

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE CUIDADOS
INFANTILES A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE,
CANTÓN CAYAMBE.**

Autora: Marcelo Manolo Sierra

Tutor: Econ. Marco Álvarez Mejía

**Proyecto previo a la obtención del Título Académico de Tecnología
Administración de Empresas.**

Cayambe, 2016

DERECHOS DE AUTORA

Yo: Marcelo Manolo Sierra

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, al Instituto Tecnológico Superior Japón; según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Atentamente:

.....

Marcelo Manolo Sierra

C.C.1705551586

DEDICATORIA

A mis hijos SHEYLA DAYANA, KAREN IVONNE y MARCELITO MANOLI que son una parte esencial en mi vida, por su apoyo y preocupación.

A mi esposa IVONNE MOLINA, con todo mi amor y cariño, con la cual con mucho esfuerzo y amor luchamos día a día para salir adelante, pilar fundamental en mi vida.

Marcelo Manolo

AGRADECIMIENTO

A Dios ya que con su bondad infinita me ha permitido llegar alcanzar este logro personal y profesional.

AI INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN por darme la oportunidad de culminar mis estudios en esta prestigiosa institución.

A la Carrera de Administración de Empresas por permitirme ser un miembro más de sus aulas y recibir el conocimiento técnico y la formación humana que impartieron en mí y a cada uno de los docentes que compartieron valiosos conocimientos para mi formación académica

A mi Tutor: Econ. Marco Álvarez Mejía por su respaldo incondicional, brindándome su sabiduría, conocimiento, confianza y apoyo en la realización de este importante proyecto profesional, deseo expresarle mi más sincero agradecimiento.

Marcelo Manolo

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE CUIDADOS INFANTILES A DOMICILIO EN EL SECTOR DEL CANTÓN CAYAMBE.

Autora: Marcelo Manolo Sierra

RESUMEN

La creación de una microempresa que ofrezca los servicios de niñeras a domicilio ubicado en la ciudad de Cayambe, cantón Cayambe cumplirá con los lineamientos del Plan del Buen Vivir en su carácter de emprendimiento.

Es importante investigar en el estudio de factibilidad de la presente investigación, se lo realice en función del análisis de mercado, estudio técnico y sobre todo el estudio financiero, para medir la viabilidad del inversionista.

Al final se describe las Inversiones y el Financiamiento del Proyecto, hace una descripción técnica sobre los recursos que se utilizarán para el desarrollo del proyecto. También es importante considerar las Conclusiones y Recomendaciones de la presente investigación.

PALABRAS CLAVES: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, ESTUDIO DE MERCADO / ESTUDIO TÉCNICO ESTRATEGIAS / INVERSIÓN, FINANCIAMIENTO / SERVICIO DE NIÑERAS.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****PROYECTO DE:****ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE CUIDADOS
INFANTILES A DOMICILIO EN EL SECTOR DEL CANTÓN
CAYAMBE.****Autor: Marcelo Manolo Sierra****SUMMARY**

The creation of a small business that offers services babysitters home located in the town of Cayambe, comply with the guidelines of the Plan of Good Living entrepreneurial in character.

It is important to investigate the feasibility study of this investigation, it performed depending on market analysis, technical studies and especially the financial study to measure the viability of the investor.

At the end Investment and Financing Project described, it makes a technical description of the resources to be used for project development. It is also important to consider the conclusions and recommendations of this investigation.

KEYWORDS: FEASIBILITY STUDY, MARKET RESEARCH / STUDY TECHNICAL STRATEGY / INVESTMENT, FINANCING / babysitters.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----|
| CAPITULO I INTRODUCCIÓN AL SERVICIO DE NIÑERAS A | |
| DOMICILIO | 1 |
| CLASES DE CUIDADOS INFANTILES | 9 |
| CARACTERÍSTICAS DEL CUIDADO DE MENORES | 11 |
| CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DROP IN | 15 |
| | |
| CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO | 29 |
| INVESTIGACIÓN DEL MERCADO | 31 |
| ESTUDIO DE PRECIOS | 38 |
| | |
| CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO | 42 |
| DISTRIBUCIÓN DEL PROCESO | |
| SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL | 44 |
| ESTRATEGIA OPERACIONAL. | 51 |
| | |
| CAPITULO IV ESTUDIO FINANCIERO | 81 |
| INVERSIONES | 81 |
| CAPITAL DE TRABAJO. | 89 |
| PRESUPUESTO DE COSTOS | 90 |
| FUENTES DE FINANCIAMIENTO | 91 |
| ESTADOS RESULTADOS | 107 |
| FLUJO DE CAJA. | 109 |
| MEDIDAS DE RENTABILIDAD | 111 |
| | |
| CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 117 |
| CONCLUSIONES | 117 |
| RECOMENDACIONES | 118 |
| ANEXO No. 1 | 120 |
| BIBLIOGRAFÍA | 121 |

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN AL SERVICIO DE NIÑERAS A DOMICILIO

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Antecedentes

En Ecuador los servicios a domicilio aparecen a finales de la década de los 80´ , los mismos en un principio y hasta la actualidad se encargan regularmente de la entrega de comida rápida hacia los distintos sectores de la capital, este tipo de servicios tiene una importante repercusión en las economías domésticas, basta con pensar en todas aquellas actividades profesionales desarrolladas en los domicilios de los consumidores que genera un gran movimiento de capital y recursos hacia la economía local.

En los últimos años han surgido varias ideas en lo que a servicios a domicilio se refiere, por ejemplo: la entrega de medicinas, servicio de catering y banquetes, mantenimiento y entrega de electrodomésticos, entrega de estados de cuenta, tarjetas de crédito e información bancaria, instalación de televisión por cable e Internet, además de los ya mencionados servicios de entrega de comida rápida, hasta ideas muy originales como la entrega de víveres a domicilio, licores, y el pago de servicios públicos como el agua, la luz y el teléfono por medio de bicicletas y demás, los cuales no han tenido aún acogida en el medio.

Tomando en cuenta estos antecedentes, se puede ver que este es un campo amplio al cual se pueden añadir otras ideas originales como la que resulta de este tema de investigación, el cual se basa en prestar un servicio innovador y no existente actualmente en el mercado local, como el de niñeras a domicilio .

La idea sobre un servicio de niñeras a domicilio, surge debido a los rápidos cambios de la sociedad actual, los cuales obligan a ambas partes de la pareja a trabajar, además de considerar la incorporación generalizada de la mujer en el

mundo laboral, que gracias a datos estadísticos conocemos que “las mujeres con hijos representan un gran segmento del mercado laboral en la ciudad de Cayambe.

Es así que la tasa de ocupación es del 65,43%” (INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS – INEC, 2015), lo que provoca el no disponer de tiempo suficiente para el cuidado de sus hijos, añadiendo que los padres deben asistir eventualmente a compromisos y eventos sociales, horarios imprevisibles y erráticos de trabajo, días feriados y vacaciones en las escuelas de sus hijos, etc. Lo que presenta una oportunidad única para incurrir en el campo de servicios de cuidado de niños, pero no de la manera tradicional, como la que actualmente prestan, los centros de desarrollo infantil, guarderías y el cuidado proporcionado por parientes amigos y vecinos, sino de una forma original, que preste este tipo de servicios en horarios no tradicionales, con gente de experiencia y disponibilidad para cuidar de los niños en casas particulares y con horarios flexibles.

Del total de personas ocupadas en el país, durante el año 2003, el 80% se dedican a las labores en los establecimientos de Servicios, mientras que el 20% lo hacen en los Hoteles y Restaurantes; respecto del personal ocupado a nivel nacional, la mayor concentración de mano de obra femenina y masculina se encuentra en la división de servicios con el 25% y 55% respectivamente. Finalmente del total de remuneraciones pagadas en el 2003, se observa, que algo más de las tres cuartas partes, corresponden a las actividades de Servicios” (INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS – INEC, 2015)

Para entender de una mejor manera lo expuesto, definiré algunos conceptos de los términos citados en el párrafo anterior:

Ingresos por Servicios.- Se refiere a los ingresos que ha recibido el establecimiento, fruto de la prestación del servicio que corresponde a su actividad principal.

Establecimiento.- “Se define como la unidad económica (restaurante, hotel o local de prestación de servicios comunales, sociales o personales) que en una sola ubicación física, asentada en un lugar de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas, combina actividades y recursos, que están dirigidos por un propietario o entidad jurídica únicos para proporcionar algún tipo de servicio a terceros, ya sea con carácter mercantil, profesional, social o cultural” (PORTER M. , 2006)

Personal Ocupado.- Comprende el número promedio de personas que trabajaron en o para el establecimiento, incluye a todos los trabajadores que se encuentran de vacaciones, con descanso por enfermedad, en huelga y en cualquier otro tipo de descanso de corto plazo.

Servicios a Distancia.- “Servicios en los que los empleados están presentes, mientras que la participación del cliente en el proceso de producción del servicio está a cierta distancia” (FRED R, 2008) por ejemplo: ventas por Internet, ventas por correo, y los servicios públicos.

Servicios Interpersonales.- “Servicios en los cuales interactúan los clientes y los prestadores” (FRED R, 2008), por ejemplo: restaurantes, hospitales, hoteles, bancos y líneas aéreas.

Servicios a Domicilio.- Se caracterizan por ofrecer servicios personalizados y ágiles, entregando los pedidos directamente al domicilio del cliente, por medio del teléfono, fax, correo electrónico y hasta el “chat”, mediante el uso de las páginas web.

Los servicios a domicilio, tratan de hacer más fácil y cómoda la llegada de productos hacia el hogar del cliente. En una situación muy común, una tarde fría en la que no se quiere ni pensar en salir del hogar y toparse con el caótico tránsito de Cayambe, qué mejor que alguien llegue a su casa, le traiga algo de comer, ponga una película entretenida y quién sabe pueda hasta cuidar de sus hijos,

aunque suena más como un sueño, hay empresas que cumplen con estos deseos sin que tenga que poner un pie fuera del calor de su morada.

Las entregas a domicilio, de comida rápida o de flores por ejemplo, funcionan en el país desde hace por lo menos un par de décadas. Sin embargo para el caso de mi investigación, un concepto relativamente nuevo para nuestro medio es el de niñeras a domicilio.

En la ciudad de Quito en los últimos años han surgido varios y originales negocios en lo que a entregas a domicilio se refiere por ejemplo: “Si el cliente quiere comerse un buen bife, también puede pedir que se lo lleven a casa. La carnicería “El Grommet”, funciona desde hace dos años y nació con la idea de llevar sus productos a domicilio, para su propietario el Sr. Fernando Larrea, la intención es dar un trato personalizado, también esta empresa entrega pescado, camarón, embutidos, vinos y conservas.

La tienda “Cinema 1”, lleva videos, canguil, dulces y bebidas a domicilio en Quito. Los pedidos se pueden hacer por teléfono, correo electrónico o través del chat de su página web. La intención es que sus clientes conozcan ese mismo instante si la película está disponible o no, comenta su propietario David Kraglievich. Ahora ni para dejar regalos a sus seres queridos tiene que desplazarse. La empresa “The Gift Company” (Giftco), se encarga de repartir presentes a domicilio u oficina. No solo quien los contrata ahorra tiempo, sino también quien los recibe se encanta por la sorpresa, comenta Gabriela Velásquez, gerente de la compañía.

Por último hasta la mascota puede tener un trato de rey. “Lord Guau”, presta el servicio de taxis para su perro, a la hora que se le ocurra. Pueden además dejar en su casa las fundas de alimentos, los juguetes o las jaulas. Basta con que ingrese al sitio web y haga el pedido” Revista Lideres, tomando en cuenta todos estos antecedentes, tal parece que la idea de ofrecer un servicio de niñeras a domicilio no suena tan a ficción sino que podría convertirse en una realidad, ya que como

vemos parte de las necesidades de los clientes se pueden resolver sin que estos tengan que salir de casa.

La oferta de servicios alrededor del mundo es muy amplia, en la siguiente Cuadro se muestra una clasificación de los principales servicios que existen en la actualidad, los mismos que no solo son exclusivos para determinados países, ya que se los puede encontrar alrededor del mundo con ligeras variaciones, tomando en cuenta que en nuestro país y específicamente en la ciudad Cayambe, se ofrecen muchos de estos servicios.

CUADRO NO. 1
CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS.

| Clase | Lista de Servicios |
|----------|---|
| 1 | Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina. |
| 2 | Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios. |
| 3 | Construcción; reparación; servicios de instalación. |
| 4 | Telecomunicaciones. |
| 5 | Transporte; embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes. |
| 6 | Tratamiento de materiales. |
| 7 | Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales. |
| 8 | Alimentación; alojamiento temporal; cuidados médicos, de higiene y de belleza; servicios veterinarios y de agricultura; servicios jurídicos; investigación científica e industrial; programación de ordenadores; servicios de cuidado para niños y ancianos; servicios a domicilio; servicios que no puedan ser clasificados en otras clases. |

Fuente: HOFFMAN K. Douglas, BATESTON John. Fundamentos de Marketing de Servicios.

Elaborado por: El Autor.

Tipo de Servicios de Cuidado de Niños.

Centros de Desarrollo Infantil.

En el G.A.D.I.P de Cayambe, existen algunas opciones disponibles en lo que a cuidado de niños se refiere, entre ellas tenemos las siguientes:

- Centros de Desarrollo Infantil
- Proveedores de Servicios Familiares de Cuidado de Niños
- Cuidado proporcionado por parientes, amigos y vecinos

a) Centros de Desarrollo Infantil (CDI).

“Son instituciones que atienden durante el día a niños y niñas comprendidos entre los tres meses y los cinco años de edad, su objetivo es contribuir a la protección y desarrollo integral de los niños y niñas garantizando su nutrición, salud, educación inicial y cuidado diario”²⁰.

A nivel nacional, según datos de la (AINA), Atención Integral a la Niñez y Adolescencia, organismo del Ministerio de Bienestar Social, que promueve, ejecuta y subvenciona programas, proyectos y servicios para la vigencia de los derechos de los niños , niñas y adolescentes, existen Centros de Desarrollo Infantil tanto públicos como privados, los cuales atienden niños y niñas de diferentes estratos económicos, existen 57 unidades de atención que reportan información al Ministerio de Bienestar Social, gracias a lo cual tenemos que el 53% corresponden al sector público y el 47% al sector privado.

Los Centros de Desarrollo Infantil velan por el cumplimiento de los derechos de los niños. El derecho a la identidad se mide en la cantidad de niños que cuentan con la inscripción en el registro civil, y el derecho a la salud se mide en la cantidad de niños que tiene el esquema de vacunación completo para su edad.

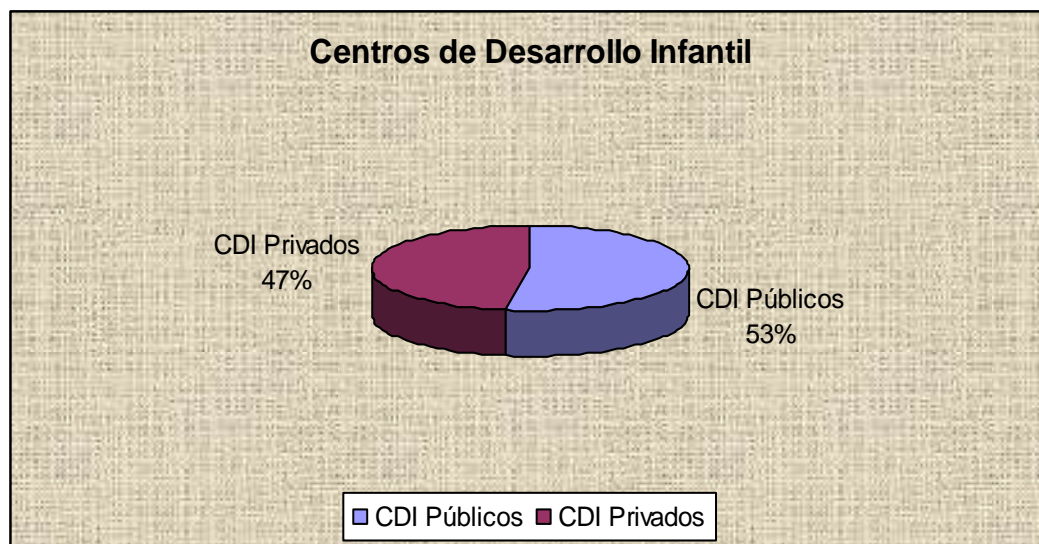
²⁰ Sistema de Información Estándar de Gestión para los Programas de Atención a Niños, Niñas y Adolescentes – Matraca. Primer Semestre 2004. Sistema oficial del Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia.

CUADRO NO. 2
CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL.

| CDI | Total | % |
|---------------------|--------------|----------|
| CDI Públicos | 30 | 53 |
| CDI Privados | 27 | 47 |
| Total | 57 | 100 |

Fuente: (MBS), Boletín Informativo. Primer Semestre (2014).
Elaborado por : Autor

GRAFICO No. 1



Tal como se menciona en el párrafo anterior, existen 57 unidades de atención que reportan información a la AINA, que gracias a datos estadísticos proporcionados por este organismo sabemos que “estas unidades atienden a 4944 niños en promedio cada mes (Primer semestre 2014)”²¹; el 77,35% de los niños y niñas atendidos tienen entre 3 y 5 años de edad, pues las familias culturalmente, acostumbran a enviar a los niños a los centros de desarrollo infantil a esas edades.-

²¹ Sistema de Información Estándar de Gestión para los Programas de Atención a Niños, Niñas y Adolescentes – Matraca. Primer Semestre 2004. Sistema oficial del Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia.

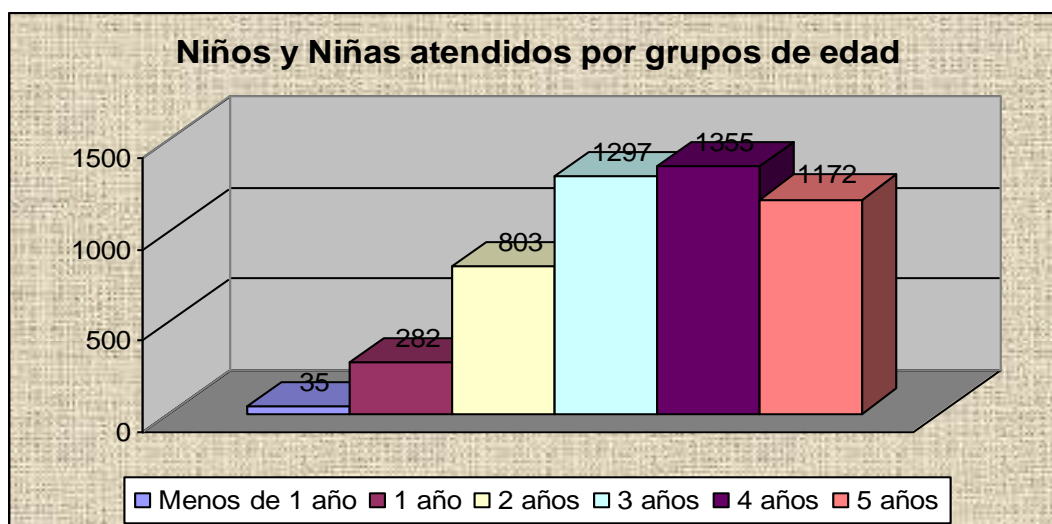
Por otro lado, siendo que es muy importante que el niño sea atendido cuando es menor de 2 años, lamentablemente no existen muchas instituciones que brinden este servicio o el cupo para estas edades es reducido.

CUADRO NO. 3
NIÑOS Y NIÑAS ATENDIDOS POR GRUPOS DE EDAD.

| Grupos de Edad | No. de niños y niñas | % |
|----------------|----------------------|------------|
| Menos de 1 año | 35 | 0,71 |
| 1 año | 282 | 5,70 |
| 2 años | 803 | 16,24 |
| 3 años | 1297 | 26,23 |
| 4 años | 1355 | 27,41 |
| 5 años | 1172 | 23,71 |
| Total | 4944 | 100 |

Fuente: (MBS), Boletín Informativo. Primer Semestre (2004).
Elaborado por : Autor

GRAFICO No. 2



Los Centros de Desarrollo Infantil cuidan a niños en grupos en horarios tradicionales de trabajo. Todos los estados requieren que tales centros obtengan una licencia para operar, aunque el régimen de emisión de licencias no garantiza

la calidad, si establece normas mínimas en materia de salud, seguridad y capacitación de proveedores que deben observar los centros en todo momento.

Los padres optan por utilizar este tipo de servicio porque creen que la existencia de grupos más grandes, un personal amplio e inspecciones realizadas por el estado (Ministerio de Bienestar Social) hacen que los programas sean más seguros para sus hijos. Muchos padres creen que más personal, más espacio, más equipo y más juguetes, en combinación con actividades organizadas, aseguran un ambiente de aprendizaje más propicio para sus hijos.

CLASES DE CUIDADOS INFANTILES

Esta es una lista de las diferentes opciones disponibles para el cuidado infantil (Nacional Chile Care Information Center, 2014)

Centro: Un lugar con licencia para proveer cuidado para ocho o más niños y que funciona por más de treinta horas por semana.

Hogar: Se provee cuidado infantil en una casa que tiene licencia para cuidar a siete o menos niños en parte del día o la noche.

Hogar Grande: Se provee cuidado infantil en una casa que tiene licencia para cuidar doce o menos niños en parte del día o la noche. El número de niños varía de acuerdo a las edades de los mismos y en muchos de los casos se necesita de un asistente.

Preescolar: Un lugar donde se provee cuidado para 8 o más niños y funciona por menos de 30 hrs. a la semana.

Medio tiempo/Drop-in: Un lugar que ofrece cuidado temporal o en casos de emergencia, por parte del día y la semana.

Campamento: Programas que ofrecen actividades por parte del día o por todo el día durante el verano.

Servicios de Niñera: Se cuida al niño en su propia casa por una niñera.

CARACTERÍSTICAS DEL CUIDADO DE MENORES

Muchas son las ventajas que reporta la asistencia a un programa de educación preescolar, como conocemos los profesionales: (DORSCH, Friedrich, 2012)

- El centro se presenta como el principal elemento de socialización para el niño. Este va a aprender a compartir, a esperar y a respetar; hecho, que adquiere una gran relevancia, ya que se presenta como la estructura intermedia entre la propia familia e integración del niño en los demás estamentos sociales.
- El centro nos posibilita el seguir paso a paso el proceso de aprendizaje y maduración de cada niño. Así, se puede detectar los posibles desequilibrios, desajustes o déficit que se vayan produciendo. Esta posibilidad de actuación preventiva va a ser determinante y fundamental para el desarrollo de los niños.
- La estructura del centro está concebida en función de las necesidades de los niños. Ofreciendo mayores posibilidades para la manipulación y exploración de los objetos y el espacio. En el marco familiar, los espacios suelen ser limitados, produciéndose continuas prohibiciones, para que no cojan determinados objetos o alcancen o se suban a diversos lugares, hecho que limita las posibilidades de experimentación de los niños.
- El ver, observar y admirar a otros compañeros sirve de gran motivación en determinadas actividades y aprendizajes. En este sentido, todos somos

conscientes de las posibilidades que nos ofrece la imitación (control de esfínteres, comida, aspectos motrices, etc.) a estas edades.

- A través del juego, los educadores facilitarán los medios para favorecer el desarrollo del niño, generando en este sentido de afecto, amistad, compañerismo, ternura y, en general, contribuyendo a una mayor sensibilidad con los otros, lo cual es facultad para otra serie de actividades, como la observación, captación, comprensión de estímulos, etc., que crean en ellos una mayor independencia y autonomía.

Abundando en los razonamientos expuestos, nos encontramos fuertes razones de índole sociológica que apuntan por una generalización de la educación infantil. El cambio social que se observa en el mundo como consecuencia de la industrialización, la incorporación de la mujer al mundo laboral, el incremento de la expectativa de la calidad de vida, la exigencia social de un mayor grado de cualificación y especialización en el trabajo, han producido una ruptura del modelo hegemónico de valores, actitudes y comportamientos, que han incidido directamente sobre la estructura familiar en varios sentidos:

- El descenso de la tasa de natalidad, que hace que el niño se haya convertido en un "bien escaso".
- La incorporación de la mujer al trabajo, está desligando a esta de la atención y cuidado de la prole.
- Se ha roto definitivamente la estructura de la familia extensa, implantándose cómo hegemónica la familiar nuclear de uno dos hijos como máximo.
- Las exigencias del ritmo de vida actual, que han transversalizado todas las capas sociales, dificultando la educación de los niños en el seno de las familias por falta de tiempo.

- La ruptura del modelo familiar ha eliminado los referentes actuales de la educación del niño (transmisión de conocimientos y hábitos de cómo cuidarlo), sin que hayan sido sustituidos por otros nuevos como consecuencia del desarraigo y aislamiento de las familias nucleares.

Según este panorama se configura un nuevo modelo social pensado exclusivamente por y para el adulto en el que el niño, a pesar de ser un "bien social deseado", se ha convertido en una dificultad a afrontar.

Esta nueva situación exige una respuesta de la sociedad y las instituciones para resolver el cuidado y la atención a la primera infancia.

La creación de servicios destinados al cuidado, atención y educación de la primera infancia nos lleva a reflexionar y analizar sobre cuál es el mejor modelo para cubrir las necesidades y exigencia que la actualidad nos plantea.

Preparándose para el Cuidado Infantil

Considerar lo siguiente al elegir cuidado infantil para un niño:

- Actitud: una guardería que apoye y facilite los planes de continuar dándole el pecho a los bebés.
- Conocimiento y experiencia: Elegir el cuidado del niño con una persona que tenga conocimiento o esté dispuesta a aprender cómo usar la leche materna de una manera segura y alimentar al bebé cómo se indique.
- Lugar: Si la persona que cuida al niño se encuentra cerca de su trabajo, será más fácil para ubicarle.

SISTEMA DROP IN (Nacional Chile Care Information Center, 2014)

El cuidado de niños puede ser emocionante y gratificador, además de una oportunidad maravillosa de tener un impacto positivo en las vidas de niños y sus familias en su comunidad. El cuidado infantil constituye una responsabilidad tremenda y cada estado ha establecido reglamentos que gobiernan los servicios de cuidado infantil.

Para desarrollar un programa de cuidado infantil se debe incluir la exploración de una variedad de cuestiones. He aquí unos temas para considerar en el establecimiento de un servicio de cuidado de niños:

- Las necesidades del cuidado infantil de la comunidad;
- Licenciatura y requerimientos profesionales y estándares;
- Requerimientos legales como zonificación y seguro;
- Los costos de establecer y administrar un centro;
- El diseño de las instalaciones, incluso el uso apropiado de los espacios interiores y exteriores;
- Políticas y procedimientos para el personal y las familias;
- Cuestiones de salud y seguridad incluyendo prevención de accidentes y enfermedades y procedimientos de emergencia;
- El desarrollo de un currículo y un programa de actividades que satisfagan las necesidades de los niños;
- Equipos y materiales apropiados;
- La contratación, la capacitación y la compensación del personal; y
- Conexión con otras organizaciones comunitarias.

Dentro de este contexto se ha desarrollado un sistema emergente de cuidado infantil, llamada DROP IN, el cual se caracteriza por ser básicamente un sistema a medio tiempo, donde los padres o tutores legales puede dejar a sus hijos en un ambiente protegido, resguardado, que cubra las expectativas necesarias, por tiempos cortos y en situaciones no convencionales.

Este sistema se ha creado basado en la necesidad de padres de dejar a sus hijos momentáneamente o esporádicamente bajo el cuidado de terceros, debido a situaciones o compromisos inesperados, que ya sean por su trabajo, estudios, compromisos sociales, etc, que impiden que puedan cuidar de sus hijos como lo hacen regularmente.

Las guarderías DROP IN, por el hecho de tener niños de forma transitoria, no descartan, ni por un momento, todas las prestaciones de cualquier otro centro de cuidado de menores, manteniendo siempre los requerimientos de personal capacitado en Parvularia, Docencia Infantil, Psicología Infantil, Pediatría; los cuales están a completa disposición de los menores.

CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DROP IN

Las características de los Centros de Cuidado Infantil DROP IN, difieren un poco de las otras debido a que su campo de acción con los menores es muy rápido y esporádico.

Siempre tomando en cuenta el bienestar de los niños y niñas, nunca se puede dejar de lado su formación integral, así este tipo de guarderías formula planificaciones y estrategias acordes al tiempo de permanencia de los infantes dentro de sus instalaciones, es así que tanto los juegos recreativos, los de estimulación y pedagógicos, son basados en efectos directos e inmediatos sobre las capacidades de los menores, ya que no se puede tener certeza que tengan una continuidad de los mismos en otros centros o en sus hogares.

Las pedagogías utilizadas son orientadas hacia el refuerzo más no hacia la enseñanza. Los servicios de enfermería y psicología son continuos, siempre motivando a la buena salud mental y física de los infantes.

Los Centros de Desarrollo Infantil deben cumplir con ciertas características, las cuales deben ser observadas previamente por los padres antes de realizar cualquier elección sobre este tipo de servicio, pudiendo mencionar las siguientes:

a) Inspeccionar el lugar.

Los padres deben visitar los Centros de Desarrollo infantil y comprobar que estos cumplan con los siguientes indicadores claves de calidad:

- **Proporción: adultos – niños.-** Los padres deben preguntar cuántos niños hay para cada adulto, cuanto menor el número de niños por cada adulto, el cuidado será mejor para su hijo; los padres quieren que su hijo reciba bastante atención, y cuanto más pequeño sea el niño más atención requiere. Los bebés requieren una proporción de adultos – niños que no sea mayor de 1 a 4 (un adulto por cada cuatro bebés), mientras que para los niños de cuatro años en adelante es satisfactoria una proporción de 1 a 10 (un adulto por cada diez niños).
- **Acreditación.-** Los padres deben averiguar si el proveedor de servicios de cuidado de niños ha sido acreditado por una organización nacional (Ministerio de Bienestar Social).
- **Tamaño del grupo.-** Los padres deben averiguar cuántos niños hay en el grupo, cuanto más pequeño el grupo mejor será para el niño, los padres deben tomar en cuenta que el tipo de servicio de cuidado de niños debe asemejarse lo más posible a una familia.
- **Competencia de los responsables del cuidado.-** Los padres deben preguntar sobre la formación y educación de los responsables. Los responsables que tengan títulos educativos o capacitación especial para trabajar con niños estarán en mejores condiciones de contribuir al aprendizaje de sus hijos.

- **Rotación.-** Los padres deben averiguar el tiempo que los responsables del cuidado de los niños tiene trabajando en el Centro de Desarrollo Infantil. Resulta mucho mejor si los niños pueden permanecer por lo menos un año con el mismo responsable. Los responsables que van y vienen crean dificultades para los niños.

b) Permanecer Involucrado.

Los padres deben entender que el trabajo no termina al encontrar un buen servicio de cuidado de niños para sus hijos, ahora los padres y los responsables del cuidado de su hijo son socios, las siguientes son algunas sugerencias para que los padres y los responsables del cuidado de niños sé involucren más activamente:

- Se deben programar reuniones frecuentes con los responsables del cuidado de su hijo.
- Los padres podrían ofrecerse como voluntarios, para ayudar en los días de limpieza, o arreglar juguetes descompuestos.
- Los padres deben visitar a sus hijos en el centro.
- Los padres podrían participar en eventos especiales como paseos escolares o en actividades relacionadas.
- Preguntar al responsable del cuidado de los niños como marchan las cosas, y como le va a sus hijos.

Proveedores de Servicios Familiares de Cuidado de Niños.

En la ciudad de Cayambe, e inclusive a nivel nacional este tipo de servicio de cuidado de niños se lo da de manera informal, a diferencia de otros países como

España, Francia y Argentina en los cuales se lo práctica de manera formal hace mucho tiempo atrás.

Los proveedores de servicios familiares de cuidado de niños prestan el servicio en su propia casa. Aunque los requisitos varían de un estado a otro, la mayoría de los estados requieren que todo proveedor que cuide más de cuatro niños este sujeto a algún tipo de régimen de regulación.

Todos los estados fijan normas mínimas de salud, seguridad y nutrición para los proveedores de servicio de cuidado de niños, la mayoría requieren que los proveedores se sometan a una verificación de sus antecedentes penales y/o certificación de una historia de abusos o descuido de niños. Muchos estados requieren que los proveedores reciban capacitación antes de iniciar operaciones.

Los padres optan por utilizar este tipo de servicio porque quieren mantener a sus hijos en un ambiente parecido al de su propio hogar. Prefieren tratar con un solo responsable y consideran que los niños estarán más saludables, más contentos y más seguros en grupos más pequeños, además que estos estarán ubicados más cerca de su hogar, y puede que resulten más baratos y más flexibles.

Cuidado Proporcionado por Parientes, Amigos y Vecinos.

A veces las familias seleccionan a un pariente, un amigo o a un vecino para que cuide a su hijo, este tipo de cuidado puede proporcionarse ya sea en la casa del proveedor o en la del niño, comúnmente en nuestro medio a este tipo de cuidado no se lo considera como un servicio formal, ya que es muy común y natural que las familias den el cuidado de sus hijos ocasionalmente a parientes y amigos cercanos.

Muchos estados no regulan los servicios de cuidado de niños proporcionados por parientes, amigos y vecinos, unos pocos requieren que los proveedores informales mencionados anteriormente se sometan a una verificación de sus antecedentes

penales y/o certificación de una historia de abuso o descuido de niños. Muy pocos requieren una capacitación mínima en aspectos de la salud y la seguridad.

Los padres optan por utilizar este tipo de servicio, ya que se sienten afortunados por tener un pariente, amigo o vecino que cuide a sus hijos; consideran que estos proveedores proporcionarán un cuidado más caluroso y cariñoso a su hijo y que este se sentirá más seguro. Muchos padres consideran que es más probable que un pariente, amigo o vecino comparta sus valores, y sienten una mayor comodidad encomendándoles el cuidado de sus hijos.

A veces los padres utilizan este tipo de servicio porque su agenda, su presupuesto o los medios de transporte disponibles limitan sus otras opciones en lo que a servicio de cuidado de niños se refiere, pero se debe tomar en cuenta que los proveedores de este tipo de servicio no van a estar disponibles todo el tiempo, y que pueden hasta en algunos casos sentirse incómodos o cansados al realizar este tipo de actividad de manera frecuente, siendo estas algunas desventajas para este servicio.

Identificación del Servicio de Niñeras a Domicilio.

Ciertos proyectos tienen su justificación o identificación en forma implícita, sin necesidad de recurrir a método alguno, por ejemplo: la pavimentación de calles, de carreteras, construcción de puentes, obras de alcantarillado, energía eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, educación, etc., debido a que se identifican con necesidades conocidas de la sociedad, y no son motivo de identificación metodológica muy rigurosa.

En otros casos, los proyectos se identifican en base a necesidades propias de la empresa relacionadas con las áreas de producción, comercialización, administración, etc., surgiendo nuevas ideas respecto de ampliaciones de capacidad, diversificación de productos y/o servicios, ampliación de mercados, etc.

Por último, muchos proyectos son identificados en base a las ideas y presentimientos de los individuos, los que pueden constituir interesantes aportes destinados a satisfacer necesidades de la sociedad.

El proyecto de niñeras a domicilio se identifica con el método inductivo, ya que toma como punto de partida el análisis de un servicio en particular (cuidado de niños), para luego relacionarlo con otras variables, y detectar posibilidades que permitan encontrar nuevas opciones favorables relacionadas con este servicio.

En este tipo de proyectos, se debe dar especial atención a la "innovación, atractivo, y publicidad", de esta manera puede lograrse persuadir favorablemente a los posibles consumidores del producto y/o servicio, según corresponda.

Análisis de las Fuerzas Competitivas de Michael Porter.

“La formulación de una estrategia competitiva consiste esencialmente en relacionar una empresa con su ambiente. Aunque el ambiente relevante es muy amplio abarca fuerzas sociales y económicas, su aspecto fundamental es la industria o industrias donde ella compite” (DORSCH, Friedrich, 2012). La estrategia de la industria contribuye decisivamente a determinar las reglas competitivas del juego y también las estrategias a que puede tener acceso la empresa.

La meta de la estrategia competitiva de una unidad de negocios consiste en encontrar una posición en el sector industrial donde pueda defenderse mejor en contra de esas fuerzas o influir en ellas para sacarles provecho. Las cinco fuerzas competitivas son: entrada, riesgo de sustitución, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y rivalidad entre los competidores actuales. Estas cinco fuerzas combinadas rigen la intensidad de la competencia y la rentabilidad en una industria; la fuerza o fuerzas más poderosas predominan y son decisivas desde el punto de vista de la formulación de estrategias.

GRAFICO N° 3
FUERZAS QUE IMPULSEN LA COMPETENCIA EN LA INDUSTRIA.

Fuente: PORTER Michael. Estrategia Competitiva.
Elaborado por: El Autor.

Riesgo de nuevas empresas

“Los nuevos participantes en una industria aportan más capacidad, el deseo de conquistar participación en el mercado y, a menudo, grandes recursos. Ello puede hacer que se reduzcan los precios o que se inflen los costos de las compañías establecidas” (PORTER M. , 2006). El riesgo de que ingresen más participantes en una industria dependerá de las barreras actuales contra la entrada y también de la reacción previsible por parte de las empresas ya establecidas.

En la presente investigación el ingreso a nuevas empresas es altamente riesgoso, ya que el incremento del poder adquisitivo en el Ecuador se ha ido aumentando a partir

de la dolarización, luego el aparato productivo nacional también crece en relación a nuevas empresas del sector estudiadas.

El riesgo de nuevas empresas depende directamente de las siguientes barreras:

- **Economías de Escala.-** “Las economías de escala disuaden el ingreso de otras empresas, ya que las obligan a efectuar grandes inversiones exponiéndose a una reacción violenta por parte de la competencia o bien a invertir poco y aceptar una desventaja de costos” (ESCUELA POLITECNICA NACIONAL, 2012) Las economías de escala se encuentran prácticamente en todas las funciones de una entidad: manufactura, compras, investigación y desarrollo, marketing, red de servicios, utilización de la fuerza de ventas y distribución; el sector de servicios de cuidado de niños en la actualidad en la ciudad de Cayambe se encuentra compuesto en su gran mayoría por centros de desarrollo infantil (guarderías), los cuales presentan un servicio de características distintas al que se pretende brindar en el presente proyecto, lo que significa que no existiría una fuerte reacción por parte de la competencia, ya que el servicio de niñeras a domicilio puede considerarse como un servicio alternativo o de emergencia para los padres de familia clientes potenciales de esta idea en cuidado para los niños, y no necesariamente habría una desventaja en costos para la puesta en marcha del proyecto, ya que el costo de este servicio no tiene que ser significativamente alto en comparación con el costo del servicio brindado por una guardería, al contrario se puede convertir en una gran ventaja ya que probablemente los padres de familia no utilizarán el servicio de cuidado de niños a domicilio con la misma frecuencia con la que utilizan el servicio prestado por una guardería, tomando en cuenta estos factores se puede decir que existe una alta oportunidad de ingreso para este mercado.
- **Diferenciación de productos.-** “Significa que las empresas ya establecidas gozan de identificación de marca y lealtad de los consumidores, obtenidas por medio de la publicidad, el servicio al cliente, las diferencias de productos o, simplemente, por el hecho de haber sido los primeros en entrar en la industria”

(IPERTI MERINO, 2008). La diferenciación levanta una barrera contra el ingreso de otras compañías, pues las obliga a efectuar grandes inversiones para ganarse la lealtad de los clientes de la competencia; en el sector de cuidado de niños es indudable que gracias al tiempo y la costumbre los padres de familia se ven obligados a dejar en manos de los centros de desarrollo infantil el cuidado de sus hijos tomando en cuenta que no existe en el mercado otra alternativa, los padres identifican claramente el tipo de servicio que recibirán sus hijos, pero se debe tomar en cuenta que este servicio no cubre todas las necesidades y expectativas de los mismos, la diferenciación de productos y / o servicios es la barrera más importante contra la entrada en los productos y / o servicios destinados al cuidado de niños, lo que obligaría al proyecto de servicio de niñeras a domicilio a efectuar una gran inversión en publicidad para ganarse la lealtad de los clientes de la competencia, en base a la diversificación del servicio a ofrecer.

- **Necesidades de capital.-** “La necesidad de invertir grandes recursos financieros para competir crea una barrera contra la entrada, sobre todo si se requiere capital para la publicidad, investigación o desarrollo anticipados que entrañan riesgo o son irre recuperables” (BACA URBINA, 2001.). Es realmente necesario una alta inversión en publicidad para el proyecto de servicio de niñeras a domicilio, ya que esta constituye un instrumento para incentivar las ventas y porque simplemente hay que dar a conocer el nuevo servicio, una idea nueva y original para nuestro medio como el de niñeras a domicilio, deberá ir junto con el enfoque del marketing social, ya que este busca inducir al cambio de comportamientos y actitudes para conseguir el bienestar del consumidor y de la sociedad, a través de los diferentes medios que la empresa utilice para lograr el cambio en la conducta de los individuos o clientes finales de la empresa, considerando este análisis la publicidad se convierte en una fuerte barrera de ingreso para el proyecto.
- **Costos cambiantes.-** “La existencia de costos cambiantes crea una barrera contra la entrada, es decir, los costos que paga una vez el comprador cuando

cambia el producto de un proveedor por otro. Entre ellos se encuentran a veces los costos de reentrenamiento a los empleados, el de nuevo equipo auxiliar, el costo y el tiempo de probar o evaluar otra fuente, la necesidad de ayuda técnica y el rediseño de productos” (RESTREPO, 2004.). Un servicio de niñeras a domicilio tiene la obligación de contar con personal altamente calificado y entrenado en lo que a cuidado de niños se refiere, tiene la necesidad de contar con un buen equipo de movilización para cumplir con los requerimientos de los clientes y obviamente contar con un servicio diversificado que sea altamente atractivo para el consumidor, todo esto en conjunto genera un mejor desempeño del servicio en relación a la competencia, con lo cual el comprador sentirá menos el cambio en concepto de costos con relación al anterior proveedor del servicio.

- **Acceso a los canales de distribución.-** “Surge una barrera contra el ingreso cuando la nueva empresa necesita garantizar la distribución de su producto. Como los canales ordinarios de distribución ya hacen negocio con los competidores, si quiere que acepten su producto habrá de persuadirlos mediante descuentos, bonificaciones por publicidad cooperativa y otros medios, los cuales aminoran las utilidades” (BACA, 2006. p. 87). El sector de cuidado de niños se encuentra bien identificado por el público, los centros de desarrollo infantil (guarderías), guardan una relación de muchos años con los padres de familia, una relación de exclusividad que no siempre brinda un servicio de calidad como he mencionado anteriormente, no existe otra alternativa para el cuidado de niños, el éxito para poder franquear esta barrera dependerá mucho de la formas de comercialización que el nuevo competidor pueda ofrecer al cliente para persuadirlo hacia el uso del mismo, tomando en cuenta que en la actualidad la mayor parte de nuevos negocios para poder entrar en un mercado competitivo se ven obligados al uso de promociones con lo cual sus utilidades en los primeros años de funcionamiento se verán reducidas.
- **Política gubernamental.-** “El gobierno puede limitar y hasta prohibir el ingreso en industrias, aplicando controles como requisitos para conceder la licencia y restringiendo el acceso al mercado” (PORTER M. , 2006). En las condiciones

actuales en que se desenvuelve el país (libre oferta y demanda de bienes y servicios), esta barrera no presenta una dificultad sería para el ingreso de un nuevo competidor en el sector de cuidado de niños, ya que al iniciar el mismo se debe cumplir con todos los requisitos y permisos pertinentes otorgados por el Ministerio de Bienestar Social, entidad reguladora en un tema altamente delicado como el de cuidado de niños para obtener una licencia de funcionamiento.

Rivalidad entre empresas actuales

“La rivalidad entre los competidores adopta la conocida forma de manipular para alcanzar una posición, recurriendo a tácticas como la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos y un mejor servicio o garantías a los clientes” (BACA URBINA, 2001.)

La rivalidad se debe a que uno o más competidores se sienten presionados o ven la oportunidad de mejorar su posición, las tácticas competitivas de una compañía influyen profundamente en las otras y, por tanto, provocan represalias o esfuerzos por contrarrestarlas; en otras palabras, las compañías son mutuamente dependientes, y deben convivir con muchos de los factores que determinan la intensidad de la rivalidad, pero pueden mejorar las cosas mediante cambios estratégicos como aumentar la diferenciación de los productos con nuevos tipos de servicios o a través de innovaciones en marketing.

La rivalidad intensa proviene de varios factores estructurales que interactúan entre sí; siendo estos los siguientes:

- **Competidores numerosos o de igual fuerza.-** Al existir en el sector de cuidado de niños muchas compañías (centros de desarrollo infantil), las cuales comparten tamaño y recursos más o menos similares, suelen introducir tácticas como el liderazgo en precios, sin tomar en cuenta que este es un mercado muy concentrado, provocando que los rivales igualen pronto y fácilmente las reducciones de precio, disminuyendo los ingresos de todos ellos; por lo tanto la

rivalidad en este sector es intensa ya que existe una gran dependencia entre todas las compañías, lo que se traduce en una gran oportunidad para un servicio preferencial como el de niñeras a domicilio, ya que el mismo se convierte en líder y podrá imponer su disciplina por medios como el liderazgo en precios.

- **Ausencia de diferenciación.-** El servicio de cuidado de niños se percibe casi como una mercancía, la decisión del comprador (padres de familia), se basa principalmente en el precio y en el servicio, lo que origina un tipo de competencia muy inestable en estas dos áreas; la diferenciación de productos y / o servicios genera aislamiento frente a la competencia, pues los compradores muestran preferencia y lealtad por determinados proveedores y en un sector tan importante como el de cuidado de niños, la publicidad se convierte en la alternativa ideal para elevar el nivel de conocimiento y aceptación para un nuevo tipo de servicio que beneficie a todos en este sector. Es importante recalcar en la presente investigación, que al brindar más seguridad al futuro cliente, esta se convertirá en un valor agregado del servicio, por ejemplo, cámaras de seguridad al interior del sitio de trabajo de la niñera, servicio médico de emergencia y un cobro a la niñera de un posible robo en el lugar de trabajo.

- **Competidores diversos.-** En el sector de cuidado de niños los competidores (centros de desarrollo infantil) comparten diferentes metas y estrategias en lo que a cuidado de niños se refiere, basados en su origen, personalidad y relación con sus clientes a diferencia de lo que puede presentar un servicio de niñeras a domicilio, tomando en cuenta que las decisiones estratégicas de un competidor pueden ser inadecuadas para los otros; un competidor nuevo como el planteado en este estudio de factibilidad aporta gran diversidad de ideas para el sector, ya que se desenvuelve en diversas situaciones y persigue metas diferentes, al contrario de la mayoría de centros de desarrollo infantil que se manejan como pequeños negocios y que solamente buscan conservar la propiedad y mantener una tasa de rendimiento superior al capital invertido; este nuevo competidor basado en una idea nueva y original tendrá mayores oportunidades de crecimiento en

comparación de los negocios ya establecidos que manejan políticas y reglas de juego ya conocidas.

- **Importantes intereses estratégicos.-** La rivalidad se torna todavía más inestable, si varias compañías buscan a toda costa el éxito en ella. El cuidado de niños a domicilio en nuestro medio, y dadas las condiciones actuales, podría ser considerado como una empresa diversificada que concederá gran importancia al éxito en cubrir las necesidades de determinado sector de la población con el objeto de mejorar su estrategia global y de conquistar una sólida posición en el mercado, siendo estas metas totalmente distintas a las de un centro de desarrollo infantil.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Todas las compañías de una industria compiten con las industrias que generan productos sustitutos. “Los sustitutos limitan los rendimientos potenciales de un sector industrial, pues imponen un techo a los precios que pueden cobrarse rentablemente en él” (BACA, 2006. p. 87). Cuanto más atractiva sea la opción de precios que ofrecen los sustitutos, mayor será el margen de utilidad.

Los sustitutos no sólo limitan las utilidades en tiempos normales, sino que además aminoran las que una industria puede cosechar en épocas de prosperidad; para el caso en estudio, se puede citar como productos y / o servicios sustitutos a los centros de desarrollo infantil y al cuidado proporcionado por parientes, amigos y vecinos, pero tomando en cuenta la naturaleza de este proyecto, los dos ejemplos antes mencionados no desempeñan exactamente la misma función que la idea de este proyecto, porque el mismo representa una alternativa a una necesidad específica del cliente que no existe actualmente en el mercado.

La posición frente a los productos y / o servicios sustitutos requiere acciones para afianzar la posición de la compañía en el sector, una alternativa es la publicidad fuerte y sustentada en argumentos que presenten al nuevo servicio como de calidad

única e incomparable que ofrezca mayores ventajas, desempeño y más disponibilidad para el cliente (padres de familia) que los servicios sustitutos disponibles en el mercado.

En la presente investigación, existen productos sustitutos, como son las guarderías, que son las que atienden en horario normal, hasta las que se recibe niños por fracciones o periodos de tiempo acordados, llamadas Drop-In.

Poder de negociación de los compradores.

“Los compradores compiten con la industria cuando la obligan a reducir los precios, cuando negocian una mejor calidad o más servicios y cuando enfrentan a los rivales entre sí” (BACA, 2006. p. 87)

El poder de los grupos importantes de compradores depende del número de características de su situación de mercado, los compradores invierten los recursos necesarios para buscar un precio favorable y efectuar una compra selectiva; en el sector de cuidado de niños los consumidores (padres de familia), suelen ser más sensibles al precio cuando compran un servicio no diferenciado, su decisión obedece más al aspecto económico, pero cuando exista en el mercado una alternativa que pueda ofrecer un mayor número de ventajas, determinará su decisión en base a los beneficios adicionales que esta pueda ofrecerle.

La idea de un servicio de cuidado de niños a domicilio determina exactamente a que grupo de compradores va a vender su servicio, padres de familia que por exigencias profesionales y situaciones imprevistas se ven imposibilitados de cuidar a sus niños, este proyecto al seleccionar su grupo de clientes tendrá una gran ventaja en su posición estratégica de mercado.

Poder de negociación de los proveedores

“Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los participantes de una industria, si amenazan con elevar los precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen” (DORSCH, Friedrich, 2012)

En el sector de cuidado de niños los proveedores (centros de desarrollo infantil), normalmente no elevan significativamente el precio de su servicio, ya que al existir un aumento en el precio del mismo, sus clientes (padres de familia) optarán por utilizar los servicios de otro proveedor que cueste menos y que no necesariamente varíe en la calidad del servicio, pero de existir en el mercado un proveedor que venda a clientes más fragmentados como es la idea de este proyecto de cuidado de niños a domicilio, este podrá influir profundamente en los precios y en la calidad del mismo ya que no existe un servicio similar al momento en el mercado.

En conclusión, el análisis de las fuerzas competitivas nos permite diagnosticar la competencia y sus causas fundamentales, haciendo posible identificar para un nuevo negocio sus puntos fuertes y débiles en relación con la industria o el sector al cual desea participar.

Además, siempre se debe tener en cuenta que los Centros de Cuidado Infantil, deben ofrecer los mejores cuidados para los infantes, un ambiente cálido y cordial, donde sus usuarios estén cómodos y relajados, donde los padres o tutores sientan confianza, respeto y cuidado con sus hijos y con ellos.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado busca demostrar hacia quien se dirige el producto, obra o servicio quienes van a consumir los productos, o quienes van a utilizar las obras y servicios. Esta es la parte más importante de un proyecto en cuanto a su contenido, en razón de que sus resultados influyen en casi todos los demás elementos y variables relacionadas con el proyecto: tamaño, localización, inversión, costos, etc.

OBJETIVO GENERAL

Identificar las necesidades para el cuidado de niños que hoy en día tienen los padres de familia que habitan en la ciudad de Cayambe, y brindar una alternativa de servicio a domicilio para horas no tradicionales de trabajo y con horarios flexibles, así como analizar los aspectos relevantes del mercado que viabilicen el presente estudio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las características del mercado de cuidado y atención de niños, para la implementación del servicio de niñeras a domicilio en la ciudad de Cayambe.
- Brindar una alternativa para el cuidado de niños en horas no tradicionales de trabajo y con horarios flexibles.
- Definir el tamaño ideal del proyecto y el servicio adecuado a brindarse a los padres de familia a través de la investigación de mercados.
- Determinar la oferta y demanda del sector de cuidado de niños con el propósito de analizar la factibilidad del proyecto.
- Analizar las necesidades y expectativas de los clientes que requieren servicios de cuidado de niños no tradicionales.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

La investigación de mercado, permitirá el conocer, interpretar y obtener información sobre el mercado objetivo al cual se va a dirigir el servicio, (segmentación de mercado), además de determinar la oferta y demanda insatisfecha para el sector, las reales necesidades y exigencias de los padres, todo esto sobre la base de un estudio de factibilidad para la creación de un servicio de niñeras a domicilio para niños comprendidos entre 3 y 12 años de edad, contribuirá a la toma correcta de decisiones encaminadas al éxito del proyecto.

Los numerosos y variados pasos del proceso de investigación de mercado se pueden categorizar en cinco áreas distintas del entorno del proceso de decisión para el presente proyecto.

ESTUDIO DE LA OFERTA.

El estudio de mercado, obligatoriamente, debe contemplar el análisis de la oferta existente, el mismo que tiene por finalidad precisar la situación actual en términos de capacidades de producción instalada y utilizada, identificando a productores y proveedores de los bienes y servicios de los que trata el proyecto.

Existen varios tipos de oferta en el mercado de servicios, el proyecto de niñeras a domicilio encaja en la siguiente clasificación: oferta competitiva o de mercado libre “Es aquella en la que la oferta de bienes y servicios se encuentra en condiciones de libre competencia, debido a que existe en el mercado una gran cantidad de oferentes de un mismo bien o servicio, y que su participación en el mercado está condicionado por la calidad, precio, servicio, y valor agregado que se ofrecen a los consumidores o clientes, también se caracteriza porque ningún productor domina el mercado, ya que este es libre de elegir de acuerdo a sus exigencias”.

El estudio de la oferta, para la presente investigación, tiene el propósito de determinar el número de centros de desarrollo infantil y guarderías existentes en la ciudad de Cayambe, mismos que constituyen la principal competencia y tienen influencia directa sobre el negocio ocasionando que algunas variables como precio y servicio se movilicen; además de considerar la población total de niños que son atendidos en estos establecimientos, lo que me permitirá establecer si la demanda existente para este tipo de servicios está saturada, y si el proyecto de niñeras a domicilio tendría posibilidades de ingresar al mercado, para lo cual se tomara en consideración aspectos como: participación en el mercado, localización, servicio, precios, permitiéndome el definir estrategias de mercado, y obtener una base para el análisis y cálculo de costos.

Sin embargo, no se puede dejar de mencionar la existencia de servicios sustitutos como son el cuidado proporcionado por parientes, amigos, vecinos y empleados domésticos, quienes de una u otra forma pueden afectar a los tomadores de decisión (padres de familia), para la puesta en marcha del proyecto de cuidado de niños a domicilio.

Cuando el estudio de la oferta se refiere a productos o servicios nuevos (no conocidos), se debe tomar en cuenta dos aspectos fundamentales:

a) Que el producto o servicio se adapte a las necesidades de los consumidores o usuarios.

El servicio de niñeras a domicilio se presenta como una alternativa atractiva y novedosa en cuanto al cuidado de niños se refiere, ya que el mismo tiene como propósito brindar un servicio para horas no tradicionales de trabajo y con horarios flexibles, buscando el satisfacer las necesidades de los padres de familia que no cuentan con el tiempo suficiente, ni con una persona adecuada para dejar a sus niños de manera especial cuando los padres deben asistir a algún compromiso, evento social, trabajo o situaciones inesperadas.

b) Que el producto o servicio sea original, especial, y con gran poder de atracción para influir en el mercado.

Calidad, presentación, forma, color, publicidad, precio conveniente, etc. , el servicio de niñeras a domicilio, cumple con estos requisitos ya que el mismo permite el cuidado de niños en su propio hogar, y se adapta a las exigencias de los padres, prestando un servicio en horarios no usuales, lo que constituye una gran ventaja sobre los demás tipos de servicio de cuidado de niños en nuestro medio, permitiendo a los padres solucionar un viejo problema, otorgándoles un poco más libertad para poder realizar otras actividades.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Para poder establecer una segmentación más adecuada se dividirá al mercado por grupos pequeños o iguales, tomando en cuenta varios criterios de segmentación, mismos que incluyen características del mercado y de los potenciales clientes a quienes va a estar enfocado el presente estudio, para esto se utilizara variables de marketing, las cuales hacen referencia a características de tipo geográfico, demográfico o Psicográfica; pueden representar estados de comportamiento o conductas; o pueden referirse a las actitudes de los individuos para establecer los estados de conocimiento, opiniones, motivaciones e intenciones de la gente frente a una marca, un producto, una persona, empresa y similares, mismas que facilitarán el análisis de este punto.

CUADRO No. 4

REFERENCIAS DE LAS VARIABLES DE MARKETING.

| Variables de Marketing | | |
|---|------------------------|----------------------|
| Clasificadoras | Conductuales | Actitudinales |
| Características | Comportamientos | Actitudes |
| Geográficas | Conductas | Conocimientos |
| Demográficas | Estilos | Opiniones |
| Psicográficas | | Motivaciones |
| | | Intenciones |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. | | |
| Elaborado por: Autor | | |

Variables Clasificadoras: “Hacen referencia a las características externas de los individuos, físicas o intrínsecas, las cuales pueden ser observables o no observables. Las características intrínsecas se obtienen mediante la comunicación verbal, en tanto que las físicas se logran con la observación” (RON, 2006, Pág. 25)

Variables Geográficas: “Se refieren a descripciones de situación y entorno de los individuos, como la región donde vive, la ciudad donde nació, el clima de ellas, el tamaño de la ciudad, y el entorno”

CUADRO No. 5
VARIABLES GEOGRÁFICAS

| VARIABLE GEOGRÁFICA | |
|--|-----------------------------|
| • CIUDAD | Cayambe |
| • ZONA | Norte, Sur, Centro y Valles |
| • AREA | Urbana |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. | |
| Elaborado por : Autor | |

Variables Demográficas: “Describen características de tipo fisiológica, sociocultural o económica del individuo. Por ejemplo la edad, el ciclo de vida, el sexo, la raza entre las primeras, o la religión, la condición social, la escolaridad, la nacionalidad, el estado civil, entre las segundas, y el nivel de ingresos, el tamaño de la familia, la ocupación entre las terceras” (RON, 2006, Pág. 25)

CUADRO No. 6
VARIABLES DEMOGRÁFICAS

| VARIABLE DEMOGRÁFICA | |
|---|--|
| • SEXO | Masculino y Femenino. |
| • EDAD | 18 años de edad en adelante. |
| • ESTADO CIVIL | Soltero, casado, divorciado, unión libre y viudo. |
| • NIVEL SOCIO ECONÓMICO | Media alta, alta. |
| • NIVEL DE INSTRUCCIÓN | Secundaria, superior. |
| • NACIONALIDAD | Nacionales y extranjeros. |
| • NIVEL DE INGRESOS | Desde USD \$ 264.00 en adelante. |
| • NUMERO DE HIJOS | Ninguno, uno, dos, tres, cuatro. |
| • OCUPACIÓN | Amas de casa, profesionales, ejecutivos, comerciantes, empleados públicos y privados, estudiantes universitarios, independientes, etc. |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. | |
| Elaborado por : Autor | |

Variables Psicográficas: “Se refieren a los estilos de vida de las personas y a los tipos de personalidad. El estilo de vida se identifica a través de tres clases de atributos que relacionan las actitudes del individuo, los intereses, los valores esenciales y la posición social”. (BACA, 2006. p. 87)

CUADRO No. 7
VARIABLES PSICOGRÁFICAS

| VARIABLE PSICOGRÁFICAS | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • ESTILO DE VIDA | Padres que se preocupan por el cuidado y bienestar de sus hijos, mientras realizan otro tipo de actividades como: trabajo, diversión y vida social. |
| <ul style="list-style-type: none"> • TIPO DE PERSONALIDAD | Responsables, reflexivos, comunicativos, sociales, innovadores, seguros, honestos, etc. |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. Elaborado por : Autor | |

Variables Conductuales: “Describen los comportamientos de los individuos relacionados con un aspecto del marketing, como la compra, la utilización o el consumo de un producto o marca. Permiten evaluar aspectos tales como la lealtad de marca, la tasa de uso, los hábitos de compra, la ocasión de compra, el beneficio percibido, los factores de decisión de compra, y otros similares” (DORSCH, Friedrich, 2012)

CUADRO No. 8
VARIABLES CONDUCTUALES

| VARIABLE CONDUCTUAL | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • CONDUCTA DEL CONSUMIDOR | ¿Qué tipo de servicio de cuidado de niños utiliza? ¿Cuándo lo utiliza y por qué? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora de servicio de cuidado de niños a domicilio? ¿Si existiera en el mercado un servicio de niñeras a domicilio, lo utilizaría? |
| <ul style="list-style-type: none"> • OCASIÓN DE COMPRA | Situaciones imprevistas, compromisos sociales, exigencias profesionales. |
| <ul style="list-style-type: none"> • FRECUENCIA DE USO | Diariamente, semanalmente, mensualmente, anualmente u ocasionalmente. |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. Elaborado por : Autor | |

Variables Actitudinales: “Son variables psicológicas para describir actitudes de los individuos, relacionadas con el beneficio percibido y la sensibilidad.

El beneficio es una meta objetiva del consumidor, que adopta una disposición, o grado de preparación, para decidir una compra. La sensibilidad, que estudia factores psicológicos que deciden la compra de un producto, como el efecto demostración, necesidad sentida, la solidaridad, el impulso” (SAPAG N. , 2002). La actitud se manifiesta a través de cuatro etapas: conocimiento, opinión, motivación y decisión.

CUADRO No. 9
VARIABLES ACTITUDINALES

| VARIABLE ACTITUDINAL | | |
|---|----------------------|----------------------|
| Etapas: | Dirección (+) | Dirección (-) |
| Conocimiento | Alerta | Ignorancia |
| Opinión | Preferencia | Rechazo |
| Motivación | Intención | Opción |
| Decisión | Compra | Desistimiento |
| Fuente: OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados. | | |
| Elaborado por : Autor | | |

Es un medio utilizado para inferir algo acerca de una población mediante la selección de una parte de la misma; esta parte debe ser representativa, para esto es importante establecer un criterio de elección de las muestras que nos permita encontrar en esta las características necesarias y representativas de la población. Con el fin de alcanzar las ventajas y los beneficios del muestreo como son:

- Utilizar una muestra en lugar de la población en una investigación ahorra tiempo y dinero.
- Se puede llegar a una exactitud de resultados de la muestra

Para esto el método de muestreo escogido es el de Probabilística puesto que cada integrante de la población tiene una probabilidad diferente de cero de ser incluida

en la muestra. Este muestreo se lo hace mediante reglas de decisión matemática que no permiten discreción al investigador en la selección de los elementos de la muestra. (William J. Reddin, 1922)

ESTUDIO DE PRECIOS

Diseño de Estrategias de Precios

1) Lineamientos Estratégicos.

La estrategia competitiva del Centro se define en el reloj estratégico como: “segmentación en diferenciación”.

Se ha definido esta estrategia en base a la existencia de una relación entre el valor agregado esperado y un precio alto. A través del lineamiento estratégico hacia la “Intimidad con el Cliente”.

2) Política de precios

Objetivos del precio del servicio:

Ser líder en Calidad de Servicio, maximizando los beneficios en el largo plazo con el desarrollo de una participación de mercado enfocada al Nivel Socio Económico Bajo y Medio.

Agrupaciones de clientes a los que dirigirá su oferta

Padres de familia entre 25 y 50 años, de los niveles socioeconómicos bajo y medio (quintiles 2 y 3 respectivamente), que buscan compensar sus ausencias imprevistas a sus hijos, así como potenciar las capacidades cognoscitivas de sus hijos en un centro que otorgue servicios de calidad, con seguridad y confianza.

Imagen que quiere transmitir el concepto:

Se busca proyectar profesionalismo, seguridad y confianza.

Soporte de comunicación con tecnología.

Identificación de bandas mínimas y máximas de precios:

En el mercado local:

Banda Máxima: US\$ 15 por hora

Banda Mínima: US\$ 7 por hora

Estrategia de flexibilidad de precios pre establecidos.

Definición del nivel de flexibilidad que tendrá el counter de ventas, para armar nuevos paquetes según los requerimientos de los padres.

GRÁFICO No. 4
ESTRATEGIA DE PRECIOS

| | | PRECIO | | |
|---------|-------|---------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| | | Alto | Medio | Bajo |
| CALIDAD | Alta | ESTRATEGIA DE RECOMPENSA | Estrategia de alto valor | Estrategia de supervalor |
| | Medio | Estrategia de margen excesivo | Estrategia de valor medio | Estrategia de buen valor |
| | Baja | Estrategia de robo | Estrategia de falsa economía | Estrategia de economía |

Fuente: Investigación Propia

Elaborada por: Autor

Tácticas de Precio:

Enfoque externo:

Establecemos el precio, a través del mercado y la percepción de los padres acerca de las ventajas diferenciales. De esta manera se puede influir psicológicamente en los padres.

Enfoque Interno:

En base a los costos del servicio.

Desarrollo de Paquetes según las necesidades de los padres.

ESTUDIO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN**OBJETIVO**

- 1) **Desarrollo del Servicio**, mediante un servicio nuevo en un mercado actual.

- 2) **Posicionamiento** del servicio como el más confiable y seguro.

- 3) Crear en los nuevos clientes un **sentimiento de fidelidad** al nuevo servicio procurándole compensar la ausencia temporal de los padres en los niños bajo cuidado.

MARKETING MIX**PRODUCTO****Soporte del Servicio:**

- Asesoría psicológica
- Profesores altamente especializados
- Movilidad/Mensajes de texto
- Videos, fotos y recuerdos
- Bazar (útiles, pañales, etc.)

PRECIO

La estrategia de precios se aplicara en el análisis financiero

PLAZA

Las oficinas del servicio de niñeras a domicilio estarán ubicado estratégicamente en Cayambe.

PROMOCIÓN

Objetivo de la publicidad

Crear demanda primaria. El propósito será informativo, considerando la etapa introductoria del nuevo servicio. Es decir se pondrá afiches en los negocios de alrededor, papales volantes al ingreso de las visitas y un peque stand al interior del postal.

Presupuesto de Publicidad

Factores a considerar:

- Etapa introductoria: se requiere mayor presupuesto. Luego la publicidad podría ser “boca a boca”.
- Publicidad enfocada (alcance reducido).
- Frecuencia: intermitente / todo el año.

Selección del mensaje Publicitario

Mensajes a transmitir:

- Beneficios para los padres
- Confianza y seguridad: personal especializado, contacto permanente.
- Modernidad: uso de tecnologías de información
- Cero preocupaciones: cuidado del niño, movilidad, salud, nutrición, psicología.
- Necesidad de socialización.
- Compensación del sentimiento de culpa
- Recuerdos para los padres: videos y fotos (“momentos inolvidables, que no volverán”).

- Beneficios para el niño
- Desarrollo temprano debido a que se aprende con la práctica y cada niño la descubre.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

“Realizar el Estudio Técnico, mediante la obtención de información sobre las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (SAPAG C. N., 2007. p. 87)

La consideración del tejido empresarial, de su dinámica y de su magnitud, como claves para la favorecer la innovación, la competitividad, la creación de nuevos empleos y el crecimiento han acrecentado el interés por los estudios sobre la demografía empresarial.

Aunque la mayor parte de las fuentes estadísticas ofrecen datos agregados para el conjunto de las economías, cabe subrayar que los estudios de la demografía empresarial, y en concreto, del dinamismo del tejido empresarial, medido a través de los de flujos de entradas y salidas de empresas y de sus posibilidades de supervivencia, no permiten profundizar suficientemente sobre la existencia de una elevada heterogeneidad empresarial dentro de todos y cada uno de los sectores, tanto en sus características como en sus comportamientos.

Además, es preciso hacer explícita la precaria situación existente en cuanto a las fuentes de información estadística sobre la demografía empresarial y otras características referidas al dinamismo emprendedor, así como la heterogeneidad de las existentes; todo ello relativiza el análisis en este terreno y las posibles comparaciones competitivas.

Considerando que el desarrollo de los países latinoamericanos, en la última década, ha sido posible gracias a la creación y sostenimiento de pequeñas y

medianas empresas, las cuales han funcionado como pequeños motores que han inyectado vida a la economía regional, dinamizándola y convirtiéndose en el sector de mayor crecimiento y el que mejores tasas de rendimiento ha marcado; se puede deducir que hoy es el momento de incursionar en la inversión en el sector PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas), el cual ayuda tanto los capitales privados como mejora el marco económico del país.

Para un inicio el proyecto necesita de un tamaño pequeño, para posteriormente irlo ampliando. Así que se ha decidido iniciar el proyecto con una empresa PYME.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Al analizar ciertos factores que afectan la macro localización, se requiere diseñar una matriz de ponderación. Para esto se toma el Método Cualitativo por Puntosⁱ este permite determinar la ubicación más óptima de la Empresa.

Este método se basa en asignar un puntaje a los factores más determinantes los mismos que influyen de forma directa en el proyecto, debiendo asignar un peso o una calificación a cada uno de estos factores, esta calificación va de 1 a 10 según la importancia que se le asigne por el sector en el cual va a estar ubicada la planta de dicho proyecto.

Una vez realizada la calificación correspondiente se realiza la multiplicación del peso por la calificación dada para así obtener el puntaje total de cada factor con el fin de sumar dichas puntuaciones tendiendo que elegir el de mayor puntuación.

En el siguiente cuadro se indicara los factores y los pesos asignados para evaluar las alternativas planteadas sobre la localización. La calificación se hará de la siguiente forma:

5 = Alto; 3 = Medio; 1 = Bajo.

CUADRO No. 10
MATRIZ MACRO LOCALIZACIÓN

| FACTOR | Peso | SUR DE CAYAMBE | | CENTRO DE CAYAMBE | | NORTE DE CAYAMBE | |
|---|----------|----------------|------------|-------------------|------------|------------------|------------|
| | | Calif. | Ponde. | Calif. | Ponde. | Calif | Ponde. |
| Mercado al que se va a dirigir | 0,2 | 3 | 0,6 | 5 | 1 | 5 | 1 |
| Transporte, vías de acceso y comunicaciones | 0,1 | 5 | 0,5 | 3 | 0,3 | 5 | 0,5 |
| Totales | 1 | | 1.1 | | 1.3 | | 1.5 |

Fuente: Investigación propia.

Elaborado: Autor.

De acuerdo a la ponderación de los factores anteriormente realizada, la zona idónea para la localización del proyecto será en el Norte de Cayambe, ya que en esa zona existe una actividad comercial y económica es muy atractiva, de igual forma los recursos económicos se encuentran disponibles por la mayoría de los personas que transitan en ese sector al mismo tiempo cuentan con servicios básicos, y de transporte.

DISTRIBUCIÓN DEL PROCESO

El proceso empresarial del proyecto se lo ha dividido en 3 áreas de gestión, las cuales se detallan a continuación:

INSTALACIONES

Las instalaciones requeridas deben contar con los siguientes componentes:

- Oficinas para el Administrador, Secretaria, Contador (externo) y el Docente.
- Consultorio médico y psicológico

- Cafetería y Cocina.
- Sala de reunión del personal
- Sala de Juegos
- Sala de Descanso
- Baño Varones
- Baño Mujeres
- Patio para actividades al aire libre
- Recepción.
- Conserjería

ESPECIFICACIÓN DE ÁREAS

Las áreas de la empresa del servicio de niñeras a domicilio son las siguientes:

CUADRO No. 11
ESPECIFICACIONES DE ÁREAS.

| ÁREA | INSTALACIONES |
|-----------------------|---|
| <i>Administrativa</i> | Oficina del Administrador |
| <i>Operativa</i> | Oficina del Docente Sala de reunión del personal Sala de Juegos Sala de Descanso Patio Recepción |
| <i>Médica</i> | Consultorio Médico |
| <i>Servicios</i> | Cafetería y Cocina Baños Conserjería |

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: Autor

ÁREA ADMINISTRATIVA: Está formada por un Administrador General, una secretaria o asistente administrativa y un contador externo. Su función es controlar

y supervisar todas las funciones de la Empresa de Cuidado Infantil, como también realizar reportes administrativos y financieros mensuales, semestrales y anuales.

ÁREA OPERATIVA: Es la que se encarga directamente del cuidado y manejo de los infantes en la empresa de Cuidado Infantil. El área comprende al Docente principal, las personas que realizan el cuidado de los infantes y por la persona encargada de recepción. Está dirigida por un profesional Docente, responsable de coordinar y dirigir todas las actividades que realicen los encargados con los niños y niñas en la empresa de Cuidado Infantil. La recepción tiene a su cargo los ingresos y salidas de los infantes al establecimiento, con su respectivo cobro de los valores a cancelar por el servicio. El Profesional Docente se encarga de realizar los reportes respectivos hacia la Administración General y trabaja conjuntamente con el departamento médico de acuerdo a los requerimientos diarios; y la Recepción entrega los reportes de ingresos y egresos de los infantes, y las recaudaciones diarias a la Administración General.

ÁREA DE SERVICIOS: Formada por el encargado de la Cafetería y Cocina, y el Conserje. La cafetería y cocina presta el servicio de alimentación tanto a los infantes como al personal, mientras que el conserje cuida las instalaciones de la Empresa de Cuidado Infantil y realiza el aseo y limpieza de todas las instalaciones incluyendo baños.

La distribución física que se ha contemplado en los incisos anteriores sobre las áreas que contendrá este proyecto se ha basado en los repertorios tomados a las diferentes empresa de Cuidado Infantil, evaluándolas y visualizando las mejores opciones en su distribución para determinar una plena estrategia en el mercado.

MECANISMOS DE CONTROL

Los mecanismos de control no solamente son acciones que deben aplicarse en determinadas ocasiones, sino también son lineamientos y postulados que se deben

seguir constantemente para garantizar un cumplimiento positivo de los objetivos de la Empresa de Cuidado Infantil.

Es por esto que Como mecanismos de control primario se tendrán los siguientes Principios y Acciones Permanentes, que logren encaminar las acciones de todo el personal de la Empresa de Cuidado Infantil para alcanzar los mejores resultados con los infantes a su cargo.

PRINCIPIOS.

1. El centro de todo proceso educativo lo constituye el niño.

Tanto el programa como el proceso de su realización tienen el objetivo central de lograr el desarrollo del niño, el cual no puede lógicamente alcanzarse sin que el propio niño participe activamente en todo el proceso.

Considerar al niño como centro de la actividad pedagógica, significa que la organización de su vida en la institución – familia – programa, la estructuración de las actividades que se planifican, los métodos y procedimientos de trabajo didáctico, las relaciones que se establecen entre los ejecutores, él y sus compañeritos tiene que estar en correspondencia con las particularidades de su edad, con sus intereses y necesidades, y fundamentalmente tener un verdadero significado y sentido personal.

El alcance de los fines y objetivos planteados está condicionado por las posibilidades reales del niño. Así, el horario de vida, la forma en que se organizan los procesos de su alimentación, sueño, baño, la posibilidad de ofrecerle un tiempo para hacer independientemente lo que desee hacer, el permitirle el movimiento y el intercambio con otros niños; el convertir el tiempo de las actividades programadas en un momento de alegría y satisfacción, como parte de sus requisitos pedagógicos; el cambiar inclusive lo programado en un momento

específico para no interrumpir alguna actividad, todo ello es expresión de este principio fundamental.

Además, considerar el papel protagónico del niño en el proceso docente – educativo significa, que pueda participar activamente en la determinación de qué hacer y cómo hacerlo, es decir, que comprenda la finalidad de sus acciones.

2. El adulto desempeña un papel mediador en la educación del niño.

Este principio implica que es la educadora la que, conociendo los objetivos planteados en la Empresa de Cuidado Infantil, las particularidades de los niños en esta edad y muy en especial del grupo que atiende, es la responsable de organizar, estructurar y orientar el proceso que ha de conducir al desarrollo. La consideración del papel mediador del adulto tiene necesariamente que conjugarse con el lugar central que el niño tiene que ocupar en todo el proceso. No se trata de una dirección en el que el Ejecutor dice y hace y el niño oye y reproduce, sino un proceso orientado hacia la participación conjunta del Ejecutor y los niños en el que estos, al hacer se desarrollan.

El cumplimiento de este principio resulta esencial porque las experiencias de los niños son aún limitadas, el dominio de sus procedimientos para hacer necesita mayor orientación y sus posibilidades para el trabajo independiente están en su etapa inicial de desarrollo. Hay que considerar además, que el adulto o Educador se constituye en sí mismo como un elemento de formación, no solo por los procesos de identificación inherentes, sino por las posibilidades de práctica de valores inscritos en la cotidianidad de su práctica.

3. La integración de la actividad y la comunicación en el proceso educativo.

Mediante la realización de actividades y la comunicación con los adultos y otros niños se produce, para cada niño, el proceso de apropiación de la experiencia

histórico – cultural, en correspondencia con las particularidades específicas de su edad.

En el transcurso de los diferentes tipos de actividad y en las formas de comunicación e interrelación que se establece entre los niños y los que los rodean, se forman diversas capacidades, propiedades y cualidades de su personalidad. Aunque las diferentes actividades contribuyen al desarrollo infantil, existen algunas que resultan más significativas en una determinada etapa: la comunicación emocional con el adulto, en la lactancia, la actividad con objetos, en la edad temprana y el juego, en la edad pre – escolar propiamente dicha, por lo que devienen medio esencial al estructurar su enseñanza y educación.

La comunicación esencialmente afectiva del ejecutor con sus niños constituye fundamento del proceso educativo; La libre comunicación entre los niños, no solo cuando el adulto lo propicie, sino cuando ellos sientan la necesidad de hacerlo, es un elemento importante a tener en cuenta durante toda su vida en la institución y no solo en las actividades independientes.

La afectividad en todos los momentos del proceso, en la actividad, en la comunicación, en toda la vida del niño, constituye la piedra angular de la educación en esta etapa del desarrollo. Sin amor, sin afecto, no hay lugar para el desarrollo.

4. La vinculación de la educación con el medio circundante.

Este principio que se encuentra en la base de todo programa educativo, deviene elemento central, ya que en este periodo de la vida el niño aprende, se forma y desarrolla mediante las experiencias que vive, y las relaciones directas que establece con los objetos, con las personas. Es en el contacto con su medio, con su tiempo y con su espacio que el niño, en un acercamiento a su realidad siente el deseo de comprenderla, hacerla suya, amarla y al apropiarse de ella se enriquece y se desarrolla.

Es necesario que se entienda que no se trata de sobre cargarlo con una serie de conocimientos acerca de su medio natural y social, sino de vincular todo el proceso educativo con el medio donde el niño vive y se desarrolla; aprovechar las posibilidades de ese medio para estructurar el proceso resulta imprescindible.

5. La unidad entre lo Instructivo y lo Formativo.

En todos los momentos de la vida del niño deben propiciarse la formación de sentimientos de amor y respeto a su familia, sus compañeros, sus educadores; hacia su patria, y los símbolos que la representan; hacia el trabajo que realizan las personas que lo rodean y la satisfacción de cumplir con sencillas tareas, así como cualidades personales como la bondad, la veracidad, la honestidad y la perseverancia, entre otras. La formación de estos sentimientos debe estar en correspondencia con las particularidades y posibilidades de los niños de acuerdo con su edad, explotando las situaciones de la vida cotidiana y las relaciones interpersonales, para que todo esto cobre una verdadera significación en la vida del niño.

6. La vinculación de la institución infantil y la familia.

Las influencias educativas que el niño recibe en el hogar y en la institución, deben guardar una estrecha unidad. Ello determina que los ejecutores y los padres debe trabajar en conjunto, plantea tareas comunes, utilizar formas similares de tratar al niño de enseñarlo, de ofrecerlos ejemplos adecuados para labrar su futuro.

La vinculación familia – institución, presupone una doble proyección: la institución proyectándose a la familia para conocer sus posibilidades y necesidades, las condiciones reales de la vida del niño y orientar a los padres para lograr la continuidad de la tarea educativa. La familia proyectándose a la institución para ofrecer información, apoyo, sus posibilidades como potencial educativo. Se trata de una vinculación que se plasme en un plan de intervención

común, con objetivos y estrategias similares; en una conjugación de intereses y acciones.

ESTRATEGIA OPERACIONAL.

A continuación se explican los pasos a seguir en el proceso del presente proyecto, así:

- Mediante una campaña continua de publicidad, se difunde los servicios de la empresa de Cuidado Infantil.
- Una vez, captado al posible cliente, se explican los beneficios de la misma
- Se le guía a la instalación del proyecto.
- Se presenta un ambiente adecuado en la sala de espera.
- La atención tiene que ser inmediata.
- Se explican los costos del servicio,
- A continuación se llena la ficha de datos.
- Se le proporciona una guía rápida por las instalaciones.
- Se establece especial contacto, en caso que el apoderado se demore más de lo previsto para retirar a los niños.
- Se le indica los servicios que recibió, juegos, cafetería, etc.
- Se cancela y se le da un pequeño recuerdo al niño por su visita.

ACCIONES PERMANENTES

Una vez expresados los principios con los que se va a guiar el desarrollo de la Empresa de Cuidado Infantil, se indican a continuación las acciones permanentes:

1. La Herencia Social: Cada generación transmite sus experiencias, sus conocimientos, sus habilidades y cualidades psíquicas, en los productos de su trabajo, y cada nueva generación recibe de las anteriores todo lo que fue creado antes, los objetos de la cultura material (las casas, los objetos, y las máquinas) y de la espiritual (el lenguaje, las ciencias y el arte); ingresa en un mundo que “ha

incorporado” la actividad de la humanidad. (Nacional Chile Care Information Center, 2014)

Al llegar al mundo de la cultura humana, los niños asimilan paulatinamente de la experiencia social acumulada en él, aquellos conocimientos habilidades y cualidades psíquicas que son propias del hombre (oído fonemático – lenguaje, la niñez entendida como un producto histórico – social, el juego – trabajo, etc.), por lo que la experiencia social es la fuente del desarrollo psíquico.

2. Aprendizaje Significativo: Es el aprendizaje a través del cual los conocimientos, habilidades y destrezas, valores y hábitos adquiridos pueden ser utilizados en las circunstancias en las que el niño vive y otras situaciones que se presenten a futuro.

Para que se dé un aprendizaje significativo es necesario una relación sustancial entre la información previa y la nueva información, caso contrario no pasaría a formar parte de la estructura cognoscitiva ni podría ser utilizada en la solución de problemas.

El aprendizaje significativo se utiliza para la solución de problemas y como apoyo y punto de partida de futuros aprendizajes.

Los aprendizajes significativos desarrollan la memoria comprensiva que constituye la base para nuevos aprendizajes. El desarrollo de la memoria comprensiva permite que los niños adquieran seguridad, confianza en lo que conocen y puedan establecer fácilmente relaciones de lo que saben y vivencian en cada nueva situación de aprendizaje.

3. Lenguaje y Pensamiento: Lenguaje y pensamiento son herramientas psicológicas que ayudan a formar otras funciones, y son en sí mismas funciones que atraviesan por un desarrollo cultural. Estas dos funciones tienen diversos orígenes, pero convergen y se desarrollan bajo una influencia recíproca. No es que

la función como tal cambia, son las relaciones entre las funciones las que cambian, provocando en desarrollo.

El desarrollo de un niño conoce un habla pre intelectual, así como un pensamiento no verbal, sólo con el establecimiento de una unidad sistémica interfuncional, el pensamiento se vuelve verbal y el habla intelectual. Este pensamiento pre – conceptual constituye la base de la formación de los conceptos.

El medio en el que se desarrolla el niño moldea los procesos por los que se forma el pensamiento verbal. El niño aprende a hablar antes de aprender a comunicar; así entendemos los niveles en el desarrollo del habla infantil:

1. Habla social no internalizada.
2. Habla egocéntrica o habla para uno mismo.
3. Habla para otros, comunicativa, que ha atravesado un proceso de desarrollo y se internalizado.

El pensamiento interior se desarrolla a través de una lenta acumulación de cambios funcionales y estructurales que se derivan de este primer lenguaje del niño; finalmente, las estructuras del lenguaje manejadas o dominadas con maestría por el niño se vuelven estructuras básicas de su pensamiento.

El desarrollo del pensamiento del niño tiene una triple determinación:

- a. El lenguaje.
- b. Las herramientas lingüísticas del pensamiento.
- c. Las experiencias socioculturales del niño.

Pero a partir de este momento el pensamiento necesita un vehículo para canalizar su contenido, es cuando a través de la relación histórica del desarrollo de la conciencia humana pensamiento – lenguaje y palabra son pues aquel canal de salida a este problema.

El pensamiento no solo se expresa en palabras, existe a través de ellas.

El habla interior es una función del lenguaje, no solo es el habla como un murmullo o la repetición en silencio, ni es todo lo interior previo a la verbalización. Es un lenguaje interior, para uno mismo, y es el sucedáneo del lenguaje egocéntrico. Es un fenómeno de transición entre las funciones interpsíquicas a las intrapsíquicas.

El lenguaje egocéntrico desaparece en cuanto comienza a aparecer el habla interior; el habla para uno mismo se origina en la diferenciación del habla de los otros. Este es un desarrollo progresivo por medio del cual el niño empieza a distinguir su propio lenguaje del de los demás, guía hacia un lenguaje casi sin palabras, en dónde es más importante la semántica que la fonética.

Pensamiento y Lenguaje son clave de la naturaleza de la conciencia humana.

4. Percepción: La conexión existente entre el uso de los instrumentos y el lenguaje afecta a varias funciones psicológicas como: a la percepción, a las operaciones sensorio motrices y a la atención. Todas éstas son parte de un sistema dinámico de conducta (que cambia que evoluciona) que varían en el transcurso del desarrollo del niño. En todas estas funciones el lenguaje introduce cambios cualitativos de importancia.

La percepción humana no se limita al campo de lo sensorial, como en los animales superiores; existe una profunda relación lingüística con lo que se percibe y como se percibe.

Las palabras permiten al niño superar las limitaciones de la percepción natural para crear nuevos centros estructurales. El niño comienza a percibir el mundo no solo con los sentidos, sino a través del lenguaje.

La percepción verbalizada es la “rotulación” de las cosas con palabras y es una función primaria en el lenguaje de los niños; ésta implica el paso de una percepción global (en donde no hay distinción de estructuras) a una percepción sintética que lleva a formas más complejas de percepción cognoscitiva y, después, a una percepción analítica o de las secuencias, en donde cada elemento está clasificado y relacionado con una estructura del lenguaje.

5. Atención: En el tema de la atención hay dos aspectos que pueden provocar el éxito o el fracaso de la operación práctica:

- a. La capacidad de dirigirla.
- b. La incapacidad de dirigirla.

Los niños son capaces de fijar su atención independientemente de la estructura del campo; el niño comienza a dominar su atención creando nuevos centros estructurales con la ayuda de las funciones de las palabras. Con la ayuda del lenguaje, el niño puede dirigir su atención de modo dinámico, y lo puede hacer en distintos momentos y espacios. El momento que se retira el objeto del campo visual del niño, éste no deja de existir en la esfera de su atención; el niño no necesita ver para prestar atención, puede prestar atención para ver. Esto no ocurre con los animales, cuando se retira el objeto de su campo visual éste deja de existir en la esfera de su atención.

La atención se logra a través de la reconstrucción de las actividades separadas que son parte de las operaciones necesarias. El niño, capaz de combinar los distintos campos visuales o sensoriales y temporales, hace uso de una función psicológica a la que conocemos como memoria. Combina aspectos de campos presentes y pasados para un fin determinado. El lenguaje posibilita la ubicación en el campo espacio – temporal lo que crea las condiciones para el desarrollo de un nuevo sistema:

- a. Las representaciones simbólicas, y,
- b. Las determinaciones de la acción proyectada.

Estas son consideradas otras funciones superiores, y sobre todo la última, la acción voluntaria o proyectada está definida como un producto del desarrollo histórico cultural de la conducta, y es el rasgo que marca mayor distinción entre el hombre y los animales más cercanos a él.

6. Memoria: Hay que distinguir dos tipos de memoria:

- a. mediata, e,
- b. inmediata.

La gran diferencia se encuentra en el aspecto histórico, social, y cultural del segundo tipo de memoria. Este tipo de memoria está caracterizada por el uso de signos, cuyas operaciones son las encargadas de mediar entre estímulo y la respuesta. Estas operaciones van más allá de las dimensiones biológicas y naturales, con el uso de instrumentos artificiales se crea una forma de conducta totalmente nueva. Los signos son los estímulos auxiliares, los intermediarios entre estímulo y respuesta.

Para el niño pequeño, los signos auxiliares no le dan ninguna ayuda en la memorización, a medida que crece los va interiorizando y como adulto es capaz de manejarlos antes de iniciar la solución de una situación problemática.

La forma de recordar las cosas (o de memorizarlas) cambia también de acuerdo a la evolución psicológica del individuo. Los niños pequeños recuerdan “concreciones”, es decir, recuerdan las cosas o situaciones materiales concretas que les han causado una impresión.

No tiene su recuerdo el carácter de una abstracción. Por ello el autor llega a la conclusión de que los primeros estadios de desarrollo cognoscitivo están

caracterizado por la memoria, no por el pensamiento abstracto. Esta situación cambia a medida que el niño se acerca a la adolescencia y la dirección del pensamiento individual evoluciona.

Para el niño pequeño, pensar significa recordar; para el adolescente, recordar significa pensar. Esta transformación tiene relación con otras funciones psicológicas como la logicidad; el joven y el adulto recuerdan, estableciendo y encontrando relaciones lógicas que los lleven hacia el descubrimiento de lo que exige su tarea o problema específico; es decir, recuerdan pensando en conceptos. Esto es típicamente humano, los seres humanos recordamos con la ayuda de signos. El modo que aprendemos a hacer uso de esos signos está en relación directa con la realidad histórico cultural social que vivimos. Las posibilidades de jugar con tal determinismo se encuentran en las oportunidades de cambio educacional que se pueden ofrecer para hacer de los procesos de aprendizaje la punta de lanza del desarrollo individual y comunitario.

7. Periodización del desarrollo psíquico: Dadas las implicaciones que se desprenden para nuestro trabajo, he preferido presentarlo de forma esquemática. Por ello definamos brevemente cada aspecto.

1. Crisis del Desarrollo: Son producto del desarrollo psíquico del niño, tienen lugar de forma irregular, dado que en él se dan cambios paulatinos y lentos, en los cuales el niño conserva por un largo periodo de tiempo las mismas características psicológicas; pero, además, hay cambios mucho más rápidos, bruscos e irregulares que implican la desaparición de viejos esquemas y el surgimiento de nuevos en sustitución, esta situación determina que el niño se convierta prácticamente en " un desconocido " para los demás; a esta situación denominamos CRISIS DEL DESARROLLO. Que las crisis se vuelvan críticas depende del manejo de estas. Las crisis determinan el paso de una etapa a otra, se caracterizan por una contradicción entre las demandas del niño y las formas en las que el adulto soluciona las

mismas. El desarrollo es ascendente y longitudinal pero cruzado por irregularidades que marcan el tránsito de una a otra, en ese sentido la contradicción es el motor del desarrollo.

2. Etapas del Desarrollo: Están determinadas por el surgimiento de las crisis del desarrollo en varios periodos.
3. Rasgo Fundamental: Son aspectos comunes a todos los niños que se encuentran en una misma etapa de desarrollo psíquico, estas son: actitud frente al mundo que les rodea, necesidades e intereses y los tipos de actividad infantil que se derivan de estas necesidades e intereses, especialmente aquella actividad mediadora de la que dependen las particularidades más importantes del desarrollo psíquico en dicha etapa.

En este contexto de desarrollo llega un momento en el que el niño adquiere conciencia de sus nuevas posibilidades, pierde interés por las acciones que anteriormente le atraían, trata de alcanzar la misma posición que los adultos en la sociedad, esta contradicción se expresa también como una crisis: lo antiguo ya no le satisface, y aún no está preparado para lo nuevo por lo que surgen dificultades en su interrelación, el tiempo de duración de las mismas está en directa relación en que el adulto las maneje y oriente, estas contradicciones como ya lo dije, son las que permiten el tránsito de una etapa a otra.

De esta forma, el papel fundamental de la educación no es la aceleración del desarrollo, en cada etapa o periodo, dado que se ha demostrado que esto trae consecuencias impredecibles en el desarrollo infantil, sino la posibilidad de ENRIQUECER CRECIENTEMENTE mediante el máximo empleo de aquellas posibilidades que proporciona cada etapa.

Ahora bien, la posibilidad de accionar sobre el desarrollo infantil, desde esta perspectiva implica el manejo creciente de una lógica que tome en cuenta los

factores del desarrollo psicológico (la maduración, la transmisión social, el papel de la experiencia, etc.) inclusive, su propia individualidad.

Ante ello, se puede afirmar que el nivel de desarrollo alcanzado por los niños, desde la perspectiva psicológica clásica, determinaba la consecución de ciertos logros comunes a cada grupo etario, pero desde una perspectiva que tome en cuenta su desarrollo histórico – cultural, necesitamos respetar cada proceso individual, por ello es que nuestro objetivo fundamental de trabajo es lograr EL MÁXIMO DESARROLLO POSIBLE de cada niño a partir de su situación global individual. Una vez especificados los principios y las acciones permanentes se puede expresar la metodología del trabajo y la evaluación necesaria para los niños y niñas que van a estar bajo el cuidado de la empresa de Cuidado Infantil.

METODOLOGÍA DE TRABAJO.

El programa a partir de su plasticidad para ser aplicado en las Vías Formales y Vías no Formales de Educación ejecuta sus acciones bajo los siguientes parámetros:

1. Se asume que el eje central de sus acciones mantiene un carácter lúdico como elemento dinamizador de su accionar pedagógico, por lo tanto, se registrará a:
 - a. Se crean las condiciones necesarias para la actividad del juego.
 - b. Se orienta a los niños para iniciar los juegos (conversa previamente con ellos, los estimula a seleccionar un juego, los materiales, a jugar con otros niños.).
 - c. Dirige la actividad participando con los niños en el juego.
 - d. Prepara las condiciones para concluir el juego, propicia el desarrollo de hábitos positivos (recoger los materiales, ordenar el lugar, etc.)
 - e. Logra mantener el interés de los niños – niñas durante todo el curso de la actividad.
 - f. Atiende los conflictos que surgen durante el curso de juego. (Si se presenta alguno).

- g. Propicia relaciones armónicas en el curso del juego.
 - h. Propicia la utilización de objetos sustitutos y/o imaginarios para realizar las acciones lúdicas.
 - i. Propicia la realización de acciones consecutivas que permitan la continuidad del juego.
2. En nivel de planificación de actividades se asume un enfoque holístico del ser humano, en cuanto la forma en la que se aborda el conocimiento parte de su cotidianidad pero con un carácter total y no fragmentado, por ello en el momento de su instrumentación se deberá considerar tanto el Eje Longitudinal como Transversal para su instrumentación.
3. La operativización del trabajo con niños – familia parte del hecho de contar con un Sistema de Entrenamiento Metodológico Conjunto, y por lo tanto de:
- a. Propuestas planificativas previas a las que el Docente especializado responsable deberá depurar y perfeccionar en forma conjunta con el ejecutor.
 - b. Contar con un sistema de diagnóstico de la comunidad, familia y niño que nos permitan contar con un Perfil de Correspondencia Educativa.
 - c. Contar con un Sistema de Seguimiento y Asistencia Técnica.
 - d. Contar con un Programa de Capacitación Sistemática para todo el programa.
 - e. Contar con un sistema de Evaluación Permanente para todo el programa.
 - f. En cuanto al trabajo mismo con niños familias se considerará independientemente del grupo de edad al que el niño – niña pertenezcan:

Momentos metodológicos:

Fase previa:

- Hay un nivel de empatía y confianza entre los niños – padres, educador y animador.
- Manejo lúdico del grupo.
- Crea las condiciones previas para la realización de la actividad: Limpieza del local, atenciones necesarias, etc.
- Se revisa la actividad programada para ser realizada en la casa, y en consecuencia la utilización de estímulos positivos, sean cuales fueren los resultados alcanzados.

En la Orientación:

- Orienta a la familias sobre las acciones que los niños van a realizar, los niveles y momentos de participación de los padres, la forma y el material, a ser utilizado.
- La integración del grupo de padres.

En la Ejecución:

- Utilización de materiales y medios didácticos adecuados.
- Propicia la alegría de los niños y su deseo de realizar la actividad.
- Orienta a los niños sobre lo que van a hacer.
- Propicia la participación de los niños – padres en la realización de la actividad.
- Atiende las diferencias individuales y sectarias en los que respecta al grado de complejidad de los elementos vertidos.
- Logra establecer una relación afectiva con los niños – padres – educador.
- Alcanza resultados en función de los objetivos de la actividad planificada. (El control de los mimos se realiza en forma simultánea con la acción.).

- Propicia la iniciativa y acción independiente de los niños, así como también el apoyo de los padres – niños.
- Utiliza procedimientos lúdicos para desarrollar la actividad.

En el Control:

- Se verificó el cumplimiento de los objetivos planteados.
- El manejo lúdico del grupo.
- Se evalúa la actividad con los padres: contenidos, recursos empleados, tiempo de ejecución, programación de la próxima actividad, seguimiento a realizarse. (De ser necesario).
- Se vierten los contenidos de salud y nutrición de forma secuencial.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

El desarrollo de las acciones en el contexto del programa, exige que los contenidos planificados respondan así mismo a formas alternativas de trabajo, en las que se privilegie las particulares circunstancias de cada niño pero sin abandonar la posibilidad de convertir cada hecho cotidiano o académico en una oportunidad para lograr aprendizajes significativos. Es decir, en la medida que se asume formas de planeamiento longitudinal y transversal al mismo tiempo lo que se obtiene es la posibilidad de ampliar la zona de desarrollo potencial o próximo de cada niño.

La planificación desde este punto de vista requiere además de:

- El eje Fundamental, es el área básica sobre la cual se planifica en virtud de periodo de desarrollo, edad, y rasgo fundamental.

- Las áreas de impacto son aquellas que por su naturaleza mantienen una relación intrínseca con la fundamental en virtud de las acciones que se ejecuten.

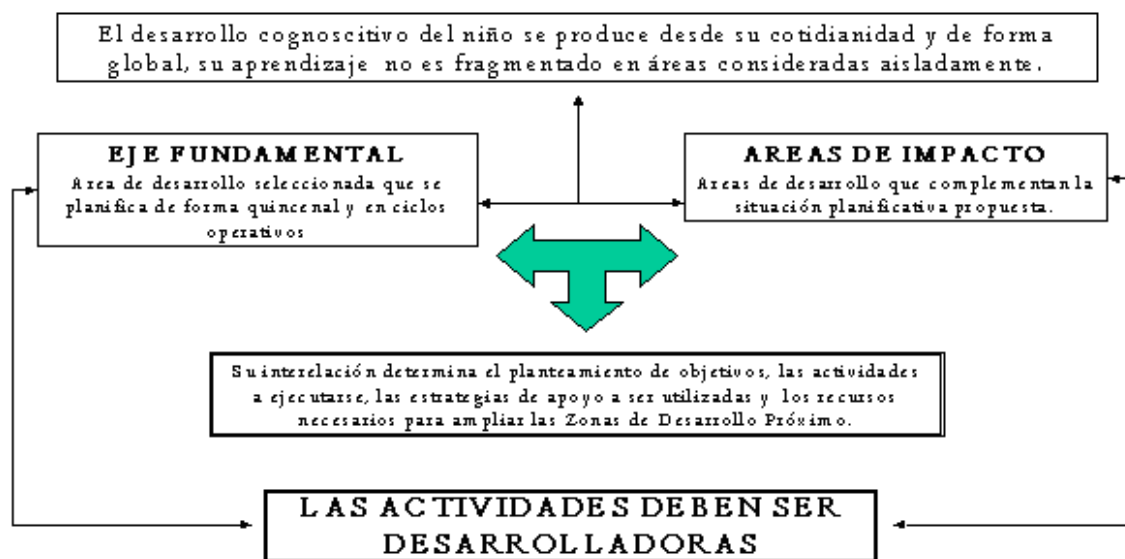
Lo anterior, requiere de un campo de horizonte indispensable: todas las actividades planificadas para los niños independientemente de su discapacidad o necesidad educativa especial deben adquirir la característica de ser desarrolladoras, es decir, siempre representarán un reto a alcanzar para los niños, acciones que el niño ya domina ni siquiera se constituyen en refuerzo, dado que el mismo se cumple cuando no existió un dominio real por el niño en el momento de las acciones y se lo cumple más tarde.

Sobre este marco de acciones es importante considerar algunos elementos para operativizar los contenidos planificados.

1. El periodo de tiempo para el cual planificamos es quincenal y se las efectúa en equipo.
2. Los contenidos se desagregan de las guías de desarrollo educativo al tenor de nuestro enfoque.
3. Para todos los niños que se atiendan se planifica para:
 - a. Actividades Dirigidas: En las que se considera las áreas de intervención con niveles de desagregación y dificultad individual, estas pueden ser individuales o grupales.
 - b. Actividades Independientes: En las que los niños eligen que hacer desde una perspectiva integradora, al igual que en el caso anterior las mismas podrán ser individuales o grupales.
4. La planificación considerará los principios institucionales y conceptuales asumidos.

GRAFICO No. 5

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La Empresa de Cuidado Infantil está formada por:

- ADMINISTRADOR GENERAL
 - SECRETARIA O ASISTENTE ADMINISTRATIVA
 - CONTADOR (externo)
 - RECEPCIONISTA - CAJERO
- DOCENTE
 - PERSONAL DE CUIDADO
- MÉDICO GENERAL
- PSICÓLOGO
- ENCARGADO DE LA CAFETERÍA Y COCINA
- CONSERJE

CUADRO No. 12
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

De esta manera, su estructura organizacional que da óptima para el funcionamiento de la presente investigación al implementar los principales cargos y funciones del personal.

Cabe indicar que el Medico general, Psicólogo, Consejería, son personal externo y laboraran de acuerdo a la demanda del proyecto.

LA EMPRESA

Es necesario mencionar que la empresa es la unidad de producción económica legalmente constituida por una serie de elementos personales y materiales, los mismos que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades del consumidor, excepto las asociaciones y fundaciones que no tienen fines de lucro y

buscan satisfacer las necesidades de la comunidad. La empresa es importante en la economía de un país ya que se encarga de organizar y canalizar el movimiento comercial y financiero, para ello requiere de:

- Un fin y un objetivo plenamente propuesto,
- Una autoridad directriz con voluntad que coordine los esfuerzos Necesarios para conseguir dichos fines u objetivos,
- Una energía y trabajo puestos a disposición de tal autoridad, unos medios o patrimonio sobre los que actúa el trabajo.

Fines de la Empresa

Entre los fines que persigue la empresa, tenemos:

Perseguir un beneficio económico.

Desde el momento en que la empresa comienza a desarrollar su actividad, trata de conseguir una ganancia para retribuir el esfuerzo de quienes han coordinado los factores productivos.

Restituir los valores consumidos para poder continuar su actividad.

Cuando la empresa comienza su actividad, esta se provee de productos los mismos que se van consumiendo por su venta, por lo que es necesario que la empresa reponga dichos productos para así tener un stock suficiente para sus clientes.

Contribuir al Progreso de la Sociedad y Desarrollo del Bienestar Social.

Cuando los objetivos son claros y están orientados a un propósito común, la empresa puede contribuir a generar productividad, fuentes de trabajo, buenas relaciones laborales y con ello el progreso al país.

La empresa tendrá las siguientes responsabilidades.

1. Atender las necesidades de los clientes, ofreciendo prendas de buena calidad a precios razonables.

2. Procurar ganancias para sus inversionistas.
3. Pagar remuneraciones legales y justas a sus trabajadores.
4. Lograr tener buen prestigio dentro de la comunidad.

Nombre o Razón Social

Nombre legal de una sociedad que ésta utiliza para distinguirse de otras en el tráfico jurídico y económico y bajo el cual contrae sus obligaciones, y que no puede coincidir con la razón social de otra sociedad inscrita en el Registro general de sociedades. A este nombre oficial se le denomina razón social y no denominación social, porque en él obligatoriamente ha de figurar el nombre de todos o alguno de los socios de la sociedad. Este requisito es de obligatoria observancia en el caso de las sociedades personalistas (sociedades colectivas y comanditarias), pero están exentas las restantes sociedades mercantiles.

Será adoptado por la Secretaría de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Para seleccionar el nombre de la empresa se tomara en cuenta varios factores como: facilidad al pronunciar, que llame la atención del cliente al cual va dirigido el producto, que tenga relación con el producto o servicio y que diferencie ante la competencia. La presente investigación tendrá por nombre **“CENTRO DE CUIDADO INFANTIL SIERRA”**

TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La titularidad de propiedad de empresa es un contrato de compañía en el que se especifica si la empresa estará compuesta por dos o más personas las mismas que une sus capitales o mano de obra para poder emprender este tipo de negocio y así poder realizar la participación de utilidades.

Existen siete clases de compañías, según la Ley de la Superintendencia de Compañías vigente a agosto del 2.003, que son las siguientes.

- **Compañía en nombre colectivo.-** Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”. Solo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

- **Compañía en comandita simple.-** Se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad sea limitada al monto de sus aportaciones.

- **Compañía de Responsabilidad Limitada.-** Realiza toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley. Se contrae entre tres a quince socios.

- **Compañía Anónima.-** Cuyo capital está dividido en acciones negociables. Está formada por las aportaciones de los accionistas que responden por el monto de sus acciones.

- **Compañía en comandita por acciones.-** la razón social de formará con el nombre de uno o más socios solidariamente responsables y el capital se divide en acciones.

- **Compañía de economía Mixta.-** son aquellas que están formadas con capitales públicos y privados provenientes de empresas dedicadas al fomento y desarrollo de la agricultura y de las industrias, es decir, todo lo que representa mejoramiento de la calidad d vida del ciudadano.

- **Compañías extranjeras.-** Se trata de una compañía constituida en el extranjero que desea ejercer habitualmente sus actividades en el Ecuador.

La constitución de sociedades mercantiles y su posterior funcionamiento están sometidos a la Ley de Compañías, Ley de Registro, Código de Comercio y, subsidiariamente, al Código Civil. La Ley de Compañías reconoce seis tipos de sociedades con las siguientes denominaciones:

La empresa, estará constituida como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Esta empresa empezará a ejercer sus actividades desde la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

A continuación se detallan los requisitos para que la empresa pueda estar constituida como una Compañía de Responsabilidad Limitada:

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaria General de la Intendencia de compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y resolución No. 99.1.1.3.0013 de 10 de noviembre de 1999, publicada en el R.O. 324 de 23 de noviembre de 1999).

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constaren en la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá

solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual – IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por el abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías). Si se estimare conveniente, puede presentarse un proyecto de minuta junto con la petición antes referida. Firmadas por el abogado, para efectos de revisión previa. Si así se procediere se estará a lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.0009 del 30 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 297 de 13 de octubre del mismo año.

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

Capital mínimo.- El Capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estado Unidos de América, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.08 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la ley para la Transformación Económica del Ecuador de 29 de febrero del 2000, publicada en el R.O. 34 del 13 marzo del mismo año. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Art. 102 y 104 de la ley de compañías y

resolución # 99.1.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de los mismos meses y años.

Si como especie en inmueble se aporta a la constitución de una compañía un piso, un departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que pertenece el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el artículo 19 del Ley de Propiedad Horizontal. Así mismo, para que puede realizarse la transferencia de dominio vía aporte, de un piso departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe el Art. 9 del reglamento de la ley de Propiedad Horizontal, publicado en el R.O. 159 de 9 de febrero 1961. En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Con forme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscritos pública.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

IMPUESTO A LA RENTA

Objeto Del Impuesto

Este impuesto recae sobre la renta que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras. Para efectos de este impuesto se considera renta:

- 1.** Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y,

2. Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales ecuatorianas domiciliadas en el país o por sociedades nacionales.

SUJETOS DEL IMPUESTO

El sujeto activo o ente acreedor de este impuesto es el Estado, que lo administra a través del Servicio de Rentas Internas. Son sujetos pasivos del Impuesto a la Renta, es decir, los contribuyentes que están obligados a pagarlo, las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados.

PERÍODO TRIBUTARIO

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

BASE IMPONIBLE

La base imponible o base de cálculo del Impuesto a la Renta está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos.

EXENCIONES

Para fines de la determinación y liquidación del Impuesto a la Renta, están exonerados exclusivamente los siguientes ingresos:

1. Los dividendos y utilidades; calculados después del pago del Impuesto a la Renta que distribuyan o paguen las sociedades.

2. Los obtenidos por las instituciones del Estado; excepto, las empresas públicas que no presten servicios públicos de provisión de agua potable, alcantarillado, obras públicas, aseo de calles y recolección de basura.

3. Aquellos exonerados en virtud de convenios internacionales;

4. Bajo condición de reciprocidad, los de los estados extranjeros y organismos internacionales, generados por los bienes que posean en el país;

5. Los de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas; siempre que dichos ingresos se destinen a los fines sociales. Sin embargo, estas instituciones, deberán:

a. Inscribirse en el RUC

b. Llevar contabilidad

c. Presentar declaraciones del Impuesto a la Renta

d. Presentar la declaración de IVA en calidad de Agente de Recepción cuando corresponda

e. Efectuar las retenciones en la fuente por concepto de Impuesto a la Renta e IVA y presentar las correspondientes declaraciones y pagos de los valores retenidos

f. Proporcionar la información que sea requerida por la Administración Tributaria

6. Los intereses percibidos por personas naturales por sus depósitos de ahorro a la vista pagados por entidades del sistema financiero del país;

7. Los que perciban los beneficiarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por toda clase de prestaciones que otorga esta entidad; las pensiones patronales jubilares; y, los que perciban los miembros de la Fuerza Pública del ISSFA y del ISSPOL; y, los pensionistas del Estado; para efectos tributarios se considerarán también prestaciones sociales las asignaciones o estipendios que por concepto de becas para fines de estudios, capacitación, otorguen el Estado, los empleadores, Organismos Internacionales, gobiernos de países extranjeros y otras entidades.

- 8.** Los percibidos por los institutos de educación superior estatales, amparados por la Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas;
- 9.** Los percibidos por las comunas, pueblos indígenas, cooperativas, uniones, federaciones y confederaciones de cooperativas y demás asociaciones de campesinos y pequeños agricultores, legalmente reconocidas; en la parte en que no sean distribuidas.
- 10.** Los provenientes de premios de loterías o sorteos auspiciadas por la Junta de Beneficencia de Guayaquil y por Fe y Alegría;
- 11.** Los viáticos que se conceden a los funcionarios y empleados de las instituciones del Estado; el rancho que perciben los miembros de la Fuerza Pública; los gastos de viaje, hospedaje y alimentación, que reciban los funcionarios, empleados y trabajadores del sector privado;
- 12.** Los obtenidos por discapacitados, debidamente calificados por el organismo competente, en un monto equivalente al triple de la fracción básica exenta, prevista en el Art. 36 de la L.R.T.I. así como los percibidos por personas mayores de sesenta y cinco años; en un monto equivalente al doble, de dicha fracción básica exenta.
- 13.** Los provenientes de inversiones no monetarias efectuadas por sociedades que tengan suscritos con el Estado contratos de prestación de servicios para la exploración y explotación de hidrocarburos y que hayan sido canalizados mediante cargos hechos a ellos por sus respectivas compañías relacionadas, por servicios prestados al costo y que se registren en el Banco Central del Ecuador como inversiones no monetarias sujetas a reembolso;
- 14.** Los generados por la enajenación ocasional de inmuebles, acciones o participaciones;

15. Las ganancias de capital, utilidades, beneficios o rendimientos distribuidos por los fondos de inversión, fondos de cesantía y fideicomisos mercantiles a sus beneficiarios; y,

16. Las indemnizaciones que se perciban por seguros, exceptuando los provenientes del lucro cesante.

TARIFA DEL IMPUESTO

Para Sociedades:

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

Deberán efectuar el aumento de capital por lo menos por el valor de las utilidades reinvertidas perfeccionándolo con la inscripción en el respectivo registro Mercantil hasta el 31 de diciembre del ejercicio impositivo posterior a aquel en el que se generaron las utilidades materia de reinversión.

De no cumplirse con esta condición la sociedad deberá proceder a presentar la declaración sustitutiva en la que constará la respectiva reliquidación del impuesto, sin perjuicio de su facultad determinadora. Si en lo posterior la sociedad redujere el capital, se procederá a reliquidar el impuesto correspondiente.

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

OBJETO DEL IMPUESTO

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados.

DECLARACIÓN Y PAGO DEL IVA

Los sujetos pasivos del IVA presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias.

SUJETOS DEL IMPUESTO

El sujeto activo o ente acreedor del Impuesto al Valor Agregado es el Estado, y lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Son sujetos pasivos del IVA:

a) En calidad de Agentes de Percepción:

1. Las personas naturales y las sociedades que habitualmente efectúen transferencias de bienes gravados con una tarifa;
2. Quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa; y,
3. Las personas naturales y las sociedades que habitualmente presten servicios gravados con una tarifa.

b) En calidad de agentes de retención:

1. Las entidades y organismos del sector público; las empresas públicas y las privadas consideradas como contribuyentes especiales por el Servicio de Rentas Internas;

2. Las empresas emisoras de tarjetas de crédito por los pagos que efectúen por concepto del IVA a sus establecimientos afiliados; y,

3. Las empresas de seguros y reaseguros por los pagos que realicen por compras y servicios gravados con IVA.

Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio comprobantes de venta, por las operaciones que efectúen. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero.

El no otorgamiento de comprobantes de venta constituirá un caso especial de defraudación, que será sancionado de conformidad con el Código Tributario.

BASE IMPONIBLE

La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten.

Las actividades sujetas al I.V.A. están gravadas con tarifa del 12%, con excepción de las siguientes que tienen tarifa 0%:

Transferencias e importaciones:

- Productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, cunícola, bioacuáticos, forestales, carnes en estado natural; y de la pesca que se mantengan en estado natural, es decir que no hayan sido objeto de elaboración, proceso o tratamiento que signifique modificación de su naturaleza;

- Leches en estado natural, pasteurizada, homogenizada o en polvo de producción nacional. Leches maternizadas y proteicos infantiles;
- Pan, azúcar, panela, sal, manteca, margarina, avena, maicena, fideos, harinas de consumo humano, enlatados nacionales de atún, sardina y trucha, aceites comestibles, excepto de oliva;
- Semillas certificadas, plantas y raíces vivas. Harina de pescado y alimentos balanceados. Fertilizantes, insecticidas, pesticidas, fungicidas, antiparasitarios y productos veterinarios;
- Tractores de llantas de hasta 200 hp, arados, rastras, surcadores, cosechadoras, sembradoras, cortadoras de pasto, bombas de fumigación portables, aspersores y rociadores para equipos de riego;
- Medicamentos y drogas de uso humano, que consten en las listas publicadas anualmente por el Ministerio de Salud; y sus envases y etiquetas.
- Papel periódico, periódicos, revistas y libros.
- Los que se exporten; y,
- Los que se introduzcan al país:
- Los diplomáticos extranjeros y funcionarios de organismos internacionales, en los casos que se encuentren liberados de derechos e impuestos; los pasajeros que ingresen al país, hasta por el valor de la franquicia reconocida; por donaciones del exterior a favor de las instituciones del Estado y las de cooperación institucional; y por admisión temporal o en tránsito.

Servicios:

- Transporte de pasajeros y carga, marítimo, fluvial y terrestre; así como el transporte aéreo internacional de carga, o aéreo de carga a Galápagos.
- Salud;
- Arrendamiento de inmuebles destinados exclusivamente para vivienda;
- Servicios públicos de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado y recolección de basura;
- Educación; Guarderías infantiles y hogares de ancianos;
- Religiosos;
- Impresión de libros;
- Funerarios;
- Administrativos prestados por el Estado y las entidades del sector público, en los que se deba pagar un precio o una tasa;
- Espectáculos públicos;
- Financieros y bursátiles;
- Transferencia de títulos valores;
- Los que se exporten, inclusive los de turismo receptivo;
- Los prestados por profesionales con título de instrucción superior hasta por un monto de cuatrocientos dólares por cada caso;
- El peaje por la utilización de carreteras;
- La lotería de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y sorteos de
- Fe y Alegría;
- Aerofumigación;
- Los prestados personalmente por los artesanos; y, Los de refrigeración, enfriamiento y congelamiento para conservar los bienes alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, cunícola, bioacuáticos, forestales, carnes en estado natural; y de la pesca que se mantengan en estado natural, y en general todos los productos perecibles que se exporten, así como los de

faenamiento, cortado, pilado, trituración y la extracción por medios mecánicos o químicos para elaborar aceites comestibles.

Casos especiales:

- Los servicios prestados personalmente por los artesanos calificados están gravados con tarifa 0%; si comercializan bienes éstos estarán gravados con tarifa 12%, inclusive artesanos calificados.
- El servicio de transporte de pasajeros y carga fluvial y terrestre; y marítimo, estarán sujetos a tarifa 0%. Además, el transporte de carga aérea exportable y a Galápagos está gravado con tarifa 0%; no así el transporte aéreo de pasajeros que se encuentra gravado con tarifa 12%.
- En el caso de personas naturales o jurídicas que por la naturaleza de sus actividades realicen transacciones que estén gravadas con tarifa 0% y 12%, deberán presentar sus declaraciones en forma mensual, aun cuando el número de transacciones con tarifa 12% sea mínimo.
- Los servicios que prestan los profesionales con título superior están gravados con tarifa 0%, sin embargo, si el valor de los honorarios por cada caso excede de 400 dólares está gravado con tarifa 12%, por tanto la declaración deberá ser efectuada en forma mensual. Si el profesional presta servicios continuos a una sociedad y los honorarios anuales exceden de 400 dólares deberá facturar con el IVA 12% en cada mes.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

PRESUPUESTO INICIAL

INVERSIONES.

Aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

Las decisiones de inversión son muy importantes pues implican la asignación de grandes sumas de dinero por un período de largo plazo, de esto dependerá el éxito o el fracaso de una organización.

Las inversiones tienen relación directa para poner en marcha el proyecto, así como la forma en que se financiarían dichas inversiones.

Por lo tanto las inversiones, determinan la cuantificación de todo aquello que la empresa requiere para operar y generar un bien o servicio; estas inversiones pueden clasificarse en tres grandes rubros que son:

ACTIVOS FIJOS: Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos intangibles. (SAPAG C. N., 2007. p. 87)

ACTIVOS DIFERIDOS: Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

CAPITAL DE TRABAJO: Son aquellos que la empresa necesita para operar en un período de explotación.

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y que sus pasivos circulantes mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera operación de la Empresa de Cuidado Infantil antes de recibir ingresos.

INVERSIÓN TOTAL.

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 23.711,94 USD, en Activos Diferidos: 2.155,00 USD, y, en Capital de Trabajo: 6.317,38 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **32.184,32** USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

CUADRO No. 13
INVERSIÓN FIJA.

| | |
|------------------------|------------------|
| Activo Fijo | 23.711,94 |
| Activo diferido | 2.155,00 |
| Capital de Trabajo | 6.317,38 |
| INVERSIÓN TOTAL | 32.184,32 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

En el cuadro anterior se presentan todos los datos en resumen de los activos fijos que necesita la empresa para empezar sus operaciones.

MAQUINARIA Y EQUIPO.

CUADRO No. 14
MAQUINARIA Y EQUIPO

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|---------------------------|--------|----------|-------------|----------|
| Estetoscopio | Unidad | 1 | 80,00 | 80,00 |
| Tensiómetro | Unidad | 1 | 60,00 | 60,00 |
| Termómetro | Unidad | 5 | 5,00 | 25,00 |
| Equipo médico básico | Unidad | 1 | 2.500,00 | 2.500,00 |
| Esterilizador (Autoclave) | Unidad | 1 | 190,00 | 190,00 |
| Cocina | Unidad | 1 | 110,00 | 110,00 |
| Refrigeradora | Unidad | 1 | 238,00 | 238,00 |
| Asistente de cocina | Unidad | 1 | 160,00 | 160,00 |
| Televisor | Unidad | 2 | 450,00 | 900,00 |
| DVD | Unidad | 2 | 90,00 | 180,00 |
| Equipo de sonido | Unidad | 1 | 170,00 | 170,00 |

| | | | | |
|----------------------------|--------|----|----------|-----------------|
| Saltarines | Unidad | 1 | 60,00 | 60,00 |
| Juego inflable Bob Esponja | Unidad | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| Juegos infantiles de mesa | Unidad | 10 | 15,00 | 150,00 |
| Libros infantiles | Unidad | 20 | 3,00 | 60,00 |
| Columpio | Unidad | 3 | 140,00 | 420,00 |
| Resbaladera | Unidad | 1 | 160,00 | 160,00 |
| SUBTOTAL | | | | 7.463,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 149,26 |
| TOTAL | | | | 7.612,26 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

La maquinaria y equipo se refieren tanto a los instrumentos médicos, de cocina y de entretenimiento necesitados en la Empresa de Cuidado Infantil.

UTENSILIOS Y ACCESORIOS.

CUADRO No. 15
UTENSILIOS Y ACCESORIOS

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|-------------------|---------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Basureros Grandes | Unidad | 2 | 10,00 | 20,00 |
| Escobas | Unidad | 2 | 1,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | | | | 22,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 0,44 |
| TOTAL | | | | 22,44 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

Estos están conformados por las máquinas para la cocina, menaje cobijas e instrumentos de limpieza.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

CUADRO No. 16
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|------------------------|---------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Computadora | Unidad | 5 | 750,00 | 3.750,00 |
| Impresora multifunción | Unidad | 1 | 415,00 | 415,00 |
| SUBTOTAL | | | | 4.165,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 83,30 |
| TOTAL | | | | 4.248,30 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

Se requiere de 5 computadoras bien equipadas para el Gerente General, su Secretaria, el Contador, Doctor en Pedagogía, Médico, Psiquiatra y Cajero para que puedan realizar su trabajo de forma ágil y eficiente.

EQUIPOS DE OFICINA.

CUADRO No. 17
EQUIPOS DE OFICINA

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|--------------------|---------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Teléfono | Unidad | 5 | 30,00 | 150,00 |
| Central Telefónica | Unidad | 1 | 1.700,00 | 1.700,00 |
| Calculadora | Unidad | 5 | 15,00 | 75,00 |
| Papelera | Unidad | 5 | 8,00 | 40,00 |
| Grapadora | Unidad | 5 | 2,00 | 10,00 |
| Perforadora | Unidad | 5 | 3,00 | 15,00 |
| SUBTOTAL | | | | 2.090,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 41,80 |
| TOTAL | | | | 2.131,80 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

Para toda el área administrativa y de ventas se necesita equipar cada puesto con sus respectivos artículos de oficina.

MUEBLES Y ENSERES.

CUADRO No. 18
MUEBLES Y ENSERES

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|-----------------|---------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Escritorio | Unidad | 5 | 230,00 | 1.150,00 |
| Silla giratoria | Unidad | 5 | 65,00 | 325,00 |
| Sillas | Unidad | 15 | 18,00 | 270,00 |
| Archivador | Unidad | 5 | 120,00 | 600,00 |
| SUBTOTAL | | | | 2.345,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 46,90 |
| TOTAL | | | | 2.391,90 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

Los muebles y enseres son para adecuar las oficinas del área administrativa y de ventas de la empresa.

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tiene las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias,

las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

CUADRO No. 19
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

| CONCEPTO | VALOR TOTAL USD. |
|-----------------------------------|-------------------------|
| Gasto puesta en marcha | 450,00 |
| Gasto de Organización | 1.460,00 |
| Gasto de patentes | 245,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS | 2.155,00 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal.

Para empezar el funcionamiento de la empresa comercializadora de servicios educativos de cuidado infantil, es necesario realizar inversiones que en un principio constituyen desembolsos que se deben asumir antes de percibir ingresos de esta manera se transforman en gastos que se incurre hasta que alcance su funcionamiento adecuado. Todos estos rubros están constituidos como capacitación al personal de la empresa para el manejo y comercialización de servicios educativos de cuidado infantil y la utilización de medios informáticos y electrónicos, que facilitará la modernización de la misma.

CUADRO No. 20
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

| CONCEPTO | COSTO USD. |
|---------------------------------------|-------------------|
| Capacitación al personal de la planta | 450,00 |
| TOTAL | 450,00 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

GASTOS DE ORGANIZACIÓN.

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, estos comprenden honorarios de abogado, notaría, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

CUADRO No. 21
GASTOS DE ORGANIZACIÓN

| CONCEPTO | COSTO USD. |
|--------------------------------|-------------------|
| Honorarios de abogado | 750,00 |
| Notario | 200,00 |
| Inscripción Registro Mercantil | 60,00 |
| Publicación Registro Oficial | 50,00 |
| TOTAL | 1.060,00 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

GASTOS DE PATENTES.

Para el funcionamiento de la planta es necesario obtener la patente municipal que permita el funcionamiento.

CUADRO No. 22
GASTOS DE PATENTES

| CONCEPTO | COSTO USD. |
|--------------------------------|-------------------|
| Permiso Municipal | 220,00 |
| Derechos de Registro Mercantil | 25,00 |
| TOTAL | 245,00 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado.

Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a este proyecto es necesario considerar el período inicial de comercialización, además se debe tomar en cuenta la fecha en que se recibirá el ingreso de divisas, de acuerdo a las condiciones de pago.

El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de producción:

- *Materia Prima.*- Son aquellos materiales que se transforman por parte del producto final.
- *Materiales Directos.*- Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del producto final.
- *Mano de Obra Directa.*- Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en productos utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- *Mano de Obra indirecta.*- Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.
- *Materiales Indirectos.*- Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del producto terminado.
- *Suministros y Servicios.*- Corresponde a gastos por conceptos de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguros y repuestos de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- *Gastos Administrativos.*- Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- *Gastos Ventas.*- Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento de comercio exterior como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

Para la determinación del Capital de Trabajo es necesario el costo de comercialización durante el período de gracia, se describe a continuación.

CUADRO No. 23
CAPITAL DE TRABAJO.

| CONCEPTO | VALOR MENSUAL USD. |
|---------------------------------|---------------------------|
| COSTOS DIRECTOS | |
| Compras | 0,00 |
| Materiales Directos | 587,52 |
| Mano de Obra Directa | 1809,00 |
| TOTAL | 2.396,52 |
| COSTOS INDIRECTOS | |
| Mano de Obra Indirecta | 715,27 |
| Insumos | 187,85 |
| Mantenimiento | 68,94 |
| Gastos Administrativos | 2.216,76 |
| Gasto de Ventas | 663,00 |
| Seguro | 69,05 |
| TOTAL | 3.920,87 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 6.317,38 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

FINANCIAMIENTO.

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos

La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta que el monto de endeudamiento no es muy alto, se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobadas, como puede ser el Banco de Guayaquil.

El proyecto será financiado el 34.19 % correspondiente al total de la inversión con el Banco de Guayaquil con un plazo de 10 años, con una tasa de interés del 12% anual para créditos, con pagos semestrales.

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.

El proyecto se encuentra financiado con el 52.82 % con recursos propios y el 47.18 % restante por un préstamo a través de los fondos del Banco de Guayaquil.

CUADRO No. 24

ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

| INVERSIÓN | VALOR USD. | % INV. TOTAL | RECURSOS PROPIOS | | RECURSOS TERCEROS | |
|------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| | | | % | VALORES | % | VALORES |
| Activos Fijos | 23.711,94 | 73,68% | 31,07% | 10.000,00 | 42,60% | 13.711,94 |
| Activos Diferidos | 2.155,00 | 6,70% | 6,21% | 2.000,00 | 0,48% | 155,00 |
| Capital de Trabajo | 6.317,38 | 19,63% | 15,54% | 5.000,00 | 4,09% | 1.317,38 |
| Inversión Total | 32.184,32 | 100,00% | 52,82% | 17.000,00 | 47,18% | 15.184,32 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

Las condiciones del crédito son:

- | | | | |
|---------------------------------|---------------------|---|-----------------|
| 1. Monto | 15.184,32 | | |
| 2. Interés | 12 % anual | = | 5,83% semestral |
| 3. Plazo | 10 | | años |
| 4. Período de pago | Semestral | = | 20 periodos |
| 5. Forma de amortización | Dividendo Constante | | |

Amortización Dividendo Constante

Una vez conocido el tipo semestral, pasamos a calcular el valor de A_0 (valor actual de una renta unitaria, pospagable, de 20 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 5,83%)

$$A_0 = (1 - (1 + i)^{-n}) / i$$

$$\text{luego, } A_0 = (1 - (1 + 0,0583)^{-20}) / 0,0583$$

$$\text{luego, } A_0 = 11,63$$

A continuación se calcula el valor de la cuota constante

$$\text{luego, } M = 15.184,32 / 11,63$$

$$\text{luego, } M = 801,76$$

Por lo tanto, la cuota constante anual se eleva a 1.305,63 dólares

CUADRO No. 25
TABLA DE AMORTIZACIÓN

| PERIODO | AMORTIZACIÓN | INTERÉS | DIVIDENDO | SALDO |
|---------|--------------|---------|-----------|-----------|
| 0 | | | | 15.184,32 |
| 1 | 420,38 | 885,25 | 1.305,63 | 14.763,94 |
| 2 | 444,89 | 860,75 | 1.305,63 | 14.319,06 |
| 3 | 470,82 | 834,81 | 1.305,63 | 13.848,23 |
| 4 | 498,27 | 807,36 | 1.305,63 | 13.349,96 |
| 5 | 527,32 | 778,31 | 1.305,63 | 12.822,64 |
| 6 | 558,07 | 747,57 | 1.305,63 | 12.264,57 |
| 7 | 590,60 | 715,03 | 1.305,63 | 11.673,97 |
| 8 | 625,03 | 680,60 | 1.305,63 | 11.048,93 |
| 9 | 661,47 | 644,16 | 1.305,63 | 10.387,46 |
| 10 | 700,04 | 605,59 | 1.305,63 | 9.687,42 |
| 11 | 740,85 | 564,78 | 1.305,63 | 8.946,57 |
| 12 | 784,04 | 521,59 | 1.305,63 | 8.162,53 |
| 13 | 829,75 | 475,88 | 1.305,63 | 7.332,77 |
| 14 | 878,13 | 427,50 | 1.305,63 | 6.454,64 |
| 15 | 929,32 | 376,31 | 1.305,63 | 5.525,32 |
| 16 | 983,50 | 322,13 | 1.305,63 | 4.541,82 |
| 17 | 1.040,84 | 264,79 | 1.305,63 | 3.500,97 |
| 18 | 1.101,52 | 204,11 | 1.305,63 | 2.399,45 |
| 19 | 1.165,74 | 139,89 | 1.305,63 | 1.233,71 |
| 20 | 1.233,71 | 71,93 | 1.305,63 | 0,00 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

ESTADO DE COSTOS

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los productos, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de comercialización.

Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo.

Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Fijos y Variables.

COSTOS VARIABLES: Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

Materiales Directos: Son aquellos materiales que forman parte del producto, como son las etiquetas y los empaques; así tenemos el siguiente rubro que corresponde a la cantidad de **7.050,24** USD, anuales.

CUADRO No. 26
MATERIALES DIRECTOS.

| CONCEPTO | Costo por unidad | Cantidad por mes | Valor Mensual | Valor Anual |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|
| Etiquetas | 0,05 | 960 | 48,00 | 576,00 |
| Carpetas | 0,55 | 960 | 528,00 | 6.336,00 |
| SUBTOTAL | | | 576,00 | 6.912,00 |
| 2% Imprevistos | | | 11,52 | 138,24 |
| Total Insumos | | | 587,52 | 7.050,24 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

Mano de Obra Directa: Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los productos finales utilizando herramientas y equipos.

CUADRO No. 27
MANO DE OBRA DIRECTA.

| DETALLE | Pago mensual (3 empleados) | VALOR ANUAL |
|-----------------|------------------------------------|--------------------|
| Niñeras | 1.773,52 | 21.282,30 |
| SUBTOTAL | | 21.282,30 |
| 2% Imprevistos | | 425,65 |
| Total | | 21.707,94 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

Insumos: En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de servicios de cuidado de infantes, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de **2.254,20** USD, anuales.

CUADRO No. 28
INSUMOS.

| CONCEPTO | MEDIDA | CANTIDAD SEMESTRAL | CANTIDAD ANUAL | COSTO SEMESTRAL | COSTO ANUAL |
|-----------------|----------------|---------------------------|-----------------------|------------------------|--------------------|
| Agua potable | m ³ | 180 | 360 | 250,00 | 500,00 |
| Luz Eléctrica | Kilowatts | 180 | 360 | 250,00 | 500,00 |
| Teléfono | Minutos | 13.000 | 26.000 | 480,00 | 960,00 |
| Internet | banda ancha | | | 125,00 | 250,00 |
| SUBTOTAL | | | | 980,00 | 2.210,00 |
| 2% Imprevistos | | | | 19,60 | 44,20 |
| TOTAL | | | | 999,60 | 2.254,20 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

COSTOS FIJOS: Son aquellos que no guardan relación con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venta o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

a.- Mano de Obra Indirecta: Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. Este está conformado por un conserje y un guardia de seguridad. Un desglose se lo puede ver en la parte de nómina al final del capítulo. El rubro de mano indirecta es de 4.651,00 USD anuales.

CUADRO No. 29
MANO DE OBRA INDIRECTA.

| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR SEMESTRAL | VALOR ANUAL |
|------------------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Personal de apoyo | 284,13 | 1.704,78 | 3.409,56 |
| Supervisor Operaciones | 417,11 | 2.502,67 | 5.005,34 |
| Subtotal | 701,24 | 4.207,45 | 8.414,90 |
| 2% Imprevistos | | 84,15 | 168,298 |
| TOTAL | | 4.291,60 | 8.583,20 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

Reparación y Mantenimiento: Este valor está dado en función de los activos fijos que dispone la empresa de cuidado infantil.

CUADRO No. 30
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

| CONCEPTO | INVERSIÓN TOTAL | PORCENTAJE ANUAL | VALOR SEMESTRAL | VALOR ANUAL |
|------------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------------|
| Adecuación | 3.570,00 | 1% | 17,85 | 35,70 |
| Maquinaria y Equipos | 11.347,50 | 6% | 340,43 | 680,85 |
| Equipos de computación | 4.248,30 | 2% | 42,48 | 84,97 |
| Equipos de oficina | 2131,8 | 1% | 10,66 | 21,32 |
| Muebles y Enseres | 2391,90 | 1% | 11,96 | 23,92 |
| Subtotal | | | 405,53 | 811,05 |
| 2% Imprevistos | | | 8,11 | 16,22 |
| TOTAL | | | 413,64 | 827,27 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

Seguros: El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de esta manera se garantiza la actividad de servicios de la empresa.

CUADRO No. 31

SEGUROS.

| CONCEPTO | VALOR INICIAL | % | SEGURO SEMESTRAL | SEGURO ANUAL |
|-------------------------|----------------------|----------|-------------------------|---------------------|
| ADECUACIONES | 3.570,00 | 0,25% | 4,46 | 8,93 |
| Maquinaria y Equipos | 11.347,50 | 6,00% | 340,43 | 680,85 |
| Utensilios y Accesorios | 22,44 | 0,25% | 0,03 | 0,06 |
| Equipos de Computación | 4.248,30 | 3,00% | 63,72 | 127,45 |
| Equipo de Oficina | 2131,8 | 0,25% | 2,66 | 5,33 |
| Muebles y Enseres | 2391,90 | 0,25% | 2,99 | 5,98 |
| TOTAL | | | 414,29 | 828,59 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

Depreciación: Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

CUADRO No. 32
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.

| CONCEPTO | VALOR | % | VIDA ÚTIL | DEPRECIACIÓN ANUAL |
|-------------------------|--------------|----------|------------------|---------------------------|
| ADECUACIONES | 3.570,00 | 5,00% | 20 | 178,50 |
| Maquinaria y Equipos | 11.347,50 | 10,00% | 10 | 1.134,75 |
| Utensilios y Accesorios | 22,44 | 10,00% | 10 | 2,24 |
| Equipos de Computación | 4.248,30 | 33,33% | 3 | 1.415,96 |
| Equipo de Oficina | 2.131,80 | 10,00% | 10 | 213,18 |
| Muebles y Enseres | 2.391,90 | 10,00% | 10 | 239,19 |
| TOTAL | | | | 3.183,82 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

Amortización: Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto. Por lo tanto consiste en ir dando de baja al activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad.

CUADRO No. 33
AMORTIZACIÓN.

| DESCRIPCIÓN | COSTO | PORCENTAJE | AÑOS | VALOR ANUAL |
|------------------------|--------------|-------------------|-------------|--------------------|
| Gasto puesta en marcha | 450,00 | 20% | 5 | 90 |
| Gasto de Organización | 1.460,00 | 20% | 5 | 292 |
| TOTAL | | | | 382 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS: Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa. En cuanto a las remuneraciones de los empleados del área administrativa se puede revisarlas de mejor manera en la parte de la nómina al final del capítulo.

CUADRO No. 34
GASTOS ADMINISTRATIVOS.

| GASTOS PERSONALES | CANTIDAD | VALOR MENSUAL | VALOR SEMESTRAL | VALOR ANUAL |
|-------------------------------------|-----------------|----------------------|------------------------|--------------------|
| Propietario - Gerente | 1 | 882,55 | 5.295,29 | 10.590,57 |
| Secretaria | 1 | 417,11 | 2.502,67 | 5.005,34 |
| Contador | 1 | 483,60 | 2.901,62 | 5.803,23 |
| TOTAL PERSONAL | | | 10.699,57 | 21.399,14 |
| GASTOS GENERALES | | | | |
| Suministros de Oficina | 1 set | 25 | 150,00 | 300,00 |
| Arriendo | 1 | 400 | 2.400,00 | 4.800,00 |
| 2% Imprevistos | | | 3,00 | 102,00 |
| Total Suministros de oficina | | | 153,00 | 5.202,00 |
| TOTAL | | | 10.852,57 | 26.601,14 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

GASTOS DE VENTAS: Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para los servicios de la empresa.

CUADRO No. 35
GASTOS DE VENTAS.

| GASTOS | CANTIDAD | VALOR MENSUAL | VALOR SEMESTRAL | VALOR ANUAL |
|-------------------------------|-----------------|----------------------|------------------------|--------------------|
| GASTOS PERSONALES | | | | |
| Vendedor | 1 | 550,09 | 3.300,56 | 6.601,12 |
| Total Personal | | | | |
| GASTOS GENERALES | | | | |
| Promoción | 1 set | 350,00 | 2.100,00 | 4.200,00 |
| Propaganda | 1 set | 300,00 | 1.800,00 | 3.600,00 |
| Subtotal | | | 3.900,00 | 7.800,00 |
| 2% Imprevistos | | | 78,00 | 156,00 |
| Total Gastos Generales | | | | 7.956,00 |
| TOTAL COSTO VENTAS | | | 3.978,00 | 7.956,00 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

* 1 set es equivalente a 1000 papeles volantes, representados en gastos de propaganda

* 1 set es equivalente 5 anuncios diarios publicitarios en medios de radio.

GASTOS FINANCIEROS: Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido con la Banca Privada, en este caso sugerido a través del Banco de Guayaquil como banca de primer piso utilizada para el desembolso del préstamo, es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

CUADRO No. 36
GASTOS FINANCIEROS

| PERIODO | INTERÉS |
|----------------|----------------|
| 0 | |
| 1 | 885,25 |
| 2 | 860,75 |
| 3 | 834,81 |
| 4 | 807,36 |
| 5 | 778,31 |
| 6 | 747,57 |
| 7 | 715,03 |
| 8 | 680,60 |
| 9 | 644,16 |
| 10 | 605,59 |
| 11 | 564,78 |
| 12 | 521,59 |
| 13 | 475,88 |
| 14 | 427,50 |
| 15 | 376,31 |
| 16 | 322,13 |
| 17 | 264,79 |
| 18 | 204,11 |
| 19 | 139,89 |
| 20 | 71,93 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

La determinación del costo está dada por la operación matemática de dividir el costo total para el número de unidades compradas en un período, en este caso durante la comercialización anual.

Los Costos Totales establecidos para el primer año se detallan a continuación.

CUADRO No. 37
COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL AÑO 1.

| RUBROS | COSTOS | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|
| | FIJOS | VARIABLES |
| Compras y Materia Prima | | 0,00 |
| Materiales Directos | | 7.050,24 |
| Mano de Obra Directa | | 21.707,94 |
| Mano de Obra Indirecta | 8.583,20 | |
| Insumos | | 2.254,20 |
| Reparación y Mantenimiento | 827,27 | |
| Seguros | 828,59 | |
| Depreciación | 3.183,82 | |
| Subtotales | 13.422,88 | 31.012,38 |
| Total de Costo de Producción | 44.435,27 | |
| Gastos Administrativos | 26.601,14 | |
| Gastos Financieros | 1.746,00 | |
| Gastos de Ventas | 7.956,00 | |
| Subtotales | 36.303,14 | |
| Costo Total | 80.738,41 | |
| Servicios proporcionados | 11.520 | |
| Costo unidades | 7,01 | |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

CUADRO No. 38
COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

| AÑO: 2.016 - 2.024 | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| RUBROS | AÑOS | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Materia Prima | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Materiales Directos | 7.050,24 | 7.684,76 | 8.376,39 | 9.130,27 | 9.951,99 | 10.847,67 | 11.823,96 | 12.888,11 | 14.048,04 | 15.312,37 |
| Mano de Obra | | | | | | | | | | |
| Directa | 21.707,94 | 23.661,66 | 25.791,21 | 28.112,41 | 30.642,53 | 33.400,36 | 36.406,39 | 39.682,97 | 43.254,43 | 47.147,33 |
| Insumos | 2.254,20 | 2.457,08 | 2.678,22 | 2.919,25 | 3.181,99 | 3.468,37 | 3.780,52 | 4.120,77 | 4.491,63 | 4.895,88 |
| VARIABLES | 31.012,38 | 33.803,50 | 36.845,81 | 40.161,93 | 43.776,51 | 47.716,39 | 52.010,87 | 56.691,85 | 61.794,11 | 67.355,58 |
| Mano de Obra | | | | | | | | | | |
| Indirecta | 8.583,20 | 9.355,69 | 10.197,70 | 11.115,49 | 12.115,88 | 13.206,31 | 14.394,88 | 15.690,42 | 17.102,56 | 18.641,79 |
| Reparación y | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento | 827,27 | 901,73 | 982,88 | 1.071,34 | 1.167,76 | 1.272,86 | 1.387,42 | 1.512,29 | 1.648,40 | 1.796,75 |
| Seguros | 828,59 | 903,16 | 984,45 | 1.073,05 | 1.169,62 | 1.274,89 | 1.389,63 | 1.514,69 | 1.651,02 | 1.799,61 |
| Depreciación | 3.183,82 | 3.183,82 | 3.183,82 | 1.767,86 | 1.767,86 | 1.767,86 | 1.767,86 | 1.767,86 | 1.767,86 | 1.767,86 |
| Amortización | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 | 382,00 |
| FIJOS | 13.422,88 | 14.344,40 | 15.348,85 | 15.027,75 | 16.221,13 | 17.521,93 | 18.939,80 | 20.485,27 | 22.169,84 | 24.006,01 |
| Total Costo de Producción | 44.435,27 | 48.147,90 | 52.194,66 | 55.189,68 | 59.997,64 | 65.238,32 | 70.950,66 | 77.177,12 | 83.963,95 | 91.361,60 |
| Gasto Administrativo | 26.601,14 | 28.995,24 | 31.604,81 | 34.449,25 | 37.549,68 | 40.929,15 | 44.612,77 | 48.627,92 | 53.004,44 | 57.774,84 |
| Gasto de Ventas | 7956,00 | 8.672,04 | 9.452,52 | 10.303,25 | 11.230,54 | 12.241,29 | 13.343,01 | 14.543,88 | 15.852,83 | 17.279,58 |
| Gasto Financiero | 1.746,00 | 1.642,17 | 1.525,88 | 1.395,63 | 1.249,75 | 1.086,37 | 903,38 | 698,44 | 468,90 | 211,81 |
| Total gastos | 36.303,14 | 39.309,45 | 42.583,21 | 46.148,13 | 50.029,98 | 54.256,81 | 58.859,17 | 63.870,24 | 69.326,17 | 75.266,24 |
| Costo total | 80.738,41 | 87.457,35 | 94.777,88 | 101.337,81 | 110.027,62 | 119.495,14 | 129.809,83 | 141.047,36 | 153.290,11 | 166.627,83 |
| Servicios proporcionados | 11.520 | 12.557 | 13.687 | 14.919 | 16.261 | 17.725 | 19.320 | 21.059 | 22.954 | 25.020 |
| Costo unidades | 7,01 | 6,96 | 6,92 | 6,79 | 6,77 | 6,74 | 6,72 | 6,70 | 6,68 | 6,66 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

Se ha realizado una proyección sugerida de los costos de producción para los 5 primeros años de vida del proyecto para realizar un estimativo de la evolución de los precios y costos. Para esta proyección se tomó como base un crecimiento sostenido del 9% anual en la operación del negocio, como resultado de una media de crecimiento en relación a las perspectivas estándares de las empresas pymes según el committee for economic development. Con este porcentaje más un incremento por inflación Ecuador se proyectó los costos. Para los seguros, se tomó un valor creciente debido a que se desea mantener la prima constante para poder recuperar en caso de siniestro el valor inicial de la inversión y no el depreciado.

PRESUPUESTO DE VENTAS

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de la comercialización y venta de calzado industrial.

INGRESOS POR VENTAS

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

El precio de ingresos se calculará en función del volumen de ventas realizadas a lo largo de la vida útil del proyecto y el costo unitario por hora de atención de niñeras a domicilio.

La utilidad que se estimará en el estudio será del 14,85% con la cual se podrá operar rentablemente y competir en el mercado.

CUADRO No. 39
PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO.

| AÑO: 2.016 - 2.024 | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| VENTAS | AÑOS | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Unidades vendidas | 11.520 | 12.557 | 13.687 | 14.919 | 16.261 | 17.725 | 19.320 | 21.059 | 22.954 | 25.020 |
| Precio unidades | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 | 9 |
| Total Ingresos | 96.886,09 | 105.823,39 | 115.629,01 | 124.645,50 | 136.434,25 | 149.368,92 | 163.560,39 | 179.130,14 | 196.211,35 | 214.949,90 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor

ESTADO DE RESULTADOS

Es el documento contable que corresponde al análisis o al detalle de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado.

Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico de la empresa, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la organización.

CUADRO No. 40

| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | | | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| AÑOS: 2016 – 2024 | | | | | | | | | | |
| EN DÓLARES | | | | | | | | | | |
| RUBROS | AÑOS | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Ventas Netas | 96.886,09 | 105.823,39 | 115.629,01 | 124.645,50 | 136.434,25 | 149.368,92 | 163.560,39 | 179.130,14 | 196.211,35 | 214.949,90 |
| - Costo de Producción | 44.435,27 | 48.147,90 | 52.194,66 | 55.189,68 | 59.997,64 | 65.238,32 | 70.950,66 | 77.177,12 | 83.963,95 | 91.361,60 |
| = UTILIDAD BRUTA | 52.450,82 | 57.675,49 | 63.434,35 | 69.455,82 | 76.436,60 | 84.130,60 | 92.609,72 | 101.953,03 | 112.247,40 | 123.588,31 |
| - Gastos de Administración | 26.601,14 | 28.995,24 | 31.604,81 | 34.449,25 | 37.549,68 | 40.929,15 | 44.612,77 | 48.627,92 | 53.004,44 | 57.774,84 |
| -Gastos de Ventas | 7.956,00 | 8.672,04 | 9.452,52 | 10.303,25 | 11.230,54 | 12.241,29 | 13.343,01 | 14.543,88 | 15.852,83 | 17.279,58 |
| = UTILIDAD OPERACIONAL | 17.893,68 | 20.008,21 | 22.377,01 | 24.703,32 | 27.656,38 | 30.960,16 | 34.653,94 | 38.781,22 | 43.390,13 | 48.533,89 |
| - Gastos Financieros | 1.746,00 | 1.642,17 | 1.525,88 | 1.395,63 | 1.249,75 | 1.086,37 | 903,38 | 698,44 | 468,90 | 211,81 |
| = UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN | 16.147,68 | 18.366,04 | 20.851,13 | 23.307,70 | 26.406,63 | 29.873,78 | 33.750,56 | 38.082,79 | 42.921,23 | 48.322,07 |
| - 15% de Participación Trabajadores | 2.422,15 | 2.754,91 | 3.127,67 | 3.496,15 | 3.960,99 | 4.481,07 | 5.062,58 | 5.712,42 | 6.438,18 | 7.248,31 |
| = UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS | 13.725,53 | 15.611,14 | 17.723,46 | 19.811,54 | 22.445,63 | 25.392,72 | 28.687,97 | 32.370,37 | 36.483,05 | 41.073,76 |
| - 25% Impuesto a la Renta | 3.431,38 | 3.902,78 | 4.430,87 | 4.952,89 | 5.611,41 | 6.348,18 | 7.171,99 | 8.092,59 | 9.120,76 | 10.268,44 |
| = UTILIDAD NETA | 10.294,15 | 11.708,35 | 13.292,60 | 14.858,66 | 16.834,23 | 19.044,54 | 21.515,98 | 24.277,78 | 27.362,29 | 30.805,32 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

FLUJO DE CAJA.

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”.
(ESCUELA POLITECNICA NACIONAL, 2012)

El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo.

CUADRO No 41

| FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------|-------------------------------|----------------|--------------|-----------|-----------|--------------------|-----------------|
| Años | Utilidad | Depreciación y | Capital | Valor | Inversión | Préstamo | Amortización del K | Flujo |
| | Neta | Amortización del Diferido (+) | de trabajo (+) | Residual (+) | (-) | (+) | (-) | de efectivo (=) |
| 0 | | | | | 32.184,32 | 15.184,32 | | -17.000,00 |
| 1 | 10.294,15 | 3.565,82 | | | | | 865,27 | 12.994,70 |
| 2 | 11.708,35 | 3.565,82 | | | | | 969,10 | 14.305,08 |
| 3 | 13.292,60 | 3.565,82 | | | | | 1.085,39 | 15.773,03 |
| 4 | 14.858,66 | 2.149,86 | | | 4.248,30 | | 1.215,64 | 11.544,58 |
| 5 | 16.834,23 | 2.149,86 | | | | | 1.361,51 | 17.622,58 |
| 6 | 19.044,54 | 1.767,86 | | | | | 1.524,89 | 19.287,51 |
| 7 | 21.515,98 | 1.767,86 | | | | | 1.707,88 | 21.575,96 |
| 8 | 24.277,78 | 1.767,86 | | | 4.248,30 | | 1.912,83 | 19.884,51 |
| 9 | 27.362,29 | 1.767,86 | | | | | 2.142,37 | 26.987,78 |
| 10 | 30.805,32 | 1.767,86 | 6.317,38 | | | | 2.399,45 | 36.491,12 |

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Autor

MEDIDAS DE RENTABILIDAD

VAN

El Valor Actual Neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Mide el valor actual de los desembolsos y de los ingresos, actualizándolos al momento inicial y aplicando un tipo de descuento en función del riesgo que conlleva el proyecto.

Como las inversiones son normalmente a largo plazo, para actualizar los distintos flujos al momento inicial se utiliza la ley de descuento compuesto.

Si el VAN obtenido es positivo el proyecto es interesante de realizar. Por el contrario, si el VAN es negativo, el proyecto hay que descartarlo.

Por medio de este instrumento se podrá medir si existe riesgo o no al invertir en este proyecto, lo que permitirá al accionista la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio, es decir el Valor Actual Neto se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto, así:

$$VAN = \text{flujo_de_efectivo} * (1 + \text{tasa_de_descuento})^{(-1)*\text{año}}$$

Para proceder al cálculo se establecerá una tasa que representa el costo de oportunidad de la siguiente forma:

| | |
|--|--|
| TASA DE DESCUENTO | |
| i = tasa pasiva (recursos propios) + tasa activa (recursos de terceros) + riesgo del proyecto + inflación. | |
| i = 4,91% (52,82%) + 9,82% (47,18%) + 5% + 2,87% | |
| i = 15,10% | |

Datos tomados del Banco Central del Ecuador a la fecha de la investigación, estos puede variar según sea la situación económica del País.

CUADRO No. 42
VALOR ACTUAL NETO
EN DÓLARES

| VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA) | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| USD. | | |
| AÑOS | FLUJO DE EFECTIVO | FLUJO ACTUALIZADO |
| 0 | -17.000,00 | -17.000,00 |
| 1 | 12.994,70 | 11.290,27 |
| 2 | 14.305,08 | 10.798,56 |
| 3 | 15.773,03 | 10.344,96 |
| 4 | 11.544,58 | 6.578,54 |
| 5 | 17.622,58 | 8.724,87 |
| 6 | 19.287,51 | 8.296,66 |
| 7 | 21.575,96 | 8.063,72 |
| 8 | 19.884,51 | 6.456,81 |
| 9 | 26.987,78 | 7.613,92 |
| 10 | 36.491,12 | 8.944,70 |
| TOTAL (VAN) | | 70.113,01 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

El proyecto generará ganancias de USD. 166.253,84, luego de recuperar la inversión.

TIR

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Este método consiste en calcular la tasa de descuento que hace cero el VAN. Un proyecto es interesante cuando su tasa TIR es superior al tipo de descuento exigido para proyectos con ese nivel de riesgo.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

La tasa interna de retorno es:

$$TIR = tm + (TM - tm) * (VAN_{tm} / (VAN_{tm} - VAN_{TM}))$$

| | |
|--------|-------------|
| tm | 0,13 |
| TM | 0,23 |
| VAN tm | -190.864,47 |
| VAN TM | 142.729,15 |

$$TIR = 17.28 \%$$

CUADRO No. 43
CALCULO DE LA TIR

| CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO | | | |
|--|------------------|--------------------|-------------------|
| INVERSIONISTA | | | |
| AÑOS | FLUJO | TASA | TASA |
| | EFFECTIVO | MENOR 13% | MAYOR 23% |
| 0 | -17.000,00 | -17.000,00 | -17.000,00 |
| 1 | 12.994,70 | -11.499,74 | 10.564,80 |
| 2 | 14.305,08 | -12.659,36 | 11.630,14 |
| 3 | 15.773,03 | -13.958,43 | 12.823,60 |
| 4 | 11.544,58 | -10.216,45 | 9.385,84 |
| 5 | 17.622,58 | -15.595,20 | 14.327,30 |
| 6 | 19.287,51 | -17.068,59 | 15.680,90 |
| 7 | 21.575,96 | -19.093,77 | 17.541,43 |
| 8 | 19.884,51 | -17.596,91 | 16.166,27 |
| 9 | 26.987,78 | -23.882,99 | 21.941,29 |
| 10 | 36.491,12 | -32.293,02 | 29.667,57 |
| | | -190.864,47 | 142.729,15 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto, el producto ocasiona pérdidas. Matemáticamente para la determinación del punto de equilibrio tenemos la siguiente fórmula:

- Punto de equilibrio de producción física:

Fórmula:

$$PE = CF / (Pu - Cvu)$$

Donde:

Pu = Precio de venta unitario

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

CVu = Costo variable unitario

CUADRO No. 44
PUNTO DE EQUILIBRIO

| AÑOS | Ventas Totales | Costos Fijos | Costos Variables | Unidades Producidas | Costo Total | Pto. Equilibrio USD. CF/1-(CV-VT) | Precio de vta. unitario | Pto. Equilibrio CF/(VT-CV) |
|-------------|-----------------------|---------------------|-------------------------|----------------------------|--------------------|--|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1 | 96.886,09 | 13.422,88 | 31.012,38 | 11.520,00 | 80.738,41 | 0,20 | 7,01 | 0,20 |
| 2 | 105.823,39 | 14.344,40 | 33.803,50 | 12.556,80 | 87.457,35 | 0,20 | 6,96 | 0,20 |
| 3 | 115.629,01 | 15.348,85 | 36.845,81 | 13.686,91 | 94.777,88 | 0,19 | 6,92 | 0,19 |
| 4 | 124.645,50 | 15.027,75 | 40.161,93 | 14.918,73 | 101.337,81 | 0,18 | 6,79 | 0,18 |
| 5 | 136.434,25 | 16.221,13 | 43.776,51 | 16.261,42 | 110.027,62 | 0,18 | 6,77 | 0,18 |
| 6 | 149.368,92 | 17.521,93 | 47.716,39 | 17.724,95 | 119.495,14 | 0,17 | 6,74 | 0,17 |
| 7 | 163.560,39 | 18.939,80 | 52.010,87 | 19.320,19 | 129.809,83 | 0,17 | 6,72 | 0,17 |
| 8 | 179.130,14 | 20.485,27 | 56.691,85 | 21.059,01 | 141.047,36 | 0,17 | 6,70 | 0,17 |
| 9 | 196.211,35 | 22.169,84 | 61.794,11 | 22.954,32 | 153.290,11 | 0,16 | 6,68 | 0,16 |
| 10 | 214.949,90 | 24.006,01 | 67.355,58 | 25.020,21 | 166.627,83 | 0,16 | 6,66 | 0,16 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En los últimos años han surgido varias ideas en lo que a servicios a domicilio se refiere, por ejemplo: la entrega de medicinas, servicio de catering y banquetes, mantenimiento y entrega de electrodomésticos, entrega de estados de cuenta, tarjetas de crédito e información bancaria, instalación de televisión por cable e Internet, además de los ya mencionados servicios de entrega de comida rápida, hasta ideas muy originales como la entrega de víveres a domicilio, licores, y el pago de servicios públicos como el agua, la luz y el teléfono por medio de bicicletas y demás, los cuales no han tenido aún acogida en el medio.
- Tomando en cuenta estos antecedentes, se puede ver que este es un campo amplio al cual se pueden añadir otras ideas originales como la que resulta de este tema de investigación, el cual se basa en prestar un servicio innovador y no existente actualmente en el mercado local, como el de niñeras a domicilio.
- El cuidado de niños puede ser emocionante y gratificador, además de una oportunidad maravillosa de tener un impacto positivo en las vidas de niños y sus familias en su comunidad. El cuidado infantil constituye una responsabilidad tremenda y cada estado ha establecido reglamentos que gobiernan los servicios de cuidado infantil.
- se ha desarrollado un sistema emergente de cuidado infantil, llamada DROP IN, el cual se caracteriza por ser básicamente un sistema a medio tiempo, donde los padres o tutores legales puede dejar a sus hijos en un ambiente protegido, resguardado, que cubra las expectativas necesarias, por tiempos cortos y en situaciones no convencionales.
- Las guarderías DROP IN, por el hecho de tener niños de forma transitoria, no descartan, ni por un momento, todas las prestaciones de cualquier otro centro de cuidado de menores, manteniendo siempre los requerimientos de

personal capacitado en Parvularia, Docencia Infantil, Psicología Infantil, Pediatría; los cuales están a completa disposición de los menores.

- En la presente investigación, existen productos sustitutos, como son las guarderías, que son las que atienden en horario normal, hasta las que se recibe niños por fracciones o periodos de tiempo acordados, llamadas Drop-In.
- De acuerdo a la ponderación de los factores anteriormente realizada, la zona idónea para la localización del proyecto será en el Norte de Cayambe, ya que en esa zona existe una actividad comercial y económica es muy atractiva, de igual forma los recursos económicos se encuentran disponibles por la mayoría de los personas que transitan en ese sector al mismo tiempo cuentan con servicios básicos, y de transporte.
- La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 23.711,94 USD, en Activos Diferidos: 2.155,00 USD, y, en Capital de Trabajo: 6.317,38 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **32.184,32 USD**, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Para desarrollar un programa de cuidado infantil se debe incluir la exploración de una variedad de cuestiones.
- Siempre tomando en cuenta el bienestar de los niños y niñas, nunca se puede dejar de lado su formación integral, así este tipo de guarderías formula planificaciones y estrategias acordes al tiempo de permanencia de los infantes dentro de sus instalaciones, es así que tanto los juegos recreativos, los de estimulación y pedagógicos, son basados en efectos directos e inmediatos sobre las capacidades de los menores, ya que no se puede tener certeza que tengan una continuidad de los mismos en otros centros o en sus hogares.

- Los Centros de Desarrollo Infantil deben cumplir con ciertas características, las cuales deben ser observadas previamente por los padres antes de realizar cualquier elección sobre este tipo de servicio

ANEXO NO. 1

NÓMINA

| CARGO | Sueldo Básico | No. Empleados | Sueldo | Vacaciones | 13er. Sueldo | 14to. Sueldo | F. Reserva | Aporte Patronal | Total Ingresos | Total Anual |
|------------------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Director General | 650,00 | 1 | 650,00 | 27,07 | 54,17 | 18,17 | 54,17 | 78,98 | 882,55 | 10.590,57 |
| Secretaria | 300,00 | 1 | 300,00 | 12,50 | 25,00 | 18,17 | 25,00 | 36,45 | 417,11 | 5.005,34 |
| Contador | 350,00 | 1 | 350,00 | 14,58 | 29,17 | 18,17 | 29,17 | 42,53 | 483,60 | 5.803,23 |
| Vendedor | 400,00 | 1 | 400,00 | 16,66 | 33,33 | 18,17 | 33,33 | 48,60 | 550,09 | 6.601,12 |
| Niñeras | 264,00 | 5 | 1320,00 | 54,98 | 110,00 | 18,17 | 110,00 | 160,38 | 1.773,52 | 21.282,30 |
| Supervisor Operaciones | 300,00 | 1 | 300,00 | 12,50 | 25,00 | 18,17 | 25,00 | 36,45 | 417,11 | 5.005,34 |
| Conserje | 264,00 | 1 | 200,00 | 8,33 | 16,67 | 18,17 | 16,67 | 24,30 | 284,13 | 3.409,56 |
| TOTAL | | | 3.520,00 | 146,61 | 293,33 | 127,17 | 293,33 | 427,68 | 4.808,12 | 57.697,46 |

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Autor.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, B. &. (2005, Pag. 23). *El microcrédito como opción para los pobres periodo*. Quito.
- BACA URBINA, G. (2001.). *Evaluación de Proyectos*; . México;; Mc GRAW - Hill; cuarta edición; .
- BARRENO, L. (2010, Pág. 56.). *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos*. Quito.
- DORSCH, Friedrich. (2012). “*Diccionario de la Psicología*”. Barcelona: Ed. Herder.
- ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL. (2012). *GERENCIA FINANCIERA*. Quito: EPN.
- FERRARO Carlo, S. G. (2010). “*Política de Apoyo a la Pymes en América latina*” ‘. Editorial: Cooperazione Italiana, Documento de la CEPAL.
- FRED R, D. (2008). *La Gerencia Estratégica*. . México. : Editorial Legis, Tercera Reimpresión.
- INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS – INEC. (2015). , “*Informes de Gestión*”,. Quito,: Ed. INEC.
- IPERTI MERINO, V. (2008). “*Proyecto de Inversión para la creación de agencias de fomento Empresarial (AFE) para emprendedores y microempresas en el Guayas*”, . Guayaquil, Ecuador .p.8.: Escuela Superior Politécnica del Litoral, .
- JOHANSSON, J. K. (2001). “*La manera Japonesa de hacer Marketing*”. Bogotá: Editorial Norma, .
- KOTLER, P. (2003, Pág. 25,). , “*Nuevas técnicas para hallar ideas innovadoras*”, . Madrid, : Ed. Trias.
- LEON. P, M. S. (2009, Pág. 27.). “*La Contabilidad Nacional: Teoría y Métodos*”. Quito, : Ed. P.U.C.E, .
- MAGILL John, M. R. (2012). “*Microempresas y Microfinanzas en Ecuador ‘Resultados del estudio de línea base*. . Agencia para el desarrollo Internacional de los Estados Unidos de América USAID,.

- MAGILL, J. M. (2008). *“Microempresas y Microfinanzas en Ecuador”*, . Quito: Proyecto USAID Ecuador.
- MASLOW, Abrahamm. (2003). *Motivación y Personalidad*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- MONTEROS, E. (2005). *“Manual de Gestión Empresarial”*; . Ibarra-Ecuador.: Editorial Universitaria, .
- Nacional Chile Care Information Center. (2014). *Departamento Norteamericano de Salud y Servicios humanos, de la división de Administración de Niños y Familias*. Santiago.
- NARANJO, E. (2012). *“Estudio de las Características del perfil de la empresa Familiar Quiteña” (Tesis de Post-grado)*, . Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar,.
- Periodico Lideres. (2014). *Periodico Lideres*. Quito: Lideres.
- PORTER, M. (2000). *Estrategia Competitiva. Primera Edición*. . México: Editorial Patria. .
- RESTREPO, L. F. (2004.). *“Interpretando a Porter”* . Bogotá, : Ed. TD, primera edición.
- RODRIGUEZ, V. H. (2010, Pag. 21). *Metodología de la Investigación*. Quito: Ed. SERTEMAV.
- RON, F. (2006, Pág. 25). *“Metodología de la Investigación”*. Quito,: ED. EPN.
- SANCHEZ, S. (30 de 10 de Recuperado el 30 de 10 de 2014). *“Origen de la palabra Empresa”*, . Obtenido de /Origen-de-La-Palabra-Empresas: <http://es.scribd.com/doc/134655867>
- SAPAG CHAIN, N. (2000,Pág. 320). *Preparación y evaluación de proyectos,*; . Bogotá - Colombia: Ed. Mc Graw Hill,.
- SAPAG Chain, N. y. (2003, Pág. 23). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*,. México,: Mac Graw Hill Interamericana, cuarta edición.
- SENPLADES. (2016). Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/DIRECTRICES-PAI-Y-PPI_2014-2017.pdf

- SUPERINTENDENCIA DE BANCOS. (2001). *LEY DE COOPERATIVAS, CODIFICACION*. Codificación 000, Registro Oficial 400 de 29 de Agosto del 2001. Quito.
- TREVIÑO MARTÍNEZ, R. (2005. Pag. 29). *Publicidad. Comunicación integral en marketing*, , S.A.U. México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Urbina, B. (2003). “*Preparación y Formulación de proyectos*”, Pág. 15. Bogotá: Ed. Norma.
- William J. Reddin. (1922). *Administração por objetivos: o método 3-D*, pp. 22, 43, 79. São Paulo: Ed. Atlas.
