recursos y procesos claves no generan la suficiente confianza en los padres de familia como por ejemplo el no tener una empresa físicamente establecida en el país que respalde y responda directamente por el servicio.

Por otra parte, se debe considerar como otra barrera de entrada para los nuevos entrantes el costo del servicio que a partir del 16 de septiembre de 2020, según lo indicado por el SRI (Servicio de Rentas Internas), se graba IVA sobre los servicios digitales (Sistema de Rentas Internas, 2020), lo cual le brinda una ventaja competitiva a las empresas ecuatorianas que ofertan sus servicios a través de plataformas digitales cuyos servicios ya graban el 12% del impuesto al valor agregado (El Comercio, 2020). Se deduce entonces que el poder de los nuevos entrantes para el servicio propuesto en este proyecto es relativamente bajo en el Ecuador.

2.2.4. Poder de productos sustitutos

Los productos sustitutos de este proyecto son los centros de cuidado infantil y guarderías, así como niñeras informales y empleadas domésticas.

En cuanto al servicio doméstico, para el año 2018 se registró que el 68% de este grupo humano no contaba con ningún nivel de educación o solo ha terminado la instrucción primaria (El Comercio, 2019), por otra parte, el Consejo Nacional para la Igualdad de

Género señala las diferencias existentes entre el servicio doméstico y el servicio de cuidados el cual implica competencias para la atención de la salud para personas adultas mayores y niños que requieren ser cuidados en su hogar o en instituciones creadas para tal fin (Care Ecuador, 2020), por lo que podemos deducir que este grupo humano no representa una potencial competencia debido a que los servicios que ofertan no se comparan con los servicios diferenciados ofertados en el presente proyecto que incluye un equipo humano con preparación técnica y/o académica para el cuidado de niños.

Según el Ministerio de Inclusión Económica y Social, existe en el Ecuador aproximadamente 11.000 centros de desarrollo infantil con alrededor de 3.188 en el sector privado (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2018). Si bien existe una cantidad considerable de centros infantiles, estos tienen ciertas limitaciones de en cuanto a disponibilidad y horario de atención por lo que no representan una fuerza importante frente a los servicios diferenciados en horario y disponibilidad que se ofrece en el presente proyecto.

2.2.5. Rivalidad entre competidores

Existe hoy en día una gran oferta de servicios de cuidado infantil (niñeras) que se promueven principalmente en redes sociales como es el caso de “Cissy's” que ofrece el servicio de niñeras a domicilio (Cissy's, 2019), Niñeras Exprés (Niñeras Exprés Quito, 2019), así como una gran oferta de personas independientes que ofrecen sus servicios de niñeras a través de los portales comerciales de redes sociales; sin embargo, ninguna de estas empresas o emprendimientos, cuentan con una aplicación digital que permita la contratación del servicios desde cualquier dispositivo, así como una plataforma de monitoreo en tiempo real.

Dentro de los potenciales competidores se menciona a “Nannys Home”, que es una empresa de cuidado de niños a domicilio por horas o permanente, que nació en el año 2007 y cuenta con niñeras certificadas que son capacitadas permanentemente (CONQUITO, 2017). Esta empresa cuenta con un portal web informativo donde se publica los perfiles de las niñeras, su especialidad y experiencia, además se muestra los tipos de servicios con los que cuenta su contacto telefónico y de Facebook (Nannys Home, 2020).

Esta empresa cuenta con una amplia experiencia y ha desarrollado un interesante mercado en Quito y Guayaquil; si bien no cuenta con una plataforma digital para la contratación del servicio, el pago, así como un proceso de supervisión y monitoreo en línea, se encuentra muy bien posicionada y reconocida en la ciudad de Quito por lo cual se considera que el poder de la competencia con este tipo de empresas es alto.

Tabla 1. Matriz EFE

FACTORES CRITICOS DE EXITO	PESO	CLASIFICACIÓN	VALOR/PUNTUACION
OPORTUNIDADES			
1 Aumento del uso de redes sociales	15%	3	0,45
2 Necesidades de implementación de transformación digital	8%	2	0,16
3 Innovación y aumento de la productividad	9%	3	0,27
4 Acceso a internet	14%	4	0,56
5 Etapa de vida acelerado	6%	3	0,18
AMENZAS			
1 Seguridad de información	15%	4	0,60
2 Costos productivos	10%	3	0,30
3 Open source	15%	2,8	0,42
4 Legislación relacionada	4%	2	0,08
5 Falta de barreras para nuevos competidores	4%	3	0,12
TOTAL	100%		3,140

Suma de total de ponderaciones Oportunidades: 1,62

Suma de total de ponderaciones Amenazas: 1,52

Fuente: Elaboración propia

2.3. Conclusiones

2.3.1. Macroentorno

Podemos concluir que este proyecto aportará al desarrollo económico del país, dado que existe hoy en día existe un alto índice de desempleo y subempleo.

No existe barreras de entrada en cuanto al entorno legal para el desarrollo del proyecto, sin embargo, es importante que los clientes acepten los términos y condiciones del servicio previo a la entrega del servicio, así como una aceptación por parte de las niñeras contratadas del uso de su información e imagen.

El desarrollo del E-commerce en el país ha tenido un despunte interesante en los últimos años, esto facilitará la sociabilización de una plataforma digital para la venta del servicio ofertado en el presente proyecto. De igual manera el creciente uso de redes sociales permitirá tener un potente canal de promoción e información masiva del servicio.

2.3.2. Microentorno

Existe en Quito un interesante grupo humano de posibles proveedores del servicio (niñeras) que tienen conocimientos académicos y/o técnicos que permitirán entregar un servicio de calidad que será percibido por los padres como un servicio diferenciado y exclusivo.

En cuanto a la competencia, se puede determinar que, si bien existe una gran oferta de servicios de nuevos entrantes y productos sustitutos, estos no cuentan con procesos y recursos claves que generen la suficiente confianza en los padres, así como con los diferenciadores que se plantean en este proyecto en cuanto a la calidad y seguridad del servicio propuesto.

3. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS

3.1. Misión

Desarrollar una mejor calidad de vida a las familias quiteñas apoyando de forma confiable y segura con cuidado de sus hijos, logrando conciliar sus actividades laborales, sociales y familiares.

3.2. Visión

Ser para el año el año 2025, un referente de innovación en servicios profesionales de niñeras a domicilio, que atienda las necesidades de tiempo y organización de las familias de Quito, contribuyendo con el desarrollo económico, social, y tecnológico del Ecuador.

3.3. Principios y Valores de la Organización

- Honestidad:
 - Trabajar ética, respetuosa y transparentemente con los clientes, sus hijos y los empleados.
 - Crear confianza con los clientes y sus hijos a través de todos los procesos y actividades del servicio.
 - Respeto por la vida e integridad de los seres humanos.
- Pasión:
 - Mirar siempre hacia el futuro.
 - Amar lo que hacemos.
 - Esforzarnos por llegar más lejos.
 - Mantener siempre una actitud de servicio.
- Excelencia:
 - Ser un referente de calidad en nuestro mercado.
 - Puntualidad y respeto al tiempo de los demás.
- Innovación:
 - Trabajo permanente en la mejora de los servicios en función de las necesidades de los clientes y sus hijos.
 - Reacción rápida para crear de nuevos servicios en función de las condiciones y cambios del entorno

Tabla 2. Diagrama Canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos con empresas aseguradoras • Acuerdos con empresas de transporte • Acuerdos con universidades e instituciones de educación relacionadas a la salud y/o cuidados infantiles • Instituciones financieras 	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento de niñeras y supervisores • Gestión y administración de plataforma web y aplicación móvil • Campañas de marketing • Gestionar y publicar recomendaciones y calificaciones del servicio • Elaboración de contratos de aceptación de servicio por parte de los padres 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer a los padres seguridad, confianza y tiempo de calidad con su familia, dentro y fuera del hogar y en cualquier horario mientras cuenta con un servicio único y preferencia en el cuidado de sus hijos, a través de personal calificado una plataforma de monitoreo en tiempo real 	<ul style="list-style-type: none"> • Premociones a través de redes sociales • información Blogs sobre temas infantiles y familiares en el sitio web y redes sociales • planes de fidelización Inbound marketing • Testimonios y recomendaciones a través de las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Jefes de hogar (hombres y mujeres) de 25 a 45 años de clase media-alta con hijos de 4 a 12 años que viven con ellos • Que viven en el sector norte de Quito • Responsables de la economía familiar • Personas digitales y familiarizadas con el uso de aplicaciones digitales y redes sociales
Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Niñeras con perfiles calificados • Plataforma de monitoreo • Plataforma de pago electrónico • Aplicación móvil y web – plataforma de nube • Personal de supervisión • Transporte para servicios en horario nocturno 			Canales <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación móvil • Página web • Plataforma de monitoreo remoto • Redes sociales 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos: personal administrativo • Costos variables: costos de la niñera por hora • Costos de infraestructura física y operativa • Costos de mantenimiento plataformas de servicio y monitoreo 		Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Pago del servicio contratado • Promoción de marcas y servicios afines o complementarios 		

Fuente: Elaboración Propia

La Matriz Canvas para el presente proyecto se encuentra detallada en la Tabla 2. La metodología Canvas permite resumir el modelo de negocio proyectado para desarrollar una empresa de cuidados infantiles con monitoreo digital permanente.

3.4. Establecimiento de objetivos y metas

La Tabla 3 muestra a continuación los 4 objetivos estratégicos definidos para el presente proyecto se han determinado en función del giro de negocio de niñeras a domicilio en el país, con sus respectivas metas, estrategias, líneas de acción y el entorno analizado.

Para conseguir que el negocio planteado se encamine y se pueda alcanzar la meta de clientes, es clave el desarrollo de los siguientes objetivos:

Tabla 3. Objetivos, metas, estrategias y líneas de acción para el establecimiento de una empresa de cuidado infantil con monitoreo digital permanente.

Objetivos	Metas	Estrategias	Líneas de acción
- Lograr la confianza adecuada por parte de los padres	- Garantizar la seguridad del servicio con una línea de supervisión física y digital - Conseguir un 80% de recomendaciones de los padres que ya han usado el servicio	- Incluir en el servicio un seguro de responsabilidad civil y accidentes. - Encuestas para cuantificar la satisfacción del cliente en el servicio - Agendamiento de citas personales con los padres en las oficinas de la empresa.	- Niñeras - Supervisores
-Contar con niñeras (proveedores) con conocimientos académicos y/o técnicos en el cuidado, desarrollo, salud y manejo de niños	- Contar con al menos 40 perfiles adecuados en un lapso de 6 meses, de los cuales al menos el 50% tenga formación académica	- Realizar capacitaciones trimestrales con el equipo de niñeras seleccionadas - Informar la oferta laboral en universidades e institutos	- Niñeras - Recursos Humanos
-Posicionarse a corto plazo en el mercado de niñeras a domicilio en Quito para el año 2021	- Realizar 4 campañas de marketing online en el primer año a través de Facebook e Instagram, - Manejo de Campañas de Inbound Marketing - Auspicios de empresas de vestuario y accesorios de niños en Quito	- Contratar una empresa de marketing digital que desarrolle la marca y la posicione en el mercado. - Revisión de indicadores y resultados obtenidos con la empresa de marketing contratada.	- Empresa de marketing digital - Marcas locales de vestimenta y accesorios de niños

Tabla 2(Cont.)

<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar el E-commerce en Ecuador a través de una plataforma digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Informar sobre los beneficios de seguridad y facilidad de uso de la plataforma digital tanto en la página web como en la aplicación móvil. -Conseguir al menos un 70% de suscripciones de las visitas realizadas en la página web y la Fanpage de Facebook -Conseguir al menos un 50% de recomendaciones en la Fanpage de Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega de un 10% de descuento con el registro en la plataforma - Generar campañas con contenido de calidad e interés para los padres - Generar campañas con contenido visual sobre como acceder en la plataforma a los servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Base de datos de Clientes - Empresas que ofrecen pago electrónico en Ecuador - Empresas ecuatorianas de desarrollo de software
--	--	---	--

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1. Identificar el problema

En el entorno actual, el cuidado de los hijos en los hogares ecuatorianos es atendido principalmente por mujeres. Según el estudio Familia en Cifras-Ecuador del año 2016, la atención de los niños menores de 5 años es atendido en un 77% por la madre (Matute & Jarrín , 2016); sin embargo, se ha registrado en los últimos años, un incremento de la participación femenina dentro de la PEA (Población Económicamente Activa), registrándose en el año 2019 un 30,6% de mujeres que cuentan con empleo adecuado. (INEC, 2019).

De igual manera se registró que para el año 2020 en la provincia de Pichincha existiría un promedio de 2 hijos por hogar (INEC, 2019) y, considerando que la mujer cada vez disminuye su tiempo para la atención del hogar debido a su desarrollo social, laboral y profesional, se plantea el presente proyecto, que identifica la necesidad de los hogares quiteños de tener un servicio de niñeras a domicilio seguro y confiable que pueda ser contratado de forma sencilla y oportuna a través de una plataforma digital, por tal razón, el presente estudio de mercados busca identificar la aceptación de este servicio personalizado y especializado en Quito, identificando además, la demanda potencial, principales factores psicográficos de los padres de familia, el análisis de oportunidades de mejora del servicio e identificar las posibles amenazas.

4.1.1. Problema de investigación

El problema de investigación es determinar cuáles son los factores principales para los padres en cuanto a la aceptación de un servicio de niñeras a domicilio en Quito, contratado a través de una plataforma digital; además el identificar cuáles serían las características que este tipo de servicios debe tener en cuanto al equipo humano, herramientas que brinden seguridad a los niños y sus padres, los medios de comunicación adecuados, el espacio físico requerido, los precio y medios de pago que permitirán la acogida del servicio planteado en el presente proyecto.

4.2. Fuentes de información

4.2.1. Fuentes primarias

Las fuentes primarias hacen referencia a los resultados “obtenidos de forma directa de un suceso o una experiencia, para conocer ciertos datos que permita determinar si existe interés”. (Salkind, 2013). La información de fuentes primarias para el presente proyecto fue obtenida a través de una investigación cualitativa (*focus group*), así como cuantitativa (encuestas dirigidas al segmento de mercado objetivo). Este apartado se encuentra en los puntos 4.3.1 y 4.3.2 del presente capítulo.

4.2.2. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que han procesado información de una fuente primaria, pudiendo ser una interpretación de un análisis, así como la selección y reorganización de la fuente de información primaria (Hernández Sampieri , Fernández Collado, & Baptista Lucio , 1991). En este proyecto se han establecido 15 preguntas claves cuyas respuestas permitieron responder a las inquietudes más importantes.

1. ¿Cuál es la cantidad de hogares potenciales con hijos a los cuales se podría ofertar este servicio en Quito?

Según el estudio de proyecciones poblacionales realizado por el INEC en el año 2019, para el año 2020. en la provincia de Pichincha se contaría con un promedio de 2 hijos por hogar (INEC, 2019) , adicional, 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 con hijos entre 0 a 11 años a los cuales se podría ofertar el servicio (INEC, 2013).

2. ¿Cuál es el promedio de hijos que tienen los hogares con hijos en Quito?

No existen datos exactos para la ciudad de Quito por lo que se tomará en referencia los datos a nivel Pichincha que registra un número de hijos promedio de 2 por hogar. (INEC, 2019).

3. ¿Quién cuida a los niños cuando sus padres no pueden hacerlo?

En un 76.62%, el cuidado de menores de 5 años es realizado por la madre, en el 12.87% por abuelos y tíos, 7.34% por otras personas y finalmente en 3.18 % por el padre o algún otro miembro del hogar. (Matute & Jarrín , 2016).

4. ¿Cuál es la situación económica del promedio de hogares con hijos en Quito?

La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011- 2012 realizada por el INEC, con una muestra de 2136 viviendas en Quito, reveló que el ingreso promedio en un hogar ecuatoriano es de 893 USD, con un SBU (Salario Básico Unificado) de 264 USD. La proyección a la realidad actual indica un ingreso promedio en los hogares de Quito con hijos de 1353 USD con un SBU de 400 USD (INEC, 2012).

5. ¿Cuánto es el uso de aplicaciones móviles en el Ecuador?

El uso de aplicaciones móviles en Ecuador va de la mano con el incremento de teléfonos inteligentes que, conforme lo indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019), en el año 2019, se reportó un 71% de usuarios en un rango de edad de 25 a 65 años que ya contaban con teléfonos inteligentes

El Internet móvil también ha tenido un crecimiento importante desde el año 2010 al 2017 con un incremento del 2.4% a 48.76% de personas que tienen acceso al Internet móvil, es decir 4,9 millones de suscriptores. Para el año 2017 se registraron 8,1 millones de cuentas de internet móvil y el 46,4% de los usuarios del servicio de internet móvil ya contaban con dispositivos inteligentes (ARCOTEL, 2017).

6. ¿Existe algún marco legal con respecto a la seguridad de los niños que se debe considerar para la realización de este proyecto y el servicio propuesto?

Legalmente, todo servicio cuyos usuarios son los niños, debe contemplar su seguridad e integridad conforme lo indica el Código de la Niñez y Adolescencia en el Capítulo 4 acerca de los derechos de protección Art. 50-53 donde se hace referencia al respecto de la plenitud física, personal, afectiva, emocional, psicológica y sexual de los niños y adolescentes, así como la prohibición del uso de su imagen (Congreso Nacional, 2003).

7. ¿Existe en los hogares de Quito la suficiente penetración a internet y demás medios digitales con el cual se pueda acceder a este servicio?

Durante los años 2010-2015, en Ecuador el uso de medios tecnológicos en los hogares tuvo un importante crecimiento, especialmente el uso de telefonía celular. Para el 2015, el 92.4% de los hogares ya contaban con al menos un teléfono celular, es decir, 43% más de lo registrado en el 2010.

En el año 2018 se evidenció un importante crecimiento del uso de Internet en los hogares ecuatorianos, sobre todo en el sector urbano, alcanzando en este mismo año un 46,6% de hogares con Internet (INEC, 2018), lo que implica que un gran porcentaje de hogares podrán tener acceso al servicio objeto del presente plan de negocios.

8. ¿Qué condiciones debe cumplir el recurso humano que entregará el servicio?

Las personas delegadas al cuidado de niños deben cumplir con ciertas condiciones, teniendo en cuenta que no solo están interactuando con los niños sino también con los padres que a su vez las observarán cuidadosamente para poder tener un entendimiento de cómo cuidan y tratan a sus hijos, qué actividades realizan para entretenerlos, así como también su habilidad para poder llegar a los niños, llamar su atención y divertirlos.

El personal que esté cargo de los niños deberá tener buen estado físico, agilidad y energía para poder llevar el ritmo de los niños, además de tener paciencia, vocación, conocimientos de psicología y pedagogía, buena salud, relaciones humanas, creatividad, ética profesional, valores culturales y profesionales, buena presencia, entre otros (Pacheco, 2014).

9. ¿Cuántos niños existen en Quito para poder generar la demanda de usuarios del servicio ofertado?

Para el año 2020, según las proyecciones estadísticas poblacionales indicadas por el INEC, la población estimada de niños entre 0 a 11 años en Quito se estimó en un 15,59% de los 2'781.641 de habitantes es decir alrededor de 433.657 niños que podrían ser usuarios de servicio del servicio ofertado en el presente proyecto (INEC, 2013).

10. ¿Cuál es el potencial segmento económico qué podría pagar por este servicio?

Dadas las características de personalización y diferenciación del servicio ofertado en el presente proyecto, se considera como clientes con capacidad económica para contratarlo a aquellos que se encuentran en los segmentos A, B y C+ de la pirámide de Nivel socio económico resultado del Censo de Población y Vivienda 2011 que se basa en 6 áreas: economía, vivienda, educación, tecnología, bienes y hábitos de consumo (INEC, 2011). Estos tres segmentos corresponden al 35,9% de la población ecuatoriana; y, considerando los hogares con hijos en la ciudad de Quito, se identifica un estimado de 77.841 familias con hijos con capacidad de pago de este servicio.

11. ¿Qué tan difundido es el uso de redes sociales en el Ecuador y cuál es la más efectiva para publicitar y promocionar este servicio y a cuántos clientes potenciales podría comunicar?

Para el año 2020 en el Ecuador se registraron alrededor de 12 Millones de usuarios que disponen de cuentas activas de redes sociales (DataReportal , 2020), de los cuales el 40% accede a dichas redes desde su teléfono inteligente, siendo Facebook (55.4%) WhatsApp (52%) e Instagram (18,2%), las más utilizadas en el medio; por lo tanto, serían las redes sociales consideradas para publicitar y promocionar el servicio ofertado en este proyecto.

Con respecto a la cantidad de posibles clientes potenciales a los cuales se podría comunicar, se considera al segmento meta de 77.841 familias con hijos que podrían pagar por el servicio donde tanto el padre como la madre cuentan con al menos una red social, es decir se podría llegar a un estimado de 155.682 personas.

12. ¿Generaría mayor confianza a los padres y responsables de los niños que el servicio incluya una cámara web que los monitoree durante su ausencia?

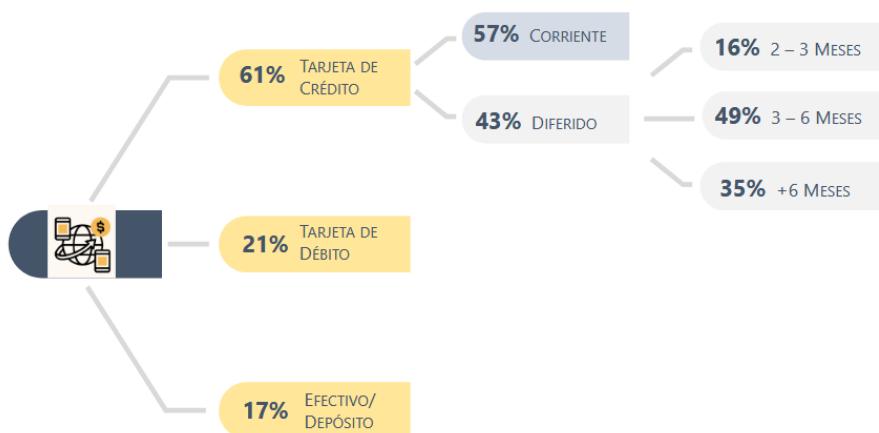
Existe hoy en día una serie de centros de cuidado infantil (guarderías) y educación que ya cuentan con sistemas de monitoreo online; por ejemplo, en España la instalación de sistemas de video vigilancia en centros educativos se ha vuelto un gran valor para los padres, ofreciendo una alternativa segura , económica, legal y efectiva de estar en contacto con sus hijos, entregándoles cercanía y tranquilidad así como poder ver si tiene un buen trato, brindándoles tranquilidad y satisfacción del servicio. (Hacer Familia, 2020).

13. ¿Cuál es la población en Quito que usa pagos online y cuál es la forma de pago de preferencia para realizar estas transacciones?

No existe información puntual en la ciudad de Quito por lo que se considerará información a nivel nacional. En el año 2019 se registró en el Ecuador \$24M en transacciones de e-commerce web y \$1.648M de transacciones en dispositivos móviles, siendo los portales internacionales lo más beneficiados en cantidad de transacciones, \$21.77M en portales internacionales vs \$2.61M en portales nacionales, por lo tanto, se identifica que los ecuatorianos ya efectúan en gran medida sus compras en portales de e-commerce sobre todo extranjeros (Universidad Espíritu Santo, 2019).

La figura 2 muestra las tendencias de preferencia de pago en e-commerce para el año 2020 en el Ecuador, con lo cual se determina que las opciones de pago del servicio en la plataforma digital que se realizarán con tarjetas de crédito (corriente) y débito.

Figura 2. Preferencias de Pago Durante la compra



Fuente: (Universidad Espíritu Santo, 2019)

14. ¿Qué sectores de Quito tendrían mayor demanda de este servicio en cuanto a su nivel económico?

Se ha identificado como posibles clientes del servicio a familias que tengan ingresos medios y altos del Distrito Metropolitano de Quito; en tal virtud, las parroquias urbanas y algunas parroquias en proceso de consolidación tienen menos del 24%, de familias

pobres, lo cual muestra una importante diferencia económica entre las áreas rurales y las urbanas, y en cierta medida evidencia una mejor atención en infraestructura y servicios básicos que en las áreas rurales, por lo cual, frente al aspecto económico, las zonas Eugenio Espejo, Eloy Alfaro y Manuela Sáenz, serían los principales sectores de Quito que podrían estar en condiciones económicas para contratar este servicio (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2012).

15. ¿Se requiere afiliar al IESS a las personas que entregarán este servicio (niñeras)?

Las personas que entregarán el servicio (niñeras), para el presente plan de negocios, no requieren estar incluidas en el sistema de afiliación del IESS, pues estarán reclutadas bajo contrato de “Servicios de cuidados infantiles” para lo cual deberán estar registradas bajo el Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE) como personas naturales sin relación de dependencia según los estipulado en el capítulo 4 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2007); además, cabe mencionar que estas personas no son consideradas dentro del segmento de “Trabajo doméstico” según lo indica la OIT (Organización Internacional del Trabajo) bajo el Convenio C189 Art. 1 (International Labour Organization, 2017) que fue adoptado por el Ecuador en octubre de 2013.

4.3. Metodología

4.3.1. Análisis cualitativo en función del problema de la investigación

Para el análisis cualitativo, se realizó un “Focus Group” con un grupo de personas que tienen hijos. Se realizaron 26 preguntas sobre el servicio ofertado en cuanto a Precio, Plaza, Producto, Promoción y Perfil Psicográfico.

El Focus Group fue realizado en Quito y con una duración de alrededor de 55 minutos para lo cual se reunió a un grupo de 12 personas que viven en Quito y que estaban interesadas en conocer sobre servicio planteado en el presente proyecto.

La Tabla 4 especifica información del perfil de los asistentes. El grupo estuvo conformado por un 58,3% de hombres y el 41,7% fueron mujeres. El 50% del grupo tenía

2 hijos, el 41,7% 1 hijo y el 8,3% 3 hijos. La edad promedio estuvo en el rango de 33 a 44 años. El 58,3% del grupo residían en los valles de Quito (Valle de los Chillos, Cumbayá, Pomasqui y Nayón), el 33,3% en el sector Norte y el 8,33% en el sector Sur. En cuanto a sus ingresos mensuales, el 46,67% del grupo tenían ingresos superiores a \$2K, el 8,33% ingresos entre \$1,5K y \$2K, el 33,44% ingresos entre \$1K y \$1,5K y el 16,67% ingresos menores a \$1K.

Tabla 4. Características de los Participantes Focus Group.

Nombre	Genero	Edad	# de hijos	Ingresos	Sector de domicilio
Francisco	Masculino	44	2	Mas de \$2k	Valle de los Chillos
Juan	Masculino	43	2	Más de \$2K	Valle de Nayón
Víctor	Masculino	38	2	Más de \$2K	Valle de los Chillos
Jessica	Femenino	35	1	Más de \$2K	Norte
Eleazar	Masculino	37	1	Entre \$1K y \$1.5K	Norte
Luis	Masculino	40	1	Más de \$2K	Norte
Juan Carlos	Masculino	38	2	Entre 1.5K y \$2K	Valle de los Chillos
Ana	Femenino	37	2	Entre \$1K y \$1.5K	Norte
Gabriela	Femenino	33	1	Menos de \$1K	Sur
Tatiana	Femenino	40	3	Entre \$1K y \$1.5K	Valle de Pomasqui
Pablo	Masculino	39	2	Entre \$1K y \$1.5K	Valle Cumbayá
María	Femenino	42	1	Menos de \$1K	Valle de Pomasqui

Autor: Elaboración Propia

Esta metodología cualitativa permitió identificar los siguientes puntos relevantes:

- En cuanto al cuidado de los niños cuando los padres se encuentran ausentes, la mayoría de los asistentes afirmó que dejan a sus hijos con su “mamá” es decir su abuela materna por lo cual es la figura más confiable para los padres al momento de entregar el cuidado de sus hijos a otras personas.
- Otro punto relevante es la dificultad que tienen los padres para asistir a compromisos o eventos inesperados puesto que no tienen con quien dejar a sus niños. Con respecto a esto Juan opina “casi siempre hemos logrado que mi mamá

los cuide y si esto no es posible al menos en la noche, preferimos no salir”, por otra parte, Gaby expresa “si no es mi hermana mayor o mi mamá quien se queda con mi hija prefiero no salir”, por lo cual se determina la gran importancia de conseguir una persona de mucha confianza que cuide a los niños ante lo cual Ana complementa “deben ser personas de muchísima confianza y realmente no los podría dejar con nadie más que con mis padres”, Tatiana comentó al respecto “son todavía pequeños y uno siente temor que no los vayan a estar cuidando bien”, esto muestra la gran dificultad y preocupación que tiene los padres de conseguir una persona de confianza que cuide a sus hijos sobre todo en momentos que tiene que ausentarse de forma imprevista, opina Víctor “ Yo no tengo esa opción, es extremadamente difícil pues son niños pequeños, existe un riesgo asociado elevadísimo el cual es muy difícil manejar”.

- En cuanto al perfil que debe tener la persona que se queda a cargo del cuidado de sus hijos, el grupo opinó que si se trata de pagar por este servicio, sí es muy importante que la persona seleccionada tenga experiencia y mayores conocimientos en el manejo de niños, sobre este punto Víctor indicó “si voy a pagar, tiene que saber de primeros auxilios, porque trata con niños y es super peligroso” a lo que Juan complementó “mis hijos no son párvulos pero debería ser una persona que sepa manejar la ira” adicional Tatiana refirió un tema muy importante “es imposible que yo deje a mis hijos a cargo de un hombre desconocido, tiene que ser una mujer”, por lo tanto se observar la gran importancia de contar con perfiles específicos y un nivel de conocimiento más elevado que el perfil tradicional de niñeras que hoy en día conocemos, para que el servicio sea aceptado.
- Sobre el punto de condiciones que debe cumplir la persona que cuida a los niños, el grupo refirió que es fundamental y vital que dichas personas cuenten con referencias personales, referencias familiares, récord policial y hasta certificados de salud mental, a lo que Ana complementó “debe ser una referencia de una persona conocida por mí, que ya haya contratado a esta persona” por lo cual se identifica la necesidad de contar con personal que tenga referencias personales y/o profesionales como por ejemplo ser recomendadas por instituciones educativas y guarderías.
- Sobre la opción de tener un servicio monitoreado en línea, el 100% del grupo indicó que sería de mucho valor contar con esta herramienta dentro del servicio,

Tatiana afirmó “Yo tomaría este servicio personalizado, sí y solo sí, esta persona llevara una cámara donde yo pueda ver a cada momento lo que ella está haciendo” y Luis complementó ante esta afirmación “que se pueda conversar en ese momento, en tiempo real sería lo ideal”, por lo tanto es muy claro que la aceptación del servicio dependerá de la confianza que sientan los padres para dejar a sus hijos al cuidado de terceros, y una plataforma de monitoreo en tiempo real es una herramienta muy importante para que el servicio sea contratado.

- En cuanto al uso de redes sociales e Internet, el 100% de grupo indicó que sí cuenta con Internet en sus hogares, así como en sus dispositivos móviles. Se identificó que las redes sociales de mayor uso son WhatsApp y Facebook. En cuanto al uso de aplicaciones móviles, el 100% del grupo indicó que sí hacen uso de dichas aplicaciones siendo las de mayor uso Uber, Uber eats, Cabify y Netflix cuyo uso es a diario como lo indicó Juan “las apps de los bancos casi todos los días, Netflix es a diario, Uber digamos que una vez cada quince días, Uber eats también una vez cada quince días”, esto permite identificar cuales redes sociales se utilizaría para informar acerca del servicio así como determinar el uso elevado de plataformas digitales que ya son parte de las actividades diarias de los padres.
- En cuanto al precio del servicio y su forma de pago, el grupo indicó que pagarían por el servicio en un rango entre \$10 a \$15, sin embargo, esto dependerá de las condiciones del servicio solicitado como lo expuso María “10 dólares es un valor adecuado sin embargo para la noche debería ser más costoso, así como si se trata de cuidar más niños”, Francisco complementó “si el servicio me garantiza que mis hijas estarán bien y a salvo, yo pagaría entre \$10 a \$15 por el servicio”. Además, el 100% del grupo indicó que la mejor alternativa de pago en plataformas digitales es con tarjeta de crédito. Esta información permite determinar un rango de precio adecuado, así como las alternativas de pago electrónico que mayor aceptación tendrían para el servicio.

4.3.1.1 Principales hallazgos

- Los padres prefieren a sus familiares cercanos especialmente a su abuela materna al momento de dejar a sus hijos al cuidado tercera personas.
- Es muy difícil encontrar una persona que cuide a sus hijos de forma imprevista, sobre todo en la noche.

- No confiarían el cuidado de sus hijos a terceras personas desconocidas contratadas por plataformas digitales por desconfianza, sin embargo, se podría evaluar condiciones de seguridad que mitiguen esta desconfianza como por ejemplo personas certificadas, con referencias y recomendaciones personales, estudio psicológico, récord policial etc.,
- Si se tienen convenios con centros de cuidado y/o educación infantil para que recomiendan este servicio, los padres de familia aceptarían fácilmente la propuesta de que estas personas contratadas en una plataforma digital cuiden a sus hijos.
- Es indispensable la inclusión al servicio de un sistema de monitoreo en tiempo real al contratar este servicio a través de plataformas digitales.
- La persona idónea para cuidar a sus hijos debe ser de género femenino.
- Existe mucha familiaridad con el uso de plataformas digitales al comprar productos y servicios, por ejemplo: Uber, Cabify, Netflix, aplicaciones de Bancos, etc.
- Las redes más usadas son Facebook y WhatsApp.
- Un valor entre \$10 a \$15 dólares por hora sería un precio adecuado de pago a una persona que cuida a sus hijos, dependiendo del horario.
- La forma más adecuada de pago para este servicio es con tarjeta de crédito/débito mediante un botón de pagos en una aplicación móvil.

El resto de información resultado del focus group, se encuentra detallado en el Mapa Mental contemplado en el Anexo 2, adicional se incluye en el Anexo 1 el Guion de Focus Group

4.3.2. Análisis cuantitativo en función del problema de investigación.

4.3.2.1 Población o Universo

Para determinar la población, se considera en primero lugar una población de niños entre 0 a 11 años que para el año 2020 se proyectó en 433.657 (INEC, 2013), segundo que en Pichincha para el mismo año se proyectó un promedio de 2 hijos por hogar (INEC, 2019) y, finalmente los segmentos A, B y C+ de la pirámide socioeconómica nacional (INEC, 2011), que indica el porcentaje de la población que podría pagar por este servicio, con lo cual se considera una población de 77.841 hogares con hijos.

4.3.2.2 Muestra

Debido a que la investigación cuantitativa se basó en encuestas, se requirió primero determinar la cantidad mínima de las mismas. Para realizar dicho muestreo se utilizó la herramienta de Feedback Networks (Feedback Networks, 2013) para realizar el cálculo de la muestra no probabilístico y muestreo por conveniencia el cual se basa en la siguiente fórmula.

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + K^2 * p * q}$$

Fuente: (Feedback Networks, 2013)

La herramienta de muestreo de Feedback Networks requiere el ingreso de los siguientes parámetros:

N= 77.841 hogares con hijos en Quito

K= 1,96 (refiere a un nivel de confianza del 95%)

e= nivel de error que se considera para el presente estudio que es del 9%

p y q = 0,5 (proporción que poseen en la población la característica de estudio).

El tamaño mínimo de la muestra obtenida fue de 118 encuestas, sin embargo, se recopilaron 130 encuestas.

4.3.2.3 Elaboración y aplicación de la encuesta presentada

Las encuestas se realizaron a padres de familia, hombres y mujeres residentes en Quito. Dicha encuesta contiene 36 preguntas referidas a: Perfil Psicográfico, Plaza, Producto, Promoción y Precio sobre el servicio propuesto.

El título de la encuesta fue: “Encuesta para estudio de mercados para el servicio de cuidado infantil a través de canales digitales con vigilancia web”, fue realizada en la aplicación Google Forms y difundida mediante varios canales como correo electrónico, WhatsApp y Facebook. La encuesta en formato Google Forms se encuentra en el siguiente enlace:

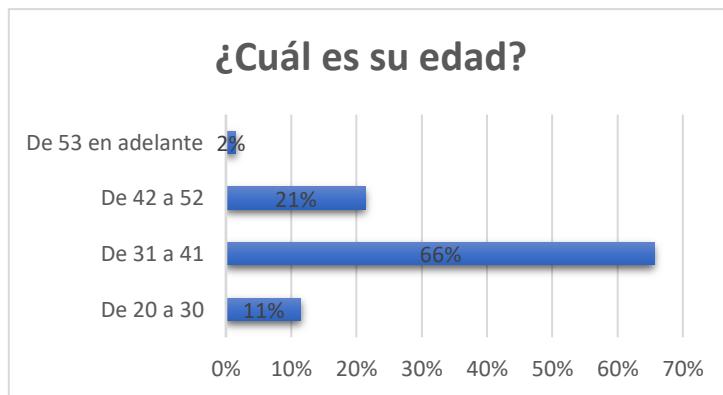
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe6jiWJAz8xsHbGYQ_BB83PKIKpI4lpeBgUuJRyCN-fIgDstA/viewform?usp=sf_link

ANEXO 3. Encuesta.

4.3.2.4 Presentación y Análisis de Resultados

Se presenta a continuación los resultados más relevantes de la encuesta realizada.

Figura 3. Perfil de los clientes

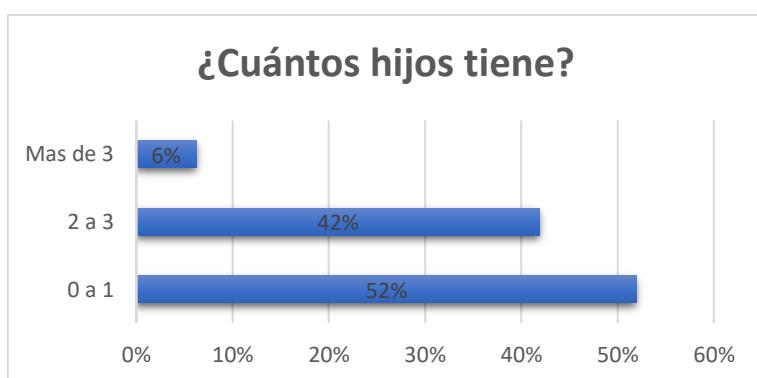


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

En la Figura 3 se puede observar que un 66% de los encuestados tienen un rango de edad entre 31 a 41 años. Esta información permitirá definir el perfil del buyer persona indicado en el Anexo 4.

Figura 4. Cantidad de Hijos



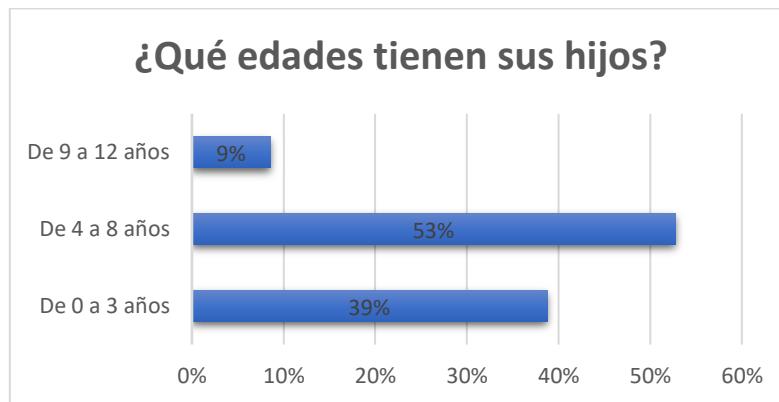
Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según los datos obtenidos como lo muestra la Figura 4, el 52% de los encuestados tiene al menos un hijo y el 42% de 2 a 3 hijos. Esto permite identificar la demanda potencial de usuarios que podrían utilizar el servicio.

Adicional en la Figura 5, se observa que el 53% de los padres encuestados tienen hijos entre 4 y 8 años y un 39% con hijos entre 0 a 3 años, que permite identificar el rango de edades de los niños que deberán ser atendidos y que estaría entre 0 y 8 años.

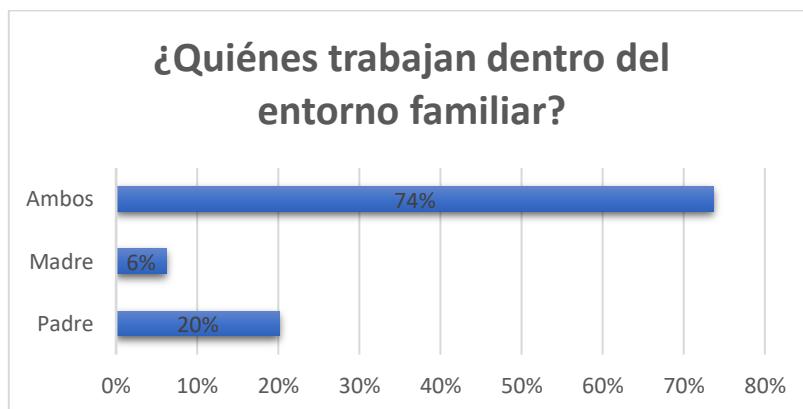
Figura 5. Edad de los hijos



Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Figura 6. Entorno laboral familiar

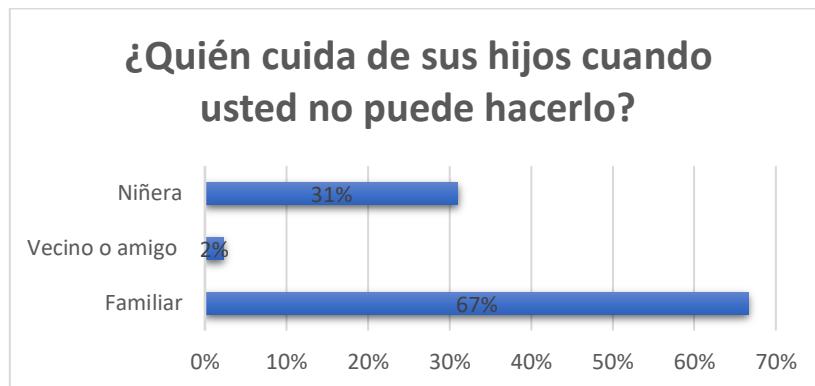


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

En la Figura 6 se observa que un 74% de los hogares de los encuestados, trabajan padre y madre, por lo tanto, es evidente la gran necesidad de los hogares de tener personas o sitios que cuiden a sus hijos mientras ambos trabajan.

Figura 7. Cuidado de los hijos

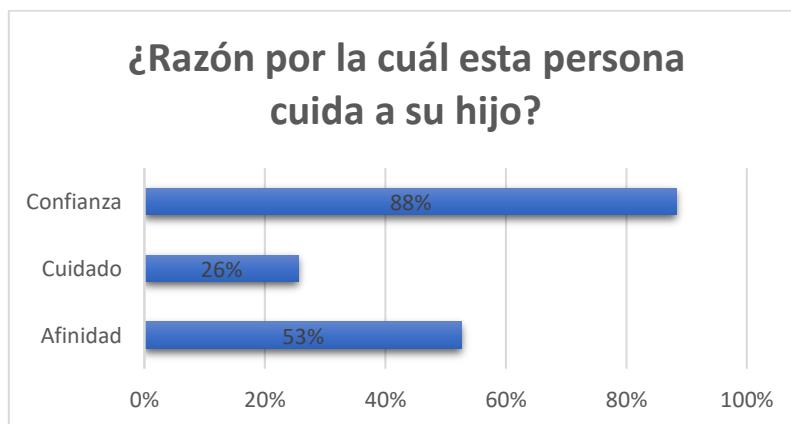


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según se muestra en la Figura 7, un 67% de los encuestados indicó que el cuidado de sus hijos está a cargo de familiares y un 31% a cargo de niñeras. Esta información permite determinar la demanda desatendida de niñeras.

Figura 8. Motivos por los cuales los padres prefieren a un familiar

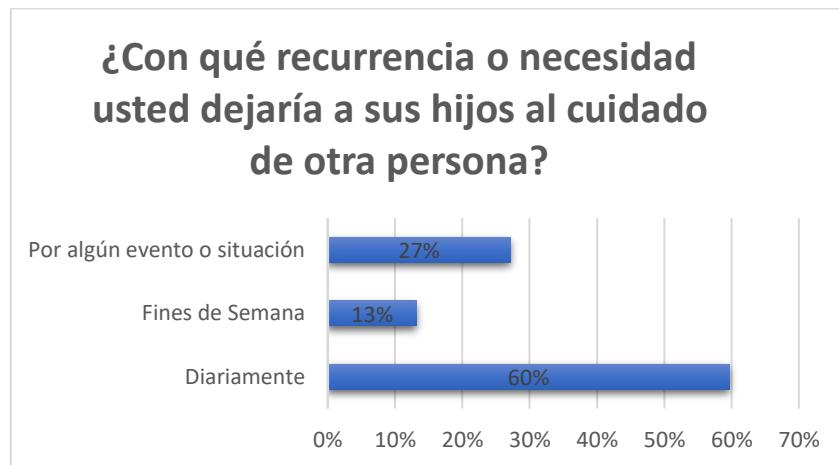


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

La Figura 8 muestra que la razón principal por la que los padres prefieren a un familiar para cuidar a sus hijos es la confianza con un 88% de los encuestados y afinidad con el niño con un 53%. Esta información determina la importancia de contemplar dentro del servicio propuesto, todos los recursos y actividades claves que se requieren para generar en los padres una confianza tan comparable como la que generan sus familiares.

Figura 9. Frecuencia de la necesidad de cuidado de los hijos

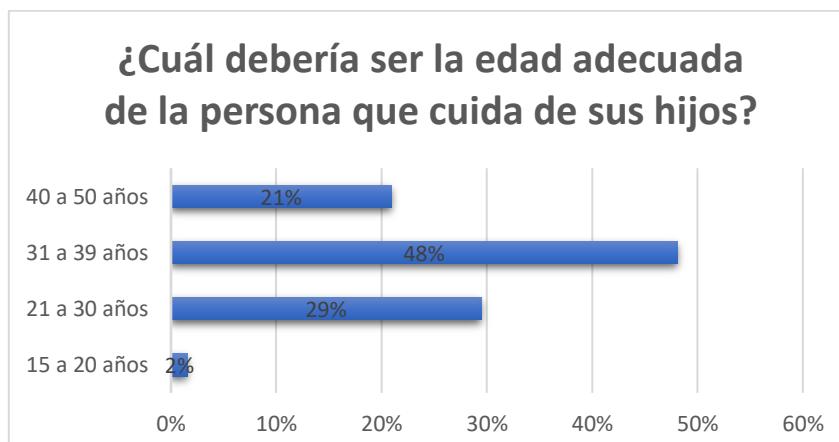


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

En cuanto a la frecuencia con la que los padres requieren dejar a sus hijos al cuidado de terceras personas, la Figura 9 muestra que un 60% de los encuestados tienen una necesidad diaria, el 27% en eventos o situaciones específicas y el 13% tienen una necesidad los fines de semana. Esta información permitirá estimar la frecuencia del servicio, así como la cantidad de hogares que demandarán el servicio.

Figura 10. Edad de la persona que cuidará a los hijos.



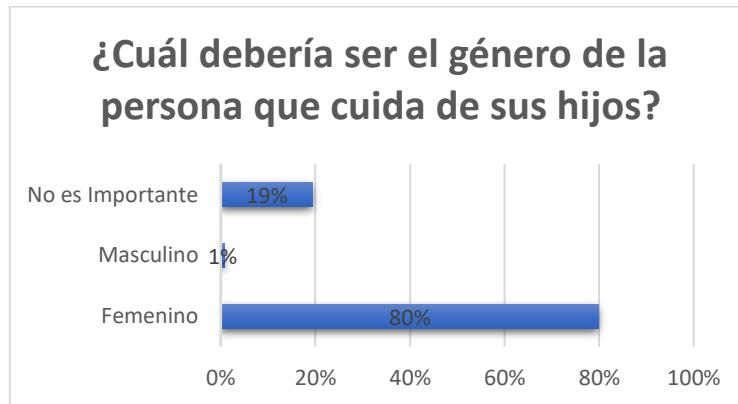
Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según la Figura 10, el 48% de los encuestados indicó que la edad adecuada de la persona que cuide a sus hijos estaría en el rango de 31 a 39 años, sin embargo, un 29% indicó que

podría estar entre 21 a 30 años, esto permite determinar la edad idónea en la que se encontrarán las niñeras contratadas para brindar el servicio que será 21 a 39 años.

Figura 11. Género de la persona que cuidará a los niños.

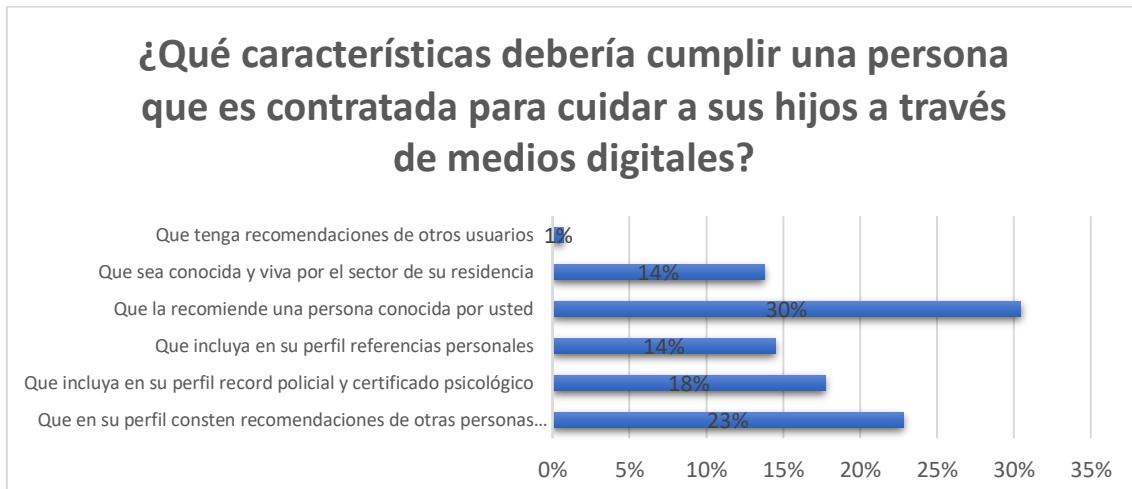


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según la Figura 11, el 80% de los encuestados indicó que el género de la persona que cuide a sus hijos debe ser femenino.

Figura 12. Características de la persona que cuidará a los hijos.

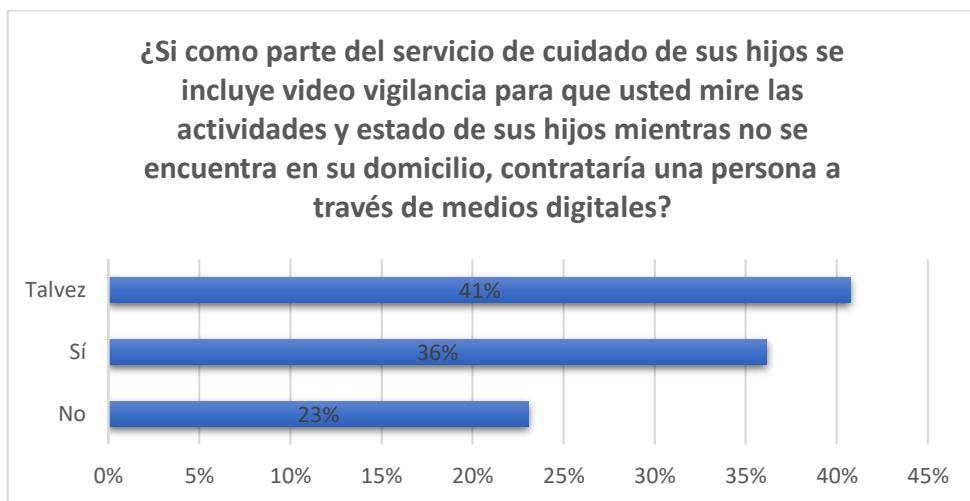


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

En cuanto a las condiciones que debe cumplir la niñera, según la Figura 12, el 30% de los encuestados indicó que las principales características serían la recomendación de una persona conocida y un 23% indicó que en el perfil de la niñera debería constar las recomendaciones de personas que han usado el servicio.

Figura 13. Aceptación del Servicio

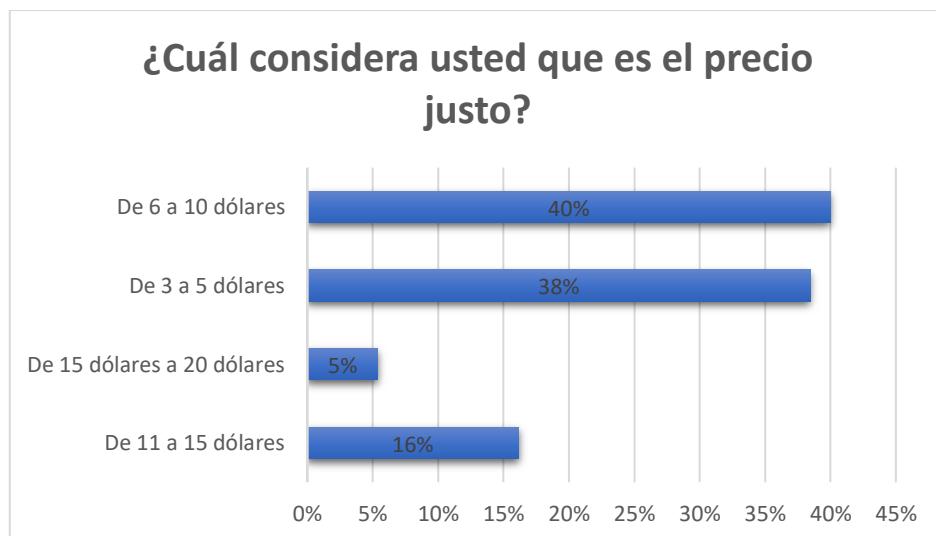


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

La Figura 13 muestra la aceptación de servicio ofertado en el presente proyecto, donde el 36% de los encuestados sí lo contrataría si incluye un sistema de videovigilancia remoto.

Figura 14. Precio del Servicio

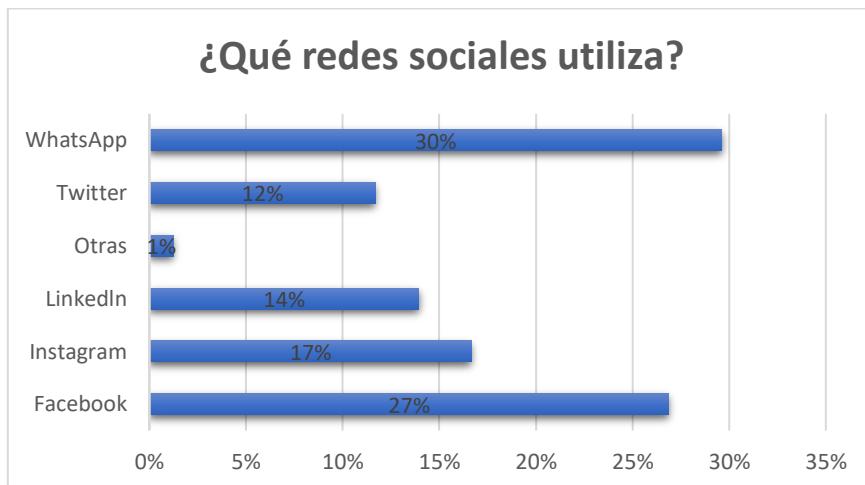


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según lo muestra la Figura 14, el 40% de los encuestados indicó que el precio justo para el servicio ofertado está en el rango de 6 a 10 dólares por cada hora de servicio

Figura 15. Uso de Redes Sociales

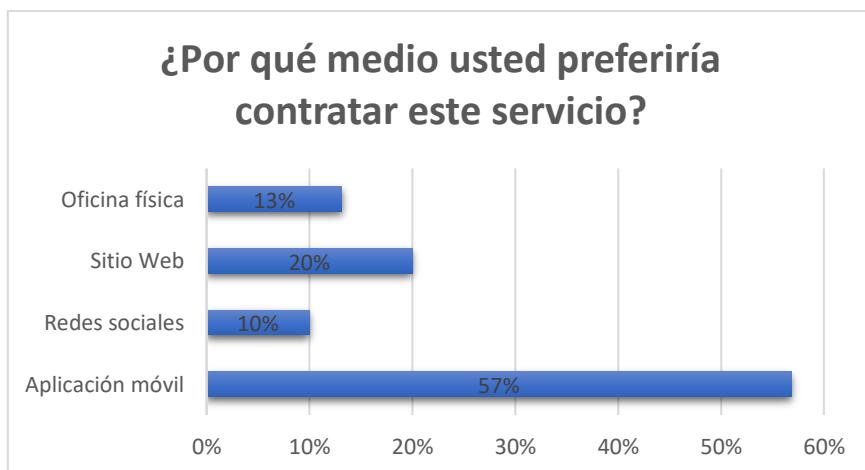


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Según lo indicado en la Figura 15, el 30% de los encuestados utiliza WhatsApp, seguido de Facebook con un 27%. Esto permite identificar las redes sociales idóneas para la comunicación y promoción del servicio.

Figura 16. Canal de distribución del Servicio

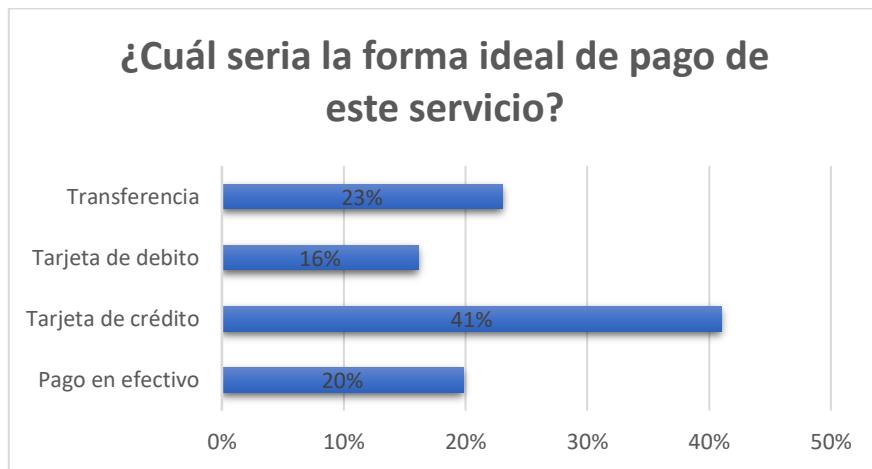


Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

En cuanto al medio para contratar el servicio, según lo indica la Figura 16, el 57% de los encuestados preferiría el uso de una aplicación móvil para su contratación, seguido del 20% por sitio Web. Esto determina sin duda, que el servicio será entregado a través de estas dos plataformas digitales.

Figura 17. Pago del servicio



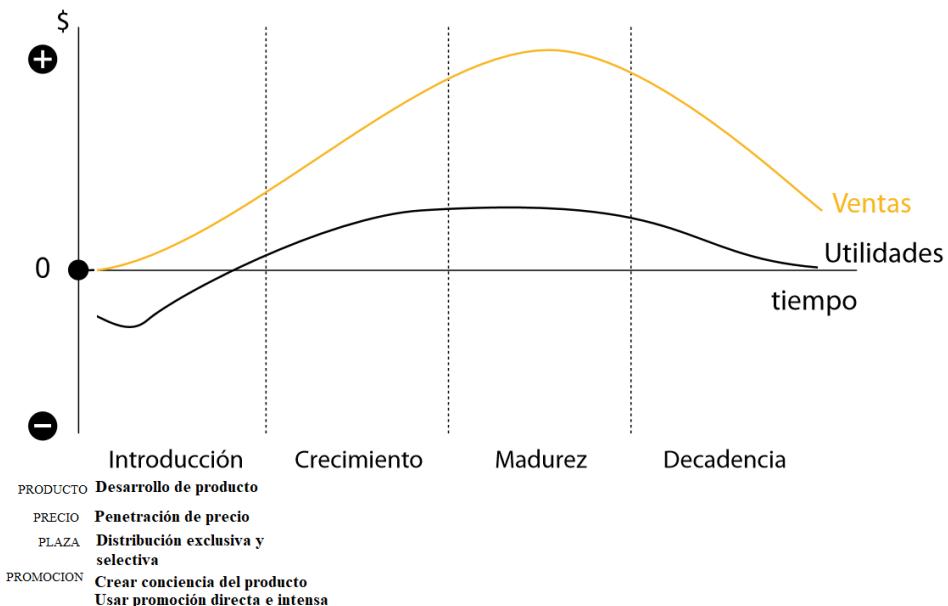
Autor: Elaboración Propia

Fuente: Encuesta

Tal como se muestra en la Figura 17, el 41% de los encuestados indicó que la forma ideal de pago para este servicio es tarjeta de crédito seguido de un 23% que preferirían transferencia. Esto permite identificar como el principal medio de pago para el presente proyecto a la tarjeta de crédito.

4.4. Ciclo de vida del producto o servicio

Figura 18. Maduración de producto según su ciclo de vida



Fuente: (Barrios, 2017)

4.4.1. Ciclo de Introducción

En la etapa de introducción al mercado se desarrollará durante los primeros 6 meses, la cual se basará en el “Desarrollo de producto”, incluyendo una plataforma digital que cuente con monitoreo en línea, videollamada en vivo con la niñera seleccionada y pago electrónico seguro. Con esto se pretende, por una parte, mostrar al mercado un modelo de negocio disruptivo en comparación a los modelos tradicionales de contratación de niñeras a domicilio; y por otra parte mostrar a los padres los beneficios de tiempo comodidad y seguridad que permitirá generar más usuarios interesados.

Además, en esta etapa, también será importante realizar una estrategia de penetración con campañas masivas de publicidad sobre el servicio. En esta etapa es clave la presencia en redes sociales como por ejemplo Facebook e Instagram, con campañas que podrán ser segmentadas a través de los filtros digitales disponibles en dichas redes, direccionando las campañas al perfil del segmento de mercado requerido. También es importante en esta etapa, el manejo de campañas online de branding mediante CPM (Costo por mil impresiones) y posicionamiento orgánico de la página web con una estrategia de SEO (Search Engine Optimization) a través de Google AdWords.

4.4.2. Ciclo de Crecimiento

La estrategia que se establecerá para la fase de crecimiento es de Expansión, mediante lo cual se pretende llegar a barrios periféricos de la ciudad como son los Valles periféricos de Quito, Los Chillos, Tumbaco y Cumbayá, así como otros cantones de Pichincha. Por lo cual se deberá incrementar geográficamente la presencia las redes y canales determinados para entrar fuertemente con promociones y beneficios por suscripción, contrato del primer servicio gratuito, etc.

Además de las campañas informativas es importante complementar contenido de interés para los padres como *webinars* o charlas con expertos en temas de salud de niños, videos con contenido sobre ambiente familiar, temas pedagógicos, alimentación, etc.

4.4.3. Ciclo de Madurez

En la etapa de madurez, la estrategia que se establecerá es mediante posicionamiento de marca, con actividades que relacionen el nivel profesional de las niñeras como por ejemplo incluir servicios de tutoría estudiantil, actividades de desarrollo infantil, asesoría a los padres en temas pedagógicos, etc.

Otra estrategia importante en esta etapa es ampliar los servicios especializados hacia el cuidado de ancianos y personas con capacidades especiales.

4.4.4. Ciclo de Decadencia

La estrategia que se establecerá en la fase de Decadencia es realizar alianzas con otras instituciones de cuidado infantil como guarderías o centros infantiles con los cuales se puedan establecer convenios para ampliar el servicio y campañas de fidelización con los clientes que ya usan el servicio como planes de recompensas por uso del servicio, así como por recomendaciones.

4.5. Estimación de ventas

4.5.1. Estimación de Unidades

Para determinar las unidades a venderse, es importante tomar como referencia el mercado meta de 77.841 hogares con hijos que podrían pagar por este servicio definido en el apartado 4.3.2.1, de los cuales es importante definir cuál es el porcentaje de personas interesadas en el presente servicio. Esta información se obtiene del estudio cuantitativo detallado en el apartado 4.3.2.4 Figura 7 y Figura 13.

Según lo indicado en la Tabla 5, donde se muestra los resultados de la población interesada en el servicio, existe un 36% de interesados en el mismo, que representa el mercado potencial de 28.022 familias que sí contratarían el servicio.

Tabla 5. Resultados de interesados del servicio

RESPUESTA	%
SI	36%
NO	23%
TALVEZ	41%

Fuente: Creación Propia

En cuanto a la demanda desatendida, se observa que al analizar con quien dejan los padres a sus hijos cuando no pueden cuidarlos la encuesta arrojó los siguientes resultados:

Tabla 6. Demanda Insatisfecha

RESPUESTA	%
FAMILIARES	67%
AMIGOS O VECINOS	2%
NIÑERA	31%

Fuente: Creación Propia

De acuerdo a lo expuesto en la Tabla 6, se observa que el 31% de los encuestados ya cuenta con el servicio de una niñera ante lo cual la demanda desatendida suma el restante 69% del mercado objetivo que corresponde a 19.335 familias que no cuentan con el servicio de niñeras.

Tomando como referencia una población meta de 77.841 hogares y considerando llegar al 8% de la demanda desatendida de interesados (36%) se tiene un mercado de: 1.546 familias que contratarían el servicio según se detalla a continuación en la Tabla 7.

Tabla 7. Tabla de Cálculo de la Demanda Insatisfecha interesada en el servicio

Ya tienen el servicio de niñera	24.130,71	31%
Interesados	28.022,76	36%
Demanda Desatendida	19.335,70	69%
% Objetivo de Demanda Insatisfecha	1.546,86	8%

Fuente: Creación Propia

4.5.2. Frecuencia de compra

Tabla 8. Frecuencia de compra del servicio

Frecuencia de Compra	%
Diaría	60%
Semanal	13%
Eventual - anual	27%

Fuente: Creación Propia

Con respecto a la frecuencia de compra, según lo indicado en la Tabla 8 que muestra los resultados de la encuesta indicado en el apartado 4.3.2.4 Figura 9 , se obtuvieron datos de frecuencia diaria, semanal y anual; sin embargo, la frecuencia de compra para el presente proyecto no contempla la demanda diaria ya que esta corresponde a servicios permanentes que requieren muchos hogares y que no hace referencia al modelo de negocio del presente proyecto, que está enfocado en atender los requerimientos emergentes y eventuales de los padres. Por lo tanto, únicamente se considerará la frecuencia de compra semanal y anual.

La Tabla 9 a continuación, muestra una estimación de ventas al año considerando la frecuencia semanal y anual, con lo cual se obtiene 10.874 familias atendidas al año, es decir un estimado de 906 familias al mes.

Tabla 9. Consumo del servicio al año

Frecuencia de Compra	%	Consumo Anual	Número de Familias	Número de atenciones anuales (Familias)
Semanal	13%	52,00	201,09	10.456,75
Eventual - anual	27%	1	417,65	417,65
Total, Consumo				10.874,40

(Familias al año)

Fuente: Creación Propia, considerando el 8% de la demanda insatisfecha interesada en el servicio con 1.546 familias con hijos en Quito.

4.5.3. Precios

Según los resultados de la encuesta y focus group realizados, los encuestados indicaron para el estudio cuantitativo, que el valor adecuado para cubrir este servicio estaba en el rango de 6 a 10 dólares y de \$10 a \$15 en el estudio cualitativo; por lo tanto, se considerará un valor medio de \$12 por cada hora de servicio. Debe señalarse que la estimación de ventas depende de la cantidad de unidades de servicio; ahora bien, considerando que este tipo de servicios difícilmente tendría una duración de 1 hora o menos, se establece que cada unidad de servicio tendrá al menos 2 horas por lo cual cada unidad de servicio o familia atendida tendrá un precio de \$24.

Este precio incluye el costo por hora de la niñera, el costo de la facturación electrónica, el costo del seguro y los costos de la pasarela de pagos electrónica según lo detallado a continuación en la Tabla 10.

Tabla 10. Desglose del precio establecido

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costo por servicio niñera (2h)	\$9,60
Seguro - responsabilidad civil y accidentes a terceros	\$1,73
Emisión de factura electrónica	\$0,10
Comisión Bancaria por Tarjeta de C. Corriente (4,5%)	\$1,08
Costo por transacciones	\$0,37
Costo final del servicio	\$12,88
Precio Final	\$24,00
Margen de Contribución	\$11,12
Utilidad en Función del Costo (%)	46,3%

Fuente: Creación Propia

Nota: se considera los costos del servicio de PlacetoPay que incluyen una comisión por transacción es del 4,5% del PVP sobre transacciones corrientes, el costo de transacción es \$74 por 200 Trxs. y \$0,37 por Trx. adicional. El costo de la factura electrónica es de \$0,1 por cada factura.

El valor por servicio que se cancelará a la niñera es el 40% del PVP del servicio, es decir \$4,80 por hora, que es un valor competitivo en el mercado considerando que, por una parte son estudiantes o egresadas de carreras afines a los cuidados de niños y requieren adquirir experiencia laboral mientras terminan sus carreras y por otra parte que para auxiliares de parvulario e inclusive parvularios con títulos universitarios el salario mínimo en el mercado laboral ecuatoriano está contemplado en alrededor de \$400 por mes, lo que significa un costo estimado por hora de \$2,50. (Tu Salario Org Ecuador, 2020)

El costo del seguro por responsabilidad civil y accidentes está contemplado por unidad de servicio no por horas cuyo costo aproximado es de \$1,73 por cada unidad de servicio, independientemente de la cantidad de horas que este contemple.

La estimación de ventas proyectadas a 5 años se detalla a continuación en la Tabla 11, se considera además un crecimiento estimado anual del 5%.

Tabla 11. Estimación de ventas proyectadas a 5 años

Años	1	2	3	4	5
Unidades de Servicio	10.872	11.415,60	11.986,44	12.585,72	13.215,00
Ventas proyectadas	\$260.928,00	\$273.974,40	\$287.673,12	\$302.056,78	\$317.159,61

Fuente: Creación Propia basada en el precio determinado y en el cálculo del número de atenciones por unidades de servicio (2H)

Nota: Se considera un incremento anual de ventas del 5%, de acuerdo con los objetivos de ventas establecidos

4.5.4. Análisis de competidores

El análisis de la competencia considera los servicios sustitutos de cuidados infantiles en Quito que representan una amenaza directa al presente proyecto como son las guarderías, los servicios de niñeras informales y empleadas domésticas según lo expuesto en la Tabla 12.

Tabla 12. Matriz de perfil competitivo

Factores Clave de Éxito	Proyecto Élite Nannys EC			Guarderías		Niñeras informales y empleadas domésticas	
	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Precio	0,1	1	0,1	2	0,2	4	0,4
Seguridad	0,25	3	0,75	2	0,5	2	0,5
Flexibilidad de horarios	0,1	3	0,3	1	0,1	2	0,2
supervisión y Control	0,2	3	0,6	2	0,4	1	0,2
Personal especializado	0,2	3	0,6	3	0,6	1	0,2
Promoción del servicio	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05
Cámaras de seguridad	0,1	4	0,4	2	0,2	2	0,2
Total	1		2,85		2,05		1,75

Fuente: Creación Propia

Según este análisis, el mayor puntaje lo obtuvo la propuesta del presente proyecto, ya que cuenta con mayores garantías de seguridad, personal especializado y calidad del servicio; adicional no existe aún en el mercado ecuatoriano una empresa cuya propuesta de valor sea

comparable por lo cual se determina que el servicio propuesto en este proyecto tiene una mayor puntuación comparada con la competencia identificada.

4.6. Plan de marketing

El presente Plan de Marketing tiene como objetivo la introducción del servicio de niñeras a domicilio contratado a través de una plataforma digital en Quito, así como posicionarlo como una solución a una problemática familiar de tiempo, comodidad y confianza, generando un crecimiento anual en ventas del 5%.

El presente proyecto contempla el análisis de las 7Ps de Marketing debido que se trata de un servicio donde se incluye los siguientes elementos: personas, elementos tangibles (physical evidence) y procesos (Fernández Marci, 2015)

4.6.1. Mezcla de mercadotecnia

4.6.1.1. Precio

El estudio de mercados realizado, cualitativo y cuantitativo indicó como precios adecuados para el servicio de \$6 a \$10 (cuantitativo) y de \$10 a \$15 (cualitativo). Sin embargo, se definió el precio de venta a los clientes por el servicio de niñeras a domicilio en \$12 por hora. Este precio se establece en función al valor que se requiere que los padres perciban, los cuales buscan un servicio de calidad, basado en la seguridad y confiabilidad.

Como se había indicado en el apartado de Precios 4.4.2, se considera que una unidad de servicio sea de al menos 2 horas por lo cual el precio por unidad de servicios se establece en \$24

Según lo indicado en la Tabla 9, el costo del servicio es de \$12,88 que representa el 53,7% de la venta total por lo tanto existe un 46,3% de utilidad en función del costo con el cual se requiere cubrir los costos fijos de la empresa, la deuda de inversión y cubrir la utilidad neta del proyecto.

En cuanto a los precios del mercado, no se tiene datos exactos de cuánto cuesta una niñera informal sin embargo Expatsian indica que en la ciudad de Quito el precio por este servicio es de \$8 por hora (Expatsian, 2020); sin embargo, este precio no hace referencia

al valor que genera las características de tener una empresa respalde este servicio y les brinde a los padres seguridad, confianza, comodidad, calidad del servicio y herramientas digitales que hacen al servicio propuesto incomparable con el servicio de niñeras informales.,

El detalle de precios se muestra en la Tabla 13. Se observa que estos precios son variables ya que dependerán del horario, cantidad de horas y cantidad de niños.

Tabla 13. Detalles de Precio

Horario	Número de Niños	Precio del servicio	Consideraciones
Diurno	1	\$12 /hora	Precio Establecido
Diurno	2	\$20,4 /hora	70% adicional al Precio Establecido por el segundo niño
Nocturno y Fines de Semana	1	\$15,6/hora	30% adicional al Precio Establecido
Nocturno y Fines de Semana	2	\$26,52/hora	30% adicional al Precio Establecido+70% por segundo niño
Día completo 8 H	1	\$78,00/día	Contribución marginal 46,3%
Día completo 8 H	2	\$132,60/día	Contribución marginal 46,3% +70% por segundo niño

Fuente: Creación Propia

Nota: se considera el margen de contribución marginal mínimo de 46,3% del valor total del servicio contratado.

Esta estrategia permitirá alcanzar al mayor número posible del mercado meta y penetrar de mejor forma en los segmentos económicos medios y medios altos; por consiguiente, conseguir una gran parte del mercado objetivo.

4.6.1.2. Producto

El producto es intangible pues se trata de un servicio que les facilitará a los padres conseguir de forma oportuna y segura una niñera que cuide a sus hijos en su hogar en el horario requerido.

A través de una plataforma digital vía web o de una aplicación, los clientes podrán solicitar en línea los servicios de niñeras a domicilio seleccionando la persona adecuada en función a su perfil y disponibilidad de horario, además podrán realizar entrevistas a las

niñeras si lo requieren a través de videoconferencia o agendando una cita personal en las oficinas de la empresa.

El acceso a la plataforma estará disponible en todos los canales de comunicación disponibles. Para acceder al servicio, los padres o clientes deberán realizar el registro y suscripción sin ningún costo a la plataforma desde la página web o la aplicación móvil.

Las niñeras que entregan el servicio son un equipo humano especializado y calificado que contará con certificación en primeros auxilios, conocimientos académicos y/o técnicos, así como como actitudes y aptitudes necesarias para el manejo y cuidado de niños.

El servicio incluye la asistencia de una línea de supervisión, así como de un sistema de monitoreo remoto en tiempo real al cual tendrán acceso tanto los padres como dichos supervisores, por lo que, cada niñera contará con una cámara web portátil, como herramienta de trabajo, la cual deberá ser instalada y prendida por la niñera desde el instante que inicia el servicio hasta que finaliza

La plataforma ejecutará el cargo respectivo a la tarjeta de crédito (cargo corriente) o débito del cliente para realizar el pago total de horas de servicio a través de la plataforma de pagos Placetopay una vez que la niñera haya confirmado la finalización del servicio, siempre y cuando, el niño ya se encuentre seguro con sus padres o representante legal. El cliente recibirá como constancia del servicio una factura electrónica que será enviada a su correo electrónico, así como una encuesta de satisfacción.

El servicio incluye un seguro que cubre responsabilidad civil y accidentes hasta \$3.00, dicho seguro estará vigente durante el tiempo que dure el servicio.

Horario de atención:

El servicio estará disponible de lunes a viernes, fines de semana y feriados en el siguiente horario.

Diurno: de 7:00 a 18:00

Nocturno: 18:00 a 00:00

Los servicios solicitados para el horario a partir de las 00:00 hasta las 7:00 deberán ser agendadas con por lo menos 8 de anticipación. La plataforma se encontrará operativa las

24 horas por lo que los clientes podrán hacer el requerimiento del servicio a cualquier hora para agendar un servicio.

El servicio de atención al cliente iniciará desde el primer momento que el cliente contacta a la empresa a través cualquiera de los canales disponibles, realiza el contrato del servicio y finaliza.

En cuanto a las garantías del servicio se ofrece lo siguiente:

- La contratación de las niñeras se alinearán a un proceso estricto de selección con el fin de garantizar que se entregue un servicio de calidad, confiable y acorde a las necesidades de cada cliente.
- La línea de supervisión (supervisores) monitoreará durante todo el servicio el estado del niño, así como las actividades de la niñera.
- Se realizará una llamada de calidad por parte del supervisor a los padres para constatar que el servicio fue entregado a plena satisfacción de los mismos.
- Contar con una pasarela de pago reconocida y confiable como es Placetopay (Placetopay, 2020)

La Figura 19 muestra el logo que se ha definido para la empresa, la cual expresa seguridad en el cuidado del ser más preciado de los padres, sus hijos.

Figura 19. Logo de la Empresa



Autor: Elaboración Propia
Fuente: (WIX, 2020)

4.6.1.3. Plaza

La distribución se realizará de forma directa, a través de una aplicación web y/o móvil, que permitirá: seleccionar a la niñera en función a su perfil, disponibilidad y calificación, agendar una entrevista con ellas a través de una videollamada o de forma personal, agendar reservas, monitorear el servicio y realizar el pago de forma electrónica con tarjetas de débito o crédito.

4.6.1.4. Promoción

El Internet será la principal herramienta para realizar la publicidad y promoción del servicio puesto que brinda una mayor efectividad y mayor alcance de llegada hacia el mercado meta a un menor costo, por lo que la promoción y comunicación será digital a través de las siguientes estrategias:

- Publicidad online via Google Ads (CPM).
- Facebook, mediante una Fanpage, será la red social de mayor foco, apoyada e integrada con WhatsApp actuando oportunamente con las personas interesadas en el servicio, entregando toda información requerida como lo muestra la Figura 20.

Figura 20. Fanpage Facebook



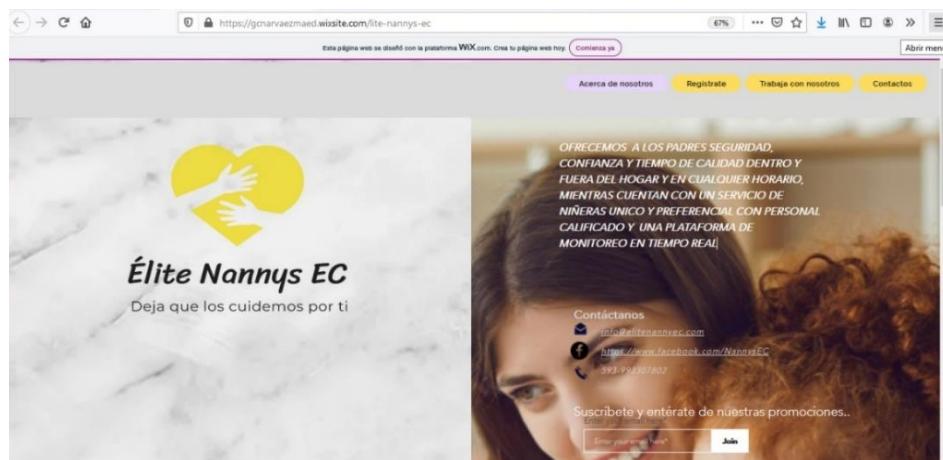
Fuente: (FACEBOOK, 2019)

Autor: Elaboración propia

El estudio cuantitativo (encuestas) indicó que el 27% de los encuestados preferirían información y publicidad del servicio a través de Facebook seguido de WhatsApp con un 30%, e Instagram que también tiene un alto nivel de uso con un 17% por lo tanto también será parte de las redes sociales que se utilizaría para la promoción del servicio

- Otro canal muy importante es la página web, la cual será diseñada con una imagen corporativa atractiva que transmita a los padres la confianza de una empresa seria que respalde el servicio y por lo tanto la integridad y seguridad de sus hijos, Figura 21. Este canal deberá contener toda la información pertinente de la empresa, el alcance del servicio, beneficios, promociones, así como blogs con contenido de interés sobre temas de niños y familia, etc.

Figura 21. Página Web de la empresa



Fuente: (WIX, 2021)

El enlace de una landing será cargado tanto en redes sociales como en la página web, para poder obtener información de los clientes interesados que visitan los canales, con el fin de enviar campañas informativas y promocionales como por ejemplo campañas de mailing.

Se realizará además el posicionamiento orgánico de la página web, mediante herramientas de SEO (Serching Engine Optimization).

Se considerará realizar las siguientes campañas tanto en la página web como en la Fanpage de Facebook e Instagram:

- Información de descuentos en días especiales como por ejemplo día del padre, San Valentín, etc.
- Concursos en línea
- Charlas con expertos en temas de salud y cuidados de niños
- Notas de interés sobre temas relacionados a cuidados de niños en todas sus etapas.

Figura 22. Ejemplo de Post Invitación a usar el servicio - Fanpage Facebook



Fuente: (FACEBOOK, 2019)

Figura 23. Ejemplo de Post promociones Fanpage Facebook



Fuente: (FACEBOOK, 2019)

Figura 24. Ejemplo de Post Informativo diferenciadores del servicio FanPage Facebook



Fuente: (FACEBOOK, 2019)

4.6.1.5. Personas

Para la entrega del servicio se identifica al siguiente personal clave:

- Niñeras
- Supervisores

Las niñeras contratadas para brindar el servicio serán estudiantes de los últimos niveles de carreras de parvulario, pedagogía o afines al cuidado y atención de niños, así como egresadas de dichas carreras y auxiliares de parvulario y enfermería. Este equipo humano será contratado en base a un riguroso proceso de selección que determinará un equipo con aptitudes físicas y psicológicas adecuadas para el cuidado de niños.

Tal como se muestra en la Figura 27, las niñeras portarán un uniforme con el logo corporativo que identifique a la empresa con una imagen de orden, aseo y buena presencia.

Figura 25. Ejemplo de uniforme corporativo para las niñeras



Autor: Elaboración propia

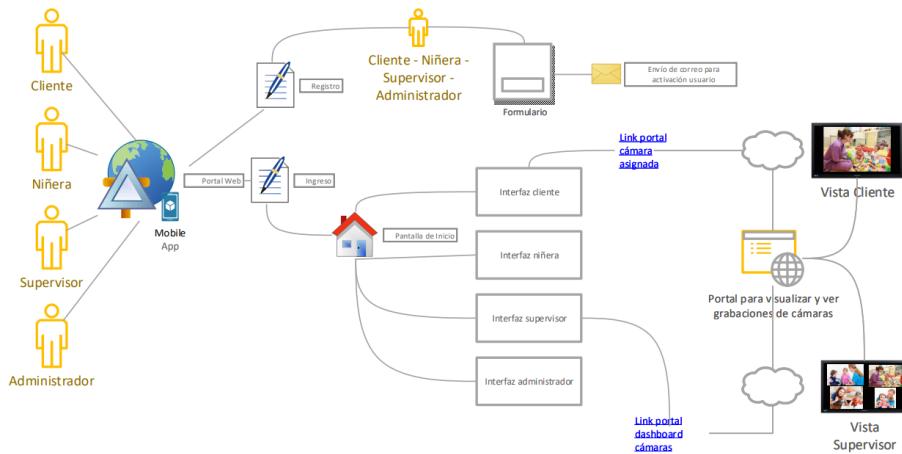
Los supervisores estarán a cargo de garantizar que el servicio se entregue bajo todos los parámetros de contratación solicitados por los padres, adicional monitorearán el servicio

constantemente velando por la seguridad del niño, así como de la niñera. Una vez terminado el servicio, hará una llamada de calidad al cliente para constatar que el servicio fue entregado a plena satisfacción.

4.6.1.6. Evidencia Física (Physical Evidence)

El servicio será contratado a través de una plataforma digital alojada en la nube, a la cual se tendrá acceso desde la página web o la aplicación móvil; contará con el acceso a la pasarela de pagos Placetopay y a un sistema de monitoreo en línea. Esta plataforma contará con 4 interfaces de acceso, para clientes, niñeras, supervisores y para el administrador de la plataforma tal como se muestra en la Figura 26.

Figura 26. Diagrama de la Plataforma Digital



Autor: Elaboración propia

La Aplicación Móvil “Élite Nannys EC” está concebida para ser utilizada en las plataformas más usadas en los dispositivos móviles como son iOS y Android, las versiones compatibles son:

Android:

- Versiones: 4.1 o versiones posteriores.
- Clasificación del contenido: “E” para todos.
- Tienda: Google Play

iOS:

- Versiones: iOS 13.0 o versiones posteriores.

- Compatible con iPhone, iPad
- Clasificación del contenido: 4+.
- Tienda: App Store

Figura 27. Portal Google Play para descarga de la App.



Fuente: Elaboración Propia

Adicional se contará con una oficina en modalidad de coworking en un sector adecuado de Quito en la cual se tendrá la infraestructura física para atender las citas agendadas con los clientes, las entrevistas con las niñeras, actividades internas de Recursos Humanos, entre otras.

En todos los canales de información como Fanpage de Facebook, Instagram y página web, se incluirá la información de la empresa necesaria como su ubicación y teléfonos de contacto.

4.6.1.7. Procesos

Los principales procesos que se realizarán para retención y fidelización de los clientes son los siguientes:

- Solicitud del servicio por parte del cliente a través de la plataforma digital la cual tendrá un tiempo de respuesta de máximo 10 minutos una vez que se completa la contratación del servicio.
- La gestión de atención al cliente será realizada por el administrador de la plataforma el cual atenderá todos los puntos de comunicación de los canales de para que los clientes puedan solventar sus inquietudes. Se incluirá tanto en la

página web como en redes sociales, el enlace de la landing page para que los clientes dejen sus datos de contacto y enviarles información de forma oportuna.

- Llamada de calidad realizada por el supervisor a los clientes cuando haya finalizado el servicio.
- Encuesta de satisfacción al cliente que será enviada al correo del cliente al día siguiente de haber recibido el servicio.

4.6.2. Estrategias Generales de Marketing

A continuación, en la Tabla 14, se detalla el Mix de marketing que permitirá satisfacer las necesidades del mercado meta planteado para el presente proyecto.

Tabla 14. Estrategias generales de Marketing

MIX DE MARKETING	
Producto	Precio
<ul style="list-style-type: none"> - Atención a domicilio con personal calificado en cuidado, salud y desarrollo infantil. -Programa de capacitación a las niñeras 	<ul style="list-style-type: none"> - Precio basado en percepción de calidad. Mayor precio por más beneficios (que con guarderías tradicionales o niñeras informales) \$ 12 en horario vespertino \$15,60 en horario nocturno
<ul style="list-style-type: none"> - Acceso remoto ilimitado al sistema de monitoreo online - Seguro de accidentes y responsabilidad social durante el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> -30% de descuento por hora en el servicio por el segundo niño. - Descuentos en paquetes por horas y jornada completa.
<ul style="list-style-type: none"> - Horarios flexibles - Entrevistas con niñeras previo al contrato del servicio - Agendamientos del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicitar combos y promociones con servicios asociados en redes sociales, página web y aplicación móvil.
Promoción	Plaza
<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar promoción digital online usando SEO y CPM. Facebook e Instagram Campañas de bienvenida Promoción por referencias Por uso extendido del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Distribución directa del servicio en el norte de la ciudad de Quito.

<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar campañas informativas mediante infografías, webinars, vídeos con personal especializado, etc. -Campañas de Mailing mediante información recopilada en la landign Page 	<ul style="list-style-type: none"> - Llegar al <i>Buyer</i> persona definido a través de la aplicación móvil (App), de la web así como de redes sociales
<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con marcas de comida y ropa infantil para promocionar el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Agendamiento de entrevistas con niñeras en oficinas de coworking.
Personas	Evidencia Física
<ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes de últimos niveles y egresadas de carreras de parvulario, pedagogía o afines al cuidado y atención de niños, auxiliares de parvulario y enfermería. - Certificación en primeros auxilios - Supervisores del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad 24x7 de una plataforma digital para la contratación del servicio - Plataforma digital disponible en la página web como en la aplicación móvil disponible para Android y iOS.
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar campañas informativas acerca del perfil de las niñeras - Recomendaciones y reconocimientos a las empleadas mejor calificadas en redes sociales y la plataforma digital en la App como en la página web. -Alianzas con empresas de cuidados y educación infantil para que recomiendan al personal. 	<ul style="list-style-type: none"> -Campañas informativas en redes sociales sobre la existencia y usabilidad de la plataforma digital. -Acceso directo a la plataforma digital desde redes sociales - Beneficios por suscripciones a la plataforma
<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con universidades y centros de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Plataforma de monitoreo en tiempo real con cámaras IP portátiles de alta calidad. -Pasarela de pago electrónico con tarjetas de débito y crédito.
Procesos	
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente a través de todos los canales habilitados -Validación permanente del servicio por parte de la línea de supervisión - Campañas para seguimiento y recomendaciones en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de satisfacción al cliente en postventa

Fuente: Elaboración propia

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1. Plan de operaciones

5.1.1. Decisiones estratégicas

5.1.1.1 Selección y diseño del bien y/o servicio

El servicio consiste brindar a los padres de familia la facilidad de contratar a través de una plataforma digital, niñeras a domicilio, que cuenten con un perfil adecuado para el cuidado de sus hijos, en la ubicación y en el horario que lo requieran. Los padres podrán conocer a la niñera seleccionada través de una cita personal o por video a fin de generar mayor confianza y empatía antes de contratar el servicio.

El servicio será monitoreado constantemente por un supervisor asignado, así como por los padres, que podrán acceder a la cámara web las veces que requieran desde su usuario en la aplicación web o móvil previa la aprobación electrónica de los términos y condiciones del servicio.

Además, el servicio incluirá un seguro de accidentes y responsabilidad civil que cubrirá eventos inesperados que podrían darse tanto con el niño como con la niñera durante las horas contratadas de servicio.

Una vez finalizado el servicio, el pago se realizará a través de la pasarela de pago Placetopay con tarjetas de crédito o débito, luego de lo cual se enviará al cliente la respectiva factura electrónica por el servicio prestado.

Tabla 15. Descripción del Servicio



Fuente: Creación Propia

Para el desarrollo del servicio se requerirán los siguientes componentes:

Infraestructura Física. Hoy en día la mayoría de actividades de relacionamiento en las empresas se las puede realizar a través de plataformas de colaboración como Teams, Webex, Zoom, correo electrónico entre otras, que permiten a las personas internas y externas de una empresa desarrollar eficientemente sus actividades con el resto de equipos, sin embargo, para generar tranquilidad en los padres es importante contar con un sitio físico que respalde la existencia de la empresa seria y confiable por lo cual se incluirá una oficina de coworking donde se realicen las siguientes actividades:

- Recepción bajo citas de clientes para atender sus requerimientos
- Entrevistas programadas de los padres con las niñeras
- Reuniones Internas con el equipo para capacitación y reuniones de área.

En cuanto a la ubicación de esta oficina, se ha determinado adecuado el sector Centro Norte de Quito.

Plataforma tecnológica. Se incluirán las siguientes herramientas tecnológicas que permitan a los padres desde cualquier sitio o dispositivo, la contratación, información, monitoreo y pago del servicio:

- Página Web
- Aplicación Móvil
- Plataforma de Monitoreo
- Plataforma de Pago electrónico

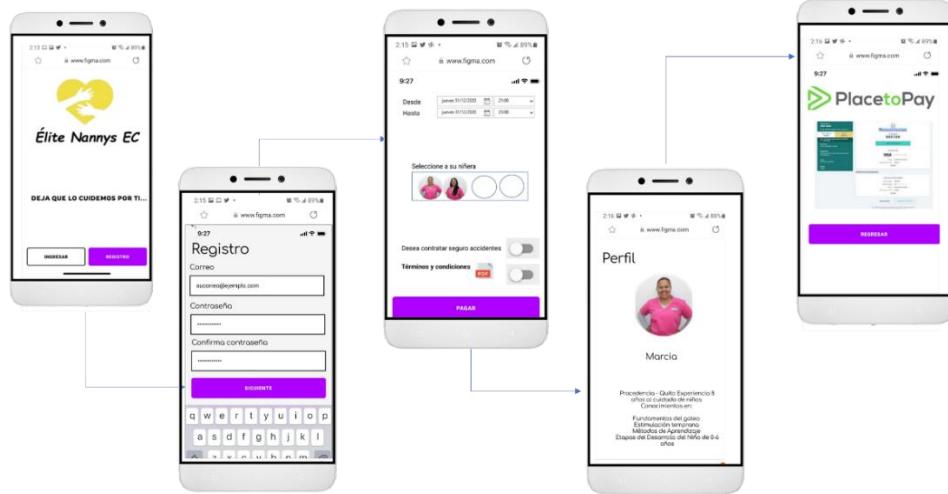
Tanto la página web como la aplicación móvil deben estar alojadas en la nube (Internet) y debe permitir el acceso desde cualquier dispositivo móvil, teléfonos, tabletas, así como desde computadores de escritorio y laptops.

La figura 28 muestra el flujo del prototipo realizado para la aplicación móvil, en el cual se ejecuta el registro del cliente, se visualiza disponibilidad de las niñeras y condiciones del servicio, el perfil de la niñera seleccionada y finalmente el registro para el pago.

Este prototipo puede ser probado mediante el siguiente enlace:

<https://www.figma.com/proto/T1k2c53i4IkkbSjB3vwyFM/Prototipo-Nannys?node-id=0%3A78&scaling=scale-down>

Figura 28. Flujo del servicio en la Aplicación Móvil

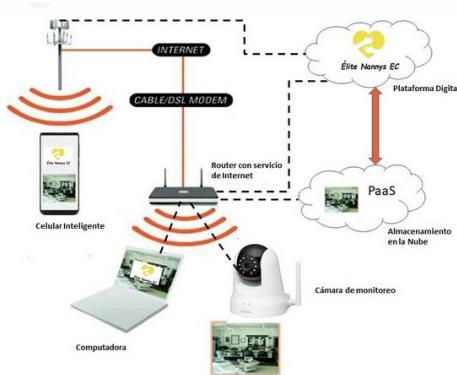


Autor: Creación Propia

Fuente: (FIGMA, 2021)

Tal como lo muestra la Figura 29, el monitoreo en línea se realizará utilizando cámaras web portátiles con características especiales, que cuenten con su propia estructura de nube donde se registrará el video en tiempo real y se almacenará la grabación. Este sistema se integrará a la plataforma digital para que pueda ser accedido desde las interfaces de usuario (padres) y del supervisor, desde cualquier dispositivo móvil o PC de escritorio.

Figura 29. Diagrama de conexión de la plataforma de Monitoreo



Autor: Creación Propia

La pasarela de pagos que se contempla para el presente proyecto es Placetopay (Placetopay, 2020), la cual esta alojada en una nube privada de la entidad a la cual deberá integrarse la plataforma digital del servicio para que el pago se realice una vez que concluya el proceso de delivery. Tal como se muestran en la Figura 30, dicha pasarela se conecta al procesador de pagos para realizar la transferencia a las entidades bancarias respectivas para que a su vez se deposite en la cuenta de la empresa.

Figura 30. Diagrama de operación de la pasarela de pagos en E-commerce



Fuente: (Urbano , 2021)

Servicio. El objetivo del servicio es brindar seguridad y confianza a los padres brindándoles un servicio profesional de niñeras a domicilio para el cuidado de sus hijos contratado través de una plataforma digital

Si bien el servicio es contratado en la plataforma durante un determinado tiempo, la niñera permanecerá en el sitio hasta que los niños se encuentren a buen recaudo con sus padres, el valor por tiempo extra será cargado a la tarjeta de crédito de débito del cliente de forma automática.

El servicio tendrá un horario de atención flexible, podrán contratarlo por horas o paquetes y hasta dos niños por cada niñera.

Personal. Las niñeras serán reclutadas bajo un proceso estricto de selección, puesto que se trata de un negocio cuyo valor es generar confianza en los padres. El perfil de las niñeras contratadas deberá agregar gran parte de dicho valor puesto que el servicio y desarrollo del negocio prácticamente dependerá de su desempeño

Dentro del proceso de reclutamiento es importante conocer el entorno de las niñeras postulantes, realizar visitas domiciliarias para comprobar su lugar de vivienda, conocer a su familia incluso e identificar si no es una persona con un entorno sospechoso o ilícito. También será muy importante el realizar evaluaciones personales, así como psicológicas, e identificar su desempeño estudiantil, profesional, etc.

Además, dentro del personal se contará con un equipo de supervisores que darán seguimiento a todo el proceso del servicio, desde que la niñera es asignada hasta que sale del hogar donde fue contratada y llega a su domicilio.

Calificación por parte de los Clientes. Con la finalidad de evaluar a la niñera que entregó el servicio y en función de un proceso de mejora, se solicitará a los padres la evaluación del servicio. Esta evaluación se realizará en las plataformas disponibles página web o aplicación móvil, donde se podrá calificar el servicio en función de los siguientes parámetros:

- Puntualidad
- Actitud positiva
- Confianza y seguridad

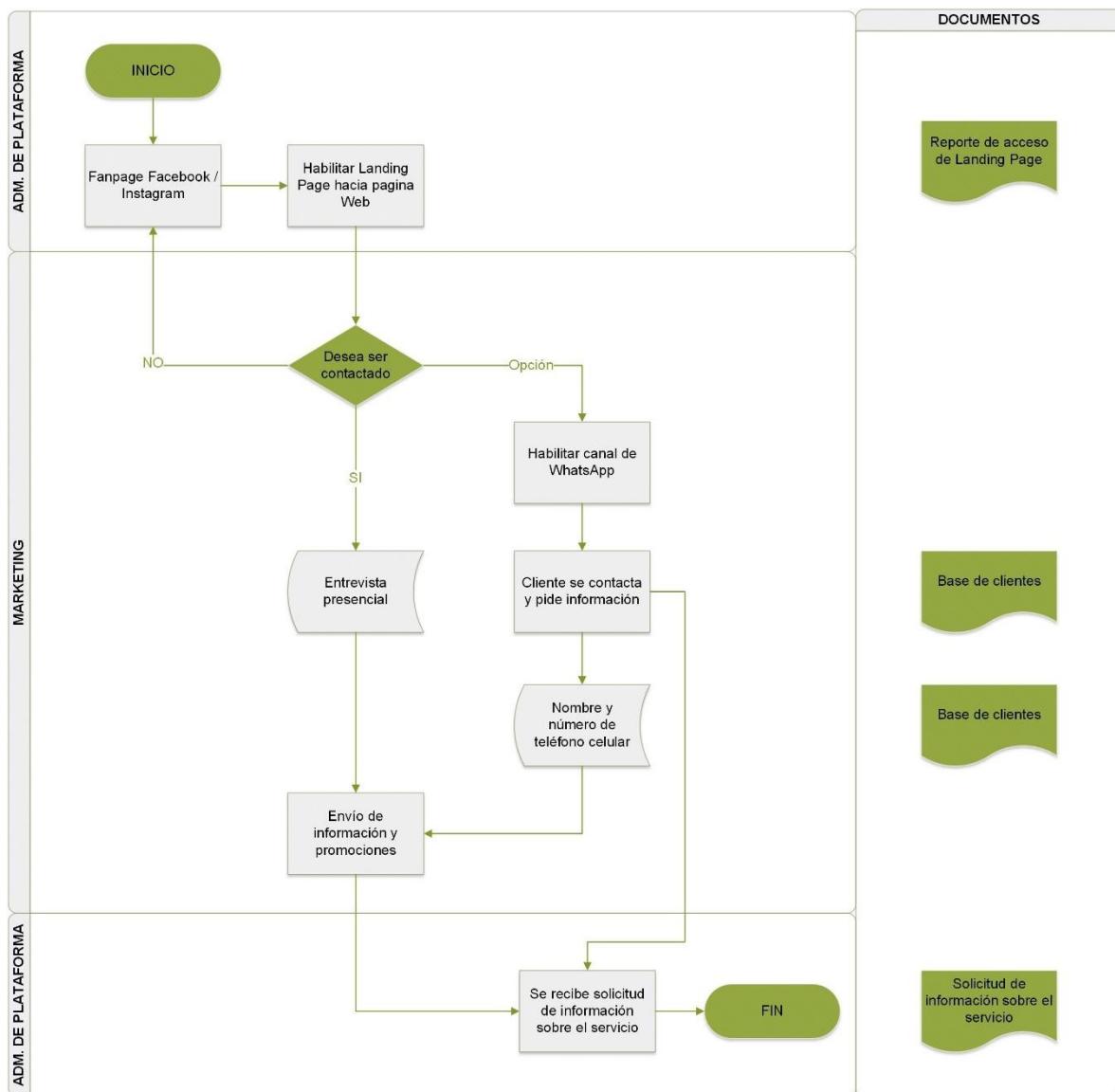
5.1.1.2 Selección y diseño del proceso productivo

Se detalla a continuación los siguientes procesos productivos claves:

- 1 Gestión comercial
- 2 Reclutamiento de niñeras
- 3 Delivery del servicio

Proceso Comercial. - Este proceso tiene como objetivo conseguir clientes que contraten el servicio y hace referencia a todos los pasos y herramientas que se requieren para comercializar el servicio tal como se indica la Figura 31 a continuación.

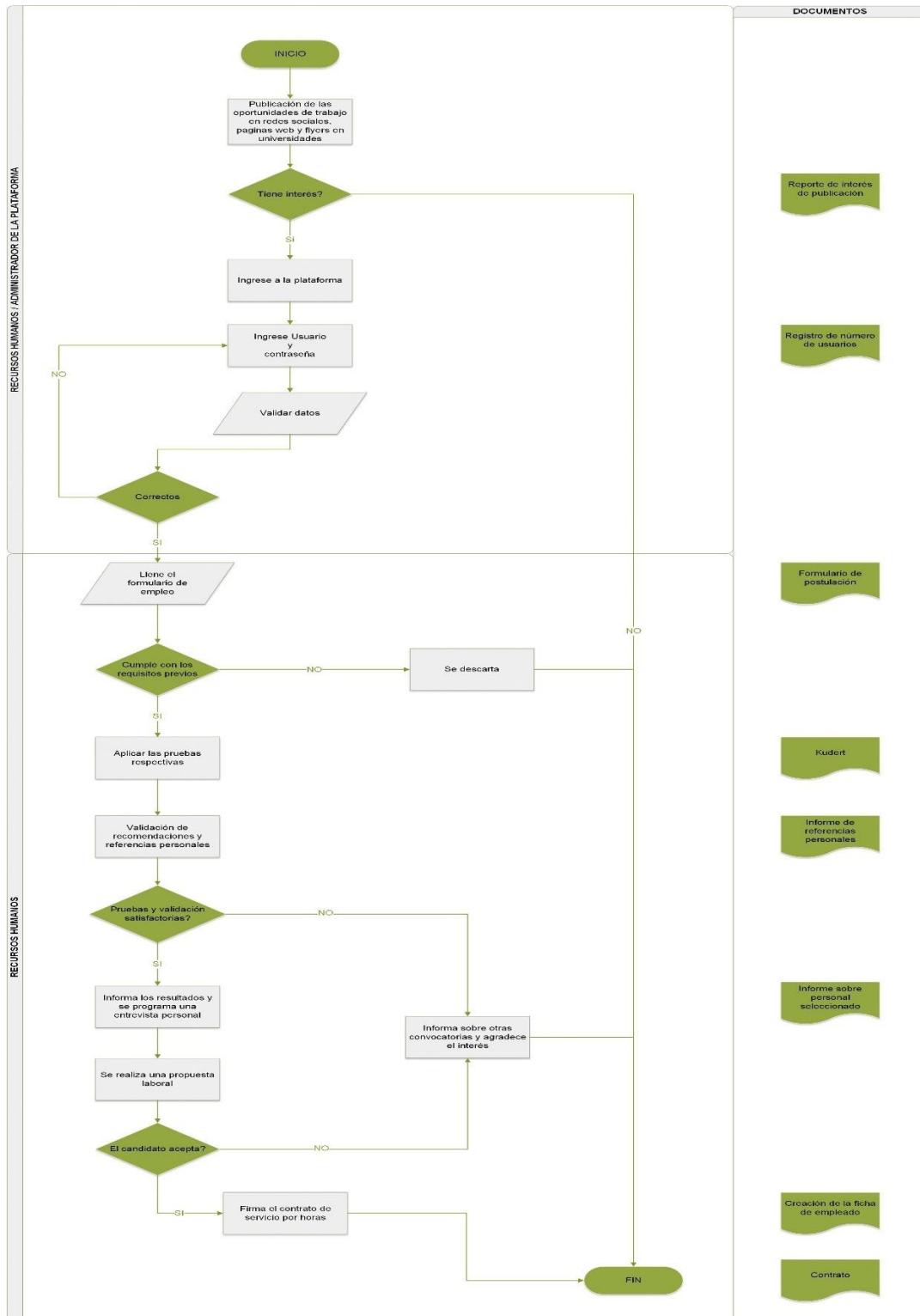
Figura 31. Flujo del proceso comercial



Fuente: Creación Propia

Reclutamiento de niñeras. – este proceso es considerado como clave dentro del desarrollo del presente proyecto, por tal razón será realizado de forma muy minuciosa y estricta debido a que el cliente percibirá la calidad del servicio básicamente por el desempeño de las niñeras. El detalle del proceso de reclutamiento de niñeras se detalla a continuación en la Figura 32.

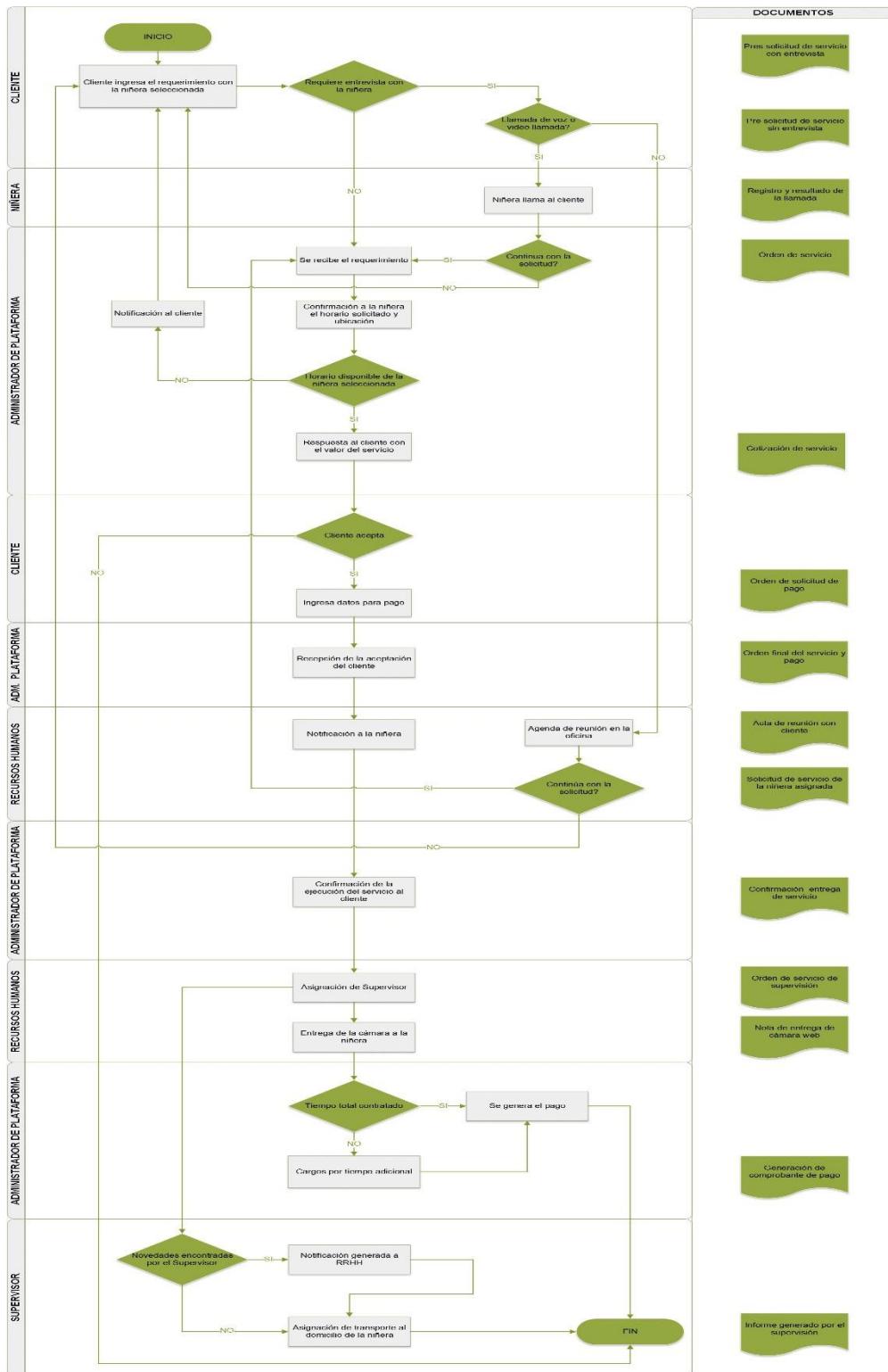
Figura 32. Flujo de Reclutamiento de Niñas



Fuente: Creación Propia

Delivery del Servicio. – De acuerdo con la naturaleza del negocio, el proceso de Delivery será bajo demanda definiendo lotes de producción en función a algunos componentes que ofrecerá el servicio detallado en el flujo de la Figura 33:

Figura 33. Flujo del proceso de Delivery



Fuente: Creacion Propia

5.1.1.3 Localización de instalaciones

Para determinar la localización física adecuada de la oficina en modalidad Coworking, se validó tres posibles lugares:

1.- Sector la Floresta - 12 de octubre

2.- Sector Iñaquito - La Carolina

3.- Sector La Colón - Amazonas

Se determino estos tres lugares en función al nivel socio económico del segmento al que este enfocado el presente proyecto y también a la ubicación donde funcionan algunas instituciones de educación superior en Quito, brindando un fácil acceso tanto a clientes como los empleados (niñeras).

La determinación del sitio más adecuado de la oficina se realizó en función a la matriz indicada a continuación en la Tabla 16.

Tabla 16. Flujo del proceso de Delivery

Ubicación	Peso	Opción 1		Opción 2		Opción 3	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Apoyos gubernamentales	3	5	15	8	24	5	15
Mano de obra no especializada	2	5	10	5	10	7	14
Personal técnico	1	8	8	6	6	8	8
Personal administrativo	1	7	7	8	8	8	8
Estabilidad del empleo	3	8	24	6	18	7	21
Clima laboral	1	7	7	8	8	5	5
Escuelas, universidades	2	9	18	5	10	7	14
Costo de Vida	1	6	6	5	5	6	6
Casas, habitación	1	7	7	4	4	4	4
Proximidad mercado laboral	3	9	27	7	21	6	18
Proximidad mercado exportación	1	5	5	5	5	5	5
Proximidad a proveedores	3	9	27	8	24	8	24
Canales de distribución	1	8	8	8	8	8	8
Vías de comunicación	2	9	18	9	18	9	18
Disponibilidad de transporte	2	9	18	9	18	9	18

Disponibilidad de terreno/planta	1	3	3	3	3	3	3
Disponibilidad renta/edificios	2	4	8	7	14	8	16
Disponibilidad servicios	2	6	12	9	18	8	16
Talleres electromecánicos	1	5	5	5	5	5	5
	Total	233		Total	227	Total	226

Fuente: Creación Propia

La presente matriz nos indica que el lugar más adecuado para la operación de la oficina física es en el sector de la Floresta y 12 de octubre con una calificación de 233. Esta matriz nos da los lineamientos más adecuados de acceso, cercanía y recursos para los clientes, empleados y proveedores.

En tal virtud, se ha considerado la contratación del plan de oficinas privadas que dispone la empresa “Coworking La Floresta” ubicada en la Av. Coruña E12-148 y Valladolid, Sector La Floresta (Coworking La Floresta, 2020)

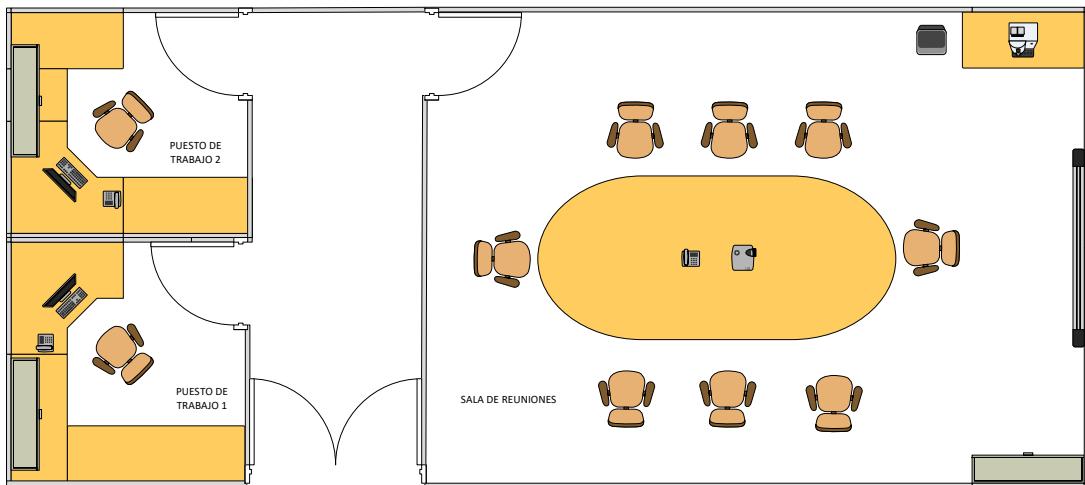
5.1.1.4 Distribución de planta

El espacio físico seleccionado pertenece a la empresa Coworking La Floresta que ofrece acceso 24X7, internet de primer nivel con fibra óptica 1:1, café, agua, sala de reuniones, sala de capacitaciones, sala de Skype, servicio de limpieza y sus implementos.

La distribución tendrá los siguientes ambientes:

- Recepción-Compartida
- Sala de reuniones
- Puesto de Trabajo - Recursos Humanos
- Puesto de Trabajo - Gerencia General
- Baños - Compartidos

Figura 34. Distribución de planta- Oficina de Coworking



Fuente: Creación Propia

El equipo humano que ocupará estos espacios podrá utilizar las instalaciones hasta 80 horas al mes en jornada laboral de 8:30 a 17:30.

Sala de reuniones: este espacio será destinado a varias actividades, una de las más importantes es poder desarrollar las entrevistas que los padres requieran realizar a las niñeras antes de ser seleccionadas. Adicional este espacio servirá para reuniones con empleados tales como capacitaciones entre otras actividades.

Puesto de Trabajo de Recursos Humanos: en este estará destinado para la persona responsable del equipo humano de la empresa y será utilizado sobre todo para realizar las entrevistas a las niñeras seleccionadas y demás reuniones internas que se requiera.

Puesto de Trabajo de Gerencia General: en este espacio estará destinado a la persona encargada de velar por la operación integral de la empresa fluya, así como atender y resolver de forma rápida problemas que se puedan dar en el día a día.

5.1.2. Decisiones tácticas

5.1.2.1 Gestión de inventarios

El presente proyecto no cuenta con inventario debido a la naturaleza del negocio en el que se oferta un servicio de contratación de personas; sin embargo, es importante organizar al equipo de niñeras de acuerdo con su disponibilidad y tiempo.

5.1.2.2 Programación de operaciones

A continuación, se detalla cómo se realizará la ejecución del proceso establecido en la entrega del servicio (delivery) con los siguientes puntos:

Recepción de una solicitud a mediante la página web o la aplicación móvil

- Responsable: administrador
- Tiempo: 4 minutos
- Documentos generados: Orden de pedido

Notificación a la niñera del servicio que ha sido solicitado mediante plataforma digital en la interfaz de niñera

- Responsable: administrador
- Tiempo: 4 minutos posteriores a la selección de horarios por parte del cliente
- Documentos generados: aceptación del servicio

Notificación al supervisor seleccionado sobre el requerimiento del servicio contratado

- Responsable: administrador del servicio
- Tiempo: 10 minutos posteriores a la aceptación del servicio
- Documentos generados: orden de servicio de supervisión

Confirmación con el cliente que solicito el servicio que la niñera está en el sitio a la hora acordada

- Responsable: Supervisor
- Tiempo: 3 minutos posteriores a la hora acordada
- Documentos generados: registro de puntualidad

Activación de cámara web

- Responsable: niñera asignada
- Tiempo: 10 minutos posteriores al ingreso a la casa asignada
- Documentos generados: Activación de sistema de monitoreo

Monitoreo del servicio (niñera y el niño)

- Responsable: Supervisor
- Tiempo: Durante todo el periodo de tiempo de contratación del servicio
- Documentos generados: Estado del servicio

Notificación de culminación del servicio

- Responsable: Niñera asignada
- Tiempo: 2 minutos posteriores a la llegada de los padres al hogar
- Documentos generados: Registro de Pago

Satisfacción al cliente

- Responsable: Supervisor
- Tiempo: 10 minutos posteriores al registro de pago
- Documentos generados: Encuesta

5.1.2.3 Control de calidad

Para el control de calidad se requieren realizar los siguientes puntos de control en los procesos detallados a continuación:

Entrega del servicio

En la entrega del servicio se establecen algunos puntos de control:

- **Asistencia de la niñera al sitio indicado.** La niñera debe notificar al supervisor el momento que se encuentre ingresando a hogar que la contrato. El supervisor hará una llamada telefónica al cliente, máximo tres minutos posteriores a la hora acordada para verificar que la niñera efectivamente se encuentra en el sitio

Indicador: Puntualidad

- **Habilitación de sistema de monitoreo.** La niñera solicitará al acceso a Internet para poder conectar la cámara web y activar el monitoreo del servicio.

Indicador: Confiabilidad del servicio

- **Calificación del servicio.** Una vez culminado el servicio, el supervisor realizará

una llamada al cliente para validar como estuvo el servicio y si hubiera alguna novedad; adicional, se solicitará la calificación del servicio en la plataforma y una breve encuesta de satisfacción del servicio.

Indicador: CSAT (Customer Satisfaction Score)

5.1.2.4 Mantenimiento preventivo de maquinaria

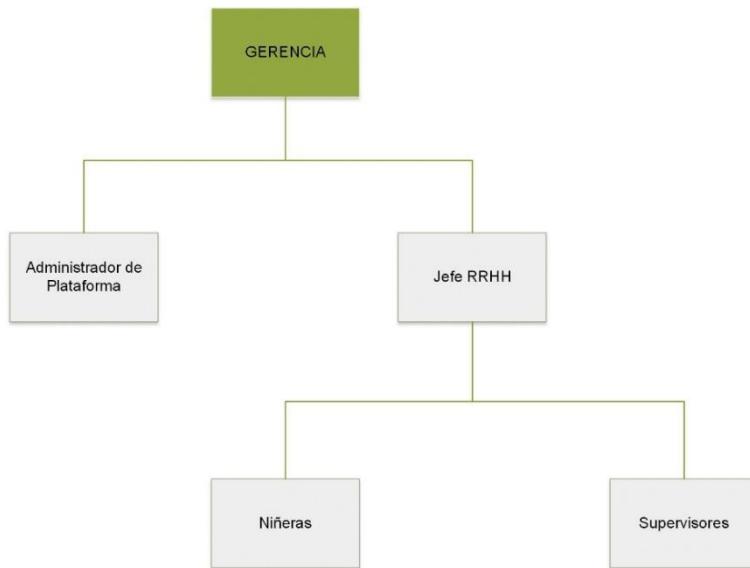
Se plantea realizar un mantenimiento preventivo anual, para los activos informáticos de la empresa como computadores y cámaras web.

Dado que se contratará una empresa para realizar el desarrollo, alojamiento y mantenimiento de la plataforma digital en modalidad PAS (Platform as a Service), el manteamiento y soporte técnico de dicha plataforma será realizada mensualmente por dicho proveedor. El servicio de soporte técnico para la plataforma y sus componentes deberá ser atendido en no más de 2 horas.

5.2. Estructura administrativa

La Figura 35 muestra el organigrama planteado para el proyecto donde muestra al personal fijo de la empresa que, a excepción de las niñeras, tendrán un horario laboral 08:30 a 17:30. El equipo de supervisores tendrán un horario rotativo para cubrir los servicios requeridos en jornada nocturna.

Figura 35. Organigrama de la empresa



Fuente: Creación Propia

- **Gerente General:** encargado de velar por todas las funciones y operaciones de la empresa en el día a día, así como de liderar la planificación estratégica de la misma. Será responsable de organización con las diferentes áreas y verificación de sus indicadores de gestión; además de verificar y controlar los servicios externos contratados como la parte legal, contable y marketing. Su sueldo mensual será de \$1.800 más los beneficios de ley.
- **Jefe de Recursos Humanos:** encargado de administrar y gestionar al personal fijo y bajo contrato de servicios. Reportará a la Gerencia General y su función será principalmente el proceso de selección de las niñeras. Su sueldo mensual será de \$800 más los beneficios de ley.
- **Niñeras:** serán personas de género femenino con un perfil especializado, encargadas directas de entregar el servicio. Este equipo deberá reportar directamente a Recursos Humanos y a los supervisores. El sueldo mensual de este equipo dependerá de las horas laborables trabajadas que serán liquidadas de forma quincenal a \$4,80 por cada hora en jornada laboral y \$6,24 por cada hora en jornada no laboral. Las niñeras serán contratadas bajo un esquema de “Contrato de Servicios” para lo cual deberán contar con su respectivo RISE.
- **Supervisores:** serán las personas que se encargarán de velar que todo el proceso de entrega del servicio fluya de forma adecuada y reportarán a Recursos Humanos. Se encargarán de monitorear el servicio de las niñeras asignadas a su supervisión durante todo el tiempo que dure el servicio y de constatar que el servicio estuvo a entera satisfacción del cliente una vez que haya finalizado. Su sueldo mensual será de \$500 más los beneficios de ley y horas extras.
- **Administrador de la Plataforma** Será la persona encargada del manejo de la plataforma, de la recepción de los requisitos de servicio, de la comunicación y atención al cliente. Adicional deberá reportar solicitudes de soporte técnico al proveedor de la plataforma y finalmente, se encargará de enviar y procesar las encuestas de satisfacción de los clientes que han utilizado el servicio. Reportará directamente a la Gerencia General y su sueldo mensual será de \$500 más los beneficios de ley.

5.3. Análisis legal

5.3.1. Constitución de la empresa

Para el desarrollo del presente proyecto que es un emprendimiento de innovación y considerando la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, suscrita el 21 de enero de 2020, se constituirá como empresa SAS (Sociedad de Accionistas Simplificadas), la cual permite constituir una empresa por personas naturales o jurídicas mediante un trámite simplificado que no tiene costo (Asamblea Nacional, 2020).

Se requiere además la Obtención siguientes temas legales y de constitución

RUC: se requiere este registro debido a la facturación que se realizara por el servicio; su obtención no tiene costo y se realiza a través del SRI. Requiere lo siguiente:

- Documentación de la constitución de la empresa
- Nombramiento del Representante Legal
- Cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal
- Documento que donde se identifique la dirección a nombre del Representante Legal.

Registro de Patente. – debido a que se trata de un nuevo servicio en el país que será contratado a través de una plataforma digital, es indispensable realizar el registro de propiedad y administración de la plataforma digital a través del registro de la patente de modelo de utilidad y debe ser tramitado a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

Registro de Marca. – se requiere realizar además el registro de marca para lo cual se debe registrar través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, la propiedad intelectual sobre la marca, trámite que tiene un costo de \$208.

Firma electrónica. – Este proceso se lo realiza mediante el Registro Civil del Ecuador. La firma electrónica es parte de los requisitos para la constitución de empresas SAS.

5.3.2. Contratación de personal (niñeras)

Las niñeras serán contratadas bajo contratos de “Servicios de cuidados infantiles” para lo cual deberán estar registradas bajo el Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE) como personas naturales sin relación de dependencia estipulado en el capítulo 4 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2007).

Dicho contrato incluirá las siguientes cláusulas

- Plazo Indefinido.
- Condiciones de puntualidad, buen comportamiento, confidencialidad y responsabilidad civil según lo estipulado en el Código Civil bajo el Título I del Código Civil Ecuatoriano según los Artículos 1454, y 1459, Título V Art. 1510 y Título IX Art. 1551 y Art. 1946 (Asamblea Nacional, 2005).
- Cumplimiento del al menos 80 horas mensuales en jornada laboral y 8 horas de disponibilidad en horario no laboral,
- Remuneración bajo liquidación quincenal
- Aceptación de uso de información e imagen en la plataforma digital.

5.3.3. Aceptación del servicio de monitoreo en línea.

Para poder brindar el servicio de monitoreo en línea, es muy importante considerar lo indicado en el Código de la Niñez y Adolescencia Art. 50 al 52 acerca de los derechos a la integridad personal, reputación, honor e imagen (Congreso Nacional, 2003), y dado que el servicio incluye la grabación del niño y su niñera, se debe mantener protocolos de confidencialidad de dicha información los cuales no podrán ser divulgados. Ante esta consideración legal, previo a su contratación, se solicitará una autorización por parte de los padres donde se suscriba una aceptación electrónica de la grabación y almacenamiento de la imagen de su hijo, detallada en los términos y condiciones del servicio, la cual está avalada por el Código de Comercio vigente Art. 74-77 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2019).

Para poder determinar el alcance de lo que incluye y no incluye dentro del servicio, se

requiere establecer un detalle de términos y condiciones del mismo, que deberá ser aprobado electrónicamente por los padres antes de iniciar la contratación del servicio, como se detalla a continuación:

- Información de identificación de la empresa.
- Derechos de propiedad intelectual e industrial y tipo de licencias utilizadas.
- Pasos para seguir para contratar el servicio incluyendo obligaciones que debe asumir el cliente
- Detalle del alcance del servicio contratado con un detalle del sitio donde se entregará el servicio, la hora acordada, la cantidad de niños a cuidar y el precio.
- Precios y formas de pago donde se indicará las condiciones y costos adicionales por tiempo extra del servicio, así como el detalle de precios en jornada laboral y no laboral.
- Normas conductuales para prevalecer la integridad y seguridad de las niñeras, así como de los niños amparadas en la legislación ecuatoriana.
- Responsabilidades que se asume como parte del servicio, así como limitaciones.
- Garantías donde se estipula la inclusión de un seguro de responsabilidad civil y accidentes que se ejecutará bajo ciertas condiciones indicadas.
- Legislación aplicable y sistema de solución de conflictos dentro del marco legal ecuatoriano sobre el cual se regirá el servicio.
- Información sobre ofertas, obsequios y promociones incluyendo las condiciones específicas que aplican.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Análisis de Flujos de caja del proyecto

6.1.1. Flujo de caja inicial

6.1.1.1 Inversión inicial activos

Los flujos correspondientes a los rubros de la inversión inicial son:

Capital de Trabajo: Debido a que dentro del negocio se realiza pagos a través de una pasarela de pagos mediante tarjetas de crédito/débito, se deberá realizar un corte de cuentas por cobrar cada 8 días y pago a proveedores (niñeras) cada 15 días tal como se detalla en la Tabla 17.

Tabla 17. Tabla de flujo de Capital de Trabajo

	Capital de trabajo neto	Días	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Caja	VENTAS/365	5	3.574,36	3.753,07	3.940,73	4.137,76	4.344,65	
Cuentas por Cobrar	VENTAS/365	8	5.718,97	6.004,92	6.305,16	6.620,42	6.951,44	—
Inventarios	COSTO VENTAS/365	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	—
Proveedores	COSTO VENTAS/365	8	3071,09	3224,64	3385,87	3555,17	3732,93	—
Capital de trabajo neto (\$)			\$ 6.222,24	\$ 6.533,35	\$ 6.860,02	\$ 7.203,02	\$ 7.563,17	
Capital de trabajo Incremental (\$)			\$ 6.222,24	\$ 311,11	\$ 326,67	\$ 343,00	\$ 360,15	

Fuente: Elaboración propia

Este cálculo se realizó considerando las ventas y costos proyectados a 5 años, detallados en la Tabla 18.

Tabla 18. Flujo de ventas y costos con proyección a 5 años

Años	1	2	3	4	5
Hogares atendidos proyectados	10.872	11.415,60	11.986,44	12.585,72	13.215,00
Ventas proyectadas	\$260.928,00	\$273.974,40	\$287.673,12	\$302.056,78	\$317.159,61
Costo de Ventas	\$140.118,34	\$147.124,25	\$154.481,24	\$162.204,76	\$170.314,92

Fuente: Elaboración propia

Equipos de oficina y de trabajo administrativo. – A continuación, la Tabla 19 detalla el equipo mínimo requerido para el trabajo de las 6 personas fijas y las cámaras portátiles que serán la herramienta de trabajo de las 33 niñeras que se debería contratar como mínimo para brindar el servicio mensualmente a los 906 hogares estimados.

Tabla 19. Equipo Mínimo Requerido

DETALLE	TIPO	CANT.	IVA	12%	IVA	VALOR TOTAL
			PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL		
Computadores portátiles	EQUIPO DE CÓMPUTO	6	\$ 1.200,00	\$ 7.200,00	\$ 864,00	\$ 8.064,00
Cámaras IP portátiles	MAQUINARIA Y EQUIPO	35	\$ 42,00	\$ 1.470,00	\$ 176,40	\$ 1.646,40
		TOTAL	\$ 8.670,00		\$ 1.040,40	\$ 9.710,40

Fuente: Elaboración propia

Plan de inversiones: a continuación, la Tabla 20, muestra los valores y el plan de inversión considerado para la planificación del presente plan de negocio, en función al capital de trabajo neto, activos fijos nominales, activos fijos definidos, y otros gastos requeridos.

Tabla 20. Tabla de Inversiones

RUBROS DE INVERSIÓN	APLICACIÓN DE RECURSOS
ACTIVOS FIJOS	
Propiedad planta y equipo	\$ 9.710
Aplicación informática web	\$ 10.600
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 20.310
ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de constitución	\$ 600
Gasto elaboración del proyecto	\$ 1.000
TOTAL, ACTIVOS NOMINALES	\$ 1.600
Capital de trabajo	\$ 3.535
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.535
TOTAL, INVERSIONES	\$ 25.445
Capital para financiar	\$ 17.812
% Capital propio	30,00%
% Capital a financiar	70,00%

Capital propio	\$ 7.634
OTROS	
Aplicación informática web	\$ 10.600
<hr/>	
Gastos de constitución	\$ 600
Gasto elaboración del proyecto	\$ 1.000
<hr/>	
Participación trabajadores	15,00%
Impuesto a la renta	25,00%
<hr/>	

Fuente: Elaboración propia

El proyecto requiere una inversión de \$25.445, la cual se encuentra distribuida de la siguiente manera: el 79,8% corresponde a activos fijos, el 13,9% a capital de trabajo y el 6,3% a activos nominales; de lo cual podemos observar que los activos fijos tienen un peso mayor debido a los requisitos de software y hardware requeridos para el desarrollo de las plataformas web y móvil. El capital de trabajo deberá soportar el corte de cuentas por pagar (15 días) frente a las cuentas por cobrar (8 días) que es totalmente factible puesto que todos los pagos son realizados a través de la pasarela de pagos la cual realiza el pago a la cuenta bancaria asignada de la empresa en un máximo de 8 días.

6.1.1.2 Fuentes de financiamiento

Según lo indicado en la Tabla 20, el valor de inversión requerida es de \$ 25.445 de los cuales se plantea financiar 30% mediante capital propio es decir \$ 7.634 y el 70% es decir \$\$ 17.812, mediante financiamiento Bancario, según lo indicado en la Tabla 21.

Tabla 21. Resumen del préstamo bancario

Importe del préstamo	17.811,81	Pago programado	5.313,54
Tasa de interés anual	15,00%	Número de pagos programados	5
Periodo del préstamo en años	5	Número real de pagos	1
Número de pagos por año	1	Importe total de pagos anticipados	0
Fecha de inicio del préstamo	02/07/2020	Importe total de intereses	8.755,89

Fuente: Elaboración propia

Para el crédito bancario se ha considerado como referencia a un crédito comercial ordinario con el Banco Pichincha, cuya tasa de interés efectiva es del 11,83%.

La Tabla 22 a continuación, detalla los pagos planteados para pagar el préstamo en 5 años mediante cuotas anuales programadas.

Tabla 22. Detalle de pagos del préstamo bancario

Nº. PAGO	SALDO INICIAL	IMPORTE TOTAL DEL PAGO	PRINCIPAL	INTERÉS	SALDO FINAL	INTERÉS ACUMULADO
1	17.811,81	4.920,38	2.813,24	2.107,14	14.998,57	2107,14
2	14.998,57	4.920,38	3.146,05	1.774,33	11.852,52	3881,47
3	11.852,52	4.920,38	3.518,22	1.402,15	8.334,30	5283,62
4	8.334,30	4.920,38	3.934,43	985,95	4.399,87	6269,57
5	4.399,87	4.399,87	3.879,37	520,50	0,00	6.790,07

Fuente: Elaboración propia

Nota: el pago programado es de \$4.920,38 anuales durante 5 años.

6.1.2. Flujo de caja operativo

6.1.2.1 Ingresos proyectados

En la sección 4.3.2.1 del estudio de mercados, se determinó una población meta de 77.841 hogares con hijos, considerando que se va a trabajar con el 8% de la demanda desatendida de los interesados (1.546 familias) y que, en función de la frecuencia de compra determinada, se tendría un estimado de 906 familias al mes que utilizarían el servicio. Se estableció por otra parte, que el precio de venta por hora es de \$12 sin embargo, también se ha determinado que el servicio mínimo será de al menos dos horas, es decir que la unidad de servicio tendrá un costo de \$24, con lo cual se identificaron los ingresos indicados a continuación en la Tabla 23:

Tabla 23. Ingresos Anuales

	Mensual	Anual
Cantidad de Hogares	\$906,00	\$10.872,00
Precio de Venta (2H)	\$24,00	\$24,00
TOTAL, DE INGRESOS	\$21.744,00	\$260.928,00
COSTO DE VENTAS	53,7%	\$11.676,53
		\$140.118,34

Fuente: Elaboración propia

6.1.2.2 Egresos proyectados

El estudio técnico permitió identificar los siguientes costos operativos que incluyen los costos fijos y costos de producción basados en las ventas proyectadas.

Costos de producción - ventas. - estos costos representan el 53,7% que incluyen:

- Costo por servicio de niñera (2H): \$9,60 que corresponde al 40% del valor total del servicio
- Seguro de responsabilidad civil y accidentes: \$1,73 por cada servicio atendido
- Emisión de factura electrónica: \$0,10 por cada servicio atendido
- Comisión Bancaria: 4,5% del valor total, decir \$1,08 por cada servicio atendido
- Costo por transacciones: \$0,37 por cada servicio atendido

La tabla 24 muestra el detalle de los costos de producción.

Tabla 24. Tabla de costos totales de producción

Descripción	Mensual	Anual
Cantidad de Atenciones	906,00	10.872,00
Costo de Venta	\$11.676,53	\$140.118,34

Fuente: Elaboración propia

Costos indirectos. – estos costos representan el 46,3% que incluyen:

- Costos del personal de nómina detallados en la Tabla 25.
- Costos administrativos y gastos generales
- Costos financieros
- Depreciaciones

Tabla 25. Detalle de Nómina

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL, SUELDOS	12,15%		FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACI ONES				
				APORTE PATRONAL									
				L=D*12,15%									
				L=D*12,15%			O=\$400/12	P=D/24					
1	1	\$1.800,00	\$1.800,00	\$218,70	\$150,00	\$150,00	\$33,33	\$75,00					
2	1	\$800,00	\$800,00	\$97,20	\$66,67	\$66,67	\$33,33	\$33,33					
3	3	\$525,00	\$1.575,00	\$191,36	\$131,25	\$131,25	\$100,00	\$65,63					
4	1	\$500,00	\$500,00	\$60,75	\$41,67	\$41,67	\$33,33	\$20,83					
		TOTAL	\$4.675,00	\$568,01	\$389,59	\$389,59	\$199,99	\$194,79					
<hr/>													
Gastos Mensuales por nómina 6.416,97													
<hr/>													
Gastos Anuales por nómina 77.003,64													

Fuente: Elaboración propia

Nota: la tabla 25 utiliza la siguiente numeración para la identificación de los cargos respectivos:

- 1.- Gerente General
- 2.- Jefe de Recursos Humanos
- 3.- Supervisores
- 4.- Administrador de la Plataforma

Gastos de ventas – este rubro corresponde a los costos que implican la venta del servicio tales como gastos de publicidad.

Gastos Financieros – este rubro corresponde a los gastos derivados del préstamo bancario, puntualmente los intereses de dicho préstamo, así como su pago respectivo.

Se muestra a continuación en la Tabla 26, el detalle de los egresos requeridos por concepto de gastos del proyecto y costos indirectos.

Tabla 26. Resumen de egresos proyectados- Costos indirectos y gastos de ventas

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
GASTOS	\$ 108.380,64	\$ 108.380,64	\$ 108.380,64	\$ 105.980,64	\$ 105.980,64
ADMINISTRATIVOS					
Servicios Básicos	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Mantenimiento	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Gasto Uniformes y Curso Primeros Auxilios	\$ 2.910,00	\$ 2.910,00	\$ 2.910,00	\$ 2.910,00	\$ 2.910,00
Útiles de Aseo y limpieza	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Útiles de Oficina	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Sueldos y beneficios	\$ 77.003,64	\$ 77.003,64	\$ 77.003,64	\$ 77.003,64	\$ 77.003,64
Depreciaciones	\$ 2.547,00	\$ 2.547,00	\$ 2.547,00	\$ 147,00	\$ 147,00
Otros gastos	\$ 20.760,00	\$ 20.760,00	\$ 20.760,00	\$ 20.760,00	\$ 20.760,00
Gasto Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.920,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00
Gasto de Publicidad	\$ 3.920,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00	\$ 6.320,00
GASTOS	\$ 2.107,14	\$ 1.774,33	\$ 1.402,15	\$ 985,95	\$ 985,95
FINANCIEROS					
Intereses pagados	\$ 2.107,14	\$ 1.774,33	\$ 1.402,15	\$ 985,95	\$ 985,95
SERVICIO DE LA DEUDA	\$ 4.920,38				
TOTAL, EGRESOS	119.328,15	121.395,35	121.023,17	118.206,96	118.206,96

Fuente: Elaboración propia

6.1.2.3 Flujo de caja proyectado

El flujo proyectado se determina a 5 años según lo detallado en la Tabla 27, considerando un incremento de ventas del 5% anual el cual es parte de los objetivos de marketing que se han planteado en el presente proyecto.

Tabla 27. Tabla Total de Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS SERVICIOS		260.928,00	273.974,40	287.673,12	302.056,78	317.159,61
(-) COSTOS DE VENTAS		140.118,34	147.124,25	154.480,47	162.204,49	170.314,71
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS		120.809,66	126.850,15	133.192,65	139.852,29	146.844,90
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		105.833,64	105.833,64	105.833,64	105.833,64	105.833,64
(-) DEPRECIACIONES		2.547,00	2.547,00	2.547,00	147	147
(-) GASTOS DE VENTAS		3.920,00	6.320,00	6.320,00	6.320,00	6.320,00
= UTILIDAD OPERACIONAL		8.509,02	12.149,51	18.492,01	27.551,65	34.544,26
(-) GASTOS FINANCIEROS		2.107,14	1.774,33	1.402,15	985,95	985,95
Intereses pagados		2.107,14	1.774,33	1.402,15	985,95	985,95
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		6.401,89	10.375,18	17.089,86	26.565,70	33.558,31
Participación de utilidades Trabajadores		960,28	1.556,28	2.563,48	3.984,85	5.033,75
UTILIDAD ANTES DE IMPOTOS		5.441,60	8.818,90	14.526,38	22.580,84	28.524,57
Impuesto a la Renta		1.360,40	2.204,73	3.631,60	5.645,21	7.131,14
=UTILIDAD NETA		4.081,20	6.614,18	10.894,79	16.935,63	21.393,43

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Flujo de Caja de Operaciones

Años	0	1	2	3	4	5
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		6.401,89	10.375,18	17.089,86	26.565,70	33.558,31
Participación utilidades Trabajadores		-960,28	-1.556,28	-2.563,48	-3.984,85	-5.033,75
Impuesto a la Renta		- 1.360,40	-2.204,73	-3.631,60	-5.645,21	-7.131,14
(+) Depreciación		2.547,00	2.547,00	2.547,00	147	147
Total, Flujo de Caja Operacional		6.628,20	9.161,18	13.441,79	17.082,63	21.540,43

Fuente: Elaboración propia

6.1.2.4 Punto de equilibrio

La Tabla 29 muestra el punto de equilibrio en valor y porcentaje, en función a las ventas realizadas en 5 años y hogares atendidos (unidades).

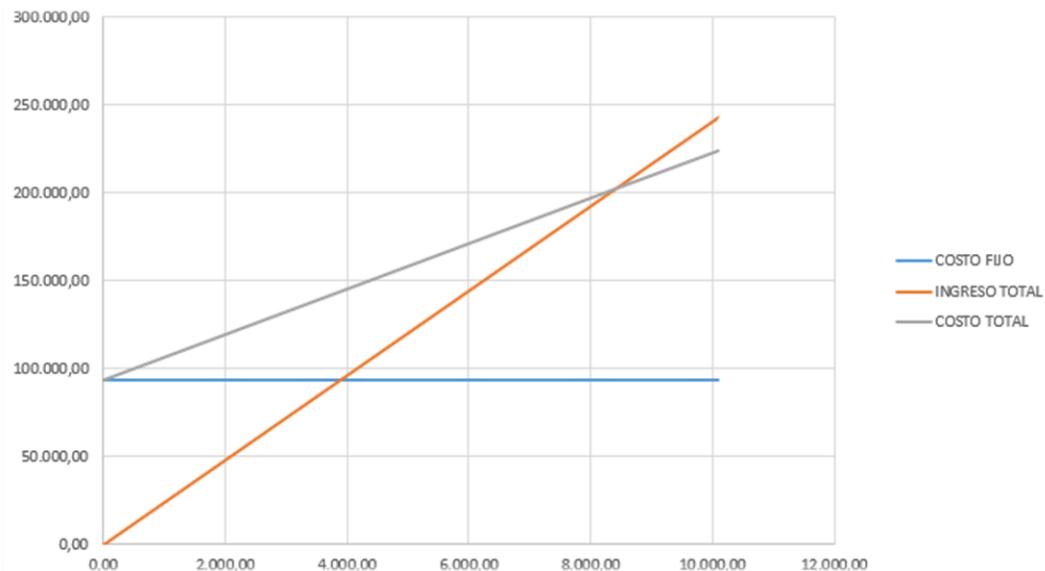
Tabla 29. Detalle del punto de equilibrio

Años	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en ventas	\$ 202.088	\$ 206.566	\$ 205.760	\$ 199.659	\$ 199.659
% Con respecto a las ventas	77,45%	79,17%	78,86%	76,52%	76,52%
Punto de equilibrio en unidades	8.420,32	8.606,91	8.573,32	8.319,12	8.319,12

Fuente: Elaboración propia

La estimación de ventas en el primer año es de 10.872 atenciones; el punto de equilibrio es de 8.420 atenciones es decir que para cubrir todos los costos variables y fijos de la operación se debe contar con al menos el 77,45% de las atenciones estimadas tal como se puede observar en la Figura 36.

Figura 36. Punto de equilibrio para el año 1



Fuente: Elaboración propia

6.1.3. Flujo de caja de liquidación

Para el cálculo del flujo de cada de liquidación, se considera los activos de capital de trabajo neto y su recuperación. El análisis se lo realiza para una proyección de 5 años y se encuentra detallado a continuación en la Tabla 31.

Tabla 30. Flujo de caja de inversiones o valor de liquidación

Años	0	1	2	3	4	5
Activos	-21.910,40					735,00
CTN INICIAL	-3.535,04	-176,75	-185,59	-194,87	-204,61	0,00
Recuperación CTN						3.535,04
Total, Flujo de Caja de Inversiones	-25.445,44	0,00	-185,59	-194,87	-204,61	4.270,04
Flujo de Caja del Proyecto	-25.445,44	6.628,20	8.975,59	13.246,92	16.878,02	25.810,46

Fuente: Elaboración propia

6.1.3.1 Valor de desecho del proyecto

El valor de desecho estimado para una proyección de 5 años tiene un valor total de \$ 7.935 considerando la vida útil de acuerdo con el tipo de bien que, para el presente proyecto, incluye únicamente computadores portátiles para los 6 empleados de planta y 35 cámaras IP portátiles que deben portar las niñeras, tal como se muestra en la Tabla 31.

Tabla 31. Valor de desecho del proyecto

Detalle	Vida útil	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)	Valor en libros del activo
Equipo de cómputo	3	2.400,00	2.400,00	2.400,00			0,00
Maquinaria y equipo	10	147,00	\$ 147,00	\$ 147,00	147,00	147,00	735,00
TOTAL		2.547,00	2.547,00	2.547,00	147,00	147,00	735,00

Fuente: Elaboración propia

6.2. Análisis de la tasa de descuento del proyecto

6.2.1. Tasa de descuento

La tasa de descuento calculada para el proyecto es de 20%, la cual se considera una tasa competitiva pues es superior a la entregada en instituciones bancarias.

6.2.2. Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

La TMAR ponderada calculada es de 20,60% cuyo detalle se muestra a continuación en la Tabla 32.

Tabla 32. Cálculo de TMAR ponderada

TMAR accionista	Ks	Inflación	Prima
	20%	0,50%	0,10%
TMAR ponderada accionista	20,60%	30,00%	6,18%

Fuente: Elaboración propia

Nota: para el cálculo de la TMAR ponderada de la tabla 32 se han considerado los siguientes valores:

Kd (Costo financiero de la deuda): 11,83%

Ks (Costo de oportunidad para el accionista): 20%
 Inflación acumulada anual: 0,5%
 Inversión total: \$25.445,44
 Deuda a valor de la empresa: 70%
 Capital a valor de la empresa: 30%

6.2.3. Estructura de financiamiento

El presente proyecto requiere una inversión total de \$ 25.445, cuya participación de la inversión total será del 30% es decir un capital propio de \$7.634 y un capital a financiar de \$17.812 que corresponde al 70% de la inversión total requerida. Tal como se detalla en la Tabla 20 se consideran los rubros de activos nominales, activos fijos, capital de trabajo, así como el desarrollo de la plataforma digital, además los costos de constitución de la empresa etc.

6.3. Indicadores financieros

6.3.1. VAN

El VAN (Valor Actual Neto) es calculado en función a los valores proyectados durante 5 años y su inversión inicial (Año 0) y cuya fórmula es la siguiente considerando la tasa WACC (Weighted Average Cost of Capital o Coste Promedio Ponderado) de 12,39%:

$$VAN = \sum VA - \text{Inversión incial}$$

$$VAN = \$21.859,15$$

Tabla 33. Cálculo del VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor Presente	- \$25.445,44	\$5.897,46	\$7.105,61	\$9.330,89	\$10.577,89	\$14.392,72
VAN	\$21.859,15					

Fuente: Elaboración propia

6.3.2. TIR

Para el presente proyecto, la TIR (tasa interna de retorno de la inversión) calculada es de 36,05% tal como se muestra en la Tabla 34.

6.3.3. Período de recuperación de la inversión

Según se muestra en la Tabla 34, el tiempo de recuperación de la inversión es de 2,74 años que implica que la inversión inicial realizada será pagada en este plazo de tiempo.

6.3.4. Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad calculado en este proyecto es de 1,86, lo que quiere decir que por cada \$1 de inversión se tiene un retorno de \$1,86, tal como se muestra en la Tabla 34,

6.3.5. Evaluación Financiera

Tabla 34. Indicadores de Evaluación Financiera

TIR	36,05%
VAN	\$21.859,15
Período de recuperación	2,74 AÑOS
Índice de rentabilidad	1,86

Fuente: Elaboración propia

Conforme los indicadores financieros indicados en la tabla 34 se concluye lo siguiente:

El negocio si genera ganancias ya que el VAN es un valor superior a 0.

La TIR es mayor a la WACC, por lo tanto, es recomendable invertir en este proyecto.

La recuperación de la inversión es de 2,74 años, por lo tanto, se recuperará antes del 5to año del análisis.

La TIR es superior a la tasa de interés del banco en inversiones a plazo fijo por tal razón se recomienda invertir.

El índice de rentabilidad es de 1,86 que indica que por cada \$1 invertido, se recuperará \$1,86.

Se recomienda invertir en el presente proyecto bajo el análisis de los indicadores financieros establecidos VAN, TIR, índice de rentabilidad y período de recuperación.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- El presente proyecto aporta en la mejora de la calidad de vida de las familias quiteñas puesto que por una parte colabora a que principalmente la mujer siga desarrollándose profesional y laboralmente y por otra parte que las familias manejen su tiempo y actividades sociales, laborales y familiares con la confianza que sus hijos estarán bien cuidados y protegidos mientras se encuentran ausentes los padres.
- Se concluye que, culturalmente en el Ecuador, la figura idónea para cuidar a los niños son familiares, especialmente sus abuelos, por lo cual es indispensable para el desarrollo del proyecto, cubrir todos los aspectos en recursos y procesos claves para lograr que los padres sientan la misma confianza y seguridad cuando requieran dejar a sus hijos bajo el servicio propuesto en este plan de negocios.
- Con respecto al entorno del proyecto podemos concluir que no se identifica productos similares o competidores directos sobre esta línea de negocio en el mercado actual lo cual lo hace un interesante proyecto a desarrollar.
- Se concluye además que el mejor canal para la difusión y comunicación del servicio es Facebook y WhatsApp, que son hoy en día los canales con mayor cantidad de usuarios y de mayor uso tanto para consumidores como para los negocios y empresas.
- Se concluye también que el equipo humano encargado del cuidado de los niños (niñeras), es un recurso clave en el éxito del proyecto, por tanto, el proceso de selección deber ser muy riguroso y estructurado para que sea percibido por los padres como un servicio de calidad, seguridad y confiabilidad.

- El sistema de monitoreo en tiempo real es una pieza clave en el desarrollo del presente proyecto ya que permitirá conectar directamente la confianza de los padres con el servicio
- Actualmente las plataformas y aplicaciones digitales son herramientas muy difundidas y utilizadas por los consumidores en el entorno del E-commerce en Ecuador, por lo tanto, la plataforma digital propuesta en el presente proyecto tendría una gran aceptación sobre la usabilidad para la solicitud del servicio.
- El presente proyecto permite conectar personas y generar empleo a un grupo de mujeres que empiezan su vida laboral y/o profesional por lo cual tiene un componente social interesante que aporta al desarrollo económico del Ecuador dentro de un entorno de innovación.
- Finalmente se concluye que el proyecto es viable financieramente puesto que se tiene un VAN positivo y la TIR es más alta que la tasa de oportunidad contemplada.

7.2 Recomendaciones

- Se detectó que, para los padres, el factor más importante al considerar contratar este servicio de forma digital, es sin duda la confianza pues se trata de poner a sus hijos en manos de personas extrañas, por lo cual se recomienda considerar que todos los procesos y recursos inmersos en el servicio, permitan generar dicha confianza en cada punto de contacto con los padres, permitiendo que sientan comodidad y tranquilidad al contratarlo.
- El componente de monitoreo en línea a través de cámaras web si bien permite incrementar la confianza del servicio en los padres, no es el único componente que permitirá desarrollar dicha confianza y contratar el servicio, por lo cual se recomienda mostrar en cada uno de los canales de comunicación, estructura visible de una empresa seria y sólida que respalde, garantice y responda por el servicio de su personal.

- Se recomienda detallar minuciosamente los términos y condiciones del servicio ya que estos cubrirán temas legales sobre protección de la imagen de menores, precios por tipo de jornada y tiempo extra del servicio, así como todo lo que incluye y no se incluye dentro del mismo
- Se recomienda ajustar la estimación de crecimiento de ventas conforme el desarrollo de la industria en el país, esto permitirá identificar posibles cambios en el mercado y nuevas necesidades de clientes.
- Finalmente se recomienda volver a realizar un estudio de mercados debido a la afectación e impacto que ha tenido esta industria por la pandemia COVID-19 que podría ser incluso positivo sobre la aceptación y las nuevas necesidades de este servicio en la nueva normalidad en la que hoy en día se están desarrollando los hogares quiteños.

8 Bibliografía

- Cissy's. (Mayo de 2019). Niñeras a Domicilio. Obtenido de <https://www.facebook.com/Cissys-Ni%C3%BAeras-a-Domicilio-455105801907038/>
- Agencia Española de Protección de Datos. (Septiembre de 2019). Supuestos de no aplicación de la normativa de protección de datos. Guía sobre el uso de videocámaras para seguridad y otras finalidades, 48. Madrid, España. Obtenido de <https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-09/guia-videovigilancia.pdf>
- Alba. (Febrero de 2020). Tu babysitters y niñera de confianza. Obtenido de <https://alba-app.com/>
- Álvarez, M. (2016). Customer Experience. Barcelona: Profil.
- ARCOTEL. (2017). ARCOTEL. Obtenido de 46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un smartphone: <http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>
- Asamblea Constituyente. (29 de Diciembre de 2007). Ley Reformatoria para la equidad tributaria del Ecuador. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-11/ley%20equidad.pdf>
- Asamblea Nacional. (10 de Mayo de 2005). Código Civil. Quito, Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/GNARVAEZ/AppData/Local/Temp/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf
- Asamblea Nacional. (2017). Ley Orgánica del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/LEY%20SINARDAP.pdf>
- Asamblea Nacional. (28 de Febrero de 2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7/Ley+Org%C3%A1nica+de+Emprendimiento+e+Innovaci%C3%B3n+B3n.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (29 de Mayo de 2019). Código de Comercio. Registro Oficial Suplemento 497. Quito, Pichincha, Ecuador: Lexis.

- Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2020). La economía ecuatoriana creció 0,1% en 2019. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (30 de Junio de 2017). ¿Cómo promover servicios de cuidado infantil de alta calidad en América Latina? Obtenido de <https://blogs.iadb.org/desarrollo-infantil/es/cuidado-infantil-de-alta-calidad/>
- Barrios, E. A. (2017). Ciclo de vida de un producto y sus estrategias relacionada. Patagonia: Ediciones Universidad Nacional de la Patagonia Austr. Obtenido de <https://unblogdemarketing.files.wordpress.com/2018/04/ciclo-de-vida-del Producto.pdf>
- Cabiria, T. (Agosto de 2012). El ‘focus group’: nuevo potencial de aplicación en el estudio de la acústicaurbana. 3-4. Barcelona, España: Athenea Digital. Obtenido de <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Tomat>
- Care Ecuador. (Julio de 2020). Situación del Trabajo Remunerado del Hogar en Ecuador. 20. Quito. Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2020/07/CARE-ESTUDIO-TRH-2.pdf>
- Congreso Nacional. (5 de Noviembre de 1999). Ley de Compañías. Quito. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Congreso Nacional. (17 de Abril de 2002). Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>
- Congreso Nacional. (3 de Julio de 2003). Código de la Niñez y Adolescencia. Quito. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-06-C%C3%93DIGO-DE-LA-NI%C3%91EZ-Y-ADOLESCENCIA-Leyes-conexas.pdf>
- Congreso Nacional. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito. Obtenido de

- <https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/2726/1/Constituci%c3%b3n%20de%20la%20Rep%c3%bablica%20del%20Ecuador.pdf>
- CONQUITO. (3 de Marzo de 2017). Nannys Home un emprendimiento que cumple 10 años . Obtenido de <https://www.conquito.org.ec/nannys-home-un-emprendimiento-que-cumple-10-anos/>
- Consejo Nacional de Planificación. (13 de Julio de 2017). Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Coworking La Floresta. (Diciembre de 2020). Coworking La Floresta. Obtenido de <https://www.coworkinglafloresta.com/>
- DataReportal . (17 de Febrero de 2020). Digital 2020: Ecuador. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ecuador>
- DINARDAP. (2016). Reglamento a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos. Obtenido de <https://www.rmpplayas.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/REGLAMENTO-A-LA-LEY-ORGANICA-DEL-SISTEMA-NACIONAL-DE-REGISTRO-DE-DATOS-PUBLICOS.pdf>
- El Comercio. (17 de Octubre de 2019). ¿Qué significa para Ecuador que el riesgo país haya alcanzado 823 puntos, la cifra más alta del 2019? Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sube-pais-riesgo-ecuador-deuda.html>
- El Comercio. (31 de Marzo de 2019). 57% de empleadas domésticas no tiene afiliación al seguro social en Ecuador. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/empleadas-domesticas-afiliacion-ecuador-subempleo.html>
- El Comercio. (11 de Septiembre de 2020). El SRI publica lista final de plataformas digitales para el cobro del IVA; incluye Netflix, Spotify, Tinder, juegos en línea. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sri-lista-plataformas-digitales-iva.html>
- El Comercio. (21 de Agosto de 2020). Tendencias. ¿Cuáles son las redes sociales preferidas por los ecuatorianos? Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/redes-sociales-preferidas-ecuador-tecnologia.html>
- Expatistan. (23 de Diciembre de 2020). El precio de Niñera en Quito. Obtenido de <https://www.expatistan.com/es/precio/canguro/quito>

- FACEBOOK. (19 de Julio de 2019). Élite Nannys EC. Obtenido de <https://www.facebook.com/NannysEC>
- Facebook. (Enero de 2021). Servicio de ayuda para empresas . Obtenido de <https://es-la.facebook.com/business/help/906073466193087?id=816009278750214>
- Feedback Networks. (2013). La Experiencia de Escuchar. Obtenido de <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
- Fernández Marci, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. Coruña: Biblioteca Digital Hispànica.
- FIGMA. (15 de Enero de 2021). Prototype. Obtenido de <https://www.figma.com/proto/T1k2c53i4IkkbSjB3vwyFM/Prototipo-Nannys?node-id=0%3A78&scaling=scale-down>
- Hacer Familia. (17 de Septiembre de 2020). Guarderías con webcam: ventajas e inconvenientes. Obtenido de <https://www.hacerfamilia.com/educacion/noticia-guarderias-webcam-ventajas-inconvenientes-20160426104818.html>
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (1991). Metodología de la Investigaciòn. Mèxico: MCGRAW-HILL.
- INEC. (Diciembre de 2011). Ecuador en Cifras. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico :
- https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC. (2012). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf
- INEC. (9 de Diciembre de 2013). Ecuador en Cifras. Obtenido de Quito, el cantón más poblado del Ecuador en el 2020: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/quito-el-canton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>
- INEC. (Diciembre de 2018). Tecnologías de la Información y Comunicación. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TIC_Multi_proposito.pdf

- INEC. (junio de 2019). Ecuador en Cifras. Obtenido de ¿Cómo crecerá la población en el Ecuador?: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- INEC. (Diciembre de 2019). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo(ENEMDU). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2019). Encuesta Nacional del Empleo, Desempleo y Subempleo. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (Diciembre de 2019). Tabulados de Tecnología de la Información y Comunicación. Obtenido de Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares 2019: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Tabulado_TIC_Multiproposito.xls
- INEC. (Diciembre de 2019). Tecnologías de la Información y Comunicación. Obtenido de Encuesta Multipropósito -TIC 2019: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- INEC. (Septiembre de 2020). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Obtenido de Índicadores Laborales Septiembre 2020: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Septiembre-2020/202009_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (Junio de 2020). Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2019. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2019/Principales_resultados_ESI_2019.pdf
- Innovación Chilena. (26 de Abril de 2016). Alba: Llega la revolución babysitter a Chile. Obtenido de <https://innovacionchilena.cl/alba/>
- International Labour Organization. (2017). Convenio sobre las trabajadoras y los trabajadores domésticos, 2011 (núm. 189). Obtenido de https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:2551460

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson. Obtenido de http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-_MARKETING.pdf
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0. Madrid: Ediciones de la U.
- MARSH. (2019). Mapa de Riesgo Político 2019. Obtenido de <https://www.marsh.com/co/campaigns/political-risk-map-2019.html>
- MARSH. (Abril de 2020). Mapa de Riesgo Político 2019. Obtenido de <https://www.marsh.com/co/campaigns/political-risk-map-2019.html>
- Matute , M. E., & Jarrín , G. A. (2016). Familia en cifras - Ecuador 2016. Loja, Ecuador: EDILOJA Cía. Ltda. Obtenido de https://www.utpl.edu.ec/sites/default/files/2017/folleto_familia_en_cifras_2016_enero_2017_digital.pdf
- Mieles Loor, J., Albán Navarro, A., Valdospin De Lucca, J., & Vera Gonzabay, D. (14 de Noviembre de 2018). Revista Científica Ecociencia. Obtenido de <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/upload/php/files/diciembresepe/11.pdf>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (Junio de 2018). 11 000 Centros de desarrollo infantil deberán actualizar sus registros. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/mies-el-18-de-marzo-11-000-centros-de-desarrollo-infantil-deberan-actualizar-sus-registros/#>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (31 de Agosto de 2020). ACUERDO No. 026-2020. Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/2020-09/acuerdo_026-2020.pdf
- Ministerio de trabajo. (9 de Julio de 2018). Proyecto Empleo Joven. Contrato Juvenil 2018-2022, 22. Quito, Ecuador. Obtenido de http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/Documento-de-proyecto-Empleo-Joven_09_07_2018-1.pdf
- MINTEL. (11 de Junio de 2019). Acuerdo Ministerial N° 012-2019. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2019/07/Acuerdo-012-2019.pdf>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2012). Plan Metropolitano de Desarrollo 2012-2022. Quito: TORRES & CORDERO IMPRESORA. Obtenido de https://www.quito.gob.ec/documents/Plan_Metropolitano_desarrollo_2012-2022.pdf

- Nannys Home. (Enero de 2020). Cuidado y Desarrollo de Niños a Domicilio. Obtenido de <http://www.nannyecuador.com/>
- Niñeras Exprés Quito. (4 de Junio de 2019). Niñeras Exprés Quito. Obtenido de <https://www.facebook.com/quienquideamihijoenquito/>
- Nogales. (2012). Investigación y técnicas de mercado. Madrid: Esic.
- ONU Mujeres. (22 de Septiembre de 2017). El 56% de mujeres en la región tiene trabajo. Obtenido de <https://ecuador.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2017/09/progreso-lac---el-telegrafo>
- Pacheco, M. S. (2014). Proyecto de emprendimiento de una guardería infantil en centro comercial “CHIQUIHOUSE. 35. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1039/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-31.pdf>
- Placetopay. (Mayo de 2020). PlacetoPay Comercios. Obtenido de <https://www.placetopay.com/web/comercios/>
- PNUD. (15 de Julio de 2020). Informe sobre el Desarrollo Humano 2020. Obtenido de http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/es/ECU.pdf
- Porter, M. (1987). Ventaja Competitiva. México, DF: Continental.
- Porter, M. (1992). Ventaja Competitiva. Pirámide. Obtenido de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)
- Primicias. (16 de Noviembre de 2019). Educación y Salud, entre los servicios que más aportaron al PIB. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ensenanza-servicios-pib-ecuador-economia/>
- Salkind. (2013). Métodos de investigación. Madrid: Pearson .
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación . (30 de Marzo de 2020). Cifras Historias. Obtenido de Oferta Académica Vigente: https://siau.senescyt.gob.ec/estadisticas-de-educacion-superior-ciencia-tecnologia-e-innovacion/?doing_wp_cron=1609832192.8236889839172363281250
- Silty. (Febrero de 2020). Niñeras con experiencia y referencias. Obtenido de <https://www.sitly.es/>
- Sistema de Rentas Internas. (4 de Septiembre de 2020). RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC20-00000055. Ecuador. Obtenido de

- <https://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/25b165b9-d764-4f58-bf49-ece31f805171/NAC-DGERCGC20-00000055.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Tu Salario Org Ecuador. (20 de Octubre de 2020). Salario mínimo – Centros de desarrollo infantil. Obtenido de <https://tusalario.org/ecuador/salario/salario-minimo/5567-ensenanza/5568-centros-de-desarrollo-infantil>
- Unión Europea. (Octubre de 2020). Artículo 28 UE RGDP. Obtenido de <https://www.privacy-regulation.eu/es/28.htm>
- Universidad Espíritu Santo. (2019). Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. Obtenido de Comportamiento de las Transacciones No Presenciales en Ecuador: <https://u6333525.ct.sendgrid.net/ls/click?upn=s6954Z5k7Yr3RjmILYZ3-2BfxHFIYrbeglIzrOKyorlUREMQPGI22noShKZo4LUGg7wQwa4lB0wMQtz2KnDfx7MAYRVVp9uQtzEQ6oHAP49RM4JTXgADm-2FHPIUX4seDe7ucZppRwif6vdXwlkqcK1NPdcvpB6uhFB3pF8sH1UR0gIzOTgD0BSCqK80jRnuPNuKJAKXr2Wlk-2BA>
- Urbano , S. M. (10 de Enero de 2021). ActualidadeCommerce. Obtenido de Qué es y como funciona la pasarela de pago en ecommerce: <https://www.actualidadecommerce.com/que-es-y-como-funciona-la-pasarela-de-pago-en-ecommerce/>
- WIX. (22 de 10 de 2020). Wix Logo Maker. Obtenido de <https://www.wix.com/logo/maker/esh/dashboard/my-logos>
- WIX. (15 de Enero de 2021). WIX Webpage Editor. Obtenido de <https://gcnarvaezmaed.wixsite.com/lite-nannys-ec>

ANEXOS

Anexo 1

Guion de Focus Group

Preguntas por cada P de Marketing.

PRODUCTO

- ¿Quién cuida a los niños mientras usted trabaja?
- ¿Qué hace cuando tiene un evento inesperado y no tiene con quien dejar a sus hijos?
- ¿Qué tan importante es tener una persona de confianza que cuide a sus niños eventualmente?
- ¿Qué tan difícil es conseguir una persona que cuide a sus hijos temporalmente?
- ¿Qué perfil debería tener una persona encargada del cuidado temporal de sus hijos?
- ¿Contrataría este servicio por las noches?
- ¿Cuántas horas máximo contrataría este servicio?
- ¿Cuál es el factor más importante que usted consideraría evaluar para contratar una persona o servicio de cuidado para sus hijos?
- ¿Qué tan importante es conocer la reputación o recomendaciones de otros usuarios para tomar una decisión al contratar un servicio para el cuidado de sus hijos?
- ¿Considera valor el poder monitorear el cuidado de sus hijos a través de cámaras web?

PROMOCION:

- ¿Cuál es la red social que más utiliza y por qué?
- ¿Considera que este servicio sea publicitado por redes sociales?
- ¿A qué hora revisa sus redes sociales en el día?
- ¿Sentiría mayor confianza de este servicio si el mismo fuera recomendado por instituciones educativas, escuelas, guarderías, etc.?

PRECIO:

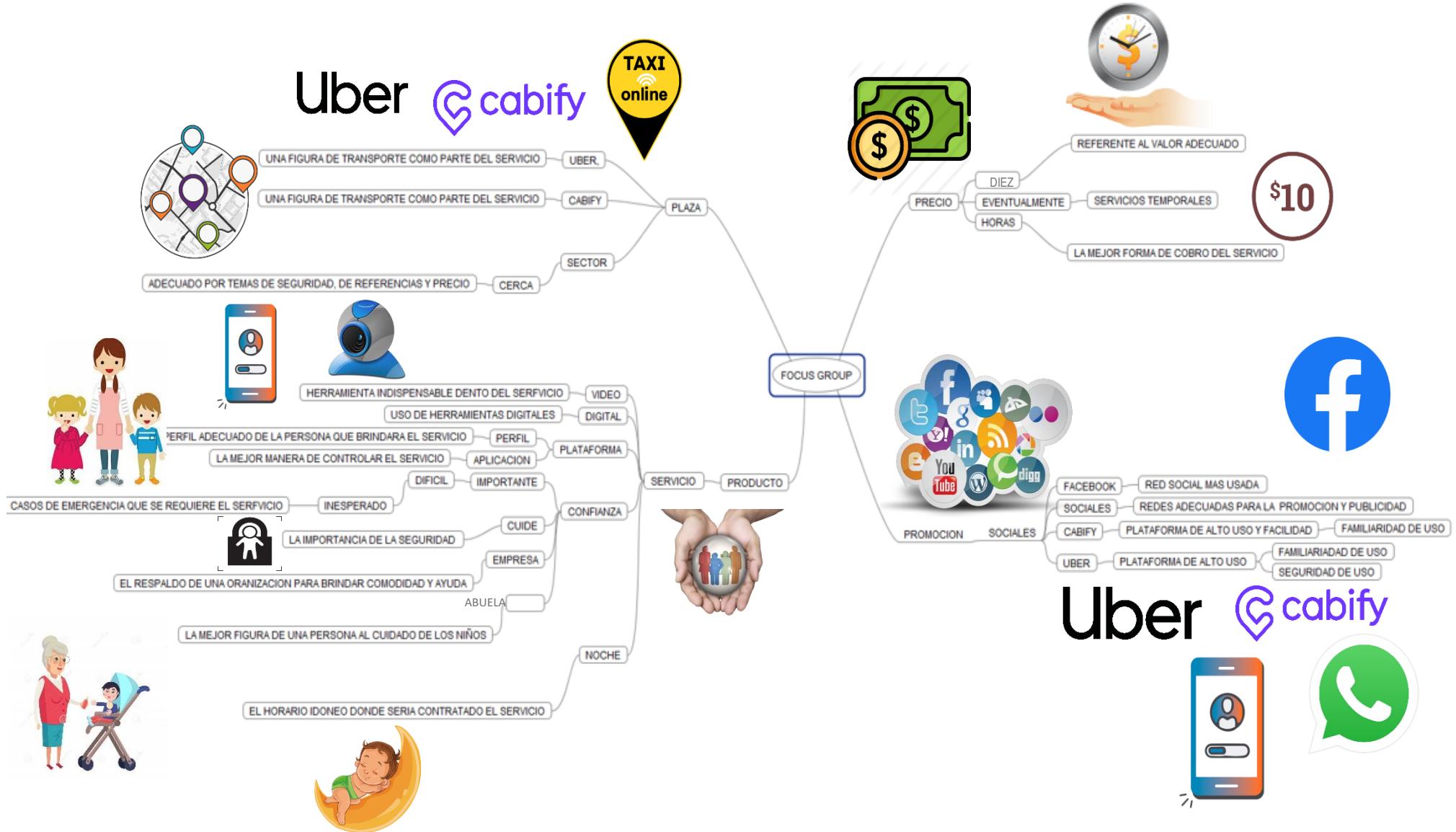
- ¿Dentro de su presupuesto familiar, está considerado el servicio de cuidado de sus hijos?
- ¿A qué porcentaje corresponde este valor?
- ¿Cuál sería el costo por hora que pagaría por este servicio?
- ¿Está de acuerdo que en las noches este servicio tenga un mayor valor? ¿Qué porcentaje más sería aceptable?
- ¿Si el servicio solicitado es en la noche o madrugada estaría dispuesto a pagar el transporte desde y hasta su hogar, a la persona que le brindo el servicio?
- ¿Qué opina de poder pagar un servicio de cuidado de sus hijos a través de tarjetas de crédito o débito?

PLAZA

- Tiene usted acceso continuo a Internet
- Usted utiliza plataformas digitales para solicitar productos y/o servicios?
- ¿Cuales? ¿Y con qué frecuencia?
- ¿Qué tan amigable es para usted el manejo de aplicaciones para la solicitud de servicios personales?
- ¿Qué tan importante es para usted el sector desde donde se traslada la persona que podría cuidar a sus hijos?
- ¿Cree usted que el precio del servicio depende del barrio o sector?

Anexo 2

Mapa Mental



Anexo 3

Encuesta para Estudio de Mercados para el Servicio de Cuidado Infantil a través de canales digitales con vigilancia web.



Deja que los cuidemos por ti

1. ¿Cuál es su edad?

Casillas: 4 opciones

2. ¿Tiene hijos o infantes bajo su responsabilidad?

Casillas: 2 opciones

3. ¿Cuántos hijos tiene?

Casillas: 3 opciones

4. ¿Cuáles son sus edades? (Puede escoger más de una opción)

Casillas: 3 opciones

5. ¿Sector donde vive?

Casillas: 4 opciones

6. Quiénes trabajan dentro del entorno familiar?

Casillas: 3 opciones

7. ¿Cuál es el promedio de ingresos familiares?

Casillas: 3 opciones

8. ¿Quién cuida de sus hijos cuando usted no puede hacerlo? (Puede escoger más de una opción)

Casillas: 3 opciones

9. ¿Por qué razón esta persona es la adecuada para cuidar a sus hijos? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 3 opciones

10. ¿Hasta qué edad usted considera que su niño debe quedarse bajo el cuidado de otra persona mientras usted no se encuentra?

Casillas: 4 opciones

11. ¿Cuál debería ser la edad adecuada de la persona que cuida de sus hijos?

Casillas: 4 opciones

12. ¿Cuál debería ser el género de la persona que cuida de sus hijos?

Casillas: 3 opciones

13. ¿Con qué frecuencia tiene usted la necesidad de dejar a sus hijos al cuidado de otra persona? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 3 opciones

14. ¿Cuáles son los motivos por los cuales usted debe dejar a sus hijos al cuidado de otra persona? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

15. ¿Qué tan difícil es encontrar una persona que cuide de sus hijos en un evento inesperado?

Casillas: 3 opciones

16. ¿En qué horario normalmente usted contraria servicios para el cuidado de sus hijos? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

17. ¿Dejaría usted el cuidado de sus hijos a una persona que contrata a través de medios digitales?

Casillas: 3 opciones

18. Si su respuesta fue NO, seleccione su principal motivo (Puede seleccionar una opción)

Casillas: 3 opciones

19. ¿Si como parte del servicio de cuidado de sus hijos se incluye video vigilancia para que usted mire las actividades y estado de sus hijos mientras no se encuentra en su domicilio, contrataría una persona a través de medios digitales?

Casillas: 3 opciones

20. ¿Qué características debería cumplir una persona que es contratada para cuidar a sus hijos a través de medios digitales? (puede seleccionar más de una opción)

Casillas: 5 opciones

21. ¿Considera usted que el cuidado de sus hijos es un servicio que debería ser pagado?

Casillas: 2 opciones

22. ¿Qué precio por hora Usted considera barato y estaría dispuesto a pagar?

Casillas: 4 opciones

23. Qué precio por hora Usted considera barato y NO estaría dispuesto a pagar?

Casillas: 4 opciones

24. Qué precio por hora Usted considera caro y aun así estaría dispuesto a pagar?

Casillas: 4 opciones

25. Qué precio por hora Usted considera caro y NO estaría dispuesto a pagar?

Casillas: 5 opciones

26. Cual considera Usted que es el precio justo?

Casillas: 4 opciones

27. ¿Cuál es su preferencia en cuanto al sector de Quito donde vive la persona que usted contrataría para el cuidado de sus hijos?

Casillas: 6 opciones

28. Si usted contrata una persona para que cuide a sus hijos, que se encuentre geográficamente distante de su hogar, ¿estaría dispuesto a pagar su transporte de ida y vuelta?

Casillas: 2 opciones

29. ¿En qué lugares usted dispone de acceso al servicio de internet? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

30. Dispone de Redes sociales y/o le gusta usar aplicaciones móviles?

Casillas: 2 opciones

31. Le gusta revisar la publicidad que le llega por redes sociales?

Casillas: 2 opciones

32. En que horario revisa usted sus redes sociales? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

33. ¿Qué redes sociales utiliza? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 6 opciones

34. ¿Por qué medio de que red social preferiría Usted recibir información sobre este servicio?

(Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 6 opciones

35. ¿Por qué medio usted preferiría contratar este servicio? (Puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

36. ¿Cuál sería la forma ideal de pago de este servicio? (puede seleccionar más de uno)

Casillas: 4 opciones

Anexo 4:

Buyer Persona 1

Mario Sánchez



METAS Y OBJETIVOS

- Iniciar su propia empresa para importar artefactos electrónicos
- Estudiar una maestría en transformacion digital
- Encontrar un espacio para iniciar una vida deportiva activa.
- Viajar dos veces por año con su hijo
- Darle la mejor educación a su hijo

PERSONALIDAD

- Extrovertido, le gusta bailar salsa
- Tiene muchos amigos con quienes suele salir a ciclear en las afueras de la ciudad
- Le gusta postear sus actividades y logros profesionales en LinkedIn
- Utiliza Netflix como un medio de entretenimiento los domingos en la tarde.
- Es un padre orgulloso de los logros de su hijo, los cuales los comparte con familiares y amigos en Facebook.

PAINT POTS

- Tiene una persona de servicio doméstico que le ayuda con el cuidado de su hijo pero únicamente hasta las 5:30 pm., por lo cual debe pagar horas extras casi a diario pues no alcanza a regresar a casa hasta esa hora.
- Necesita comúnmente buscar una persona con quien dejar a su hijo los fines de semana en la noche o cuando requiere viajar por temas de trabajo

DATOS PERSONALES

- Edad: 38 años
- Estado Civil: Divorciado
- Profesión: Ingeniero Electrónico
- Nivel de Estudios: 3er Nivel
- Ciudad: Quito
- Sector donde vive: Valle de Cumbayá
- Hijos: 1 que vive con él
- Edad del niño: 7 años
- Redes sociales:
- Facebook, LinkedIn, Twitter, WhatsApp

Buyer Persona 2



MARGARITA PEREZ

DATOS PERSONALES

Edad: 35 años

Profesión : Auditora

Ciudad : Quito

Nivel de estudios: 4to. Nivel

Sector: Ponceano Alto

Estado Civil: Casada

Hijos: 2
4 años y 1 año

Redes Sociales
WhatsApp, Facebook,
Instagram, LinkedIn

PERSONALIDAD

- Le gusta ir de compras con sus amigas
- Hace también compras por Amazon y ciertas tiendas Online
- Utiliza Cabify y Uber para transportarse
- Hace ejercicio 3 veces por semana un gimnasio cerca de su casa
- Suele ir con su esposo al cine en las noches una vez por mes
- Tiene un grupo de amigos con el que se reúnen para eventos sociales, con su esposo frecuentemente .
- Visita a su madre con sus hijos y esposo, los domingos en la mañana.
- Le gusta acualizarse en su profesion y toma cursos online eventualmente.

PAINT POTS

- Su madre cuida a su hijo menor únicamente de lunes a viernes desde las 8:00 hasta las 17:30
- No tiene empleada doméstica sino que contrata de servicios de limpieza ocasionales 1 vez por semana.
- Su hijo mayor llega de la escuela a las 2 pm y deben coordinar constantemente donde lo deben dejar si donde su mama o la oficina de su esposo.
- Cuando sale con su esposo al cine, necesitan buscar una persona de confianza que cuide a sus hijos por lo menos un par de horas.
- Cuando tienen que asistir a eventos sociales con sus amigos deben pedir ayuda a su madre o suegra con mucho tiempo de anticipacion, si no logran conseguir quien se quede con los niños, no asisten.