



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“APLICACIÓN MÓVIL (APP) PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO
DE CUIDADO DE NIÑOS”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

Autor

Edmundo Alejandro Velarde Paredes

Tutora

Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina

AMBATO – ECUADOR

2020

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN

Yo Edmundo Alejandro Velarde Paredes, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “ APLICACIÓN MÓVIL (APP) PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas y Finanzas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI). Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 31 días del mes de Agosto de 2020 firmo conforme:

Autor: Edmundo Alejandro Velarde Paredes

Firma:



Número de Cédula: 1803871936

Dirección: Tungurahua, Ambato, Huachi Loreto, San Antonio

Correo Electrónico: dito_vp95@hotmail.com

Teléfono: 0985452541

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación APLICACIÓN MÓVIL (APP) PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS” presentado por Edmundo Alejandro Velarde Paredes para optar por el Título ,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato,31 de agosto del 2020



Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Finanzas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 31 de agosto del 2020



Edmundo Alejandro Velarde Paredes

1803871936

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: APLICACIÓN MÓVIL (APP) PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS”, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Finanzas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato 31 de agosto del 2020

.....

Nombres completos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Nombres completos
VOCAL

.....

Nombres completos
VOCAL

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis dedico a mis padres, mi esposa Melanie Cobo y a mi hijo Matías Velarde por ser el pilar fundamental y la motivación para la culminación de mis estudios

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser la luz que brilla en mi camino, por su amor sin condición que siempre está a mi lado y en especial por respaldar cada palabra plasmada en este proyecto.

Doy gracias a mis padres por ser mis pilares de apoyo y quienes me han enseñado que no hay nada imposible solo es cuestión de luchar para vencer.

De igual manera agradezco a mi compañera Maria Emilia Núñez quien me ha compartido de su sabiduría y enseñanzas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Pág.
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ÁREA DE MARKETING	2
1.1 Definición del producto o servicio.....	2
1.2 Antecedentes investigativos.....	2
1.2.1 Definiciones del producto o servicio.....	2
1.2.2 Funcionalidad global y en el país.....	3
1.2.3 Fundamentación del problema	3
1.3 Detalle del producto o servicio	4
1.4 Definición del mercado.....	5
1.4.1 Categorización de sujetos.....	6
1.4.2 Estudio de Segmentación.....	6
1.4.3 Plan de Muestreo	7
1.4.4 Cuadro de necesidades.....	8
1.4.4.1 Diseño y recolección de información.....	10
1.4.5 Demanda Potencial.....	21
1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente	23
1.5.1 Análisis del Microambiente	23
1.5.2 Análisis del Macroambiente.....	27
1.5.3 Proyección de la oferta	30
1.5.4 Demanda potencial insatisfecha.....	32
1.6 Publicidad y promoción que realizará (canales de comunicación).....	33
1.7 Percepción del posicionamiento de la marca	36
1.8 Seguimiento de clientes	37

1.9 Especificar mercados alternativos	38
CAPITULO II.....	39
ÁREA DE PRODUCCIÓN	39
2.1 Objetivo del capítulo.....	39
2.2 Descripción del proceso.....	39
2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	39
2.2.2 Descripción de equipos, instalaciones y personas.....	44
2.2.3 Factores que afectan las operaciones	47
2.3 Capacidad de Producción.....	48
2.3.1 Capacidad de Producción Futura	48
2.4 Recursos necesarios para la prestación de servicios.....	49
2.4.1 Especificación de proveedores de servicios y grado de sustitución que pueden presentar.	49
2.5 Calidad	50
2.5.1 Método de control de calidad.....	50
2.6 Normativas y Permisos	52
CAPITULO III.....	57
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	57
3.1 Objetivos del capítulo	57
3.2 Análisis Estratégico y definición de Objetivos.....	57
3.2.1 Visión de la empresa	57
3.2.2 Misión de la empresa	57
3.2.3 Objetivos y estrategias	57
3.3 Organización Funcional de la Empresa	59
3.3.1 Organización Interna.....	59
3.3.2 Descripción de puesto	61
3.4 Control de Gestión	68
3.4.1 Indicadores de Gestión.....	68
3.5 Necesidades de Personal	68
CAPITULO IV	70
ÁREA JURÍDICO LEGAL	70
4.1 Objetivos del capítulo	70
4.2 Detalle de la información jurídica	70
CAPÍTULO V.....	76

EVALUACIÓN FINANCIERA	76
5.1 Objetivos del capítulo	76
5.2 Plan de Inversiones	76
5.3 Cálculo de Costos y Gastos	77
5.3.1 Mano de Obra.....	77
5.3.2 Depreciación	79
5.3.3 Proyección de la Depreciación.....	79
5.3.4 Detalle de costos	80
5.3.5 Proyección de costos	81
5.3.6 Detalle de gastos	83
5.3.7 Proyección de gastos	84
5.4 Plan de Financiamiento.....	87
5.4.1 Forma de financiamiento.....	87
5.5 Cálculo de Ingresos.....	87
5.5.1 Proyección de Ingresos	89
5.6 Punto de Equilibrio	89
5.7 Estado de Resultados	91
5.8 Flujo de Caja.....	92
5.9 Evaluación Financiera.....	93
5.9.1 Valor Actual Neto	93
5.9.2 Valor Actual Neto (VAN).....	94
5.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	94
5.9.4 Beneficio Costo.....	95
5.9.5 Período de Recuperación.....	95
Bibliografía	96
Anexos	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Especificaciones del servicio.....	5
Tabla 2: Categorización de sujetos	6
Tabla 3: Dimensión conductual	6
Tabla 4: Dimensión geográfica.....	7
Tabla 5: Dimensión demográfica.....	7
Tabla 6: Objetivo Específico 1	9
Tabla 7: Objetivo Específico 2	9
Tabla 8: Objetivo Específico 3	10
Tabla 9: Objetivo Específico 4	10
Tabla 10: Tiene hijos	12
Tabla 11: Número de hijos	13
Tabla 12: Edad de los hijos.....	13
Tabla 13: Tiempo dedicado al trabajo y/o estudios	14
Tabla 14: Cuidado de los niños	15
Tabla 15: Frecuencia de asistencia a eventos sociales.....	16
Tabla 16: Uso de una aplicación para el cuidado de niños.....	17
Tabla 17: Ha contratado el servicio de una niñera	18
Tabla 18: Los medios de contratación	19
Tabla 19: Número de aplicaciones móviles que tiene su celular.....	20
Tabla 20: Proyección de la demanda	22
Tabla 21: Poder de negociación con los clientes	23
Tabla 22: Análisis de la rivalidad entre competidores.....	24
Tabla 23: Amenaza de los nuevos entrantes.....	24
Tabla 24: Poder de negociación de los proveedores.....	25
Tabla 25: Amenaza de productos sustitutos	26
Tabla 26: Análisis FODA	27
Tabla 27: Matriz EFE	28
Tabla 28: Matriz EFI	28
Tabla 29: Matriz perfil competitivo.....	29
Tabla 30: Plan de contingencia.....	30

Tabla 31: Detalle de los centros de cuidado infantil.....	31
Tabla 32: Proyección de la Oferta	31
Tabla 33: Demanda potencial insatisfecha	32
Tabla 34: Plan de acción estrategias publicitarias	34
Tabla 35: Actividades para la App	45
Tabla 36: Función de los equipos para uso del aplicativo	46
Tabla 37: Personal para las operaciones	46
Tabla 38: Factores que influyen en las operaciones	47
Tabla 39: Descripción de la capacidad de producción en horas	49
Tabla 40: Descripción de la capacidad de servicios proyectado	49
Tabla 41: Grado de sustitución	49
Tabla 42: Lista de control u hoja de verificación	51
Tabla 43: Descripción del cargo	61
Tabla 44: Indicadores de Gestión	68
Tabla 45: Necesidad de personal	69
Tabla 46: Plan de inversión	76
Tabla 47: Cálculo del valor por hora	77
Tabla 49: Sueldos y beneficios de ley	78
Tabla 50: Rol del personal Administrativo	78
Tabla 51: Sueldos y beneficios de ley del personal administrativo.....	78
Tabla 52: Rol del personal de ventas	79
Tabla 53: Cálculo de la depreciación.....	79
Tabla 54: Proyección de la depreciación	80
Tabla 55: Detalle de los costos	80
Tabla 56: Proyección de los costos.....	82
Tabla 57: Detalle de gastos.....	83
Tabla 58: Proyección de Gastos Administrativos.....	85
Tabla 59: Proyección gastos de ventas	86
Tabla 60: Proyección Gastos Financieros.....	86
Tabla 61: Plan de financiamiento	87
Tabla 62: Cálculo de ingresos.....	88
Tabla 63: Cálculo de ingreso anual	88
Tabla 64: Proyección de Ingresos	89
Tabla 65: Punto de equilibrio	89

Tabla 66: Estado de resultados proyectado	92
Tabla 67: Flujo de caja	92
Tabla 68: Tasa mínima aceptable de rendimiento	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tiene hijos	12
Gráfico 2: Número de hijos	13
Gráfico 3: Edad de los hijos.....	14
Gráfico 4: Tiempo dedicado al trabajo y/o estudios	15
Gráfico 5: Cuidado de los niños	16
Gráfico 6: Asistencia a eventos sociales:.....	17
Gráfico 7: Uso de una aplicación para el cuidado de niños.....	18
Gráfico 8: Ha contratado el servicio de una niñera	19
Gráfico 9: Los medios de contratación	20
Gráfico 10: Número de aplicaciones móviles que tiene su celular.....	21
Gráfico 11: Demanda Potencial.....	22
Gráfico 12: Proyección de la Oferta	32
Gráfico 13: Demanda potencial insatisfecha	33
Gráfico 14: Mapa de procesos	40
Gráfico 15: Flujo de procesos.....	44
Gráfico 16: Método de Control de calidad Diagrama de Pareto.....	51
Gráfico 17: Objetivos Estratégicos	58
Gráfico 18: Organigrama Estructural	59
Gráfico 19: Organigrama funcional.....	60
Gráfico 20: Punto de equilibrio	91

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Logotipo	36
Ilustración 2: Imagen de marca	37
Ilustración 3: Localización oficinas	44
Ilustración 4: Instalaciones.....	45

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: APLICACIÓN MÓVIL (APP) PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS

AUTOR: Edmundo Alejandro Velarde Paredes

TUTORA: Sánchez Montero Ivanna Karina

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad para crear un aplicativo APP en el cuidado de niños, dentro de este análisis se elaboró la segmentación de mercado para establecer la oferta y la demanda del producto; el mismo que estuvo comprendido por mujeres de entre 18 y 45 años de la población económicamente activa de la zona urbana de la ciudad de Ambato; aplicando a este segmento una encuesta para establecer los parámetros y requerimientos del mercado y de esta forma elaborar estrategias que coordinen y ayuden al cumplimiento de los objetivos del plan. Se investigó también los requisitos para la conformación de una empresa unipersonal, así como las normativas y demás aplicativos legales, organizacionales, y de personal. Para conocer la viabilidad del plan de negocios se desarrolló un estudio financiero, que constó de un plan de inversión inicial, y un detalle de los indicadores financieros necesarios que determinaron la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: Plan de negocios, aplicativo móvil, estrategias, estudio financiero, factibilidad.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: MOBILE APP (APP) FOR THE HIRING OF THE CHILD CARE SERVICE

AUTHOR: Velarde Paredes Edmundo Alejandro

TUTOR: Sánchez Montero Ivanna Karina

ABSTRACT

The purpose of this research is to develop a business plan to determine the feasibility of creating an app PPP in child care, within this analysis market segmentation was developed to establish the supply and demand of the product; the same one that was comprised of women between the ages of 18 and 45 of the economically active population of the urban area of the city of Ambato; applying to this segment a survey to establish market parameters and requirements and thus develop strategies that coordinate and help meet the objectives of the plan. The requirements for the formation of a single-person company, as well as regulations and other legal, organizational, and personnel applications, were also investigated. To understand the feasibility of the business plan, a financial study was developed, which provided an initial investment plan, and a detail of the necessary financial indicators that determined the feasibility of the project.

Keywords: Business plan, mobile application, strategies, financial study, feasibility.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolla con la finalidad implementar una aplicación móvil para la contratación del servicio de cuidado de niños; connotando la importancia de los padres por mantener a sus niños en lugares y con personas idóneas, que demuestren su capacidad de protegerlos, es así que, la APP contará con personal capacitado y con experiencia en el servicio de cuidado de niños y de esta manera cubrir una necesidad en la cual facilite a los padres a través de mecanismo tecnológicos, contactar con personas para el cuidado y protección de sus hijos.

El desarrollo del trabajo constara de los siguientes capítulos:

Capítulo I área de marketing en la cual se detallará las características e información del servicio, se estructurará un estudio de mercado especificando la segmentación dimensiones y alcance del servicio, detalle de la oferta y demanda, estudio del entorno competitivo con matrices de valoración, elaboración de las estrategias de marketing en función a las 4p.

Capítulo II área de operaciones, donde se estructurará los procesos de creación del servicio, así como el detalle de los recursos necesarios para la implementación de la APP, descripción de las normativas y permisos para la funcionalidad del servicio.

Capítulo III área de organización y gestión, se definirá la estructura empresarial detallando la razón de ser misión, visión y objetivos de la empresa como tal, emisión de organigramas de las funciones y responsabilidades de los cargos administrativos de operación.

Capítulo IV área jurídico legal de la empresa, se determinará el tipo de empresa que se va a crear, identificando leyes, normas, permisos que la rigen y regulan a través de los organismos competentes.

Capítulo V área financiera se identificará el plan de inversiones, el cálculo de los costos y gastos, para determinar sus ingresos, y la rentabilidad del negocio.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 Definición del producto o servicio

Elaboración de un Plan de negocios en la implementación de una aplicación móvil para la contratación del servicio de cuidado de niños; entendiendo que en la actualidad las aplicaciones móviles se han creado para facilitarle la vida a muchas personas, donde el uso de internet a nivel mundial es el mecanismo más eficiente y con mayor alcance en la innovación de negocios, pues permite el ahorro de tiempo y recursos los mismos que muchas veces las personas no cuentan por su ajetreado ritmo de vida.

1.2 Antecedentes investigativos

1.2.1 Definiciones del producto o servicio

La App es considerado "un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático" (Master Sistemas, 2012). Las aplicaciones móviles son programas diseñados para ejecutarse en teléfonos, tabletas y otros dispositivos móviles. Estos programas permiten a los usuarios realizar actividades profesionales, acceder a servicios y mantenerse actualizados.

En el pasado, las compañías de telecomunicaciones brindaban un solo servicio: pedidos de teléfonos, audio y video, servicios de operador y servicios de valor agregado. Actualmente, los servicios se han agregado de tal manera que el mismo proveedor de servicios dentro de la misma infraestructura de telecomunicaciones puede proporcionar múltiples servicios. Esta fusión tecnológica de dispositivos electrónicos proporciona funciones telefónicas y brinda la misma asistencia que una computadora, lo que hace posible el concepto de un teléfono inteligente. Puede usarlo para comprar, enviar y recibir correos electrónicos, escuchar música, ver videos musicales. El acceso a las redes sociales requiere solo un dispositivo además de hablar por teléfono.

1.2.2 Funcionalidad global y en el país

La funcionalidad de las APP registra un avance a través de un mundo digitalmente globalizado, y con el paso de los años el uso de aplicaciones móviles se ha convertido en una herramienta importante para el ofrecimiento de diversos servicios, siendo la razón para que varias personas considerados usuarios pasen más tiempo en sus teléfonos, pues la búsqueda de servicios y productos está al alcance de todos, brindando la satisfacción de abordar con la simplicidad a gran parte de su vida.

De acuerdo a un estudio realizado por “The US Mobile App Report” publicado en agosto del 2012, muestra más cifras que hablan sobre la relevancia que tienen las aplicaciones en la vida del ciudadano estadounidense. Por ejemplo, algo más de la tercera parte de estadounidenses que tiene un 'smartphone' descarga al menos una aplicación al mes. Un 57% de usuarios de dispositivos móviles utiliza aplicaciones cada día del mes y ocho de cada 10 usuarios acceden a las aplicaciones, al menos, 26 días por mes. El mismo estudio añade que las 'apps' son el combustible que impulsa el crecimiento de los dispositivos móviles (Maldonado, 2013).

Las APP son consideradas poderosas herramientas de marketing, las cuáles aportan grandes beneficios a las empresas para mantener la fidelidad de los clientes y para quienes buscan posicionar su marca.

Ecuador está conectado con este sector y según datos del INEC, y hasta el año 2013 se contaban 1,2 millones de teléfonos inteligentes en el país, dato que en la actualidad es primordial para ejercer un conocimiento real, sobre la cobertura digital por familia o por cada miembro de familia que posee un teléfono móvil.

Según (Guerra, 2019) “ El mercado de desarrollo de aplicaciones en Ecuador está en expansión. Hay empresas dedicadas al desarrollo de ‘apps’ móviles y emprendedores que hacen aplicativos de sus ideas”, es por eso que, no se ha encontrado una aplicación que permita contratar una niñera mediante una aplicación móvil, ya sea por una necesidad específica o simplemente como apoyo en el hogar.

1.2.3 Fundamentación del problema

Las aplicaciones móviles son un mecanismo importante para que, sin necesidad de ir a la búsqueda de internet, las personas puedan acceder de manera instantánea a un

servicio; a la par de esta necesidad las empresas están creando una alternativa para que sus productos, bienes o servicios puedan llegar sin mayor problema a sus clientes.

Tal es la cantidad de información que las personas pueden tener en sus móviles que en ocasiones existen riesgos de la calidad del producto o servicio que reciben; por tal razón es imperante considerar el buen uso de esta herramienta digital tanto para ofertantes como demandantes, ya que la búsqueda de mejorar los niveles de vida exige también servicios que garanticen y satisfagan las exigencias del mercado.

Es así que, un servicio de cuidado infantil con miras futuristas que pueda cubrir una necesidad y ejemplifique la protección de los niños, es el valor agregado que los conceptos de cuidado y unión familiar forjaran las bases en el desarrollo del presente estudio.

Con los altos índices de riesgo existentes en el cuidado de niños y los peligros latentes que se presentan en el momento de escoger personal que se dedique al cuidado de niños; las condiciones y características que la presente APP ofertará serán la carta de presentación para brindar la confianza y seguridad al momento de adquirirla, pues tendrá una base de datos de personal altamente calificado para el cuidado de los niños, con información de contacto y experiencia, validadas, que brindarán tranquilidad y seguridad en el momento de seleccionar el personal requerido.

Los padres optan por encargar el cuidado de sus niños menores a personas que brindan atención personalizada, que se encuentran cerca del hogar y, a veces, lejos del lugar de trabajo de los padres. En esta situación, muchos padres dejan a sus hijos solos en el hogar, pero se dan cuenta de que la realidad de estos es la falta de medios y mecanismos de comunicación para satisfacer la constante demanda de información de los padres, el progreso de los niños y los resultados escolares (Fernández, 2018).

1.3 Detalle del producto o servicio

La APP contará con la información detallada de cada una de las niñeras, enfermeras, parvularios, docente, ayudantes de parvularia y seguro de contrato para evitar problemas e incidentes en el cuidado de los niños (sobre todo de tipo legal). Además, el APP incluirá el servicio de monitoreo en línea para seguimiento en tiempo real, e incluirá una calificación por estrellas basada en recomendaciones y comentarios de los usuarios. "En el día de hoy las aplicaciones en tiempo real están muy en boga en la actualidad. Sin

embargo, no son nada nuevo dentro del concepto de aplicaciones cliente/servidor que se ejecutan a través de internet” (Culturación, 2014).

La Tabla 1, describe las especificaciones de la APP, siendo uno de los beneficios y características transformados del servicio prestado, y mediante sus especificaciones brinda seguridad punto clave a la hora de suscribirse a través de la aplicación.

Tabla 1: Especificaciones del servicio

<i>DISEÑO</i>	<i>ESPECIFICACIONES</i>
<i>Producto</i>	<p>Aplicación disponible para dispositivos Android y Apple.</p> <p>Funcionalidad simple</p> <p>Navegación simple basada en las pautas de diseño para la plataforma seleccionada</p>
<i>Imagen</i>	<p>Diseño de la aplicación minimalista con fuentes y espacios amplios.</p> <p>Nombre e imagen llamativos.</p> <p>Detalle de los servicios y condiciones de seguridad brindada</p>
<i>Software</i>	<p>Uso de la aplicación con o sin internet</p> <p>Facilidad de configuración</p> <p>Implementación de una base de datos con características del personal</p>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Velarde (2020)

1.4 Definición del mercado

Fernández (2016), manifiesta que Mercado es “el área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse” (p.12).

El segmento del mercado al cual va dirigido el presente proyecto son padres que tienen un horario de trabajo especial y también lo utilizarán los padres más jóvenes para poder tener sus momentos de distracción.

1.4.1 Categorización de sujetos

La categorización direcciona al estudio a aquellas personas que conforman la población económicamente activa en edades comprendidas de 18-45 años, quienes son padres y que por sus diferentes ocupaciones requieren de una persona capacitada para cuidar y proteger a sus hijos; el presente emprendimiento será influenciado por amigos, familiares y padres de familia.

Tabla 2: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIÉN COMPRA?	Hombres y mujeres padres de 18-45 años
¿QUIÉN USA?	Hombres y mujeres padres de 18-45 años
¿QUIÉN DECIDE?	Hombres y mujeres padres de 18-45 años
¿QUIÉN INFLUYE?	Amigos, familiares y Padres de Familia

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Velarde (2020)

1.4.2 Estudio de Segmentación

Dimensión conductual

Tabla 3: Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD	Seguridad
TIPO DE COMPRA	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	Positiva

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Velarde (2020)

La dimensión conductual determina aquellos factores que buscan los consumidores como razón que los conlleva a comprar para satisfacer su necesidad, y detallar si su perspectiva frente al producto es positiva o negativa.

Dimensión geográfica

Tabla 4: Dimensión geográfica

Variable	Descripción	2010	2019	TCP	TCA	TCP %
País	Ecuador	14.483.499	17.455.611			
Región	Sierra	6.449.355	7.534.836	0,0184	0,1472	1,84%
Provincia	Tungurahua	502.322	581.237	0,0175	0,14	1,75%
Ciudad	Ambato	329.856	374.066	0,0147	0,1176	1,47%
Zona	Urbana	165.185	187.019	0,0145	0,116	1,45%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Elaborado por: Velarde (2020)

Dimensión demográfica

Tabla 5: Dimensión demográfica

Variable	Descripción de la Variable	2010	2019	TCP	TCA	TCP %
Sexo	Mujeres	130.190	148.200	0,0145	0,116	1,45%
	Hombres	122.606	139.567			
Edad 18-45	Mujeres	60.824	69.239	0,0145	0,116	1,45%
	Hombres	57.730	65.717			
Situación socioeconómica	PEA	166.340	189.350	0,659	5,272	65,80%

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Velarde (2020)

La dimensión demográfica está constituida por los habitantes del cantón Ambato, del área urbana y se proyecta con el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional de 1,45% promedio de los 9 años.

1.4.3 Plan de Muestreo

Según Vivanco (2016), dice que muestra “es el proceso de seleccionar un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población” (p.44).

En el desarrollo del presente estudio se considera la muestra objeto de estudio, a quienes en base a la aplicación de una encuesta como instrumento se analizará la información necesaria; para crear estrategias sobre implementación de la APP.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 P * Q + N * e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (95%) (1,96)

P= Probabilidad de Ocurrencia (0,5)

Q= Probabilidad de no Ocurrencia (0,5)

N= Población o Universo (56.698)

e= Error de la muestra 5% (0,05)

$$n = \frac{((1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5 * 134956)}{((1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5) + (134956 * ((0.05 * 0.05)))}$$

$$n = \frac{129557,76}{338,35}$$

n=382

Una vez realizado el cálculo se determina una muestra de 382 personas con edades comprendidas entre 18-45 años que sean padres, y pertenezcan a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato.

1.4.4 Cuadro de necesidades

En función a los objetivos planteados, se estructura los diferentes cuadros de necesidades en los cuales se identificará cuáles son los gustos, preferencias, necesidades de los clientes, los canales y medios de comunicación para publicitar la APP y los precios acorde a la situación de los padres; en detalle se analizará también los principales competidores del mercado.

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de crear un aplicativo APP para el cuidado de los niños.

Objetivo Específico 1

Elaborar un estudio de mercado para determinar la viabilidad del lanzamiento de un APP para el cuidado de niños y su comercialización.

Tabla 6: Objetivo Específico 1

Necesidades de información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial que adquiriría la APP	Secundaria	INEC	Base de Datos
Identificar frecuencia de uso de APPs de la población.	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Conocer los requerimientos de las personas para el cuidado de los niños.	Primaria	Entrevista	Cuestionario

Nota: Adaptado

Elaborado por: Velarde (2020)

Objetivo Específico 2

Determinar los procesos y operaciones necesarios para la construcción de la APP para el cuidado de los niños.

Tabla 7: Objetivo Específico 2

Necesidades de información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Establecer los procesos para el desarrollo de la APP	Secundaria	Proveedores	Servicios agrupados
Detallar los requerimientos para la aplicación	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Capacitación para el manejo de la APP	Secundaria	Proveedores	Servicios agrupados
Analizar las operaciones para la construcción de la APP	Secundaria	Proveedores	Base de datos de otras investigaciones

Nota: Adaptado

Elaborado por: Velarde (2020)

Objetivo Específico 3

Establecer la estructura administrativa necesaria para el diseño del aplicativo.

Tabla 8: Objetivo Específico 3

Necesidades de información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Identificar la imagen corporativa del proyecto	Secundaria	Elaboración Propia	Diseño de la imagen
Diseño de la organización funcional de la empresa	Secundaria	Elaboración Propia	Organigrama Estructural
Descripción de los cargos y funciones dentro de la implementación del aplicativo	Secundaria	Elaboración Propia	Base de datos de otras investigaciones

Nota: Adaptado

Elaborado por: Velarde (2020)

Objetivo Específico 4

Determinar la factibilidad financiera para la creación de la APP para el cuidado de niños.

Tabla 9: Objetivo Específico 4

Necesidades de información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Definir el plan financiero y de inversión	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Detalle de costos y gastos para la creación de la APP	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Detalle de los estados financieros	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Indagar sobre los indicadores financieros	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Nota: Adaptado

Elaborado por: Velarde (2020)

1.4.4.1 Diseño y recolección de información

Desarrollo de instrumentos

Información secundaria

Necesidad 1: Determinar el mercado potencial que adquiriría la APP

Según Kotler y Armstrong (2013), la “selección del mercado meta es un proceso de evaluación del atractivo de cada segmento del mercado y elegir uno o más segmentos para entrar”.

En base al estudio de mercado se determina la cantidad de personas en edades comprendidas entre 18-45 años de la PEA del cantón Ambato, de la zona urbana, se determinó en base a los datos obtenidos por el INEC 2010 y realizada la proyección al año 2019 un total de 134956 posibles clientes, entre los cuales se aplicará una encuesta a aquellos padres o madres con una muestra de 382 personas con las características antes mencionadas.

Necesidad 2: Establecer los procesos para el desarrollo de la APP

Los procesos para la implementación del APP, se encontrarán detallados en el capítulo II del presente proyecto en el punto 2.2 Descripción de procesos.

Necesidad 3: Identificar la imagen corporativa del proyecto

Bautista (2016), menciona que “es un diseño generalmente aceptado de lo que una compañía significa. La creación de un diseño corporativo es un ejercicio en la dirección de la percepción” (p. 1).

La finalidad de crear una imagen corporativa es darle identidad al producto, bien o servicio que se promoció; con la imagen dentro del mercado de consumo la aplicación será diferenciada del resto.

Necesidad 4: Definir el plan financiero y de inversión

El plan financiero se define como “la herramienta que nos permitirá describir cuáles van a ser las fuentes de financiación de nuestro negocio” (Caurin, 2017)

El plan de inversión según Caldas, Fernández, & Carrión (2017), indican que “Es todo desembolso de dinero que se utiliza para adquirir bienes o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, que la empresa utilizara durante varios años para alcanzar sus objetivos y obtener un beneficio” (pág. 166).

Desarrollo de la encuesta

1.- ¿Tiene hijos/as?

Tabla 10: Tiene hijos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	378	99%
NO	4	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

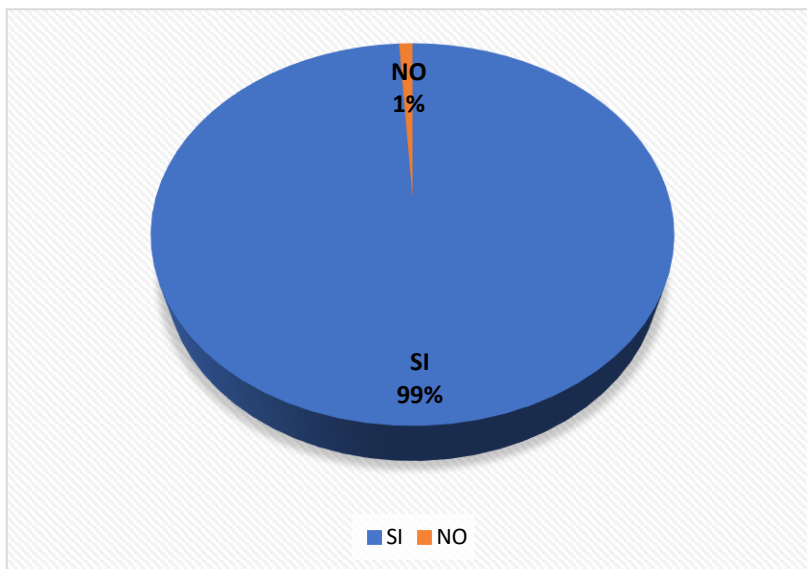


Gráfico 1: Tiene hijos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

Del total de encuestados que representan el 100%, el 99% indicó que si tiene hijos mientras que el 1% no tenía; este dato puede surgir de acuerdo a la edad de los padres en ocasiones las parejas jóvenes o recién casadas no tienen hijos, pero entre sus planes está el tenerlos.

2. ¿Cuántos hijos/as tiene?

Tabla 11: Número de hijos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
UNO	64	17%
DOS	205	54%
TRES	67	17%
MÁS DE TRES	46	12%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

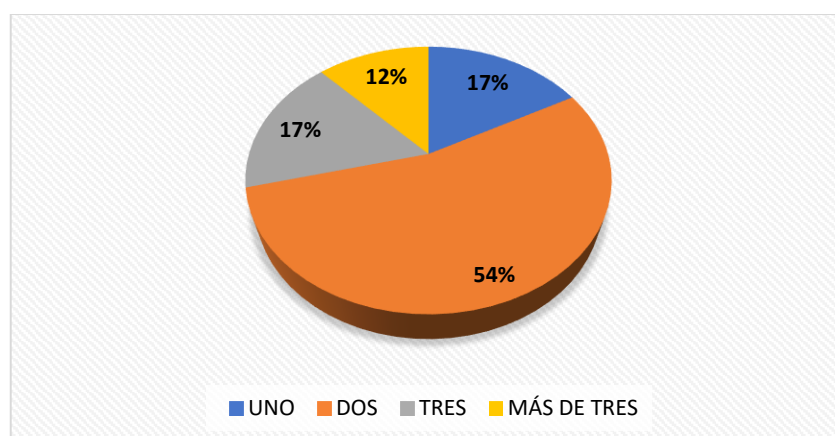


Gráfico 2: Número de hijos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

El número de hijos que tiene el 54% de los encuestados que es la mayoría son dos, el 17% tiene uno y tres hijos y el 12% tiene más de tres hijos. De acuerdo al promedio de hijos que tiene la población ecuatoriana está en un rango de 2 hijos por pareja.

3.Cuál es la edad de sus hijos/as

Tabla 12: Edad de los hijos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0-4 años	124	33%
Entre 5-9 años	180	47%
Entre 10-12 años	78	20%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

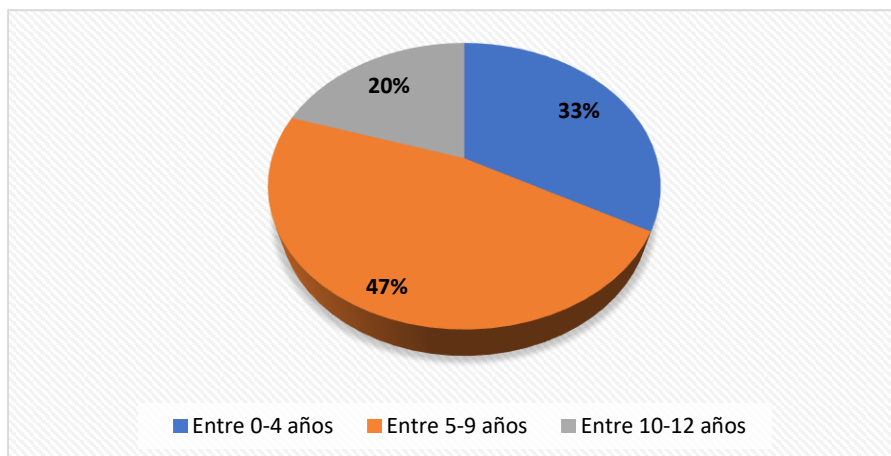


Gráfico 3: Edad de los hijos

Análisis e interpretación

De 382 personas encuestadas el 47% de los encuestados manifiesta que la edad de sus hijos comprende rangos entre 5-9 años, el 33% tiene hijos en edades comprendidas entre 0-4 años y el 20% tienen hijos en edades de 10-12 años; el rango de edad permite a la aplicación determinar el tipo de cuidado que requiere cada edad de niños, asignándole una persona capacitada para este cuidado; de igual forma la PEA de padres con hijos en edades de 10-12 es mayor pues oscilan la edad de los padres entre 35-45 años.

4. ¿Qué cantidad de tiempo dedica a su trabajo y/o estudios?

Tabla 13: Tiempo dedicado al trabajo y/o estudios

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 4 horas	104	27%
De 5 a 8 horas	225	59%
Más de 8 horas	53	14%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

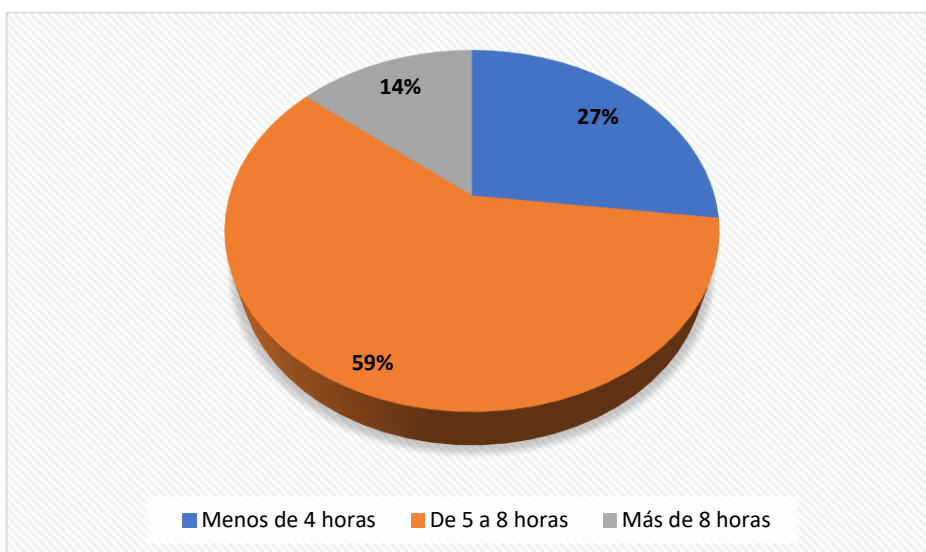


Gráfico 4: Tiempo dedicado al trabajo y/o estudios

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas el 59% indicó que el tiempo que dedica a su trabajo o estudios es de 5-8 horas diarias, el 27% dijo que menos de 4 horas o trabaja a medio tiempo y el 14% dedica más de 8 horas diarias a su trabajo o estudios. Las varias ocupaciones merman los tiempos en que se puede compartir en familiar, por el trabajo varios padres buscan una persona capaz que proteja y cuide a sus hijos, usualmente en horarios escolares existen instituciones educativas que ofertan servicios de guardería, pero luego de terminado el horario escolar; el niño sale al cuidado de otra persona.

5. ¿A quiénes les concede la capacidad de cuidar de su hijo en horarios en que usted no puede?

Tabla 14: Cuidado de los niños

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Papá-Mamá	54	14%
Abuelos	218	57%
Empleada	49	13%
Guarderías	61	16%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

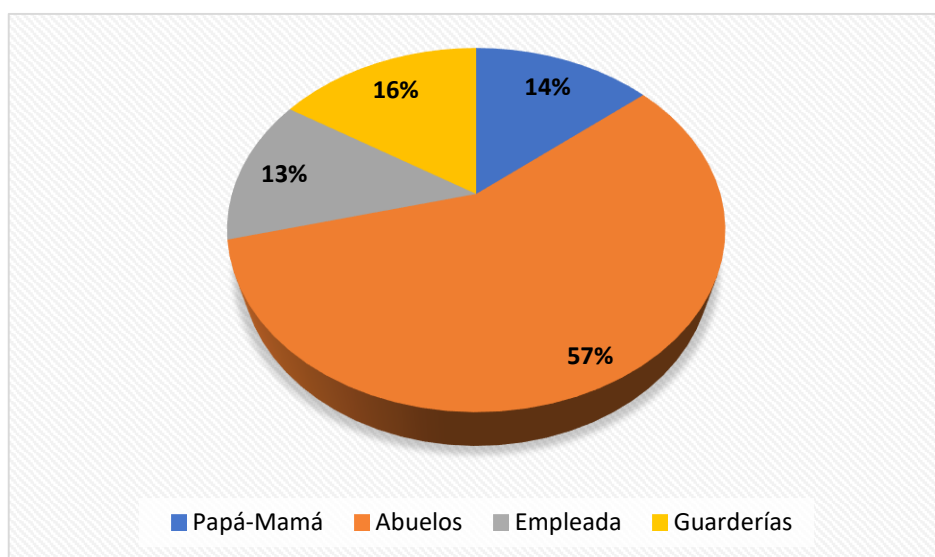


Gráfico 5: Cuidado de los niños

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

De 382 personas encuestas, el 57% indica que el cuidado de sus hijos en horarios que los padres tienen que trabajar está a cargo de los abuelitos, el 16% los mantienen en guarderías que cumplen con los mismos horarios de trabajo, el 14% pasan con la papa o la mamá en casa y el 13% está a cargo de una empleada doméstica u otro familiar; como es de conocimiento general la mayor parte de crianza de los niños actualmente depende de los abuelos, este hecho ha marcado una protección y seguridad por parte de los padres para no dejarlos solos o con alguien que no confían.

6. ¿Con qué frecuencia asiste a eventos y reuniones sociales?

Tabla 15: Frecuencia de asistencia a eventos sociales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Todos los fines de semana	67	18%
Una vez al mes	164	42%
Esporádicamente	84	22%
Nunca	67	18%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

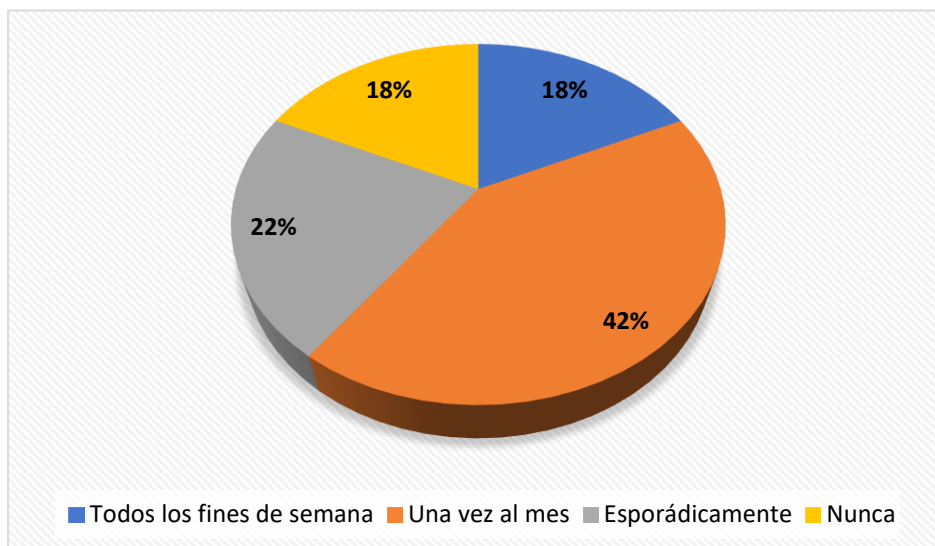


Gráfico 6: Asistencia a eventos sociales:

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados el 42% de la población indico que por lo menos una vez al mes asiste a eventos sociales o salidas, el 22% tiene una asistencia esporádica a eventos sociales y el 18% sale cada fin de semana, así como el hecho de que nunca sale; los padres que respondieron que nunca salen es por el hecho que sus salidas conciernen llevar a sus hijos con ellos, y no tienen salidas a solas.

7. ¿Usted utilizaría una APP (aplicación móvil) para la contratación del cuidado de niños?

Tabla 16: Uso de una aplicación para el cuidado de niños

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	306	80%
NO	76	20%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

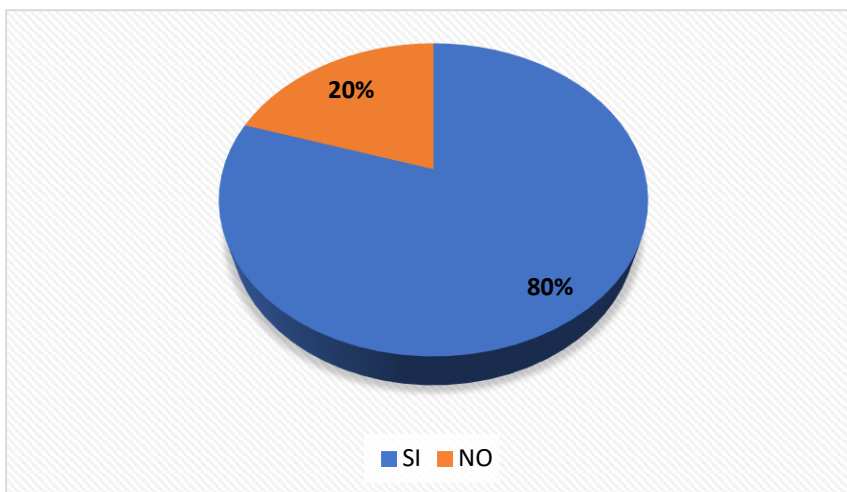


Gráfico 7: Uso de una aplicación para el cuidado de niños

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

De 382 personas encuestadas el 80% menciona que si utilizaría la aplicación móvil para contratar una niñera, el 20% menciona que no lo haría; esto marca una diferenciación de la demanda existente para el desarrollo de estrategias que potencialicen la implementación de la APP.

8. ¿Ha contratado alguna vez el servicio de niñera para el cuidado de sus hijos?

Tabla 17: Ha contratado el servicio de una niñera

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	250	65%
NO	132	35%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

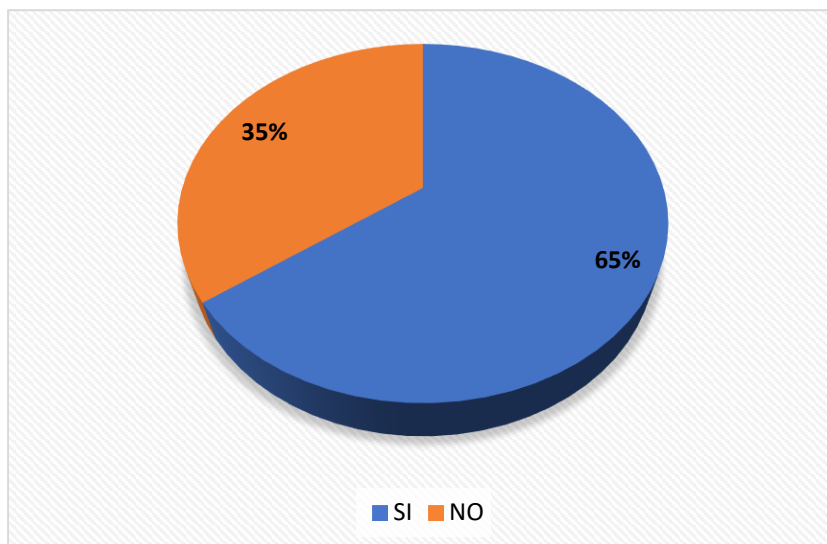


Gráfico 8: Ha contratado el servicio de una niñera

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

De las 382 personas encuestadas el 65% indicó que, si había contratado los servicios de una niñera, y el 35% restante dijo que no lo había hecho; las circunstancias actuales sobre la desconfianza hacen que varias personas solo soliciten un contacto si alguien tuvo una buena experiencia en el cuidado de sus hijos, caso contrario prefieren dejarlo a cargo de algún familiar. Y a pesar de que las personas estarían dispuestas a contratar en base a una APP el servicio de cuidado de niños no lo ha hecho porque no existe un sitio que demuestre los antecedentes y capacidades de quién solicita el cargo.

9. Si usted ha respondido a la pregunta anterior que Si por favor responda la siguiente:

¿De qué manera contrata usted a una niñera?

Tabla 18: Los medios de contratación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vía telefónica	78	20%
Página web	19	5%
Referencias	245	65%
Redes sociales	40	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

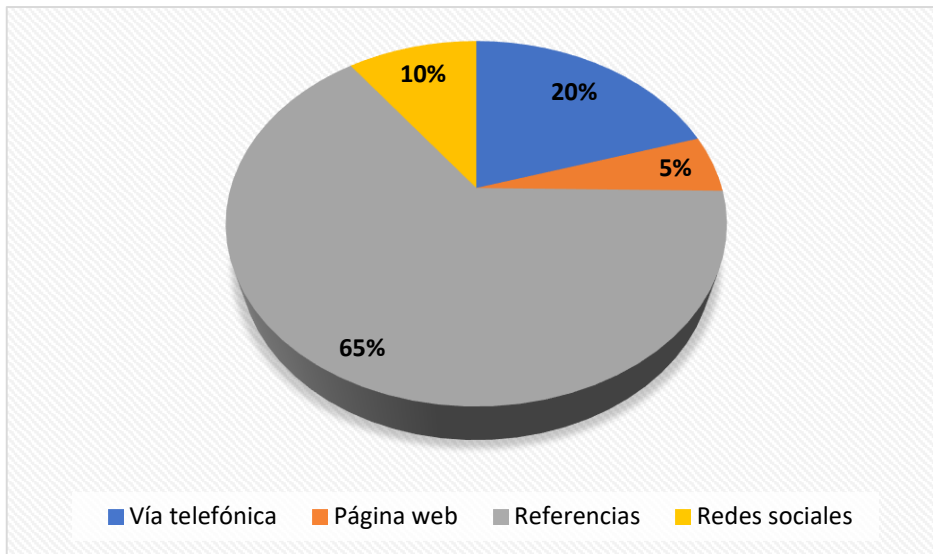


Gráfico 9: Los medios de contratación

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

El 65% de los encuestados manifestó que sus posibles medios para la contratación de los servicios de una niñera serían en base a referencia de amigos o familiares, el 20% indicó que los contactar vía telefónica, el 10% haría uso de las redes sociales y el 5% buscaría páginas web que oferten este servicio.

10. ¿Cuántas aplicaciones móviles tiene actualmente en su celular? Por favor no tomar en consideración las que son de fábrica como Google Store, APK Mirror, App store

Tabla 19: Número de aplicaciones móviles que tiene su celular

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Poca capacidad para descargas	41	11%
3 o menos Apps's	134	35%
4 a 6 App's	172	45%
7 o más App's	35	9%
TOTAL	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

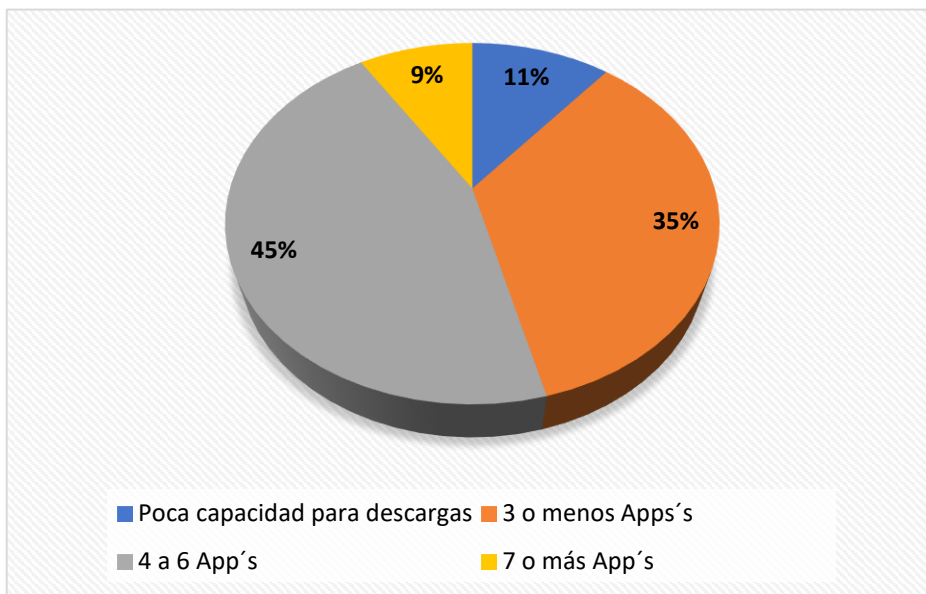


Gráfico 10: Número de aplicaciones móviles que tiene su celular

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Velarde (2020)

Análisis e interpretación

De 382 encuestados el 45% indica que tiene de 4 a 6 aplicaciones móviles sin contar con las que vienen inmersos en el teléfono, el 35% menciona que tiene 3 o menos aplicaciones, el 11% indica que sus celulares no le permiten realizar descargas por la capacidad o memoria del teléfono, y el 9% menciona que tiene entre 7 y más aplicaciones.

1.4.5 Demanda Potencial

“La demanda potencial es la máxima demanda posible que se pudiera dar para uno o varios productos en un mercado determinado, el hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio” (Crecenegocios, 2010).

Para el cálculo de la demanda se considera el total de la población que fueron 134.956, y de acuerdo a lo expresado en la encuesta en la pregunta 7 donde el 80% mencionó que SI estaría dispuesto a adquirir los servicios de cuidado de niños, se toma el valor de 107.965 como demanda del año 2019, se genera una disminución en los

períodos históricos y luego se calcula la proyección con el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional que es el promedio de 1,45%.

Método no estadístico

Tabla 20: Proyección de la demanda

Años	Personas y producto	Proyección	Personas
2015	101.780	2019	107.965
2016	103.278	2020	109.530
2017	104.798	2021	111.118
2018	106.340	2022	112.729
2019	107.965	2023	114364

Elaborado por: Velarde (2020)

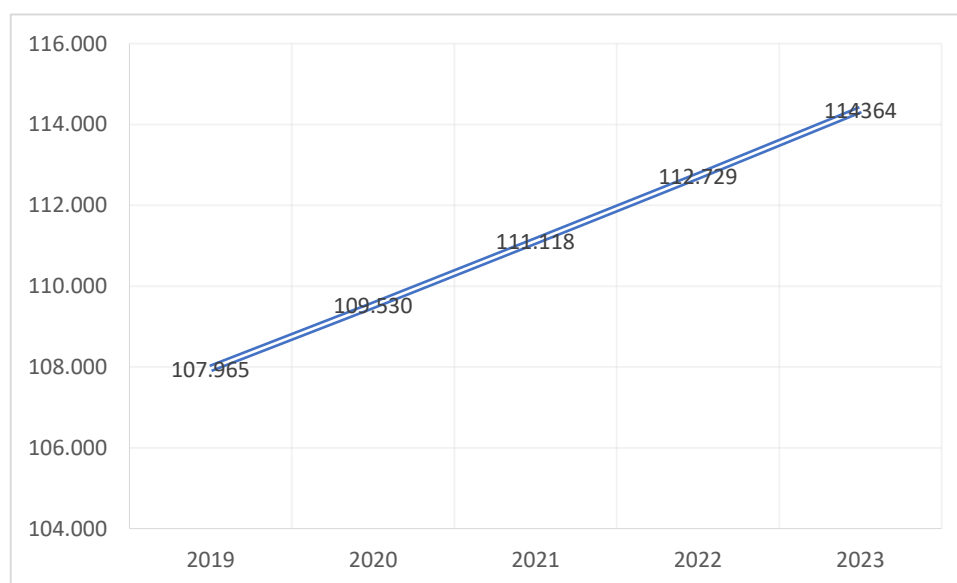


Gráfico 11: Demanda Potencial

Elaborado por: Velarde (2020)

La cantidad de demanda proyectada para el año 2023 es de 114364 posibles usuarios de la APP para el cuidado de niños, esto genera una alta expectativa para la generación de mayores estrategias que satisfagan los requerimientos de la población.

1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.5.1 Análisis del Microambiente

El análisis del micro ambiente se lo realiza en función de los factores mencionados en las 5 fuerzas de Porter donde indica que: “Las 5 fuerzas se basa en un análisis completo de la empresa, con el objetivo de conocer dónde se encuentra situada respecto a la competencia en el momento”(Villar, 2016).

1. Poder de negociación con los clientes

Las exigencias del mercado son cada vez mayores, el alto índice de información que receptan las personas los hace conocedores de cada aplicación y los signos de sus experiencias hace que cada vez sus exigencias sean más altas, comparando cada detalle y característica de los productos ofertados con la competencia.

Tabla 21: Poder de negociación con los clientes

Factor	Poder de negociación con los clientes		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Accesibilidad	X		
Precio y condiciones de uso		X	
Innovación		X	
Información y responsabilidad de las personas	X		
TOTAL	2=50%	2= 50%	0= 0%

Elaborado por: Velarde (2020)

El nivel de negociación con los clientes es un 50% entre alto y medio considerando la accesibilidad a la App para el cuidado de niños y la información de las personas que colaboran con esta aplicación, las opciones de mayor conjetura en este punto.

2. Rivalidad entre las empresas

“La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa” (Wikipedia, 2018).

Tabla 22: Análisis de la rivalidad entre competidores

Factor	Rivalidad entre competidores		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Accesibilidad	X		
Precio y condiciones de uso	X		
Innovación		X	
Información y responsabilidad de las personas			X
TOTAL	2=50%	1= 25%	1=250%

Elaborado por: Velarde (2020)

El mayor porcentaje de rivalidad se genera con el 50% en cuanto a accesibilidad del servicio de cuidado de niños, el precio y las condiciones de uso.

3. Amenaza de los nuevos entrantes

Este parámetro detalla las barreras que limitan el ingreso de un nuevo producto o servicio al mercado, los factores limitantes tienen que ver con la economía a escala, la diversificación de servicios y la capacidad de los clientes en adquirirlos.

Tabla 23: Amenaza de los nuevos entrantes

Factor	Rivalidad entre competidores		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Accesibilidad		X	
Precio y condiciones de uso	X		
Innovación			X
Información y responsabilidad de las personas			X
TOTAL	1=25%	1= 25%	2=50%

Elaborado por: Velarde (2020)

En función a la amenaza de nuevos entrantes, existe un nivel bajo, pues no existen APPs creadas en su gran mayoría con las características de informar a los clientes sobre las personas y las capacidades de estas para ser contratadas en el cuidado de niños.

4. Poder de negociación de los proveedores

Según Porter (2008) interpreta la negociación con los proveedores como: “Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector” (pág. 4).

Tabla 24: Poder de negociación de los proveedores

Factor	Poder de negociación de los proveedores		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Accesibilidad	X		
Precio y condiciones de uso		X	
Innovación	X		
Información y responsabilidad de las personas	X		
TOTAL	3=75%	1= 25%	0=0%

Elaborado por: Velarde (2020)

El poder de negociación con los proveedores es alto, por las condiciones de uso y la forma en como la contratación de un profesional debe acceder a las características y requerimientos de la APP.

5. Amenaza de productos sustitutos

Según Sánchez (2017), indica que “Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria”.

Tabla 25: Amenaza de productos sustitutos

Factor	Amenaza de productos sustitutos		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Accesibilidad			X
Precio y condiciones de uso	X		
Innovación			X
Información y responsabilidad de las personas		X	
TOTAL	1=25%	1= 25%	2=50%

Elaborado por: Velarde (2020)

Las amenazas de productos sustitutos en cuanto a la implementación de una APP para el cuidado de niños son bajas, pues no se considera alternativas que puedan ser sustituidas con productos similares, por el bajo nivel de aplicaciones relacionadas.

Matriz de evaluación de las 5 fuerzas de Porter

Factor	Amenaza de productos sustitutos		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Opciones			
Poder de negociación con los clientes	2	2	0
Rivalidad entre competidores	2	1	1
Amenaza de los nuevos entrantes	1	1	2
Poder de negociación de los proveedores	3	1	0
Amenaza de los productos sustitutos	1	1	2
TOTAL	9	6	5

Elaborado por: Velarde (2020)

De acuerdo a la matriz de las cinco fuerzas de Porter se evidencia que existe un nivel alto como situación entre los competidores, con un valor de 9, seguido de un valor medio de 6 y un valor bajo de 5.

1.5.2 Análisis del Macroambiente

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce, 2006)

Tabla 26: Análisis FODA

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
Nueva modalidad de servicio	Crecimiento en el uso de aplicativos móviles
Accesible y fácil de usar	Contratación de servicios en línea
Precios acordes a los servicios que adquiere	Bajo costo en el uso de la aplicación
Estrictos procesos de selección del personal al servicio	Alto índice de contratación de personas para el cuidado de niños
Actualización de información constante	Alianzas estratégicas con determinados segmentos
Debilidades	Amenazas
Producto nuevo en el mercado de las APPs	Pocas empresas que respaldan o garantizan el servicio de Apps en el país
Altos gastos de software	Fenómenos externos que mengüen el uso del aplicativo
Pocos canales de distribución	Susceptibilidad de los clientes a la seguridad
Limitada base de datos de clientes	Idea que puede ser fácilmente copiada
Peligro de plagio de la App	Crecimiento lento del sector

Elaborado por: Velarde (2020)

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Es matriz analiza los factores externos como las oportunidades y amenazas que tiene la implementación de una APP para el cuidado de niños, los valores para la evaluación se determinan según el grado de importancia en peso y la calificación siendo 1 menor y 4 mayor finalmente se multiplica los valores para la ponderación, con el objetivo de planear estrategias que ayude a optimizar a la empresa.

Tabla 27: Matriz EFE

Factor clave	Peso	Calificación	Valor ponderado	Porcentaje
Oportunidades				
Crecimiento en el uso de aplicativos móviles	0.12	4	0.48	16%
Contratación de servicios en línea	0.15	4	0.60	19%
Bajo costo en el uso de la aplicación	0.09	2	0.18	6%
Alto índice de contratación de personas para el cuidado de niños	0.10	2	0.20	6%
Alianzas estratégicas con determinados segmentos	0.12	3	0.36	12%
Amenazas				
Pocas empresas que respaldan o garantizan el servicio de Apps en el país	0.13	2	0.26	8%
Fenómenos externos que mengüen el uso del aplicativo	0.07	3	0.21	7%
Susceptibilidad de los clientes a la seguridad	0.10	4	0.40	13%
Idea que puede ser fácilmente copiada	0.08	4	0.32	10%
Crecimiento lento del sector	0.04	2	0.08	3%
TOTAL	1		3.09	100%

Elaborado por: Velarde (2020)

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Esta matriz según lo considera Muenta (2019), es un recurso usado por las empresas para analizar las cuestiones que influyen negativa o positivamente en su crecimiento y sustentabilidad en el mercado.

Tabla 28: Matriz EFI

Factor clave	Peso	Calificación	Valor ponderado	Porcentaje
Fortalezas				

Nueva modalidad de servicio	0.13	4	0.52	16%
Accesible y fácil de usar	0.11	3	0.33	10%
Precios acordes a los servicios que adquiere	0.10	3	0.30	9%
Estrictos procesos de selección del personal al servicio	0.09	4	0.36	11%
Actualización de información constante	0.10	3	0.30	9%
Debilidades				
Producto nuevo en el mercado de las APPs	0.08	3	0.24	7%
Altos gastos de software	0.10	3	0.30	9%
Pocos canales de distribución	0.12	4	0.48	14%
Limitada base de datos de clientes	0.09	4	0.36	10%
Peligro de plagio de la App	0.08	2	0.16	5%
TOTAL	1		3.35	100%

Elaborado por: Velarde (2020)

Matriz de perfil competitivo

Esta matriz permite conocer los principales competidores, así como la identificación de sus fortalezas y debilidades, los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas.

Tabla 29: Matriz perfil competitivo

Factor clave	Nannys Home			
	Peso	Calificación	Valor ponderado	Porcentaje
Fortalezas				
Nueva modalidad de servicio	0.09	4	0.36	11%
Accesible y fácil de usar	0.10	3	0.30	9%
Precios acordes a los servicios que adquiere	0.12	4	0.48	15%
Estrictos procesos de selección del personal al servicio	0.13	4	0.52	16%
Actualización de información constante	0.09	2	0.18	6%
Debilidades				

Producto nuevo en el mercado de las APPs	0.08	3	0.24	7%
Altos gastos de software	0.10	3	0.30	9%
Pocos canales de distribución	0.10	4	0.40	12%
Limitada base de datos de clientes	0.08	2	0.16	5%
Peligro de plagio de la App	0.11	3	0.33	10%
TOTAL	1		3.27	100%

Elaborado por: Velarde (2020)

Plan de contingencia

“Son los procedimientos específicos preestablecidos de respuesta y rehabilitación ante la ocurrencia o inminencia de un evento adverso natural o inducido por la actividad del ser humano para el cual se tiene escenarios definidos” (Valdiviezo, 2017).

Tabla 30: Plan de contingencia

Riesgo	Acciones para tomar	Costo	Responsable
Incremento de la competencia	Actualización constante de la tabla de precios de acuerdo a los servicios requeridos (horas)	\$300.00	Jefe de Marketing
Falta de personal capacitado para cubrir la demanda	Realizar capacitación constante, y exponer las necesidades de contratación al público.	\$1,500.00	Área de Recursos Humanos

Elaborado por: Velarde (2020)

1.5.3 Proyección de la oferta

“Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los consumidores bajo determinadas condiciones de mercado. Cuando las condiciones vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta” (Economía Libre, 2016).

La proyección de la oferta analiza la capacidad que tienen los centros CIBV (Centros Infantiles del Buen Vivir), así como centros educativos privados que ofertan el cuidado de niños menores de 5 años, como educación temprana o cuidado cuna para brindar este servicio. Y la cantidad de niños debe mantener un estándar de un representante; esa cantidad será la oferta a proyectarse, la capacidad de padres de familia que serán atendidos por estos centros.

Tabla 31: Detalle de los centros de cuidado infantil

Detalle		Capacidad de atención a Padres de familia
Centro de educación Inicial	La Alborada	15
Unidad Educativa	Atenas	40
Centro de Educación Inicial	Nueva Semilla	20
Centro de Educación Inicial	Tía Tity	20
Centro de Educación Inicial	Arco Iris	15
Centro Educativo	Nueva Era	20
Centro de Educación Inicial	Mi Pequeño Mundo	20
Centro de Educación Inicial	Mi Segundo Hogar	15
Centro de Educación Inicial	CEBI 2	30
Centro de Educación Inicial	Mis Chiquitines	30
Centro de Educación Inicial	Melitas	15
Centro de Educación Inicial	Retoñitos	15
Centro de Educación Inicial	Semillas Gregorianas	20
Centro de Educación Inicial	Gio Gio	20
Centro de Educación Inicial	Romina	15
Centro de Educación Inicial	La Casita Titi	30
Escuela de Educación Básica	Continental School	30
Centro de Educación Inicial	Angelitos de Luz	30
Lemcis Plus Cia. Ltda.		20
Escuela de Educación Básica	UNIKIDS	30
CIBS	Ambato	380
TOTAL		830

Fuente: (Ministerio de Educación, 2018)

Elaborado por: Velarde (2020)

Tabla 32: Proyección de la Oferta

Años	Proyección
2019	830
2020	842
2021	854
2022	866
2023	879

Elaborado por: Velarde (2020)

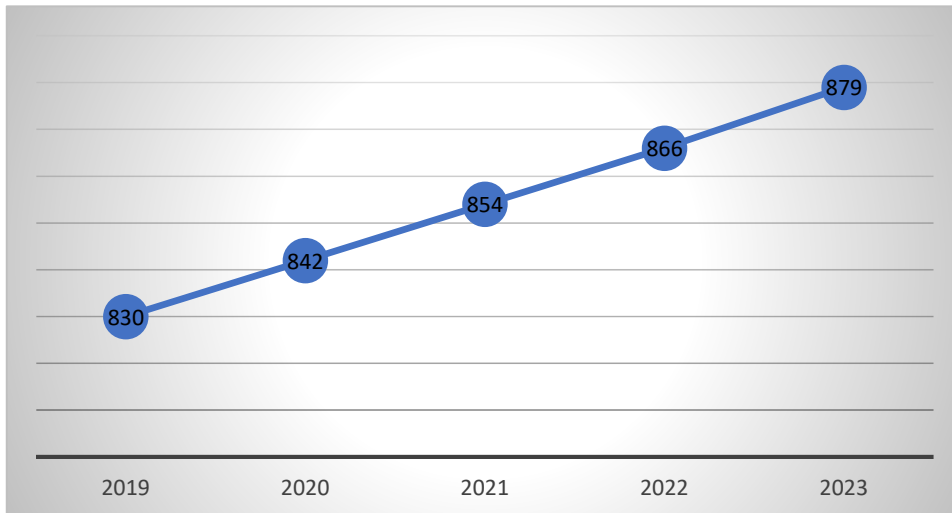


Gráfico 12: Proyección de la Oferta

Elaborado por: Velarde (2020)

La proyección se la realiza a cinco años con una tasa de crecimiento poblacional de 1,45%.

1.5.4 Demanda potencial insatisfecha

Para realizar el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se recoge el valor de la demanda calculada anteriormente y la oferta, se resta dichos valores y la diferencia se divide para 12 para calcular de forma mensual y para 30 de forma diaria.

Tabla 33: Demanda potencial insatisfecha

Período	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha Anual	Demanda Insatisfecha Mensual	Demanda Insatisfecha Diaria
2019	107.965	830	107.135	8.928	298
2020	109.530	842	108.688	9.057	302
2021	111.118	854	110.264	9.189	306
2022	112.729	866	111.863	9.322	311
2023	114364	879	113.485	9.457	315

Elaborado por: Velarde (2020)

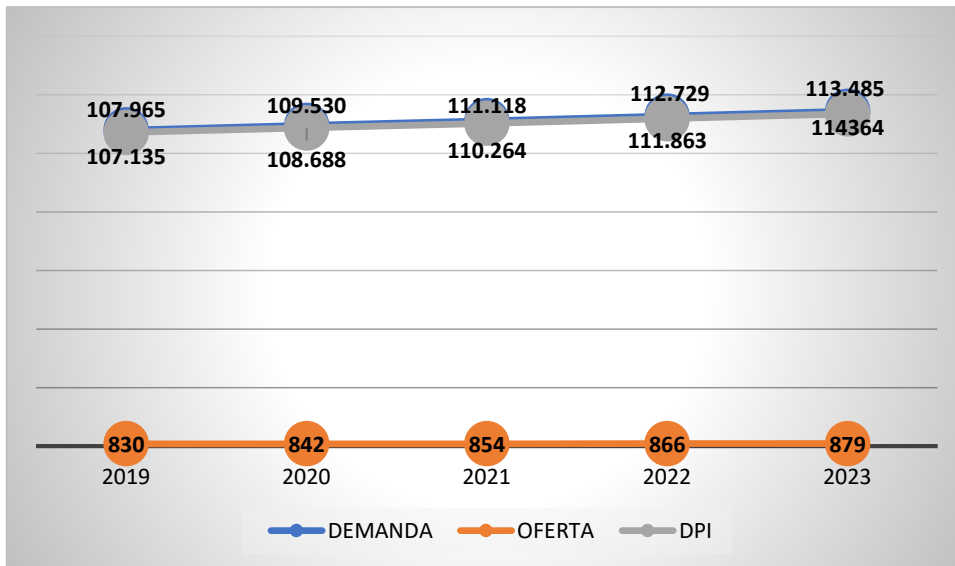


Gráfico 13: Demanda potencial insatisfecha

Elaborado por: Velarde (2020)

En el gráfico refleja la proyección de la oferta, la demanda y el resultado de la demanda potencial insatisfecha para los próximos 5 años, demostrando el amplio mercado por satisfacer dentro del servicio de cuidado de niños.

1.6 Publicidad y promoción que realizará (canales de comunicación)

La publicidad, es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (Thompson, 1999)

Por lo tanto, para la promoción a realizarse será, el manejo de redes sociales y la creación de la página web, que faciliten a las personas la búsqueda de servicios de cuidado de niños.

Objetivo: Elaborar una planificación estratégica con actividades que permitan la promoción y publicidad de la App móvil para el cuidado de niños.

Tabla 34: Plan de acción estrategias publicitarias

Objetivo	Estrategias	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto Anual	Indicador	Responsable
Implementar canales de distribución para dar a conocer la APP y sus servicios	Aumentar canales de distribución por medio de ventas en internet	Creación de la página web Campaña para el manejo de Redes sociales Actualización de cada información promocional en la fan page	Internet	\$ 1.200	Acorde a la estrategia de cada una	Personal administrativo
Incrementar la imagen de la marca en la mente del consumidor	Ofrecer servicios complementarios con la finalidad de fortalecer el servicio	Patrocinar y/o apoyar eventos o actividades de carácter social. Realizar convenios con instituciones educativas y entidades que puedan promocionar el cuidado de niños.	Medios tradicionales y no tradicionales, stand, afiches, etc.	\$ 600		Personal administrativo y de ventas
Desarrollar campañas de comunicación offline	Fidelización de los clientes	Desarrollar una base de datos de clientes potenciales, para emitir promociones especiales. Exponer las capacidades y habilidades, así como la calificación de cada uno de los usuarios, ante el personal de cuidado de niños.		\$ 240		Edmundo Velarde
	Total			\$ 2040		

Elaborado por: Velarde (2020)

Marca

Al ser una aplicación nueva en el mercado se le considera como un aspecto diferenciador, y en función de su servicio que es prestar el servicio de cuidado de niños a los hogares se crea BABYSITTER HOME que significa NIÑERAS EN CASA, utilizando el idioma inglés como asociativo de las grandes marcas que causan impacto en la mente del consumidor.

Logotipo

El logotipo de la APP es creado en función de las características del servicio, que identifica palabras usuales en la crianza de niños, así como pictogramas que representan la imagen de la actividad.

Colores

Siendo el cuidado de niños el representativo de colores pasteles como el fucsia, verde, rosado y azul enmarcaran los detalles del logotipo.

Slogan

“Tu protección mi responsabilidad”, se utilizaron valores intrínsecos de un hogar de una familia como el cuidado, la protección, el amor, la responsabilidad; valores que formaron parte de la marca.

Icono

La casa y el corazón representan un hogar con cuidado y protección, que es el objetivo del servicio, y la satisfacción de los padres al ver a sus niños en buenas manos.



Ilustración 1: Logotipo

Tarjeta de presentación



1.7 Percepción del posicionamiento de la marca

“Esta posición en la mente es el resultado de las experiencias de los consumidores en los diferentes puntos de contacto a lo largo del proceso de relación con la marca. Todo incide en la posición de la marca, las experiencias en el uso, las comunicaciones, las conversaciones, las noticias, generando un marco de percepciones y asociaciones positivas y negativas. Las marcas igualmente generan fuertes lazos emocionales con los consumidores. Entre la relación sea más emocional, es más fuerte el posicionamiento de la marca” (Marketinginteli.com, 2019).

El tipo de percepción que genera la imagen de la marca y el logo es de tipo perceptual, pues las imágenes son atributos simbólicos y emocionales direccionando la atención de los usuarios sobre el servicio que se oferta.



Ilustración 2: Imagen de marca

1.8 Seguimiento de clientes

El objetivo del seguimiento de clientes, es identificar los potenciales creando de esta manera una base de datos que permita ofertar a un determinado sector, diferentes estrategias promocionales, así también permite tomar información sobre el tipo de servicio que recibió dándole al cliente la capacidad de expresar sus inquietudes y emitiendo comentarios.

Aspectos de la Apps para tomar información que mejorará el servicio:

- El aplicativo tiene un registro de la base de datos así se conocerá los actuales y potenciales.
- Los clientes de uso frecuente serán ingresados en la base de datos de la empresa y así se ofertará las diferentes ofertas promocionales.
- La Apps contará con un ícono de sugerencias o comentarios y estos reforzarán las estrategias de fortalecimiento promocional del servicio.

Para dar un seguimiento adecuado la app creará un aplicativo donde marcará el grado de satisfacción, así como la respuesta a las siguientes preguntas:

1. Considera adecuada la presentación de la niñera
2. Cumplió con sus expectativas este servicio
3. Sus hijos estuvieron felices
4. Recomendaría la APP a su línea de contactos.

1.9 Especificar mercados alternativos

Barroso (2017), manifiesta que “los mercados alternativos son un conjunto de actividades de compra y venta de mercancías y servicios en otros lugares fuera de la empresa”, por lo tanto, el presente proyecto tendrá como mercados alternativos las diferentes ciudades del país, una vez se haya fortalecido dentro del mercado de estudio.

CAPITULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN

2.1 Objetivo del capítulo

El presente capítulo tiene por objetivo detallar cada una de las fases operativas del proyecto, en la cual se especifica las necesidades tecnológicas, de personal y sus fases o para llevar a cabo la creación de la App móvil para el cuidado de niños.

2.2 Descripción del proceso

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda (EAE Business School, 2017).

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Descarga y registro de datos

El primer paso en el proceso de la aplicación es la descarga, la cual no tendrá costo; y, el usuario a través de esta podrá crear directamente su cuenta ingresando todos sus datos como correo electrónico, contraseña, nombre, y número de contacto, el ingreso será por una sola vez ya que la información registrada quedará guardada.

Uso de la aplicación

Una vez descargada la aplicación el usuario deberá seleccionar al personal que acudirá a brindar el servicio del cuidado de niños, en este caso el aplicativo tendrá una opción donde se registran las diferentes hojas de vida del personal que brindará este servicio; por consiguiente, una vez seleccionado al personal se registrará la reserva, la elección del horario de cuidado, la dirección y por último la aceptación de la reserva.

Manejo del administrador

El administrador del aplicativo y el personal que ha sido seleccionado para brindar los servicios enviarán una notificación de aceptación o no aceptación del servicio. Una vez culminado el horario de trabajo el personal enviará una notificación y receptorá el mensaje de

cobro del servicio, los costos y demás serán temas ya de acuerdos con la persona encargada de brindar el servicio la misma que reportará la cancelación.

Mapa de procesos

Según Mestres (2019) define al mapa de procesos como “un diagrama que presenta la visión global de la estructura de la empresa, donde se presentan todos los procesos que la forman y sus principales relaciones. Para elaborarlo se deben conocer todas las conexiones además de las entradas (inputs) y salidas (outputs) de cada proceso, teniendo en cuenta que la entrada tiene unos objetivos marcados en relación al cliente y la salida de éste tiene que satisfacer las necesidades del cliente en relación a los objetivos marcados”.

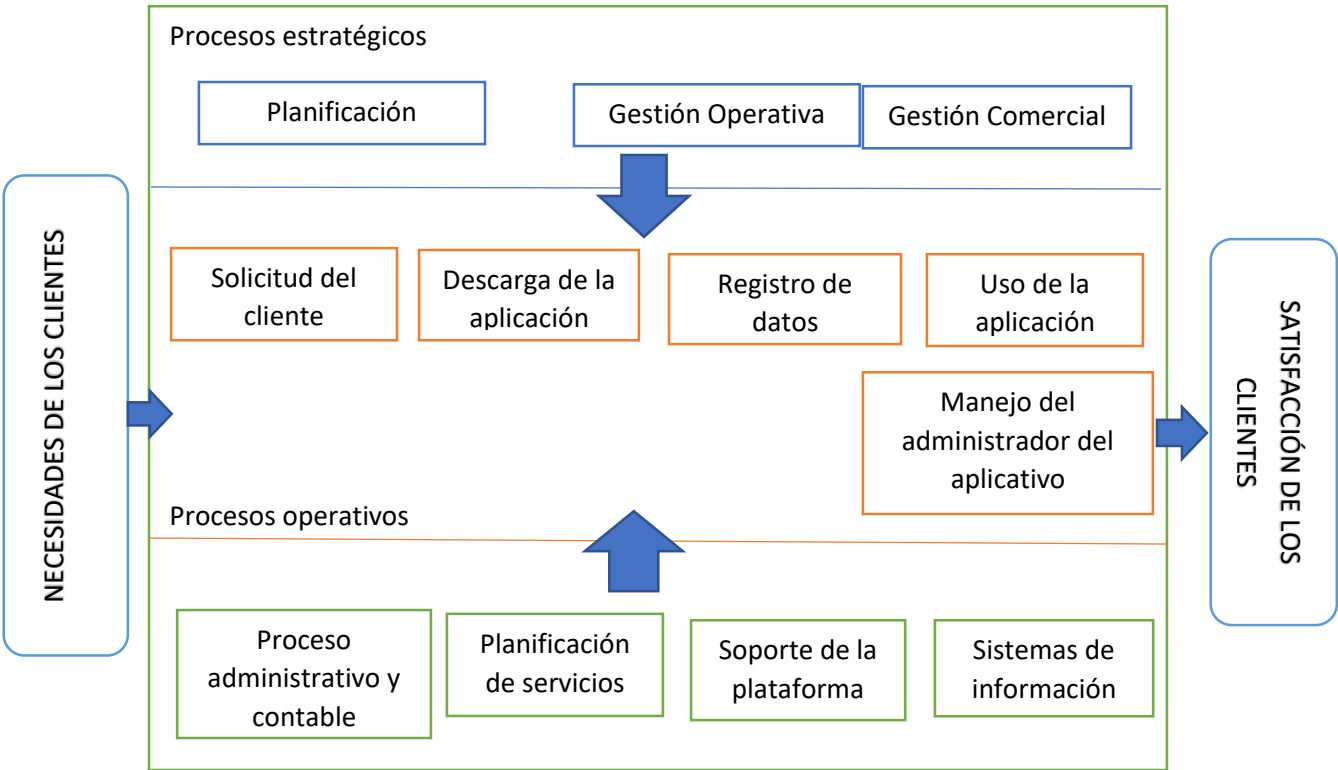


Gráfico 14: Mapa de procesos
Elaborado por: Velarde (2020)

El mapa de procesos registra cada actividad dentro de la prestación del servicio, a este se suman los procesos estratégicos, operativos y de apoyo para satisfacer las necesidades de los clientes.

Relato Técnico

Aplicación Móvil (APP)

La app que se desarrolla tiene modalidad in house por el servicio que oferta, el público objetivo son padres o madres de familia de entre 18 y 45 años, ubicada en la ciudad de Ambato y que tenga accesos a un teléfono celular Android o iOS. Para la creación de la app se contratará los servicios de una empresa UMPACTO de la ciudad de Quito, esta creación tendrá un costo de \$8000 dólares, los cuales incluye proceso de programación, prueba y funcionamiento total, con este costo de inversión se obtiene los derechos de uso de plataforma; el tiempo en que la empresa entrega la aplicación será en 6 meses. En sí, la funcionalidad de la app será mediante el registro del usuario de la plataforma la misma que emitirá una solicitud a los profesionales registrados, y esta a su vez presentará una alerta a los colaboradores que estén cerca de la zona con rango aproximado de 5km.

El proceso para brindar el servicio del cuidado de niños, se basa en una serie de actividades las mismas que se desarrollarán en función de tiempos estimados, que se detallan a continuación:

1. Descarga de la App (5-10 min)

El aplicativo disponible para Android y Apple, tiene un tiempo de descarga aproximada de 5 a 10 minutos; estará disponible en buscadores de Google o Google store.

2. Creación de la cuenta (5 min)

Una vez realizada la descarga, para iniciar en la navegación o revisión de la App es necesario realizar un registro de datos en el cual debe constar de nombre, mail, contraseña, esta se realizará por una solo ocasión y quedará registrado en el sistema.

3. Revisión de los servicios (15-20min)

El aplicativo contendrá iconos con la explicación de los diferentes servicios, y novedades que continuamente se subirán a la página del mismo.

4. Selección del servicio (2 min)

Una vez que el cliente haya revisado los servicios, horarios y modalidades de cuidado de niños que especifica el aplicativo deberá seleccionar el de su conveniencia.

5. Selección del personal (15-20 min)

El personal con el cual trabaja la empresa, registra su perfil de manera detallada dependiendo de la edad de los niños, y de la experiencia que estas mantienen, es así que se elaboró un perfil organizado para que los padres puedan seleccionar el de mejor conveniencia.

6. Aceptación de las condiciones y notificaciones (6-10 min)

Como todo aplicativo las condiciones de uso y descarga, así como de la forma de uso del mismo son detalladas y deben ser aceptados previa selección del servicio.

7. Aceptación del servicio (5 min)

En esta apartada se elegirá el horario de atención, y se registrará la dirección donde debe acudir el personal del cuidado de niños,

8. Notificación del servicio prestado (15 min)

Una vez que se ha concertado la cita y se ha terminado el período de cuidado de niños, se deberá notificar el tipo de servicio que recibió, esto se logrará con la opción de calificación del servicio que incluye el aplicativo; así también el personal deberá emitir la orden de prestación de servicio culminado.

9. Pago del servicio (15-30 min)

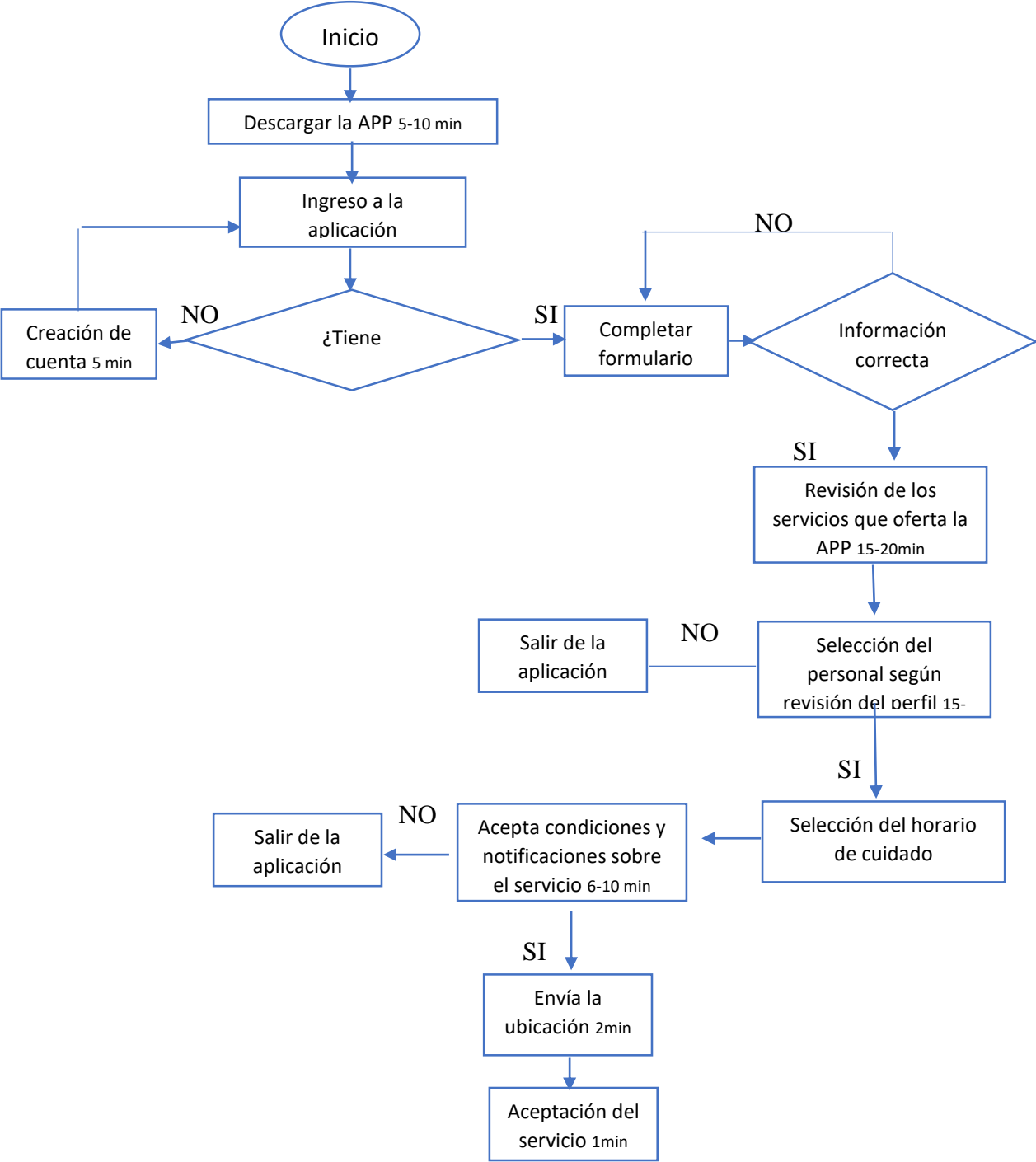
Al realizar las notificaciones pertinentes automáticamente el valor de la factura se expone en la cuenta, este debe ser cancelado a la persona que brindo el servicio o puede realizarse bajo acuerdo con una transferencia bancaria a la empresa, que destinará los valores pertinentes al personal que laboró.

Flujograma de procesos

El diagrama de flujo (flujograma) es una herramienta utilizada para representar la secuencia e interacción de las actividades del proceso a través de símbolos gráficos. Los

símbolos proporcionan una mejor visualización del funcionamiento del proceso, ayudando en su entendimiento y haciendo la descripción del proceso más visual e intuitivo. (Martines, 2018)

En este diagrama se detallarán cada uno de los pasos o la secuencia de las actividades que una persona debe realizar al descargarse y contratar los servicios de la App sobre el cuidado de niños.



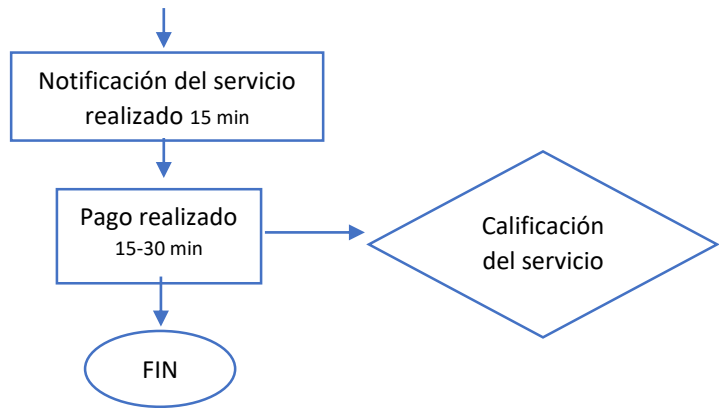


Gráfico 15: Flujo de procesos

Elaborado por: Velarde (2020)

2.2.2 Descripción de equipos, instalaciones y personas

Localización

A pesar de que la empresa funcionará de manera virtual, esta contará con oficinas donde labora el personal administrativo. Estará ubicado en Ficoa en la AV. Los Guaytambos y Frambueas diagonal al parque de los Quindes. La oficina contará con 25 metros cuadrados y el valor del arriendo es aproximado a \$450 dólares el mes.

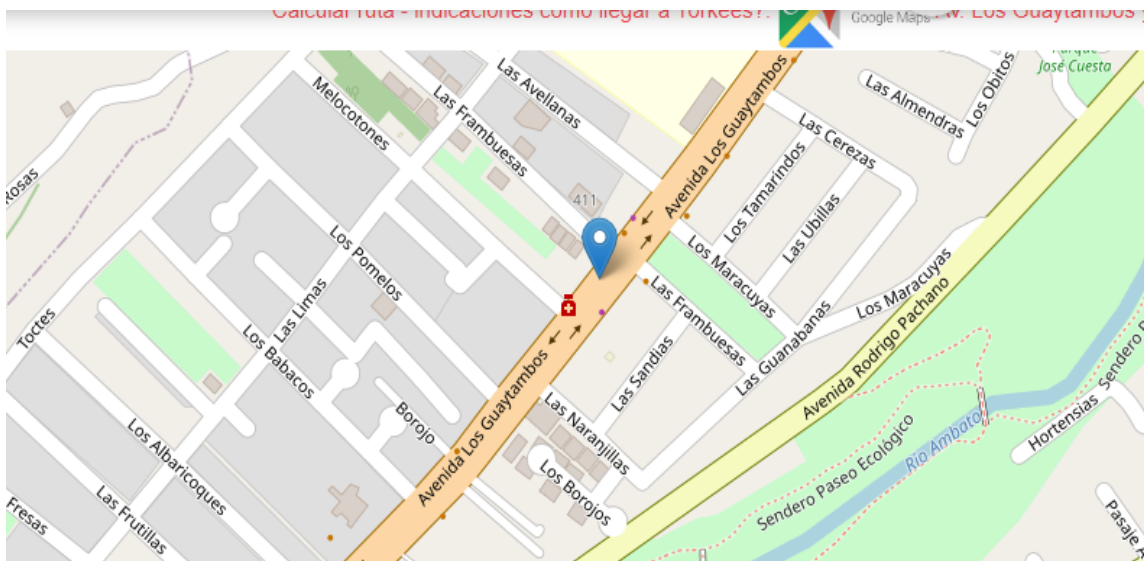


Ilustración 3: Localización oficinas

Fuente: Google Maps 2019

Instalaciones

Las oficinas serán adecuadas de acuerdo a las necesidades para el buen funcionamiento de la empresa, en este sitio se receptorán las descargas que realizan los clientes, el registro del personal capacitado para el cuidado de niños, así como los pagos que deseen realizar los clientes en caso de contratar servicios mensuales.

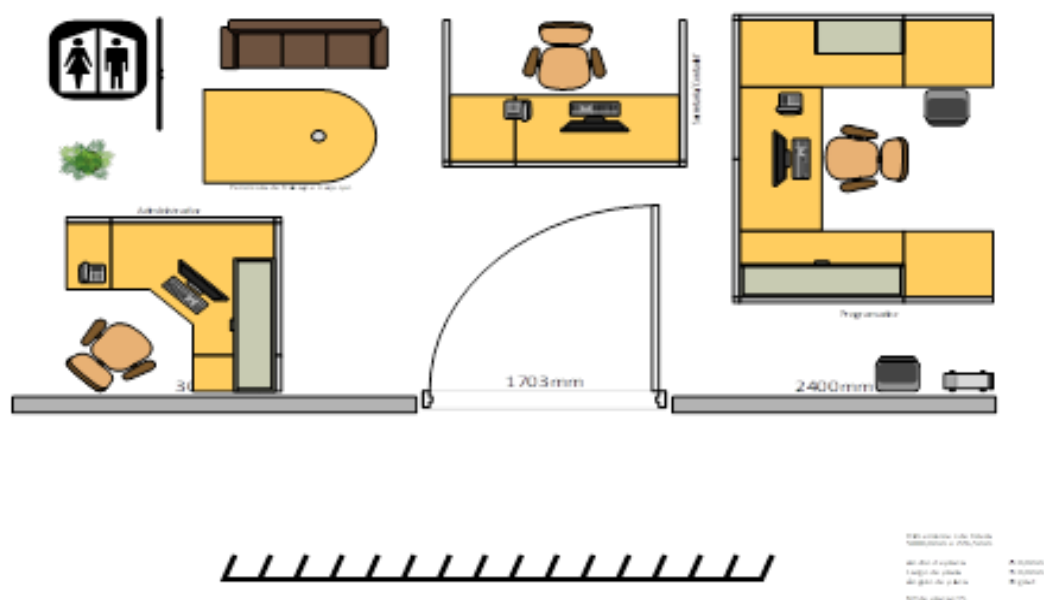


Ilustración 4: Instalaciones

Elaborado por: Velarde (2020)

Descripción equipos y material.

Se detallan los requerimientos en cuanto a equipos, materiales de la organización para ofrecer los servicios de la aplicación móvil. Considerando que serán los profesionales en áreas de parvularia y cuidado de niños quienes acepten la solicitud de clientes y deberán llevar los implementos o equipos necesarios, bajo los parámetros de Babysitter Home.

Tabla 35: Actividades para la App

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TECNICAS
Descargar la APP	1	Procesador o CPU de 512Mhz - Memoria RAM de 512 MB - Conexión

		a Paquete de Datos (Internet) - Conexión WiFi - GPS
Creación de la cuenta	1	Dispositivo Móvil Android o IOS, Conexión 4G
Revisión de los servicios que oferta		

Elaborado por: Velarde (2020)

Tabla 36: Función de los equipos para uso del aplicativo

Selección del Personal Aceptación de términos y condiciones Aceptación del servicio Selección del horario Envío de la ubicación Registro de pago Calificación del servicio recibido	2 2	Ordenadores Apple MacBook Pro Sistema Operativo OS X Mountain Lion, Procesador Core i7 de Intel de cuatro núcleos a 2,3 GHz (Turbo Boost de hasta 3,3 GHz) con 6 MB de caché de nivel 3 compartida, 8 GB de memoria RAM, 700 GB de almacenamiento. Servidores Intell Xenon E5-1230Vo de 8gb
Notificación del servicio realizado	1	Impresora HP Laser JET P-1102 W. Multifuncional de alto rendimiento

Elaborado por: Velarde (2020)

Descripción del personal

El equipo de trabajo para dar inicio a las operaciones son las siguientes:

Tabla 37: Personal para las operaciones

ACTIVIDAD	TIEMPO mínimo de servicio	N° DE PERSONAS	HORAS- HOMBRE
-----------	---------------------------------	----------------------	------------------

Personal de servicio de cuidado de niños	60 min	1	8 HORAS
Encargado de la plataforma	60 min	1	8 HORAS

Elaborado por: Velarde (2020)

2.2.3 Factores que afectan las operaciones

Tabla 38: Factores que influyen en las operaciones

ACTIVIDAD	Número de personas	Tiempo promedio
Descargar la APP	1	5-10 min
Creación de la cuenta	1	5 min
Revisión de los servicios que oferta	1	15-20 min
Selección del servicio	1	2 min
Selección del personal	1	15-20 min
Aceptación de las condiciones y notificaciones	1	6-10 min
Aceptación del servicio	1	15 min
Notificación del servicio prestado	1	5 min
Pago del servicio	1	15-30 min

Elaborado por: Velarde (2020)

Los riesgos o factores que pueden afectar las operaciones del proyecto, son aquellas amenazas contra el éxito de la inversión, y estas son:

Obtención de licencias. – Los permisos o licencias para el funcionamiento en los diferentes dispositivos suelen ocasionar ciertos inconvenientes al momento de descargarse una aplicación móvil, y obtener la licencia para todas las marcas de dispositivos se torna un poco difícil por la atención que requiere cada uno, dependiendo del país donde se solicite.

Aceptación del servicio. – Por ser un servicio nuevo que necesita la aprobación de personas naturales, con altos parámetros y exigencias sobre el cuidado y protección de niños, así como el perfil de los que aplican para brindar estos servicios; en caso que el aplicativo no sea del total agrado o aceptación del mercado se replantearía el modelo de negocio y las funciones de la aplicación. Desarrollando nuevas estrategias que brinden o cumplan con las expectativas de las personas.

Conocimiento y Distribución de la aplicación. - En caso que la aplicación y el servicio no sean correctamente difundidos, se elaboraría una reingeniería al plan de marketing inicial, donde se mejore las ventajas de realizar alianzas con centro educativos y aplicar un método más agresivo de socialización en cuanto a la idea de servicio.

2.3 Capacidad de Producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

Para conocer la capacidad futura del servicio, se considera que al día se utilice 8 servicios, cubriendo las 8 horas diarias de trabajo, y en función de los requerimientos se estima que a la semana sea de 40 horas laboradas, y a la vez los servicios nocturnos tienen un incremento al valor por hora del 25%, de igual forma el costo por hora del servicio tiene el mismo incremento en días feriados y fines de semana, considerando la utilización del servicio en estas horas extras de 6 horas a la semana; se proyectan los valores en función de la tasa de crecimiento poblacional de la zona del 1,45% para 5 años.

Tabla 39: Descripción de la capacidad de producción en horas

DETALLE	N° de servicios	HORAS de servicio	Valor de horas	N° HORAS extras	Valor de horas extras 25%	TOTAL
Diario	14	8 h	\$10,00	6 h	\$12,50	\$155,00
Mensual	184	160 h	\$10,00	24 h	\$12,50	\$1.900

Elaborado por: Velarde (2020)

Al año el número de servicio sería de 2.208, este valor es utilizado para proyectar los próximos 5 años.

Tabla 40: Descripción de la capacidad de servicios proyectado

DETALLE	TCP	2021	2022	2023	2024	2025
2.208	1,45%	2.240	2.272	2.305	2.338	2.372

Elaborado por: Velarde (2020)

La proyección que se realiza es en función del TCP tasa de crecimiento poblacional, como lo demuestran los datos del INEC, es de 1,45% para la ciudad de Ambato zona Urbana; donde la capacidad futura de servicio se mide en función del número de servicios que se puede generar anualmente, que fueron 2.208 correspondientes al año 2020.

2.4 Recursos necesarios para la prestación de servicios

2.4.1 Especificación de proveedores de servicios y grado de sustitución que pueden presentar.

Al ser una empresa que genera servicios, los proveedores serán:

Tabla 41: Grado de sustitución

Servicios	Importancia	Sustitución	Proveedores
Empresa creadora de la App	La generado del proyecto	Se puede sustituir	Boomarkt Agencia

			Xperto Solutions
Servicio de internet	La fuente de energía y capacidad de generar datos.	Se puede sustituir	Tv cable CNT Speedy
Personal encargado de brindar el servicio de cuidado	Es la efectividad y eficiencia del servicio ofertado	Se puede sustituir	Revisión de mejores perfiles (profesionales)

Elaborado por: Velarde (2020)

2.5 Calidad

2.5.1 Método de control de calidad

Al conformarse por servicios brindados, el método de control de calidad en cuanto al servicio que reciben los usuarios, será el nivel de satisfacción expuesto en un ícono presentado dentro del aplicativo, el que contendrá 5 preguntas que serán llenadas por el cliente al finalizar se observará la pestaña de guardado para generar automáticamente el nivel de satisfacción del servicio.

Lista de verificación u hoja de control

Según Hurtado (2018) indica que el diagrama de Pareto es “una herramienta que ayuda a encontrar errores o problemas en el desarrollo de soluciones. El principal objetivo es reducir las pérdidas causadas por productos defectuosos. Pero eso no quiere decir que la herramienta se centre en encontrar las causas de los problemas, pero en hacer los problemas visibles”.

El diagrama de Pareto valoriza cada uno de los defectos que pueden encontrarse al descargarse o manejar la aplicación sobre el cuidado de niños, ante esto se utiliza un valor sobre la frecuencia de ocurrencia que va desde el 1 al 20 siendo 1 menos importante o menos recurrente y 20 mayormente recurrente.

Tabla 42: Lista de control u hoja de verificación

LISTA DE CONTROL	
Problema: Mal servicio, retraso en la llegada del personal	
Proceso: Cuidado de niños, servicio de protección (niñera)	
Responsables: Gerente, Personal encargado, Dpto. de sistemas	
Período: Julio 2020	#registro: 100
DEFECTOS	FRECUENCIA DE OCURRENCIA
Software vulnerable	15
Actualizaciones constantes del sistema operativo a causa del aplicativo	11
Pérdida de aceptación un servicio por baja conectividad	8
Exceso de notificaciones de la App	5
TOTAL	39

Elaborado por: Velarde (2020)

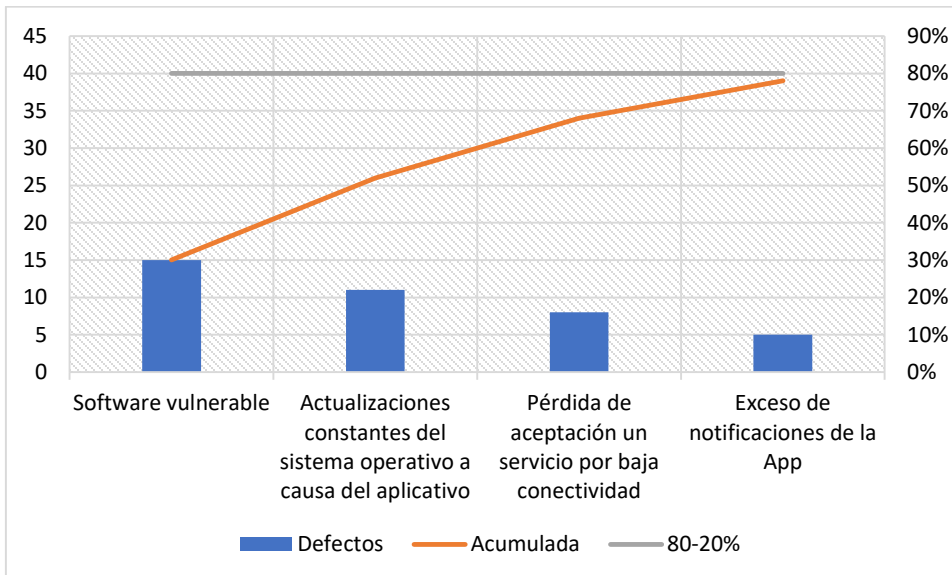


Gráfico 16: Método de Control de calidad Diagrama de Pareto

Elaborado por: Velarde (2020)

El presente gráfico representa el nivel de frecuencia que los tipos de defectos dentro de un proceso pueden originar, manteniendo un nivel de sucesos del 80%; es así que el defecto como software vulnerable puede registrar un nivel más frecuente en relación a los otros.

2.6 Normativas y Permisos

Permisos RUC

- Original y copia de la cédula de identidad
- Si eres extranjero y ya eres residente en el Ecuador, debes llevar original y copia a color del pasaporte y el tipo de visa
- Si eres residente en el país, en tu caso deberás presentar credencial de refugiado.
- Documento migratorio (para tramites en la región insular Galápagos)
- Indicar actividad económica que realizara o tipos de transacciones contante que desempeñara según el bien
- Para justificar domicilio, deberá presentar el original y entregar la copia de uno de los siguientes documentos:
 1. Planilla de servicios básicos (agua, teléfono, luz)
 2. Predio rural o urbano
 3. Factura de teléfono móvil, fija, Internet o televisión pagada.
 4. Estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito
 5. Certificación de registro de la propiedad
 6. factura de arrendamiento o contrato
 7. Notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos
 8. Escritura de compra y venta del inmueble
 9. Documento realizado por la entidad pública que haga constar la dirección.

Recuerda que estos documentos deberán corresponder a cualquiera de los doce meses anteriores a la fecha de solicitud de inscripción del RUC partiendo de la fecha de emisión (Trámites y requisitos Ecuador, 2019).

Por el tipo de servicio que se va a realizar, es necesario presentar título profesional (Con la Verificación en línea por el SENESCYT)

Normativas de Salud y Seguridad laboral

REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO

Art. 5.- DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. - El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por intermedio de las dependencias de Riesgos del Trabajo, tendrá las siguientes funciones generales: 1. Ser miembro nato del Comité Interinstitucional. 2. Vigilar el mejoramiento del medio ambiente laboral y de la legislación relativa a prevención de riesgos profesionales, utilizando los medios necesarios y siguiendo las directrices que imparta el Comité Interinstitucional. 3. Realizar estudios e investigaciones sobre prevención de riesgos y mejoramiento del medio ambiente laboral. 4. Promover la formación en todos los niveles de personal técnico en estas materias, particularmente en el perfeccionamiento de prevención de riesgos. 5. Informar e instruir a empresas y trabajadores sobre prevención de siniestros, riesgos de trabajo y mejoramiento del medio ambiente. 6. Mantener contactos e informaciones técnicas con los organismos pertinentes, tanto nacionales como internacionales

Art. 11.- OBLIGACIONES DE LOS EMPLEADORES

Art. 13.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES.

Capítulo VI SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD. - NORMAS GENERALES
Señalética en los lugares de trabajo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2012)

Normativa para el Funcionamiento

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN ECUADOR

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

La razón de razón de ser de la LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN indica que su función es asegurarse de que las metas sean desarrollar, proteger y regular, administrativamente, el progreso y avance de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

CAPITULO II

Derechos a la comunicación

SECCIÓN I Derechos de libertad

Art. 29.- Libertad de información. - Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Art. 30.- Información de circulación restringida. - No podrá circular libremente la siguiente información:

1. Aquella que esté protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley.
2. La información acerca de datos personales y la que provenga de las comunicaciones personales cuya difusión no ha sido debidamente autorizada por su titular, por la ley o por juez competente.
3. La información producida por la Fiscalía en el marco de una indagación previa.
4. La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia. La persona que realice la difusión de información establecida en los literales anteriores será sancionada administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de 10 a 20 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que responda judicialmente, de ser el caso, por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art 59.- “Serán reprimidos con tres a seis años de reclusión menor, todo empleado público y toda persona encargada de un servicio público, que hubiere

maliciosa y fraudulentamente, destruido o suprimido documentos, títulos, programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica...”.

Art 60.- “Falsificación electrónica. - Son reos de falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a un tercero, utilizando cualquier medio, alteren o modifiquen mensajes de datos, o la información incluida en éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático...”

Art 61.- “Daños informáticos. - El que dolosamente, de cualquier modo, o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica...”

Art 62.- “Apropiación ilícita.- Serán reprimidos con prisión de seis meses a cinco años y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, los que utilizaren fraudulentamente sistemas de información o redes electrónicas, para facilitar la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona alterando, manipulando o modificando el funcionamiento de redes electrónicas, programas informáticos, sistemas informáticos, telemáticos o mensajes de datos...”

TÍTULO III,

CAPÍTULO III: DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS.

Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos. - De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento. b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;
2. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;
3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,
4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

Art. 50.- Información al consumidor. - En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento (Del Pozo, 2013)

Estado de propiedad

Para el registro de la APP como software de ordenador en el IEPI, el cual regula la propiedad intelectual de la creación se debe realizar los siguientes pasos:

Llenar el formulario

- Datos del autor.
- Datos de la obra.
- Datos del titular.

Requisitos adjuntos

- Un ejemplar del programa de ordenador;
- Copia de la cédula, pasaporte o cualquier documento de identidad del autor y/o autores.
- Copia de la cédula, pasaporte o cualquier documento de identidad del titular y/o titulares;
- Pago de la tasa de \$20 por cada obra (Vasconez, 2015)

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 Objetivos del capítulo

Describir el análisis estratégico de la empresa, así como la organización funcional de la misma.

3.2 Análisis Estratégico y definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la empresa

Ser el primer aplicativo móvil en el mercado de mayor búsqueda por la prestación del servicio de cuidado de niños a domicilio, empleando para ello colaboradores con experiencia garantizada.

3.2.2 Misión de la empresa

Somos una empresa que conecta necesidades imperantes de un hogar como es el cuidado de niños, con el acompañamiento de profesionales competentes; para brindar a nuestros clientes un servicio de cuidado infantil, integral, honesto, ético y seguro, con los más altos estándares de calidad, brindando así confianza, paz y satisfacción a los padres; considerando la innovación tecnológica como factor principal para la contratación de estos servicios.

3.2.3 Objetivos y estrategias

El análisis FODA se lo realizó en el área de Marketing, de igual manera las matrices EFE y EFI con sus respectivas estrategias.

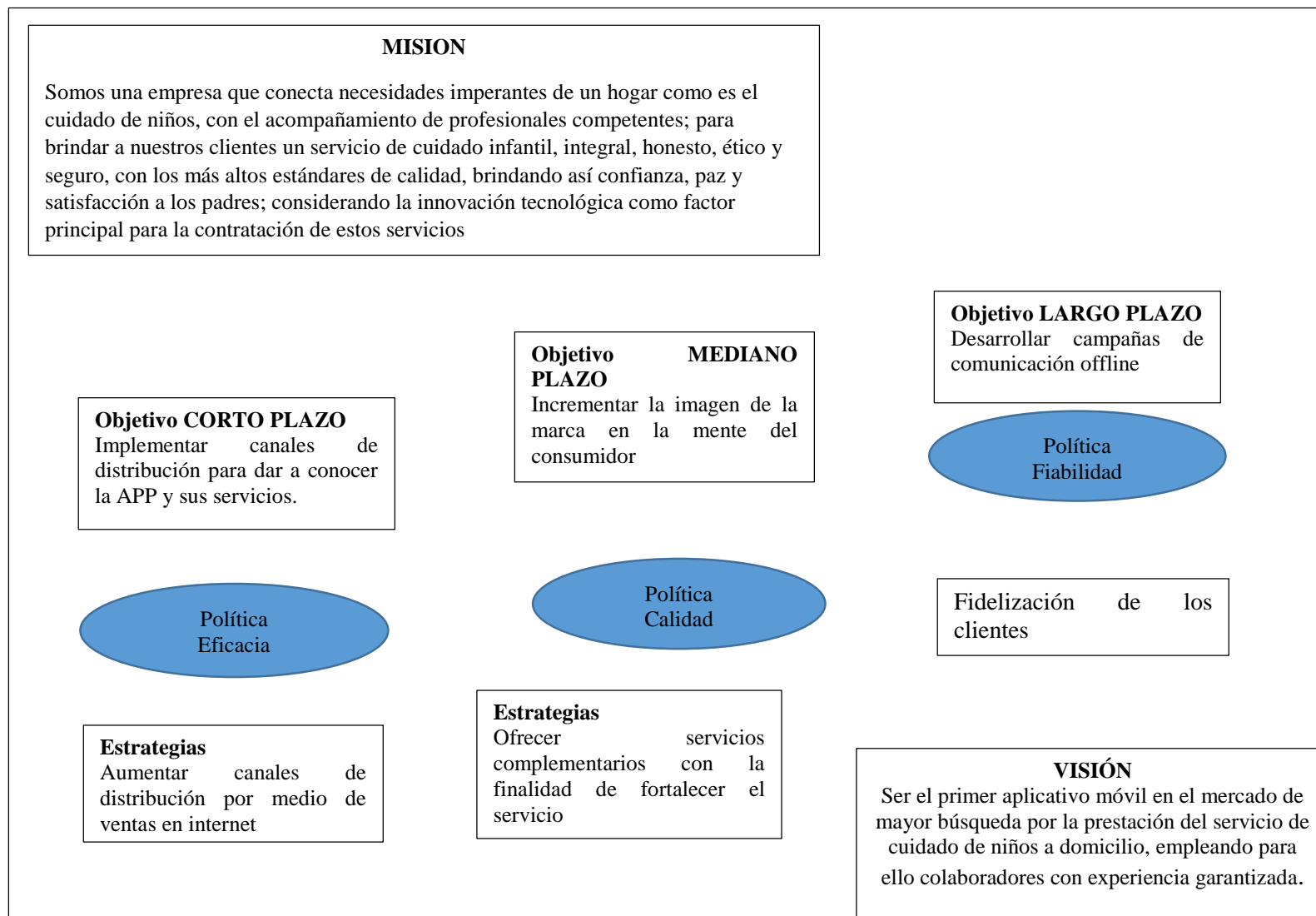


Gráfico 17: Objetivos Estratégicos

Elaborado por: Velarde (2020)

3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

El presente organigrama interno detalla estructura funcional de la empresa.

EMPRESA “BABYSITTER HOME”

Organigrama estructural

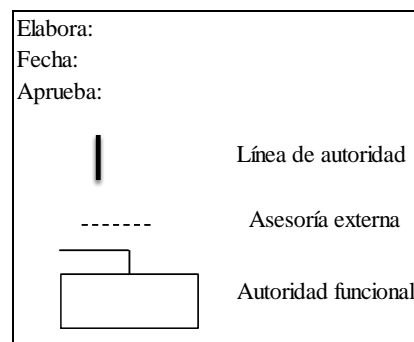
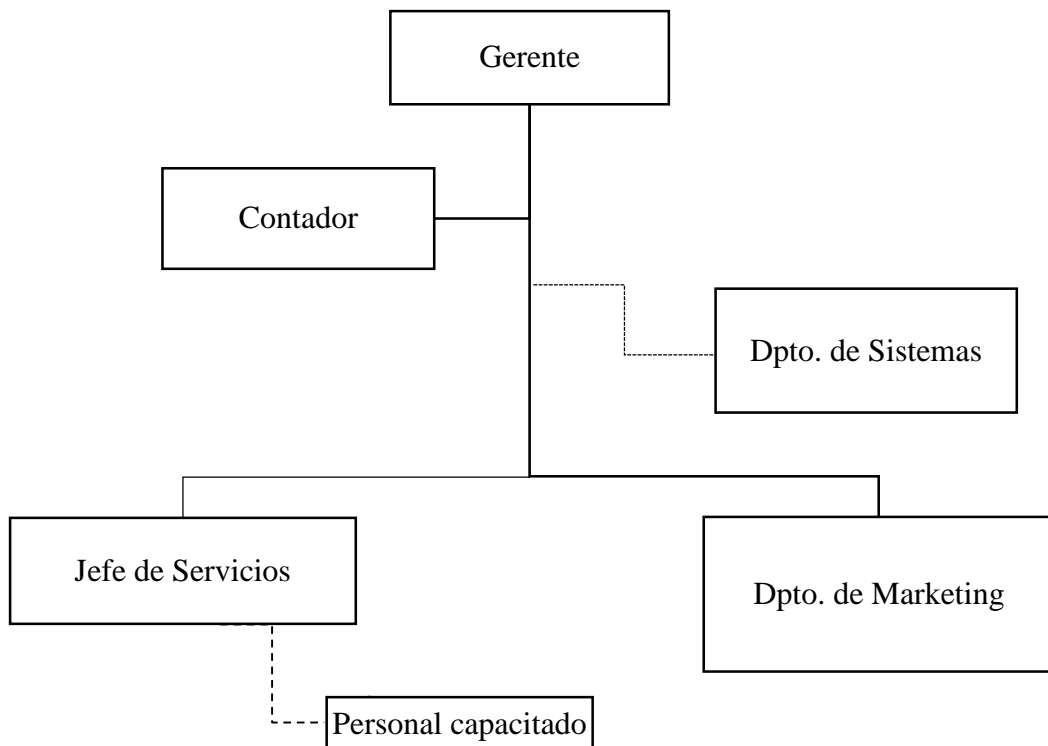


Gráfico 18: Organigrama Estructural

Elaborado por: Velarde (2020)

Organigrama funcional

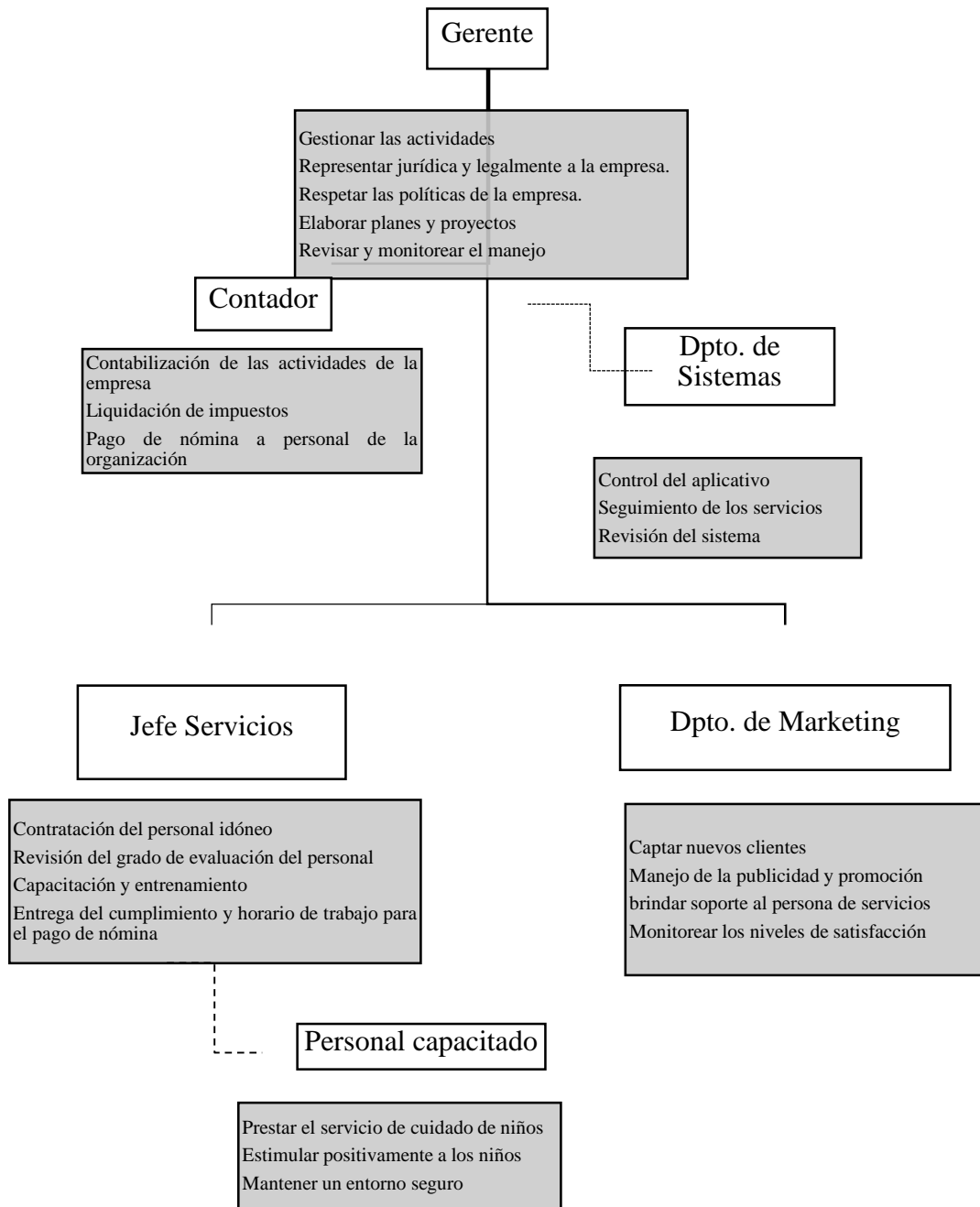


Gráfico 19: Organigrama funcional

Elaborado por: Velarde (2020)

3.3.2 Descripción de puesto

Dentro de la descripción de cargos se encuentra, el detalle de cada una de las funciones de las personas que de una manera administrativa u operativa brindarán valor a la empresa.

Según Pérez (2015) define a los puestos como:

“Una herramienta utilizada en el área de capital humano que consiste en enlistar y definir las funciones y responsabilidades que conforman cada uno de los puestos laborales incluidos en la estructura organizacional de la empresa y detallando la misión y el objetivo que cumplen de acuerdo con la estrategia de la compañía”.

Tabla 43: Descripción del cargo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Gerente

Jefe inmediato superior: Ninguno

Supervisa a: Todo el personal

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Administrar, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, promocionales, y financieras de la empresa.

III FUNCIONES

- Gestionar las actividades administrativas de la empresa.
 - Representar jurídica y legalmente a la empresa.
 - Delegar a sus subordinados funciones y tareas correspondientes.
 - Respetar y hacer respetar las políticas de la empresa.
 - Elaborar planes y proyectos para mejorar el funcionamiento de la organización.
 - Revisar y monitorear el manejo económico de la empresa para la toma de decisiones.
 - Representar a la empresa ante clientes, eventos, terceros, reuniones, entre otros.
 - Velar por el correcto cumplimiento de todos los procesos de la organización
 - Llevar a cabo los presupuestos de la empresa en conjunto con el asesor administrativo y contable
-
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero en Administración de Empresas

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades Trabajo en equipo

- Liderazgo
- Trabajo bajo presión
- Excelente presentación personal
- Habilidades en comunicación
- Toma de decisiones
- Capacidad de análisis
- Fluidez verbal
- Cumplimiento y responsabilidad

Competencias

- Planeación estratégica
- Servicio de cuidado de niños
- Aplicativos móviles
- Administración de recursos

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Contador

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Apoyar en el proceso contable y administrativo de la empresa

III FUNCIONES

- Contabilizar las actividades de la empresa
 - Actualizar la información financiera
 - Monitorear la información registrada en los libros contables
 - Elaborar el pago de nómina a personal de la organización
 - Entregar a la Gerencia reporte mensual del estado financiero de la empresa
 - Informar a su jefe inmediato de cualquier situación que se presente en el desarrollo de sus actividades
 - Participar en los programas de mejora continua que sean desarrollados en la organización
 - Cumplir con el reglamento interno de trabajo y las políticas de la empresa
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Profesional en Contabilidad CPA

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades

- Mantener excelentes relaciones interpersonales
- Habilidades de comunicación
- Trabajar en equipo
- Trabajar bajo presión
- Discreto y de confianza

Competencias

- Estados financieros
- Causación de nómina
- Normatividad vigente y legal en materia contable y tributaria

- Manejo de ofimática
- Liquidación de aportes
- Manejo de nómina

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Departamento de sistemas

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: Personal capacitado (niñeras), aplicativo móvil

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Monitorear y controlar cada aspecto del aplicativo móvil y su funcionalidad para brindar el mejor servicio.

III FUNCIONES

- Controlar el aplicativo en horas laborables.
 - Medir el grado de satisfacción de los clientes
 - Revisar el sistema para optimizar la respuesta de uso.
 - Gestionar las mejores oportunas dentro del aplicativo.
 - Medir el alcance para cubrir diferentes zonas de servicio.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero en Sistemas y redes móviles

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades

- Trabajo bajo presión
- Toma de decisiones
- Capacidad de análisis
- Cumplimiento y responsabilidad

Competencias

- Manejo de aplicativos móviles
- Control de redes y sistemas web
- Funcionalidad Software
- Administración de recursos

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Jefe de Servicios

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: Personal capacitado

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestionar el ingreso del personal idóneo para brindar el servicio de cuidado de niños, y realizar trabajo conjunto con el área contable por temas de nómina.

III FUNCIONES

- Contratar el personal idóneo propiciando un clima de sana competitividad y desarrollo profesional
 - Revisión del grado de evaluación del personal
 - Responsable de capacitación y entrenamiento del personal
 - Entrega del cumplimiento y horario de trabajo para el pago de nómina
 - Mejorar el clima laboral.
 - Responsable de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, planilla, préstamos, descuentos, vacaciones, etc. del personal de la empresa.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado en Administración de Recursos Humanos

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades

- Excelentes relaciones interpersonales
- Habilidades en comunicación
- Trabajo en equipo
- Dinámico y organizado
- Conocimiento organizativo

Competencias

- Normatividad vigente y legal en materia contable y tributaria
- Alto nivel de inteligencia emocional
- Pensamiento estratégico

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Departamento de Marketing

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a:

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Ubicar y conseguir posicionamiento para el aplicativo móvil, gestionando el manejo de marca para mejorar el nivel de satisfacción del cliente y rentabilidad a la empresa.

III FUNCIONES

- Captar nuevos clientes
 - Manejo de la publicidad y promoción
 - Brindar soporte al personal de servicios
 - Monitorear los niveles de satisfacción
 - Realizar la integración de los recursos humanos y los procesos administrativos en el concepto de calidad total.
 - Investigar, diseñar, organizar, las variables que influyen en el mercado.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado o Ingeniero de Marketing

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades y Competencias

- Habilidad para comunicar y transmitir.
- Proactividad.
- Capacidad de redacción.
- Visión estratégica.
- Aprendizaje continuo.
- Adaptación al cambio.
- Capacidad de análisis.
- Creatividad.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Personal capacitado

Jefe inmediato superior: Jefe de Servicios, Gerente

Supervisa a:

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Prestar los servicios requeridos sobre el cuidado de niños, cumpliendo con los requerimientos del cliente, aportando valor a la empresa.

III FUNCIONES

- Prestar el servicio de cuidado de niños
 - Estimular positivamente a los niños
 - Mantener un entorno seguro
 - Brindar un servicio de compañía
 - Preparar los alimentos y toda la atención requerida por el infante.
 - Realiza actividades lúdicas y recreativas.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciado en Educación Parvularia o Inicial.

Experiencia: 2 años de experiencia en el campo de funcionalidad de la empresa

Habilidades

- Mantener un gran sentido de responsabilidad, paciencia, y sobre todo de cumplimiento de las normas leyes y reglamentos de la empresa, siguiendo los procesos ya establecidos para el buen funcionamiento de la misma.

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de Gestión

Los indicadores permiten medir el grado de cumplimiento de los objetos por tal, “los indicadores de gestión son aquellos datos (cuantitativos y cualitativos) que reflejan cuáles son las consecuencias de acciones tomadas durante un proceso, campaña o estrategia de una organización” (Minero, 2019).

Tabla 44: Indicadores de Gestión

Áreas	Indicadores	Fórmula
Gerente	Cumplimiento de inversión	$\frac{\text{Monto asignado de inversión}}{\text{Monto de inversión ejecutada}} * 100$
	Costo real del proyecto	$\text{Valor ganado} - \text{Costo real}$
Contabilidad	Utilidad	$\frac{\text{Producción anual}}{\text{Balance de resultados}} * 100$
	ROI Retorno de la inversión	$\frac{\text{Ingresos} - \text{gastos}}{\text{Costos}} * 100$
Departamento de Marketing	Valor de marca	$\text{Ingresos por ventas} - \text{Costos operativos}$
	Satisfacción del cliente	$\frac{\text{Número de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes encuestados}} * 100$
Servicios	Capacitación	$\frac{\text{Número de capacitaciones programadas}}{\text{Número de capacitaciones realizadas}} * 100$
	Productividad por empleado	$\frac{\text{Servicio producidos}}{\text{Recursos utilizados}}$

Elaborado por: Velarde (2020)

3.5 Necesidades de Personal

A continuación, el detalle del personal que la empresa BABYSITTER HOME, requerirá en los próximos 5 años:

Tabla 45: Necesidad de personal

Años	Gerente	Contador	Departamento de Sistemas	Departamento de Marketing	Departamento de Recursos Humanos	Personal capacitado
1	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	1	1	5
3	1	1	1	1	1	10
4	1	1	2	1	1	10
5	1	1	2	1	1	15

Elaborado por: Velarde (2020)

CAPITULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 Objetivos del capítulo

Describir cada uno de los requisitos legales, jurídicos, así como los permisos municipales para el funcionamiento y conformación de la empresa Babysitter Home en la ciudad de Ambato.

4.2 Detalle de la información jurídica

La empresa será determinada como Unipersonal la cual se conforma por un único propietario – gerente, esto quiere decir que toda persona natural con capacidad legal de ejercer actos de comercio, o actividades económicas que no estén prohibidas por la ley puede desarrollar una empresa unipersonal y, las disposiciones para Compañías Unipersonales de Responsabilidad Limitada de acuerdo a la Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada son:

“SECCIÓN 1A. De las Generalidades y Naturaleza jurídica

Artículos 1 a 7

ARTÍCULO 1

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

ARTÍCULO 2

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente-propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;

6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
8. En los demás casos establecidos en la ley.

ARTÍCULO 3

El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

El Registrador Mercantil llevará un libro especial denominado "Registro de empresas unipersonales de responsabilidad limitada", que formará parte del Registro Mercantil, en el que se inscribirán los actos constitutivos de las empresas mencionadas y sus posteriores reformas o modificaciones.

La inscripción de la empresa en el Registro Mercantil surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

ARTÍCULO 4

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama "gerente-propietario".

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputará, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel, que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

ARTÍCULO 5

No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

ARTÍCULO 6

Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sé.

Las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sé, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.

ARTÍCULO 7

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario” (Ley 27. Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, 2005, art. 1 al 7).

Patente y marcas

Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales para registrar la marca del producto se necesita:

Beneficios y Derechos que confiere el registro de una Marca

- Derecho al uso exclusivo de la marca. Solo el titular puede hacer uso del signo. Derecho de actuar contra cualquier tercero que utilice la marca sin la autorización del titular del registro.
- Protección de la marca en toda la República del Ecuador.
- Derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Permite restringir la importación de bienes que utilicen marcas iguales o parecidas al signo registrado por el titular, por suponer que infringen derechos de Propiedad Intelectual.
- Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual, en muchas ocasiones, llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020).

Consejos para registrar una marca

- Previo a la presentación de la solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa de la búsqueda fonética es de \$ 16.00 (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020).

Procedimiento de registro

- Búsqueda fonética
- Apertura de casillero virtual.
- Presentación de solicitud en el sistema en línea.
- Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00.
- Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los

requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc.

- Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible registro de la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada.
- Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas
- Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca.
- Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida) (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020).

Tasas por registro de marca

- Solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva: \$ 208.00
- Solicitud de marcas colectivas y marcas de certificación: \$ 400.00
- Solicitud de denominaciones de origen: gratuito
- Registro de marca tridimensional USD\$ 1002.00” (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020).

Según Servicio de Rentas Internas (2019) para generales la identificación del contribuyente de la sociedad en inscripción al RUC:

- “Original de cedula de identidad del representante legal
- Original y copia para inscripción pasaporte ecuatoriano del representante legal
- Original de certificado de votación del representante legal
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)
- Original de factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono
- Copia simple de factura o estados de cuenta de otros servicios
- Copia simple de comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural
- Copia a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública: contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección

de la dirección

- Copia simple de contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato
- Copia simple de contrato de concesión comercial
- Original de certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros
- Copia simple de estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
- Copia simple de patente Municipal, permiso de Bomberos
- Original de certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Copia simple de escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad” (Servicio de Rentas Internas, 2019).

La patente, permisos, uso de suelo y derechos de fabricación municipales se necesitan los siguientes requeridos que fueron obtenidos directamente del GAD Municipal del Cantón Ambato del departamento de Tesorería:

Patente:

- Formulario de declaración inicial de la actividad económica
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del RUC
- Copia del contrato de arrendamiento o escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad (GAD Ambato, 2018)

Permisos:

- Pago del predio
- Copia del RUC
- Croquis en donde está ubicada le empresa
- Informe de inspección del cuerpo de bomberos
- Permiso de uso de suelo
- Uso de suelo:
- Solicitud dirigida al Sr. alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis al reverso.)
- Copia del RUC (GAD Ambato, 2018).

Derecho:

- Solicitud dirigida al Sr. alcalde (formulario municipal - especie valorada) Incluir el # telefónico celular y convencional y correo electrónico.
- Copia de la escritura del predio inscrita en el Registro de la Propiedad.
- Planimetría física del predio 1 CD regrabable, que contendrá la planimetría del predio Certificado de gravamen actualizado.
- Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación propietario
- Pagos al día de los predios” (GAD Ambato, 2018).

Los requisitos para obtener el permiso de los bomberos se obtuvieron directamente del Cuerpo de Bomberos del Cantón Ambato:

- “Solicitud de inspección a las instalaciones
- Copia del RUC
- Croquis de cómo llegar a la empresa
- Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP
- Copia del plano de las instalaciones” (Empresa municipal cuerpo de bomberos de Ambato EP, 2018).

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 Objetivos del capítulo

Medir el grado de rentabilidad y factibilidad del proyecto, mediante el análisis de los respectivos indicadores financieros.

5.2 Plan de Inversiones

Según Seco (2017), un plan de inversiones es “un programa en el que se detalla el destino, las acciones y los plazos de las inversiones para garantizar su rentabilidad y minimizar los riesgos de las mismas”.

Dentro de la creación de la empresa que brindará los servicios de cuidado de niños en función a una APP móvil, es importante detallar la inversión inicial contando con activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 46: Plan de inversión

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total (US\$)
Local			350
Remodelación del local	1	200	200
Instalaciones eléctricas	1	150	150
Muebles y enseres			1473
Escritorio de oficina	3	150	450
Mesa de reunión	1	250	250
Sillas	6	50	300
Mueble Archivador	2	70	140
Sillas giratorias	3	65	195
Mueble recibidor	1	120	120
Dispensador de agua	1	18	18
Equipo de Oficina			135
Teléfonos de oficina	2	60	120
Calculadoras	3	5	15
Equipos de computación			5390
Impresora	1	250	250
Portátiles MacBook Pro	2	1250	2500
Computador de mesa	1	140	140
PC	1	2500	2500
Inventario			2900
Servidor Web	1	2000	2000
Plan Hosting	1	100	100
Reclutamiento	1	800	800
Costos de Constitución			1681
Permisos de bomberos	1	21	21

Patente municipal	1	35	35
Constitución de la empresa	1	400	400
Software (Licencias para móviles)	3	1225	1225
Capital de trabajo (3 meses)	3	3891.07	11,673.20
TOTAL			23.602,2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Para el desarrollo del presente proyectos se requiere de una inversión de \$23,602.20 dólares, para esto se requerirá un capital de trabajo de \$11,673.20 dólares los mismos que cubrirán los gastos de los recursos que la empresa necesita para su funcionamiento hasta que sean cubiertos por las ganancias o ventas en este caso para un período de 3 meses.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

Rivadeneira (2014), indica que “constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción”.

El personal necesario o mano de obra serán cinco personas que brindarán el servicio de cuidado de niños los mismos que no perciben un sueldo fijo pues su prestación de servicios es por horas, en este caso debe cubrir al mes 184 las mismas que van de horas normales y horas extras:

Tabla 47: Cálculo del valor por hora

DETALLE	HORAS FIJAS	COSTO HORA	HORAS EXTRAS	COSTO HORAS EXTRAS	TOTAL
MENSUAL	160	10	24	12,5	\$ 1.900,00
ANUAL	1920		288		\$ 22.800,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

El valor a ser atribuido al personal de servicios es del 45% sobre el valor total de los servicios y este valor es el que se cancelará anualmente que se registrará en rol de pagos \$855.

El supervisor o jefe de servicios los cuales recibirán el sueldo básicos más beneficios de ley.

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos			Valor
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	a pagar
1	Jefe se servicios	Jefe de servicios	JS	400,00		400,00		37,80	37,80	362,20
5	Personal capacitado	Servicios de cuidado	PC	2.000,00		2.000,00		189,00	189,00	1.811,00
	TOTALES			2.400,00	0,00	2.400,00	0,00	226,80	226,80	2.173,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Tabla 48: Sueldos y beneficios de ley

Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacac,	Total Provisión	Costo MO
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,26	565,26
95,33	4,28	4,28	71,25	71,25	71,25	35,63	353,27	1.208,27
139,93	6,28	6,28	104,58	104,58	104,58	52,30	518,53	1.773,53
							COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =	1.773,53

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Personal Administrativo

El personal administrativo dentro del proyecto comprende al gerente, contador a los cuales se los realizo el rol de pagos.

Tabla 49: Rol del personal Administrativo

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	a pagar
1	Edmundo Velarde	Gerente	G	500,00		500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
2	Susana Freire	Contadora	C	400,00		400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
	TOTALES			900,00	0,00	900,00	0,00	85,05	85,05	814,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Tabla 50: Sueldos y beneficios de ley del personal administrativo

Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacac,	Total Provisión	Costo MO
55,75	2,50	2,50	41,67	41,67	41,67	20,83	206,59	706,59
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,26	565,26

100,35	4,50	4,50	75,00	75,00	75,00	37,50	371,85	1.271,52
							PERSONAL ADMINISTRATIVO	1.271,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Personal de Ventas

Tabla 51: Rol del personal de ventas

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Dpto. de Marketing	Jefe de ventas y publicidad	MK	500,00		500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
Patrona I	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacac,	Total Provisión			Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%	41,67	41,67	41,67	20,83	206,59			706,59
55,75	2,50	2,50					PERSONAL DE VENTA			706,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.3.2 Depreciación

La depreciación es la reducción de los valores del activo fijo producidos por el paso del tiempo, el desgaste y uso de los mismos. “La depreciación es la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda del mismo” (Duarte, 2015).

Tabla 52: Cálculo de la depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	1.473,00	10%	147,30
Equipo de computación	3	5.390,00	33%	1.778,70
Equipo de oficina	10	135,00	10%	13,50
TOTAL		6.998,00	53%	1939,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.3.3 Proyección de la Depreciación

El valor de la depreciación será proyectado a un período de cinco años, los cargos por depreciación a lo largo de la vida útil del proyecto serán los mismos, exceptuando el equipo de computación pues la vida útil de este es solo de 3 años.

Tabla 53: Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	147,30	147,30	147,30	147,30	147,30
Equipo de computación	1.778,70	1.778,70	1.778,70	0,00	0,00
Equipo de oficina	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
TOTAL	1.939,50	1.939,50	1.939,50	160,80	160,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.3.4 Detalle de costos

“El costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.). Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas” (Pérez, 2008).

Tabla 54: Detalle de los costos

Descripción del servicio	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costos anuales
Materiales y Suministros			2900	2.900,00	4800
Servidor Web	Unidad	1	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Plan Hosting	Unidad	12	100,00	100,00	1.200,00
Reclutamiento	Unidad	2	800,00	800,00	1.600,00
Mano de Obra			241,65	1.208,27	14.499,24
Personal capacitado	\$/horas	1	241,65	1.208,27	14.499,24
Costos Indirectos			721,93	721,93	8.663,21
Servicios básicos	Kw/h	1	150,00	150,00	1.800,00
Depreciación	5%	1	7,00	7,00	84,05
Mano de Obra Indirecta	dólares	1	565,23	565,26	6.783,12
TOTALES			3863,88	4830,53	27966,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

De acuerdo a la actividad que realiza la empresa que es la prestación de un servicio bajo el mecanismo de distribución móvil, los costos se desglosan como materiales y

suministros, mano de obra, y costos indirectos; haciendo también una división diferencial en la depreciación utilizando para este caso, la depreciación de los activos fijos.

5.3.5 Proyección de costos

La proyección de los costos toma un horizonte a futuro de cinco años, para ello se basa en el indicador de crecimiento el cual es la tasa de inflación del periodo enero 2020 correspondiente al 0,23%, según datos otorgados por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 55: Proyección de los costos

Descripción	Costo	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materiales y Suministros	2.900,00															
Servidor Web	2.000,00		2.000,00	2.000,00		2.004,60	2.004,60		2.009,21	2.009,21		2.013,83	2.013,83		2.477,01	2.018,46
Plan Hosting	100,00		100,00	1.200,00		100,23	1.202,76		100,46	1.205,53		100,69	1.208,30		123,85	1.211,08
Reclutamiento	800,00		800,00	1.600,00		801,84	1.603,68		803,68	1.607,37		805,53	1.611,07		990,81	1.614,77
Mano de Obra	1.208,27															
Personal capacitado	1.208,27	1.208,27		14.499,24	1.211,05		14.532,59	1.213,83		14.566,01	1.216,63		14.599,52	1.219,42		14.633,09
Costos Indirectos	721,93															
Servicios básicos	150,00		150,00	1.800,00		150,35	1.804,14		150,69	1.808,29		151,04	1.812,45		185,78	1.816,62
Depreciación	7,00		7,00	84,05		7,02	84,24		7,03	84,44		7,05	84,63		8,67	84,83
Mano de Obra Indirecta	565,26		564,93	6.783,12		566,23	6.798,72		567,53	6.814,36		568,84	6.830,03		699,67	6.845,74
TOTALES		1.208,27	3.621,93	27.966,41	1.211,05	3.630,26	28.030,73	1.213,83	3.638,61	28.095,20	1.216,63	3.646,98	28.159,82	1.219,42	4.485,78	28.224,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.3.6 Detalle de gastos

Un gasto es toda aquella disminución del patrimonio neto de la empresa (toda salida de dinero) en función del correcto desarrollo de las actividades; puede ser fijo o variable (o incluso inesperado), puede ser operacional o no operacional, pero siempre será para desarrollar las actividades de la empresa (WordPress, 2018).

Para el detalle de los gastos financieros se realizará un crédito que cubra la inversión inicial de \$8000 dólares en el Banco del pueblo BanEcuador con una tasa anual de 10,21%, con un tiempo a financiar de 60 meses, es decir, cinco años, siendo un valor anual para pagar es de \$ 2.049,65.

Tabla 56: Detalle de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Arriendo	local	350,00	13,33	350,00	4200,00
Sueldos del personal					
Gerente	dólares	706,59	1,00	706,59	8.479,08
Contador		565,26	1,00	565,26	6.783,12
Depreciaciones					
Muebles y enseres	1/unid			12,28	147,36
Equipo de computación	1/unid			148,23	1.778,76
Equipo de oficina	1/unid			1,13	13,56
Suministros de Oficina					
Resmas de papel	caja	17,00	0,57	17,00	17,00
bolígrafos/lápices	caja	5,00	0,17	5,00	5,00
Carpetas folder	docena	2,50	0,08	2,50	2,50
clips/grapadora	unidad	5,50	0,46	5,50	5,50
Servicios Básicos					
Teléfono	min	4,00	1	4,00	48,00
Internet	mbyte	15,00	1	15,00	180,00
Agua potable	m3	5,00	1	5,00	60,00
Energía eléctrica	kw/h	7,00	1	7,00	84,00
Útiles de aseo y limpieza					
Escoba	unidad	3,50	1	3,50	3,50
Pala	unidad	2,00	1	2,00	2,00
trapeador	unidad	2,50	0,63	2,50	2,50
Detergente	galón	3,00	0,10	3,00	3,00
Jabón desinfectante	galón	3,00	0,10	3,00	3,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,00	1.696,85	23,44	1.858,49	21.817,88
GASTOS DE VENTAS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldo del personal					
Jefe de Marketing	dólares	706,59	1,00	706,59	8.479,08
Publicidad y promoción					

Campañas publicitarias web	dólares	300,00	2,00	300,00	600,00
Stand, Afiches	dólares	70,00	1,00	70,00	840,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	0,00	1.076,59	4,00	1.076,59	9.919,08

GASTOS FINANCIEROS

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados	dólares			170,80	2.049,65
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	170,80	2.049,65
TOTAL DE GASTOS				3.105,88	33.786,61

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.3.7 Proyección de gastos

Los gastos serán proyectados a cinco años, con un margen del 0.23% de inflación correspondiente al año 2020, según datos del Banco central del Ecuador.

Gastos Administrativos

Tabla 57: Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Arriendo	350,00	4200,00		4200,00	4.209,66		4.209,66	4.219,34		4.219,34	4.229,05		4.229,05	4.238,77		4.238,77
Sueldos del personal																
Gerente	706,59	8479,08		8.479,08	8.498,58		8.498,58	8.518,13		8.518,13	8.537,72		8.537,72	8.557,36		8.557,36
Contador	565,26	6783,12		6.783,12	6.798,72		6.798,72	6.814,36		6.814,36	6.830,03		6.830,03	6.845,74		6.845,74
Depreciaciones																
Muebles y enseres	12,28	147,36		147,36	147,70		147,70	148,04		148,04	148,38		148,38	148,72		148,72
Equipo de computación	148,23	1778,76		1.778,76	1.782,85		1.782,85	1.786,95		1.786,95	1.791,06		1.791,06	1.795,18		1.795,18
Equipo de oficina	1,13	13,56		13,56	13,59		13,59	13,62		13,62	13,65		13,65	13,69		13,69
Suministros de Oficina																
Resmas de papel	17,00		17,00	17,00		17,04	17,04		17,08	17,08		17,12	17,12		17,16	17,16
bolígrafos/lápices	5,00		5,00	5,00		5,01	5,01		5,02	5,02		5,03	5,03		5,05	5,05
Carpetas folder	2,50		2,50	2,50		2,51	2,51		2,51	2,51		2,52	2,52		2,52	2,52
clips/grapadora	5,50		5,50	5,50		5,51	5,51		5,53	5,53		5,54	5,54		5,55	5,55
Servicios Básicos																
Teléfono	4,00	48,00		48,00	48,11		48,11	48,22		48,22	48,33		48,33	48,44		48,44
Internet	15,00	180,00		180,00	180,41		180,41	180,83		180,83	181,24		181,24	181,66		181,66
Agua potable	5,00		60	60,00		60,14	60,14		60,28	60,28		60,41	60,41		60,55	60,55
Energía eléctrica	7,00		84	84,00		84,19	84,19		84,39	84,39		84,58	84,58		84,78	84,78
Útiles de aseo y limpieza																
Escoba	3,50		3,50	3,50		3,51	3,51		3,52	3,52		3,52	3,52		3,53	3,53
Pala	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00		2,01	2,01		2,01	2,01		2,02	2,02
trapeador	2,50		2,50	2,50		2,51	2,51		2,51	2,51		2,52	2,52		2,52	2,52
Detergente	3,00		3,00	3,00		3,01	3,01		3,01	3,01		3,02	3,02		3,03	3,03
Jabón desinfectante	3,00		3,00	3,00		3,01	3,01		3,01	3,01		3,02	3,02		3,03	3,03
TOTAL	1.858,49	21.629,88	188,00	21.817,88	21.679,63	188,43	21.868	21.729	188,87	21.918,36	21.779,47	189,30	21.968,77	21.829,56	189,74	22.019,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Gastos de Ventas

Tabla 58: Proyección gastos de ventas

Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldo del personal																
Jefe de Marketing	706,59	8.479,08		8.479,08	8.498,58		8.498,58	8.518,13		8.518,13	8.537,72		8.537,72	8.557,36		8.557,36
Publicidad y promoción																
Campañas publicitarias web	300,00	600,00		600,00	601,38		601,38	602,76		602,76	604,15		604,15	605,54		605,54
Stand, Afiches	70,00	840,00		840,00	841,93		841,93	843,87		843,87	845,81		845,81	847,75		847,75
TOTAL	1.076,59	9.919,08	0	9.919,08	9.941,89	0	9.941,89	13.454,55	0	9.964,76	9.987,68	0,00	9.987,68	10.010,65	0,00	10.010,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Gastos Financieros

Tabla 59: Proyección Gastos Financieros

Descripción	Gasto	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Intereses Pagados	170,80	2.049,65		2.049,65	2.054,36		2.054,36	2.059,09		2.059,09	2.063,83		2.063,83	2.068,57		2.068,57
TOTAL	170,80	2.049,65	0,00	2.049,65	2.054,36	0,00	2.054,36	2.059,09	0,00	2.059,09	2.063,83	0,00	2.063,83	2.068,57	0,00	2.068,57

TOTAL, DE GASTOS PROYECTADOS

TOTALES	3.105,88	33.598,61	188,00	33.786,61	33.676	188,43	33.864	37.243	188,87	33.942,21	33.830,97	189,30	34.020,28	33.908,79	189,74	34.098,52
----------------	----------	-----------	--------	-----------	--------	--------	--------	--------	--------	-----------	-----------	--------	-----------	-----------	--------	-----------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.4 Plan de Financiamiento

La inversión propuesta en el detalle anterior debe ser financieramente cubiertas, para ello se resume la inversión requerida con un plan de financiamiento, el mismo que se define como “el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos” (Baca Urbina, 2010).

5.4.1 Forma de financiamiento

La actividad del proyecto requiere financiamiento externo, para esto se determina el valor para cubrirlo estableciendo los parámetros que se utilizaran:

Tabla 60: Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	15.602,20	100%	66%
Efectivo	15.000,00	96%	64%
Bienes	602,20	4%	2%
Recursos de terceros	8.000,00	100%	34%
Préstamo privado	0,00	0%	0%
Préstamo bancario	8.000,00	100%	34%
TOTAL	23.602,20		100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

De acuerdo al plan de financiamiento los recursos propios representan el 66% de la inversión inicial, los recursos a terceros corresponden al 34%, los mismos porcentajes determinan la inversión necesaria para la ejecución del proyecto.

5.5 Cálculo de Ingresos

El nivel de ingresos se determina en función del detalle de los precios de los servicios que ofertará la empresa, así como las cantidades proyectadas o los servicios que logrará cubrir con la venta del servicio; de esta manera se podrá establecer cifras anuales y proyectarlos para los próximos cinco años de vida del proyecto.

Segundo las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios (Nunes, 2012).

Tabla 61: Cálculo de ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Horas de servicio mensual	Precio de venta unitario
			%	\$			
Materiales y Suministros		2.900,00	0,50	1.450,00	4.350,00	184	23,64
Servidor Web	Unidad	2.000,00	0,50	1.000,00	3.000,00	184	16,30
Plan Hosting	Unidad	100,00	0,50	50,00	150,00	184	0,82
Reclutamiento	Unidad	800,00	0,50	400,00	1.200,00	184	6,52
Mano de Obra		1.208,27	0,50	604,14	1.812,41	184	9,85
Personal capacitado	dólares	1.208,27	0,50	604,14	1.812,41	184	9,85
Costos Indirectos		722,26	0,50	252,68	1.083,39	184	5,89
Servicios básicos	Kw/h	150,00	0,50	75,00	225,00	184	1,22
Depreciación	5%	7,00	0,50	3,50	10,50	184	0,06
Mano de Obra Indirecta	dólares	565,26	0,50	282,63	847,89	184	4,61
Gtos. Administrativos+ventas+financieros		3.105,88	0,50	1.552,94	4.658,82	184	25,32
TOTALES		7.936,41	2,00	3.859,76	11.904,62	184,00	64,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Para elaborar el calculo de ingresos anuales se considera el valor obtenido de la capacidad productiva, mencionada en el capítulo II; para utilizarlo en las unidades anuales producidas.

Tabla 62: Cálculo de ingreso anual

SERVICIOS	Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas	Ingresos del primer año
		(anuales)	
Materiales y Suministros	23,64	2208	52200
Servidor Web	16,30	2208	36000
Plan Hosting	0,82	2208	1800
Reclutamiento	6,52	2208	14400
Mano de Obra	9,85	2208	21748,92
Personal capacitado	9,85	2208	21748,86
Costos Indirectos	5,89	2208	13000,68
Servicios básicos	1,22	2208	2700
Depreciación	0,06	2208	126
Mano de Obra Indirecta	4,61	2208	10174,68
Gtos. Administrativos+ventas+financieros	25,32	2208	55905,84

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

Para calcular el volumen de ingresos se considera la cantidad de servicios cubriendo las 8 horas diarias de trabajo y esto por los 30 días laborables del mes, por el valor producido por cinco personas encargadas de brindar los servicios el primer año.

5.5.1 Proyección de Ingresos

Una vez calculado el precio de venta se puede elaborar la proyección de ingresos que el proyecto generará durante su duración. Para esto se considera la tasa de inflación al mes de enero del 2020 de 0,23%, a la vez se considera un incremento en la cantidad de servicios otorgados con un 15% anual.

Tabla 63: Proyección de Ingresos

SERVICIOS	Can	Precio	Total	Can	Precio	Total
		Unit.	año 1		Unit.	año 2
Servicios de cuidado de niños	2208,00	64,70	142857,60	2545,04	64,85	165042,82
TOTAL INGRESOS			142857,60			165042,82

SERVICIOS	Can	Precio	Total	Can	Precio	Total	Can	Precio	Total
		Unit.	año 3		Unit.	año 4		Unit.	año 5
Servicios de cuidado de niños	2933,52	65,00	190672,82	3381,31	65,15	220283,75	3897,45	65,30	254492,95
TOTAL INGRESOS			190672,82			220283,75			254492,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina el valor cero donde la empresa no reflejaría ni pérdidas ni ganancias, es decir, el “el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios” (Montero, 2017).

Tabla 64: Punto de equilibrio

Detalle	Totales	Gastos	Costos
Ingresos	142.857,60		
Costos Fijos	48.097,85	33.598,61	14.499,24
Costos Variables	13.655,17	188,00	13.467,17

Costos totales	61.753,02		
Número de servicios	2208		
Precio Unitario de venta	64,70		
Costo Variable Unitario	32,35	64,70-0.5%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

El punto de equilibrio se establece en tres ámbitos que son:

Punto de equilibrio en dólares

$$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE \$ = \frac{48.097,85}{1 - \frac{13.655,17}{142.857,60}}$$

$$PE \$ = 53.442,06$$

El valor que necesita generar la empresa debe ser mayor a \$53.442,06 dólares anuales para que se mantenga en un punto de equilibrio.

Punto de equilibrio en unidades

$$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE u = \frac{48.097,85}{64.70 - 32,35}$$

$$PE u = 1487$$

Para no perder ni ganar la empresa debe vender 1.487 servicios al año.

Punto de equilibrio en porcentaje

$$PE \% = \frac{PE \$}{IT} * 100$$

$$PE \% = \frac{53.442,06}{142.857,60} * 100$$

$$PE \% = 37\%$$

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Finalmente se refleja los valores otorgados para determinar de manera gráfica el Punto de equilibrio:

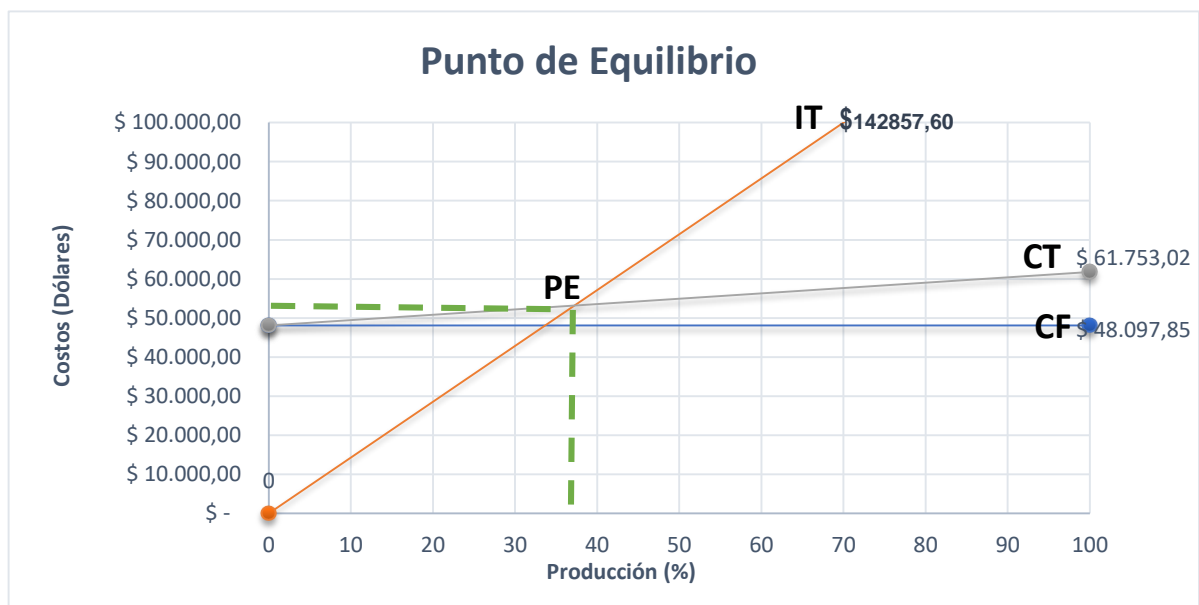


Gráfico 20: Punto de equilibrio

Elaborado por: Velarde (2020)

Aplicando la fórmula del punto de equilibrio se determinó que el valor de servicios que se debe brindar en el año debe ser \$ 53.442,06 dólares que equivale a 1.487 servicios, representando 37% para no tener ni pérdidas ni ganancias y poder sustentar los costos y gastos de la empresa.

5.7 Estado de Resultados

El estado de resultados genera una visión más amplia sobre si el proyecto dentro del plazo determinado proyectado, generará pérdidas o ganancias, es así que se lo define como “un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los

gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo” (Jauregui, 2017).

Tabla 65: Estado de resultados proyectado

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	142.857,60	165042,82	190672,82	220283,75	254492,95
(-)	Costo de Ventas	27.966,41	28.030,73	28.095,20	28.159,82	28.224,59
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	114.891,19	137.012,08	162.577,62	192.123,93	226.268,36
(-)	Gastos de venta	9.919,08	9.941,89	9.964,76	9.987,68	10.010,65
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	104.972,11	127.070,19	152.612,86	182.136,25	216.257,71
(-)	Gastos Administrativos	21.817,88	21.868	21.918,36	21.968,77	22.019,30
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	83.154,23	105.202,13	130.694,50	160.167,48	194.238,41
(-)	Gastos Financieros	2.049,65	2.054,36	2.059,09	2.063,83	2.068,57
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	81.104,58	103.147,77	128.635,41	158.103,65	192.169,84
(-)	15% Participación trabajadores	12.165,69	15.472,17	19.295,31	23.715,55	28.825,48
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	68.938,89	87.675,61	109.340,10	134.388,10	163.344,36
(-)	Impuesto a la renta	17.234,72	21.918,90	27.335,02	33.597,03	40.836,09
(=)	UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	51.704,17	65.756,70	82.005,07	100.791,08	122.508,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

5.8 Flujo de Caja

El flujo de caja permite conocer la capacidad de pago en efectivo, según el desglose los movimientos de ingreso y gastos, para tomar decisiones sobre la actividad del negocio, así lo describe también Komiya, “Un flujo de caja (también conocido como flujo de efectivo, flujo de liquidez o *cash flow*) es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo (dinero en efectivo) que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado” (Komiya, 2019).

Tabla 66: Flujo de caja

	Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A.	Ingresos Operacionales	-23.602,20	142.857,60	165.042,82	190.672,82	220.283,75	254.492,95
	Efectivo	-23.000,00					
	Bienes	-602,20					
	Ingresos por ventas		142.857,60	165042,82	190672,82	220283,75	254492,95
B.	Egresos Operacionales	0	59703,37	59840,68387	59978,32109	60116,27228	60254,53805

	Costos		27.966,41	28.030,73	28.095,20	28.159,82	28.224,59
	Gastos Administrativos		21.817,88	21.868	21.918,36	21.968,77	22.019,30
	Gasto de Ventas		9.919,08	9.941,89	9.964,76	9.987,68	10.010,65
C.	Flujo Operacional (A-B)	-23.602,20	83.154,23	105.202,13	130.694,50	160.167,48	194.238,41
D.	Ingresos no Operacionales	0	0	0	0	0	0
E.	Egresos no Operacionales	0,00	14.215,34	39.440,72	48.679,99	59.362,22	71.711,22
	Pago de capital créditos a largo plazo		1.292,21	1.430,50	1.583,58	1.753,05	1.940,66
	Pago interés préstamo		757,44	619,15	466,07	296,60	108,99
	Pago de participación utilidades		12165,69	15472,17	19295,31	23715,55	28825,48
	Pago de impuestos			21918,90	27335,02	33597,03	40836,09
F.	Flujo no Operacional (D-E)	0,00	-14.215,34	-39.440,72	-48.679,99	-59.362,22	-71.711,22
G.	Flujo Neto Generado (C-F)	-23.602,20	97.369,57	144.642,85	179.374,49	219.529,70	265.949,63
H.	Saldo Inicial de Caja		-23.602,20	73.767,37	218.410,22	397.784,70	617.314,40
I.	Saldo Final de Caja (G+H)	-23.602,20	73.767,37	218.410,22	397.784,70	617.314,40	883.264,03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

El flujo de caja indica una inversión inicial de \$23.602,20; un indicador del efectivo necesario para iniciar el proyecto el mismo que se detalla en el plan de inversión. El valor que corresponde al saldo inicial de caja es \$23.602,20, que es el valor del capital de trabajo inicial para ejercer las actividades de la empresa del primer mes.

5.9 Evaluación Financiera

5.9.1 Valor Actual Neto

Tabla 67: Tasa mínima aceptable de rendimiento

INFLACIÓN	0,23%
RIESGO	10,00%
INTERE. BANCA	10,21%

Tasa mínima aceptable de rendimiento

TMAR	Valor	%
Capital Propio	15.602,20	66%
Capital Financiado	8.000,00	34%
Total	23.602,20	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Velarde (2020)

TMAR =

(%cap. finan.* %interés ban.) + %cap. propio * (%riesgo + %inflación + %riesgo * %inflación)/

TMAR= 10,24%

El capital propio debe ser siempre mayor que el capital de terceros, puesto que para iniciar un negocio no puede elevarse los gastos financieros, esto incurre en las utilidades finales; el TMAR del proyecto es de 10,24% porcentaje mayor a la tasa de inflación del 0.23% esto quiere decir que es un proyecto atractivo para los inversores, pues aportará con márgenes de utilidad positivos.

5.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

F: Flujo neto de efectivo

1: constante

TIR: TMAR del proyecto

io: Inversión inicial

$$VAN = -23.602,20 + \frac{906.866,23}{(1+0.10)^1 + (1+0.10)^2 + (1+0.10)^3 + (1+0.10)^4 + (1+0.10)^5}$$

$$VAN = 23.602,20 + (906.866,23/6,71)$$

$$VAN = -23.602,20 + 135.151,45$$

$$VAN = 111.549,25$$

El valor actual neto es de \$111.549,25 dólares y la regla es que si es mayor a 0 el proyecto es viable.

5.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = -I_0 \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} = 0$$

TIR= 454%

La tasa interna de retorno es mayor a tasa mínima aceptable de rendimiento con un 454%, y a la vez la regla indica que al ser mayor a cero también se acepta el proyecto. El porcentaje obtenido refleja los beneficios de la baja inversión y el retorno de misma en poco tiempo.

5.9.4 Beneficio Costo

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

$$B/C = 38.42$$

La relación costo beneficio determina que por cada dólar que se invirtió se recupera \$38.42

5.9.5 Período de Recuperación

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI: \frac{23.602,20}{\frac{906.866,23}{5}}$$

$$PRI: 0,13$$

Año: 1 año

Meses: $0,13 * 12 = 1$ meses

Días: $0,56 * 20$ días laborables = 11 días

El periodo de recuperación de la inversión para el plan de negocios es de 1 año, 1 mes y 11 días.

Bibliografía

- Barroso, C. (2017). *El mercado alternativo*. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/66233/El_mercado_alternativo_bursatil.pdf?sequence=1
- Bautista, L. (2 de Marzo de 2016). *Imagen corporativa*. Obtenido de <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Caldas, M. F. (2017). *Plan de inversiones y plan de financiación* (Carmen Calvo ed.). Madrid: Editex, S.A.
- Caurin, J. (3 de Septiembre de 2017). *Plan de financiación*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-financiacion>
- Crecenegocios. (26 de Marzo de 2010). *Definición de la Demanda potencial*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- Culturación. (2014). *Aplicaciones en tiempo real*. Obtenido de <https://culturacion.com/aplicaciones-en-tiempo-real/>
- Del Pozo, H. (2013). *Registro Oficial, Tercer suplemento. Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Asamblea Nacional.
- EAE Business School. (25 de Octubre de 2017). *Proceso de producción: en qué consiste y cómo se desarrolla*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/#:~:text=Un%20proceso%20de%20producci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto%20de%20actividades%20orientadas,la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20la%20demanda>.
- Economía Libre. (12 de Septiembre de 2016). *Definición oferta*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-oferta-demanda-2758201>
- Fernández, A. (2016). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: Essic.
- Fernández, H. (2018). *La importancia de las apps móviles en las empresas*. Obtenido de <https://economiatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/>
- GAD. (2015). *Dirección de Desarrollo-Social Economía Solidaria*. Ambato: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato.
- GEO Tutoriales. (23 de Julio de 2011). *Pronóstico de Demanda con Media Móvil Simple*. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/proyeccion-de-demanda/pronostico-de-demanda-con-media-movil->

- Ponce, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Revista Académica*, 16. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. EEUU: Harvard Business Review.
- Sánchez, S. (11 de Enero de 2017). *Gestion Empresarial. Obtenido de Las cinco fuerzas de Porter*. Obtenido de http://www.deguate.com/artman/publish/gestion_merca/El_modelo_de_las_5_fuerzas_de_Porter_461.shtml
- Thompson, I. (1999). *Publicidad*. España: Thomson Editores.
- Trámites y requisitos Ecuador. (2019). *Cuáles son los Requisitos para sacar RUC en Ecuador*. Obtenido de <https://tramitesyrequisitos.com/ecuador/ruc/>
- Valdiviezo, K. (2017). *Plan de contingencia*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/merlyncita/elaboramos-nuestro-plan-de-contingencia>
- Vasconez, M. (3 de Agosto de 2015). *Registro de software en Ecuador*. Obtenido de <https://derechoueesisabelita.wordpress.com/2015/08/03/registro-del-software-en-ecuador/>
- Villar, K. (3 de Diciembre de 2016). *Fuerzas de Porter*. Obtenido de MKTtotal: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/que-son-las-5-fuerza-de-porter/>
- Vivanco, M. (2016). *Muestreo estadístico*. Colombia: Díaz de Santos.
- Wikipedia. (2018). *Análisis de Porter de las 5 fuerzas*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

Anexos

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Objetivo: Creación de una aplicación móvil APP en el cuidado de niños.

Instrucciones: A continuación, se presenta una serie de preguntas las cuales usted debe responder, marcando con una x según su criterio

Cuestionario:

1.- ¿Tiene hijos/as?

SI

NO

2. ¿Cuántos hijos/as tiene?

1

2

3

MÁS DE 3

3.Cuál es la edad de sus hijos/as

Entre 0-4 años

Entre 5-9 años

Entre 10-12 años

4. ¿Qué cantidad de tiempo dedica a su trabajo y/o estudios?

Menos de 4 horas

De 5 a 8 horas

Más de 8 horas

5. ¿A quiénes les concede la capacidad de cuidar de su hijo en horarios en que usted no puede?

Papá-mamá

Abuelos

Empleados

Guarderías

6. ¿Con qué frecuencia asiste a eventos y reuniones sociales?

Todos los fines de semana

Una vez al mes

Esporádicamente

Nunca

7. ¿Usted utilizaría una APP (aplicación móvil) para la contratación del cuidado de

niños?

SI

NO

8. ¿Ha contratado alguna vez el servicio de niñera para el cuidado de sus hijos?

SI

NO

9. Si usted ha respondido a la pregunta anterior que Si por favor responda la siguiente:

¿De qué manera contrataría usted a una niñera?

Vía telefónica

Página web

Referencias

Redes sociales

10. ¿Cuántas aplicaciones móviles tiene actualmente en su celular? Por favor no tomar en consideración las que son de fábrica como Google Store, APK Mirror, App store

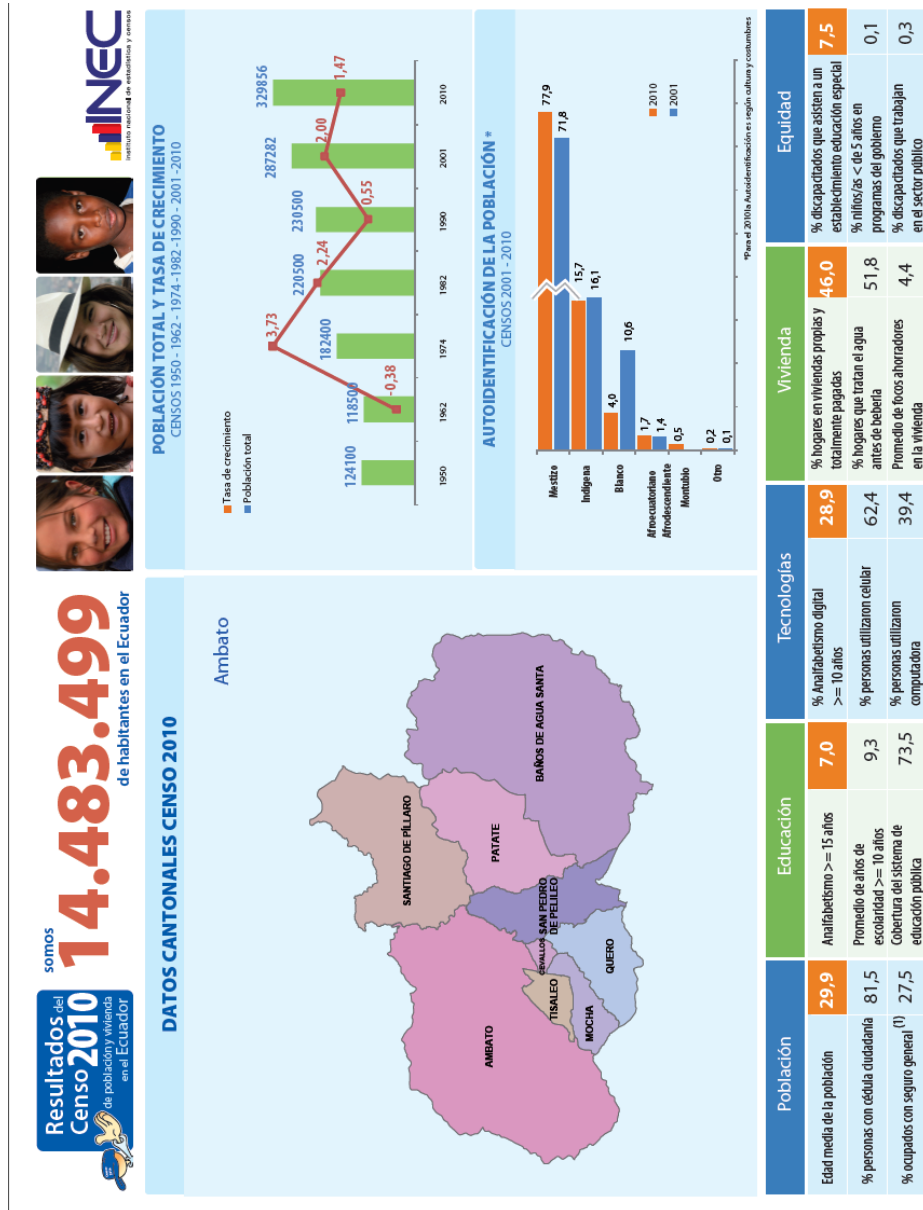
Poca capacidad para descargas

3 o menos Apps

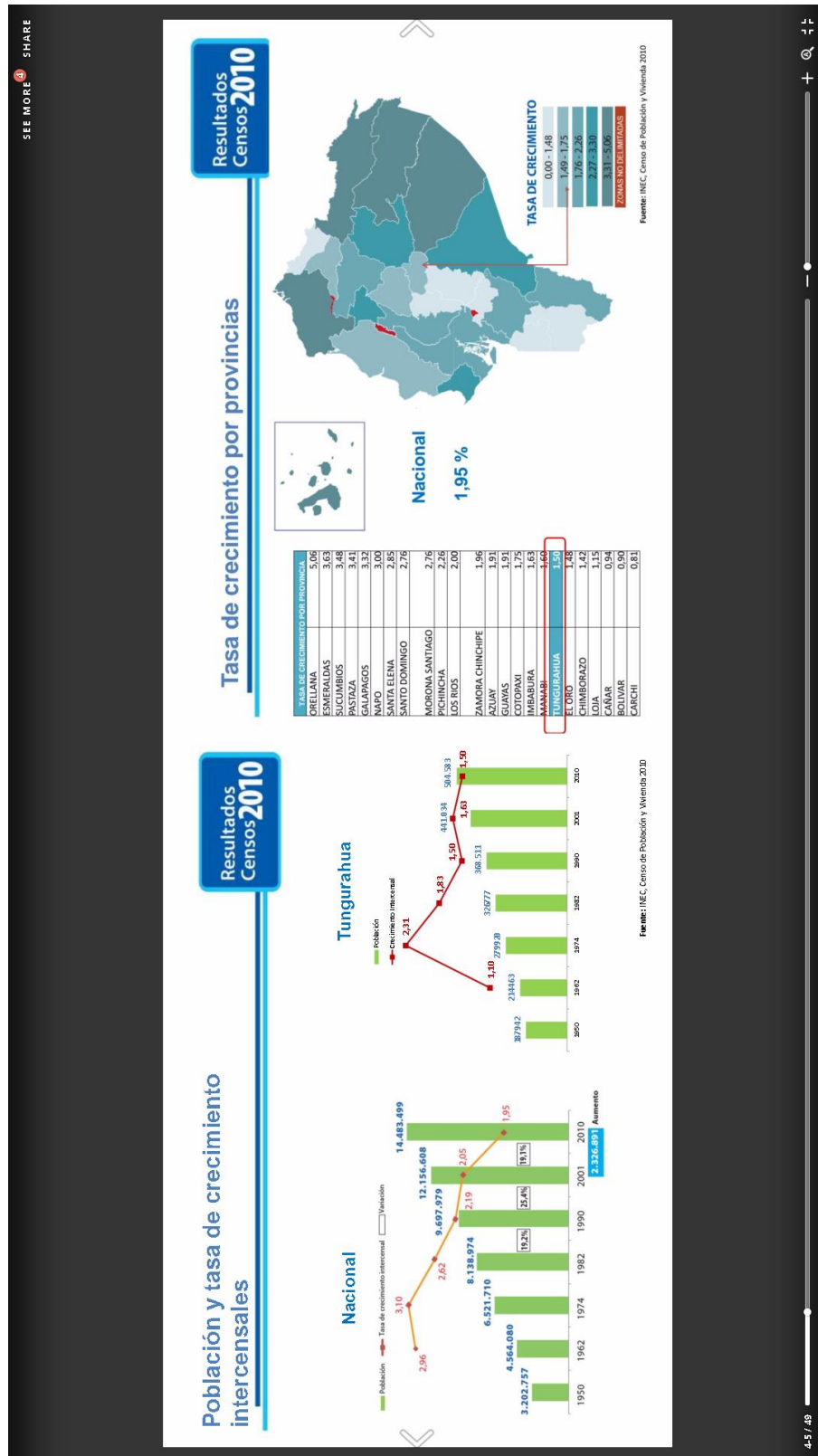
4 a 6 Apps

7 o más Apps

Anexo 2: Datos Cantonales



Anexo 3: Población y tasas de crecimiento



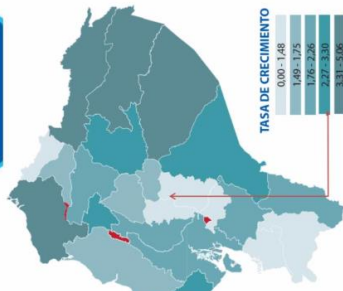
Anexo 4: Tasa de crecimiento de cantones

Tasa de crecimiento por cantones

En Tungurahua
1,50 %

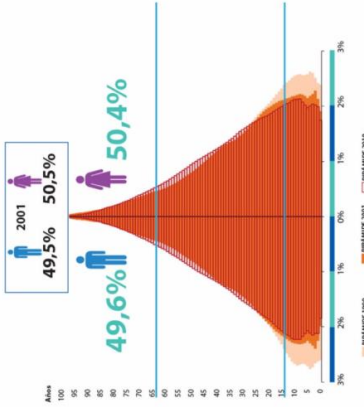


Cantón	2001 Personas	2010 Personas	Crecimiento	Aprobación 2010
Ambato	287282	329.866	1,64%	66,37%
Baños	16112	20.018	2,41%	3,97%
Cevallos	6878	8.188	1,91%	1,62%
Morúa	6371	6.777	0,69%	1,34%
Palate	11771	13.497	1,62%	2,67%
Quero	18197	19.205	0,61%	3,91%
San Pedro de Pelileo	48988	66.679	1,60%	11,21%
Santiago de Pillaro	34926	38.367	1,04%	7,69%
Tisaleo	10826	12.137	1,68%	2,41%
Total	441.034	504.893	1,50%	100%



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

Pirámide poblacional - Nacional



Resultados Censos 2010

%2001	Estructura de la población			%2010
	Chicapani	Heleto	Mitres	
	85.569	53.921	61.151	9.069
	90.844	10.523	14.977	26.800
	85.889	28.734	24.001	60.755
6,7%	80.844	53.157	62.395	115.552
	75.879	78.662	86.616	165.216
	70.874	116.209	123.886	246.091
	85.860	126.804	137.173	323.817
	85.874	126.804	137.173	323.817
	55.659	253.106	292.797	816.893
	50.854	298.728	311.404	810.132
	45.846	386.448	383.893	750.141
	399.230	419.712	419.002	819.002
60,1%	466.202	482.524	482.524	938.726
	35.839	463.956	416.834	870.799
	34.934	509.590	463.834	973.424
	20.824	639.140	632.866	1.292.126
	15.819	713.548	705.989	1.419.537
	10.814	782.877	756.365	1.539.342
	5.819	773.890	752.916	1.526.806
	0.84	744.305	717.972	1.462.277
	Total	7.177.653	7.203.816	14.381.469

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

