

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



“Estudio de Factibilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija”

**Modalidad de Graduación presentado por:
Amalia Pamela Quispe Sanca**

Para optar el título de Licenciatura en Ingeniería Comercial

Pando – Bolivia

2017

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

ING. LUDWING ARCIENEGA BAPTISTA
Rector de la Universidad Amazónica de Pando

LIC. JOSE LUIS SEGOVIA SAUCEDO
Vicerector de la Universidad Amazónica de Pando

MGR. DAVID FERDINANDO FRANCO PEDRAZA
Director del Área de Ciencias Económicas y Financieras

MGR. MONICA YANETH CADENA VACA
Coordinadora del Programa de Ingeniería Comercial

TITULO PROYECTO DE GRADO

Estudio de Factibilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres por todo su amor incondicional su apoyo y confianza porque sin ellos no estaría don estoy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por todos esos amigos que pusiste en mi camino que fueron como familia, al brindarme su apoyo en momentos que me hizo falta mis padres por encontrarse lejos.

A mi tutor por brindarme su apoyo y sus conocimientos, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

Tabla de Contenido

	Pagina
1. INTRODUCCION	1
1.1 Título del Proyecto	2
1.2 Antecedente o Análisis del Proyecto	2
1.3 Grupo o Región Beneficiaria	3
1.3.1 Directo	3
1.3.2 Indirecto	3
1.4 Referencia Geográfica	3
2. JUSTIFICACION DEL PROYECTO	6
2.1 Descripción del Problema	6
2.2 Formulación del Problema	6
2.3 Justificación del Problema	6
3. OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo General	7
3.2 Objetivos Específicos	7
4. MARCO REFERENCIAL	8
5. MARCO TEORICO	9
6. METODOLOGIA	21
6.1 Tipo de Investigación	21
6.2 Métodos	21
6.3 Población y Muestra	22
6.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación	23
6.5 Fuentes	23
6.5.1 Fuentes Primarias	23
6.5.2 Fuentes Secundarias	23
7. ESTUDIO DE MERCADO	24
7.1 Antecedentes del Mercado	24
7.2 Servicio	24
7.3 Ubicación Geográfica del Mercado	25

7.4	Análisis de la Población	27
	7.4.1 Universo	27
	7.4.2 Determinación de la Muestra	27
	7.4.3 Resultados y Análisis de la Encuesta	28
7.5	Análisis de la Demanda	39
7.6	Análisis de la Oferta	40
7.7	Demanda Insatisfecha	42
8.	ESTRATEGIA DE MERCADEO	43
	8.1 Plan de Marketing	43
	8.1.1 Análisis FODA	43
	8.1.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	44
	8.1.3 Misión y Visión	46
	8.1.4 Marca, Logotipo, Slogan	46
	8.1.5 Desarrollo del Marketing Mix	47
	8.1.5.1 Producto	47
	8.1.5.2 Precio	48
	8.1.5.3 Plaza	49
	8.1.5.4 Promoción	49
	8.1.5.5 Personal	54
	8.1.5.6 Evidencia Física	54
	8.1.5.7 Proceso	54
9.	ESTUDIO TECNICO	55
	9.1 Tamaño del Proyecto	55
	9.2 Ingeniería del Proyecto	55
	9.2.1 Características del Servicio	56
	9.2.2 Proceso de Prestación del servicio	57
	9.2.3 Requerimientos	61
10.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	62
	10.1 Figura Administrativa	62
	10.2 Figura Legal	65
11.	INVERSION Y FINANCIAMIENTO	66

11.1	Inversión Total Requerida	66
11.5	Estructura del Financiamiento Requerido	67
12.	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	67
12.1	Costos	67
12.1.1	Costos Anuales Proyectadas	68
12.1.2	Costo Unitario de Servicio	69
12.2	Ingresos	69
12.2.1	Precio de Venta del Servicio	69
12.2.2	Ingresos Anuales Proyectados	70
12.3	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas	70
12.4	Estado de Flujo de Fondos Proyectado	71
13.	EVALUACION Y FACTIBILIDAD	72
	Flujo Neto Financiero	72
	Valor Actual Neto (VAN)	72
	Tasa Indirecta de Retorno (TIR)	72
	Beneficio Costo (BC)	72
	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	72
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
15.	BIBLIOGRAFIA	75
	ANEXOS	

Índice de Tablas

		Pagina
Tabla N° 1	Proyecciones de Población	27
Tabla N° 2	Pregunta encuesta ¿Tiene Hijos?	30
Tabla N° 3	Pregunta encuesta ¿Cuántos Hijos Tiene?	31
Tabla N° 4	Pregunta encuesta ¿De qué edades son sus hijos?	32
Tabla N° 5	Pregunta encuesta ¿Ambos Padres trabajan o estudian?	33
Tabla N° 6	Pregunta encuesta ¿Quién está a cargo de sus hijos cuando ambos salen a trabajar o alguna actividad social?	34
Tabla N° 7	Pregunta encuesta ¿Le es dificultoso el tener que llevar a sus hijos a una guardería, centro o casa de algún familiar?	35
Tabla N° 8	Pregunta encuesta Ha tenido dificultades con las personas que están a cargo de sus niños	36
Tabla N° 9	Pregunta encuesta ¿Ha precisado el cuidado de sus hijos solamente por horas o por las noches?	37
Tabla N° 10	Pregunta encuesta ¿Preferiría contar con un cuidado personalizado, confiable y responsable para sus hijos en su propia casa?	38
Tabla N° 11	Demanda Proyectada	40
Tabla N° 12	Demanda Insatisfecha Proyectada	42
Tabla N° 13	Tamaño de Proyecto	55
Tabla N° 14	Requerimientos	61
Tabla N° 15	Inversión Total Requerida	66
Tabla N° 16	Costos Anuales Proyectados	68
Tabla N° 17	Costo Unitario de Servicio	69
Tabla N° 18	Ingresos Anuales Proyectados	70
Tabla N° 19	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas	70
Tabla N° 20	Estado de Flujo de Fondos Proyectado	71
Tabla N° 21	Flujo Neto Financiero	72

Índice de Figuras

		Página
Figura N° 1	Latitud y Longitud Ubicación Geográfica	4
Figura N° 2	Referencia Geográfica	4
Figura N° 3	Precipitación Pluvial y Humedad	5
Figura N° 4	Vista Satelital de la ciudad de Cobija	25
Figura N° 5	Organizaciones Territorial del Municipio de Cobija	26
Figura N° 6	Archivo Fotográfico relevamiento de encuestas	29
Figura N° 7	Levantamiento de Información Porcentaje de personas con Hijos	30
Figura N° 8	Levantamiento de Información Porcentaje de Cantidad de Hijos	31
Figura N° 9	Levantamiento de Información Porcentaje de Edad de Hijos	32
Figura N° 10	Levantamiento de Información Porcentaje de Ambos Padres que trabajan o estudian	33
Figura N° 11	Levantamiento de Información Porcentaje a Cargo de los Hijos	34
Figura N° 12	Levantamiento de Información Porcentaje a Cargo de los Hijos	35
Figura N° 13	Levantamiento de Información Porcentaje Dificultadas con personas a cargo de los niños	36
Figura N° 14	Levantamiento de Información Porcentaje de necesidad cuidado por horas o noche	37
Figura N° 15	Levantamiento de Información Porcentaje de necesidad de servicio	38
Figura N° 16	Archivo Fotográfico relevamiento de información Oferta	42
Figura N° 17	Las cinco fuerzas de Porte	45
Figura N° 18	Marca, Logotipo, Slogan	47
Figura N° 19	Definición de Plaza	49
Figura N° 20	Imagen página Web	50
Figura N° 21	Medios Audiovisuales	51
Figura N° 22	Afiches	52
Figura N° 23	Volantes	53

Figura N° 24	Diagrama de Flujo	60
Figura N° 25	Organigrama	62

Índice de Anexos

Anexo N° 1	Encuesta
Anexo N° 2	Calculo de la Depreciación
Anexo N°3	Archivo Fotográfico

Abstract

Care is a vital service in the training of children in the city of Cobija and should be considered as a commitment of parents to their children, so that with a specialized child care agency allows children while away Of their parents can enjoy guarantees regarding their physical, emotional and psychosocial security within their own home, which prevents parents from having to transport children to other physical spaces

The present Feasibility Study is aimed at demonstrating the feasibility and feasibility for the Implementation and Development of Marketing Strategies of a Child Care Agency in the Urban Area of the City of Cobija, which in turn is designed the functional organization of the company And marketing strategies of the service.

The commercial strategies based on the analysis where the strategy of differentiation of our service was designed, from which the brand, logo, slogan and business philosophy on which our Marketing Mix of the 7 feet

The contents have been plated for the training of our staff through a two-week plan that allows comprehensive training, with the aim of ensuring that babysitters have solid knowledge in the care of children

The Investment and Financing determined, have allowed to elaborate the Economic and Financial Study where from the costs determines the price of the service that allows us to elaborate the State of Profits and Losses where a good Net Income is evidenced, as well as the cash flow Through the Cash Flow Statement

Its feasibility was determined based on the Financial Assessment and the Indicators of which at a referential rate of 12% a $NPV > 0$ was obtained; $TIR = 40\%$ and $B / C = 1.17$

Resumen Ejecutivo

El cuidado es un servicio de vital importancia en la formación de los niños de la ciudad de Cobija y debe considerarse como un compromiso de los padres para con sus hijos, por lo cual con una agencia de cuidado infantil especializada se permite que los menores mientras estén lejos de sus padres puedan gozar de garantías en cuanto a su seguridad física, emocional y psicosocial dentro de su propia casa, lo cual evita a los padres la dificultad de tener que transportar a los niños a otros espacios físicos

El presente Estudio de Factibilidad este dirigido a demostrar la factibilidad y viabilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija, a su vez que se diseña la organización funcional de la empresa y las estrategias de mercadeo del servicio.

Se han diseñado las estrategias comerciales basados en el servicio único que se presenta, planteando como mejor estrategia la diferenciación de nuestro servicio, a partir de lo cual se han desarrollado la marca, logo, eslogan y filosofía empresaria sobre los que se apoya nuestro planteamiento del Marketing Mix de las 7 p's

Se han plateado los contenidos para la capacitación de nuestro personal mediante un plan de dos semanas que permite la formación integral, con el objetivo de lograr que las niñeras cuenten con conocimientos sólidos en el cuidado de los niños/as

Las Inversiones y Financiamiento determinadas, han permitido elaborar el Estudio Económico y Financiero donde a partir de los costos se determina el precio del servicio que nos permite elaborar el Estado de Pérdidas y Ganancias donde se evidencia una buena Utilidad Neta, así como el flujo de efectivo mediante el Estado de Flujo de Caja

Su factibilidad fue determinada en base a la Evaluación Financiera y los Indicadores de los cuales a una tasa referencial del 12% se obtuvo un VAN > 0 ; TIR = 40% y B/C = 1.17

1 INTRODUCCION

El cuidado de los niños por terceras personas se remonta al siglo XIX en Europa como respuesta al incremento del trabajo de mujeres en la industria. La ausencia de muchas madres de sus viviendas dificultaba la atención de los niños, lo que provoco una enorme variedad de personas e instituciones caritativas que se ocupaban de ellos mientras las madres trabajaban. El primer nombre conocido por su actividad en el campo filantrópico fue el francés Jean Baptiste Firmin, quien en 1846 fundo el Creche (del francés cuna) con el objetivo de cuidar de los niños. En muy poco tiempo el cuidado de los niños apareció en otras partes de Francia y se expandió por toda Europa.

Anteriormente, la familia era la célula fundamental de la sociedad, el sitio privilegiado donde la niña o niño aprendían lo que necesitaban para su educación y socialización básica. Pero hoy la familia ha perdido cierto protagonismo en estas funciones quedando más en mano de la sociedad a través de otros agentes sociales como profesores, educadores, monitores, niñeras, etc.

Los cambios culturales y sociales que se han presentado en la sociedad, ha involucrado que en la actualidad el número de familias donde trabajan o estudian ambos padres ha venido incrementándose, por lo que las tareas propias del cuidado y preparación de los niños recaen en instituciones y personas que en su mayoría no cuentan con los conocimientos suficientes para asumir esta gran labor.

Las características principales de la Institución para el Estudio de Factibilidad gira al entorno de una nueva empresa privada con fines de lucro que brinda un producto intangible o servicio de cuidado a niños en su propio hogar no teniendo los padres que trasladarlos a otro espacio físico que puede causar rechazo e incomodidad.

El Estudio plantea la implementación de una agencia de cuidado infantil, que es un servicio prestado a la población que al contactarse solicita a la agencia una persona para el cuidado

de sus hijos por horas ya sea de día o de noche, cuidar implica jugar, aprender, estimular la creatividad y hacer un lugar a la magia propia de cada niño.

La agencia cuenta con un equipo compuesto por mujeres capacitadas, con experiencia previa y referencias comprobables, pero sobre todo, que disfrutan trabajando con chicos y en casas de familia. Están preparadas para colaborar con la crianza, pueden resolver situaciones cotidianas y también extraordinarias.

1.1 Título del Proyecto

Estudio de Factibilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija.

1.2 Análisis del Entorno

Las instituciones públicas o privadas conocidas como Guarderías son centros educativos que cuidan de los menores entre cero y tres años, estas guarderías no es por lo general pensado para padres que trabajan o estudian a tiempo completo, más bien son considerados como complemento pedagógico donde los niños asisten alrededor de cuatros horas diarias y los horarios son asignados por las mismas instituciones, asimismo estos cuentan con cantidades de niños mayor al que pueden atender y no existe una atención personalizadas lo que expone al niño incluso a una exclusión social desde muy temprana edad. Para niños de mayor edad comprendidos entre los 5 a los 12 años es muy difícil el poder contar con algún tipo de institución o guardería que puedan coadyuvar al cuidado y educación de los niños.

La definición de educación inicial y cuidado es bastante complicado considerando que se debe recurrir a conceptos relacionados como la infancia o niñez susceptible a diversas interpretaciones en función de cada contexto. De hecho al hacer referencia a la educación inicial resulta complejo establecer una diferencia precisa entre esta y otras expresiones cercanas como educación infantil. Considerando que en los últimos años todos estos términos se han visto ampliados respecto, ya que anteriormente solo se utilizaban para

definir programas formales llevados a cabo en ambientes escolares y orientados a los niños de escuela primaria.

El incremento de la población y la incorporación de la mujer al mercado laboral o simplemente parejas con hijos los cuales trabajan y estudian en entidades públicas y privadas, ha incrementado la necesidad de este servicio; principalmente para niños de edades comprendidas entre los 4 meses y 3-4 años primera categoría y 5 a 12 años en segunda categoría, generando una demanda de servicios de cuidado de niños que no puede ser cubierto por Amigos, familiares cercanos, Guarderías, jardines infantiles y niñeras particulares.

1.3 Grupo o Región Beneficiaria

Los beneficiarios de un proyecto son las personas que obtendrán algún tipo de beneficio de la implementación del mismo. Se pueden identificar dos tipos de beneficiarios: Directos e Indirectos.

1.3.1 Beneficiarios Directos

Los Beneficiarios directos son aquellos que participaran directamente en el proyecto, y se beneficiaran de su implementación, como ser el inversionista, las personas que estarán empleadas en el proyecto y los que usaran de alguna manera el servicio del proyecto que serían los padres o núcleos familiares con problemas de tiempo para el cuidado de sus hijos

1.3.2 Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios indirectos son, las personas que viven al interior de la zona de influencia del proyecto, por lo tanto, la Población de la ciudad de Cobija es considerada como Beneficiarios indirectos.

1.4 Referencia Geográfica

La capital Cobija fue fundada a orillas del Rio Acre el 9 de febrero de 1906, a través de Decreto Delegacional emitido por el delegado del Gobierno General José Manuel Pando,

inicialmente con el nombre de Puerto Bahía, luego Puerto Cobija y finalmente con el nombre de Cobija, está ubicada en la Provincia Nicolás Suárez al Noroeste del Departamento y en el ámbito nacional se sitúa en el extremo Norte de Bolivia.

El Departamento Pando se encuentra situado en el extremo norte de Bolivia entre los paralelos 9° 38' y 12° 30' de latitud sur y entre los meridianos 69° 35' y 65° 17' de longitud Oeste, como se observa en la figura 1 y figura 2.

JURISDICCIÓN	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	
	LATITUD SUR	LONGITUD OESTE
Departamento Pando	9° 38' y 12° 30'	69° 35' y 65° 17'
Provincia Nicalás Suárez	10° 36' y 11° 26'	69° 30' y 67° 31'
Municipio de Cobija	11° 8' y 10° 58'	69° y 68° 43'
Ciudad de Cobija	11° 01' 50"	68° 44' 05"

Figura 1

Latitud y Longitud Ubicación Geográfica



Figura 2

Referencia Geográfica

Fuente Google Maps

El Departamento de Pando cuenta con una extensión de 63,827 Km², representando el 5.81% de la superficie del territorio nacional. Si bien la Provincia Nicolás Suarez tiene 9,819 Km², el Municipio de Cobija cuenta con una extensión territorial de 449.14 Km² abarcando el 4.57% de la superficie provincial Cobija se encuentra en una zona heterogénea, de altura variables, las altitudes que oscilan entre 160 a 260 m.s.n.m.; Teniendo una altitud promedio de 200 metros sobre el nivel del mar.

De acuerdo al estudio realizado por ZONISIG – 1993 (Zonificación Agro Ecológica, Socioeconómica y perfil ambiental del Departamento de Pando), su superficie presenta 3 unidades geomorfológicas a la Llanura – Chaco – Beniana. La mayor parte está formada por planicies ubicadas a más de 150 m.s.n.m. con fuerte disección y colinas por encima de los 180 m.s.n.m. (superficies erosiónales) y pequeñas superficies (a orillas del río Acre) que pertenecen a las Llanuras aluviales, bajas y estrechas

El Clima es tropical húmedo cálido, con una época relativamente seca de mayo a septiembre. Durante la época seca se presentan fríos provenientes del sur conocidos como Surazos. La precipitación media anual es de 1834 mm.; la temperatura media anual es de 25.4 °C con dirección predominante del viento de Noroeste a sudoeste.

MES	PRECIPITACION TOTAL MES (MM)	PROMEDIO HUMEDAD RELATIVA
Enero	231,6	79%
Febrero	358,5	83%
Marzo	82,7	81%
Abril	107,3	78%
Mayo	19	78%
Junio	2,5	75%
Julio	1,4	66%
Agosto	20,2	67%
Septiembre	85	64%
Octubre	176,4	75%
Noviembre	295,4	81%
Diciembre	248,6	82%

Figura 3

Precipitación Pluvial y Humedad

Fuente: ASSANA – Cobija

2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Descripción del Problema

La problemática planteada está enfocada a padres que trabajan o estudian y no cuentan con tiempo suficiente para el cuidado de los niños, para muchas parejas jóvenes, buscar a una persona que pueda realizar la tarea de atender a los hijos, por una carencia de tiempo o por el cansancio físico que tiene por cumplir con una doble jornada laboral, estudio o simplemente por el hecho de asistir a compromisos sociales que se presentan esporádicamente.

El cuidado y seguridad de los niños en todos los niveles de la sociedad se ha transformado en una preocupación en la sociedad, considerando que los padres con actividades de trabajo o estudio deben dejar a sus hijos en manos de terceras personas como parientes o en instituciones públicas o privadas las cuales generalmente no tiene todas las condiciones de comodidad, salubridad, formación profesional y capacitación de su personal que permitan que los menores sientan seguridad psicosocial, física y emocional debido a que son trasladados a ambientes extraños a los que ellos no están acostumbrados como es su propia casa u hogar.

2.2 Formulación del Problema

¿Sera viable y factible la implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija?

2.3 Justificación

Es importante realizar el Estudio de Factibilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija, en el sentido de poder determinar la viabilidad y factibilidad tanto técnica como financiera a su vez que se diseña la organización funcional de la empresa y las estrategias de mercadeo del servicio.

Este documento será un aporte técnico y financiero, para impulsar una idea innovadora que genere lucro y a su vez presente muchos beneficios tanto a los padres de familia como para los niños.

El cuidado es un servicio de vital importancia en la formación de los niños de la ciudad de Cobija y debe considerarse como un compromiso de los padres para con sus hijos, por lo cual es importante contar con una agencia de cuidado infantil especializada que permite que los menores mientras estén lejos de sus padres puedan gozar de garantías en cuanto a su seguridad física, emocional y psicosocial dentro de su propia casa.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Elaborar el Estudio de Factibilidad para determinar el mercado, viabilidad técnica, estrategias de marketing y factibilidad financiera para la implementación y desarrollo de una agencia de cuidado infantil en la ciudad de Cobija.

3.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual considerando variables pertinentes para tener una mejor visión en la entrada del mercado.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda insatisfecha para la implementación de la agencia de cuidado infantil.
- Diseñar la ingeniería del proyecto para definir y determinar la viabilidad técnica.
- Definir las Estrategias de Marketing ajustadas al perfil de las necesidades de la población, para dar a conocer al público los servicios prestados por la agencia.
- Elaborar el estudio económico financiero para mediante indicadores determinar la factibilidad del proyecto.

4 MARCO REFERENCIAL

En la investigación realizada en diferentes instituciones públicas y privadas del Departamento Pando no se pudo identificar ningún documento o estudio referente a una empresa privada para el cuidado de los niños.

Pero en referencias con otros países se pueden citar estudios sobre negocios para el cuidado por niñeras. Estas referencias enriquecen el estudio de factibilidad que se está elaborando y nos entrega información para el desarrollo de la investigación. Entre las investigaciones más representativas podemos citar la siguiente.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL

Autor: Benitez Saraguro Victor Manuel

Tema: Centro de Capacitación de Niñeras

Fecha: 2014

Resumen: En nuestra realidad nos hemos dado cuenta que es una necesidad enorme para muchos padres con niños menores de cinco años, contar con una niñera de confianza y que esté bien capacitada que pueda cumplir con los desafíos en el cuidado de sus hijos. Para el desarrollo del proyecto se realizó un análisis general de la empresa, así como un análisis de mercado, este estudio nos revela que existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha puesto que las personas que están al cuidado de sus hijos no ofrecen la confianza necesaria. De ahí nosotros partimos para la creación de una empresa de servicios de capacitación de niñeras profesionales para entregar al mercado personal calificado en esta labor tan difícil como la de cuidar a un niño. Se realizó un análisis técnico donde describimos la tecnología del software y las herramientas a utilizar, así como los servicios que se va a ofrecer, un análisis administrativo, legal y social donde se define la estructura organizacional de la empresa. Análisis económico y financiero donde se define el financiamiento y la rentabilidad del negocio a través de una proyección de estado de pérdidas y ganancias, la evaluación del proyecto en distintos escenarios (normal, optimista, pesimista). Análisis de riesgos donde se define los riesgos que podría tener nuestra empresa. En base al análisis realizado para la constitución y funcionamiento de la empresa se necesita contar con un

capital de \$ 20.693,39. Los resultados financieros nos indican que el proyecto es viable debido a que la rentabilidad del proyecto en un análisis de 5 años es de 37% con un periodo de recuperación de inversión de 3 años, y el valor presente neto es de \$ 25.675,32. Se recomienda realizar estrategias de marketing y publicidad adecuadas para brindar un buen servicio y atención al cliente.

5 MARCO TEORICO

Estudio de Factibilidad

Según Varela, R. (2008) es necesario analizar los objetivos para determinar la aplicabilidad de un proyecto que permita el alcance de las metas organizacionales, es por ello que este estudio permite la utilización de diversas herramientas que ayuden a determinar la infraestructura tecnológica y la capacidad técnica que implica la implantación del sistema como los costos, beneficios y el grado de aceptación que la propuesta genere en la institución, es por ello que factibilidad es la posibilidad que tiene de lograrse un determinado proyecto.

Mercado

Según Kotler, (2001) Es la conformación de todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto o servicio, dicho mercado puede ser físico o virtual.

Plan de Negocio

Según Fleitman, (2000) Instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa.

Componentes del Estudio de Factibilidad

Para Varela (2008) el estudio de factibilidad debe tener los siguientes componentes:

Estudio de Mercado: Su finalidad es determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Estudio Técnico: Su objetivo es proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

Estudio Financiero: Su finalidad es:

- Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

Factibilidad Técnica: permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se está planificando, considerando también los inter-fases entre los sistemas actuales y los nuevos.

Factibilidad Económica: Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con el análisis Costo/Beneficio, todos los costos y beneficios debe adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establecen una comparación entre ellos, permitiendo seleccionar el más conveniente para la empresa.

Análisis de la demanda y de la oferta

Son los pronósticos sobre el comportamiento de la oferta o de la demanda, las mismas que pueden ser ejecutadas mediante información primaria, tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, entre otros, o información secundaria, en la cual se toman como base los datos históricos existentes. El instrumento que se recomienda utilizar para pronosticar o inferir con el primero es el muestreo, mientras que para la segunda se utilizan las líneas de regresión. Rosillo (2008: 30)

Estudio financiero

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Sapag (2008: 24)

Estrategias Competitivas

Estrategia es la formulación e implantación de lo necesario para identificar las oportunidades y amenazas del entorno, evaluar las fuerzas y debilidades de la organización, diseñar estructuras, definir roles, contratar gente apropiada y desarrollar competencias adecuadas para mantener a dicha gente motivada para así recoger sus contribuciones. Esencialmente, la definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos. La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticos), con los cuales está buscando llegar a ellos. Kotler (2005: 134)

Empresa

Según Chiavenato (1993) la empresa es una organización social que por ser una asociación de personas para explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social”.

Administración

Según Chiavenato (2011) manifiesta que la Administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

El propósito de la Administración es de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz con el empleo de la mínima cantidad de recursos.

Agencia

Empresa que generalmente ofrece servicios de intermediario entre los profesionales de un sector y sus clientes; agencia de publicidad, de información, de viajes, etc. (Larousse, 2015:48)

Servicios

Según Lamb, Hair y McDaniel, (2002) Es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

Funciones Básicas de la Administración

Para Chiavenato (2011) las funciones básicas son 4: Planeación, Organización, Dirección y Control

Planeación. - Es aquella función en la cual se determina de forma anticipada el logro de los objetivos, incluyendo programas, políticas y procedimientos. La necesidad de la Planeación en una empresa se da por 3 razones: Para pensar en el futuro, se planifica para que todas las personas de la empresa piensen hacia donde van, anticipándose a los problemas. Para pensar en forma coordinada, permitiendo que las personas sean conscientes de que es lo que se espera de ellas y cumplir con las funciones asignadas. Para evitar riesgos y pérdidas.

Organización. - Es la función administrativa en la cual se fijan las funciones y las relaciones de autoridad y responsabilidad entre las diferentes personas de una empresa. Las dos razones fundamentales para organizar son: Existe una gran cantidad de labores y

funciones que no puede realizarlas una sola persona, por lo cual debe unirse con otras para ejecutarlas. Para aprovechar los beneficios que trae la división del trabajo.

Dirección.- Es la función que hace referencia a la forma de impartir órdenes o instrucciones a las personas de la empresa y se explica que es exactamente lo que debe hacerse. El dirigir o dar instrucciones a los empleados permite una mayor eficiencia en la administración

Control.- Es la función administrativa que verifica si los resultados obtenidos son iguales o parecidos a los planes presentados, permitiendo detectar de forma oportuna alguna falla. Se puede decir que el control consiste en la medición y corrección de la ejecución con base a metas establecidas, comparando lo realizado con lo planeado.

Centros

Según Naomi, (2010). Los términos empleados para referirse a ellos difieren enormemente de un país a otro, así como los grupos de edades de los niños/as. Los centros que se ocupan de niños/as muy pequeños se llaman guarderías, parvularios. Algunos centros se concentran en la educación preescolar para los niños de 3 a 5 años y se llaman jardín de infancia, escuela maternal o centro preescolar. A veces, especialmente en los países en desarrollo, estos centros pueden aceptar niños desde los 3 meses hasta la edad escolar.

Una de las opciones de cuidado infantil disponibles y más populares es la de las guarderías. Uno de los beneficios de las guarderías es que las mismas deben estar licenciadas y cumplir con ciertas regulaciones gubernamentales. Esto significa que las guarderías deben pasar por frecuentes inspecciones sanitarias y de seguridad, y que los empleados también deben estar entrenados en temas relacionados con la Educación Infantil. Una guardería proporcionará un ambiente estructurado en el cual sus hijos/as podrán socializar con otros niños. Las guarderías brindan ambientes grupales compuestos por 12 niños/as o más, al mismo tiempo que respetan los criterios legales mínimos de la razón entre niños y cuidadores.

La Familia

Según el diccionario, la familia es un grupo de personas emparentadas entre sí, que viven juntas o en lugares diferentes, especialmente el padre, la madre y los hijos.

También se llama familia a un conjunto de personas o de cosas que tienen características o condiciones comunes, por ejemplo, familias de palabras.

Por ello el término familia, de compartir, de ser similares.... De ahí también la expresión “en familia” para referirse a algo íntimo, que nos hace sentir bien. (Rugolo, Sánchez, Tulo, 2008:25).

Tipo de familia

Si a una persona se le pide pensar en el tipo de familia tradicional, es probable que venga a su mente la típica familia formada por el padre, la madre y los niños, generalmente un niño y una niña. Incluso en libros, revistas y métodos publicitarios se encuentran repetidamente imágenes de este tipo de familia; sin embargo, existen infinitas de tipos de familia y esta diferenciación tiene que ver con la organización social que exista en cada país, cultura y época. (Rugolo, Sánchez, Tulo, 2008:44-45).

Padres

Según Larousse, (2015) El padre y la madre de una persona. Conjunto de antepasados de una persona. Padre de familia jefe de una familia, aunque no tenga hijos.

Ética e infancia

En este trabajo se analiza el tratamiento dado al niño/a como sujeto moral. Desde una perspectiva de ética aplicada, se han identificado tres tipos de trato: el paterno moral, el normativo-jurídico y el diferencial. Cada uno de ellos responde a distintas lógicas de abordaje de la problemática ética en torno a la figura del infante.

El primero concibe al infante sólo como un "ser social", objeto de cuidado, pero no sujeto moral; el segundo introduce la dimensión universal posibilitada por el fenómeno de los derechos humanos, el niño/aes tratado ya como un ser digno, de derecho pleno; la tercera considera la perspectiva particular y singular, destacando la constante alternancia de cada niño/a entre la autonomía y la vulnerabilidad subjetiva.

Se sugiere, finalmente, la idea de que el niño/a, como otros sujetos morales, es un ser capaz de y cuyo poder de autorrealización se construye a partir de un otro que posibilita o no. En

esta ética de la intersubjetividad, la infancia se convierte para el otro -padre, educador, profesional en una invitación al ejercicio de la prudencia responsable. (Sánchez, 2007).

Panorama general sobre opciones de cuidado de infantes

Si hubiera decidido volver al trabajo, y hubiera descartado la opción de permanecer en su hogar, debería estar considerando las innumerables opciones para el cuidado de niños/as que se encuentran disponibles tanto para usted como para sus hijos/as.

En su calidad de reciente mamá, el hecho de elegir la opción de cuidado de niños/as que más se adecue a las necesidades de su familia podría tomarle mucho tiempo y consideración. (Pregnancy, 2012).

Madres solteras

El termino madre soltera se define como aquella mujer que, por decisión propia o debido a un embarazo no deseado, se ve obligada a enfrentar la maternidad sin el apoyo o presencia de una pareja.

Ser madre soltera hasta hace pocos años era una situación mal vista por la sociedad u la familia y por consecuencia, el niño que nacía sin un padre que lo reconociera recibía nombres o apelativos tales como bastardo, hijo natural o ilegítimo, y un sinfín de palabras que resultaban un estigma muy difícil de afrontar, tanto para la madre como para el hijo, que trascendían a lo largo de su vida. (Rugolo, Sánchez, Tulo, 2008:50-51).

Niño, Niña

Persona en la etapa de la niñez. Persona joven: aun es una niña y ya quiere casarse. Ingenuo, de poca experiencia o que obra irreflexivamente. (Larousse, 2015:719)

Niñera

Criada encargada del cuidado de los niños. (Larousse, 2015:718)

La ley protege a los niños

Desde el punto de vista legal existen muchas complicaciones con respecto a los hijos menores de edad de padres que se separan, ya que a veces, debido a la cuota de alimentos o la cuota de alimentos o la custodia, la pelea entre pareja se puede perpetuar indefinidamente. (Rugolo, Sánchez, Tulo, 2008:74).

Estrategia

La estrategia de una compañía es el plan de acción que sigue la administración para competir con éxito y obtener utilidades, a partir de un arsenal integrado de opciones. La formulación de la estrategia representa el compromiso de la administración de emprender un conjunto particular de acciones. (Thompson, Peteraf, Gamble, strickland, 2012:4)

La estrategia de negocios

Es una estrategia del nivel de una sola línea de negocios que compite en un mercado o industria relativamente bien definida. Lo importante en este caso es crear respuestas ante circunstancias cambiantes del mercado e iniciar acciones para fortalecer su posición en ese rubro, obtener una ventaja, desarrollar capacidades competitivas sólidas, fortalecer la posición de mercado y mejorar el desempeño. La responsabilidad de guiar el desarrollo de una estrategia de negocios está a cargo de responsabilidad de guiar el desarrollo de una estrategia de negocios está a cargo del gerente de esa línea, aunque los administradores corporativos también pueden intervenir El encargado tiene al menos otras dos funciones relacionadas con la estrategia: 1) ver que las estrategias de niveles inferiores estén bien concebidas, sean congruentes y correspondan de manera adecuada a la estrategia general, y 2) conseguir la aprobación de los movimientos estratégicos importantes por parte de los ejecutivos corporativos, así como mantenerlos informados de los problemas estratégicos que surjan. En compañías diversificadas, los responsables de las unidades de negocios pueden tener la obligación adicional de asegurarse de que los objetivos y la estrategia de negocios se adecuen a los objetivos y temas estratégicos corporativos. (Thompson, Peteraf, Gamble, strickland, 2012:36)

Administración Estratégica

El proceso de administración estratégica consiste en cinco fases interrelacionadas e integradas:

1. Desarrollar una visión estratégica del futuro de la compañía, una misión que defina el propósito actual de la compañía, y un conjunto de valores esenciales que guíe la búsqueda de la visión y la misión. Esta fase da el rumbo a la compañía, motiva e inspira a su personal, alinea y guía las acciones en toda la organización, y comunica a todos los interesados las aspiraciones de la administración para el futuro de la compañía.

2. Establecer objetivos para convertir la visión y misión en metas de desempeño y usar los resultados de dichas metas como patrones para medir el desempeño de la compañía. Los objetivos necesitan precisar cuánto de qué clase de desempeño para cuándo. Se requieren dos amplios tipos de objetivos: objetivos financieros y objetivos estratégicos. El planteamiento del cuadro de mando integral (balanced scorecard) es un método popular para vincular los objetivos financieros a objetivos estratégicos mensurables.

3. Formular una estrategia para alcanzar los objetivos y llevar a la compañía a lo largo del curso estratégico que eligió la administración. La formulación de una estrategia deliberada demanda un análisis estratégico basado en el modelo de negocios. La formulación de una estrategia emergente es un proceso de aprendizaje práctico que incluye la experimentación. Definir quién participa en el proceso de formulación de la estrategia es algo que depende 1) de que el proceso sea emergente o deliberado y 2) del nivel de la estrategia. Las estrategias deliberadas corren sobre todo de arriba hacia abajo, mientras que las estrategias emergentes lo hacen de abajo hacia arriba, aunque en ambos casos se requiere la interacción en ambos sentidos entre diferentes tipos de administradores. En compañías grandes, diversificadas, hay cuatro niveles de estrategia, cada una de las cuales se refiere a un nivel correspondiente de administración: estrategia corporativa (estrategia de negocios múltiples), estrategia de negocios (estrategia para negocios individuales que compiten en una sola industria), estrategias de áreas funcionales dentro de cada negocio (p. ej., marketing, IyD, logística) y estrategias operativas (para unidades operativas clave, como plantas de manufactura). Así, la formulación de estrategias es una actividad incluyente, de colaboración, que abarca no sólo a los ejecutivos de la compañía, sino también a los jefes de las grandes divisiones de

negocios, administradores de áreas funcionales y gerentes de operación en el frente de batalla. Mientras mayores y más diversificadas sean las operaciones de una empresa, más puntos de iniciativas estratégicas habrá, y más niveles de administración tendrán un papel significativo en la formulación de la estrategia.

4. Ejecutar la estrategia elegida y convertir un plan estratégico en acciones. La ejecución de la estrategia es una actividad orientada a las operaciones, para hacer que las cosas sucedan, con el propósito de moldear el desempeño de las actividades esenciales de negocios de manera que la apoyen. El manejo del proceso de aplicación de la estrategia se considera fructífero si las cosas van lo bastante bien para que la empresa cumpla o supere sus objetivos de desempeño estratégico y financiero, y muestre un buen avance en el logro de la visión estratégica de la directiva.

5. Vigilar el desarrollo, evaluar el desempeño e iniciar ajustes correctivos a la luz de lo que sucede realmente, cambios en las condiciones, nuevas ideas y oportunidades. Esta fase del proceso de manejo de la estrategia es el punto de partida para decidir si se conservan o se cambian la visión, misión, los objetivos, la estrategia o sus métodos de ejecución. (Thompson, Peteraf, Gamble, strickland, 2012:43-44)

Competencia

Acción y efecto de competir. Empresa o comercio que compite con otra en el mercado. Capacidad de desarrollar algo. Conjunto de funciones atribuidas por un ordenamiento a un órgano de una persona jurídica de la administración del estado. (Larousse, 2015:269).

Consumidor

Que consume. Persona física o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta algún tipo de bien o servicio, que recibe de quien lo produce, suministra o expide. (Larousse, 2015:281).

Personal

Según Deming, (1982) El grado perceptible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades del cliente.

Calidad

Conjunto de cualidades o propiedades que caracterizan una cosa o a una personal: *la calidad humana; producto de mala calidad.* (Larousse, 2015:186)

Bienestar

La noción de bienestar hace referencia al conjunto de aquellas cosas que se necesitan para vivir bien. Dinero para satisfacer las necesidades materiales, salud, tiempo para el ocio y relaciones afectivas sanas son algunas de las cuestiones que hacen al bienestar de una personal. (Decisión de s.f.)

Calidez

Según Giraldo, (2014) La calidez se refiere a la cordialidad, al afecto humano. Tener calidez implica pensar en el bien propio, el bien ajeno y el bien común. No como objetivo final para buscar siempre ser el siervo y esclavo de la gente, sino para efectivamente contribuir de la mejor manera al mundo, y recibir naturalmente retribución por ello.

Confianza

Seguridad que alguien tiene en sí mismo, en otro o en una cosa. Familiaridad en el trato [...] se dice de la persona con quien se tiene trato familiar o en quien puede confiarse; que inspira seguridad o confianza porque posee las cualidades recomendables para su cometido. (Larousse, 2015:276)

Educación

Abarca la formación física, espiritual y moral. Esta incluye el llamado poder de corrección. La ley exige que dicha corrección se realice en forma moderada y por supuesto, sin malos tratos físicos o psíquicos que afecten al menor en su desarrollo. (Rugolo, Sánchez, Tulo, 2008:74).

Estrategia para fomentar la resiliencia

Según Rugolo, Sánchez, Tulo, (2008) según un artículo publicado por Aida Wothington en el diario chileno *La Tercera* el 7 de noviembre de 2004 existe ciertas acciones que se pueden realizar para fomentar el desarrollo de la resiliencia en los niños.

Entre 1 y 3 años: que cumplan las reglas, Elogiarlos por sus progresos. Impulsarlo a que experimenten y realicen actividades con la mínima ayuda de los adultos. Ayudarlos a definir sus sentimientos y los de los demás a medida que desarrollan el lenguaje. A partir de los tres años, usar frases como: “Sé que puedes hacerlo”, para fomentar su autonomía y reforzar su confianza en su capacidad de resolver problemas, tranquilizarlos ante situaciones estresante.

Entre 4 y 7 años: En situaciones difíciles, usar voz suave y tranquilizadora, abrazarlos, estimularlos a respirar profundo o contra hasta 10 para serenarse antes de hablar sobre algún problema.

Entre 8 y 11 años: Ayudarlos a expresar sus sentimientos con las palabras y la forma adecuadas. Clarificar las reglas y las expectativas que se tienen de ellos.

Nutrición

Acción de nutrir. Conjunto de las funciones orgánicas de utilización y transformación de alimentos para el crecimiento y la actividad de un ser vivo, animal o vegetal, como la digestión, la absorción, la asimilación, la excreción, la respiración y la circulación. (Larousse, 2015:726)

6 METODOLOGIA

6.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación con el cual se realizará el Estudio de Factibilidad será descriptivo dado que, tiene como objetivo establecer cómo se manifiesta un determinado fenómeno que atrae la atención, de manera que se limitan a identificar sus características o propiedades en un determinado momento sin controlar o manipular las variables en estudio.

En tal sentido, la información obtenida de los padres en las encuestas o cuestionarios de opinión, servirán para ser valorados y evaluados, deduciéndose con base a ellos, las conclusiones y recomendaciones en torno a la problemática en estudio.

La identificación de las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y las encuestas. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

6.2 Métodos

Los métodos lógicos que se aplicaron en la investigación del Estudio de Factibilidad son: Inductivo ya que permitió obtener información y efectuar las conclusiones y recomendaciones. Deductivo al presentar conceptos, definiciones y normativa general para formular soluciones posibles. Síntesis en el sentido que se pasó de lo incierto a lo concreto logrando la sistematización. Analítico en el sentido de la separación de un todo, descomponiéndolo en diferentes tipos de estudios técnicos, administrativos, legal, económicos, financieros, etc. Para comprender mejor su comportamiento.

Se aplicará el método empírico en el sentido de que esta investigación se empleó la observación al comportamiento de las personas tanto en las encuestas como en entrevistas.

6.3 Población y Muestra

La población considerada serán los padres y madres de familia del área urbana de la ciudad de Cobija. Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente fórmula estadística para Poblaciones infinitas

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times N + (Z^2 \times p \times q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra que se desea obtener.

N = Universo tamaño de la población.

Zc = Corresponde al valor de Z crítico, siendo este un valor dado del nivel de confianza que para el presente proyecto será del 95% siendo el valor de Zc igual a 1,96.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

e = Es el error en la proporción de la muestra y que para el presente estudio es del 5%

6.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación

Se realizará una investigación directa de campo ya que se efectuará en el lugar y tiempo en el que ocurren los fenómenos mediante entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

Se empleará la técnica de observación, permitiendo obtener la información necesaria. También en la elaboración del estudio de factibilidad se recurrirá a la encuesta, como un instrumento de banco de preguntas abiertas y cerradas aplicadas a la muestra.

Asimismo, se contemplará la aplicación de la entrevista, tomando en cuenta la necesidad de emplear una guía de entrevistas, acorde a las características del mercado, para evaluar y establecer el estudio de mercado.

6.5 Fuentes

6.5.1 Fuentes Primarias.- Se obtendrán datos puros mediante las encuestas que se aplicaran, los cuales proporcionaron datos para demostrar esta investigación de una forma didáctica e investigativa, que se traducirá en resultados demostrativos.

6.5.2 Fuentes Secundarias.- En fuentes secundarias se contempla, libros de investigación de mercado y preparación y evaluación de proyectos por varios autores para tenerlos como una referencia y de guía para su desarrollo.

7 ESTUDIO DE MERCADO

7.1 Antecedentes del Mercado

Respecto al análisis del mercado es importante mencionar que en nuestra ciudad de Cobija cuenta con los centros PAN (Programa Nacional de Atención a niños y niñas menores de 6 años) en diferentes barrios que son guarderías subvencionadas por el Gobierno Autónomo Municipal de Cobija que coadyuvan al cuidado de los niños y niñas para las familias donde ambos padres trabajan pero estas al cumplir una función más social que lucrativa solo ofrece servicios a niños y niñas hasta los cinco años en horarios tradicionales y con cupos muy limitados lo cual ocasiona que familias donde tiene dos o más hijos en los cuales uno de ellos excede los cinco años no podrían acceder a este centro pues solo podría dejar a uno de sus hijos y el otro se encontraría en similar situación de no saber dónde dejarlo para su cuidado.

7.2 Servicio

El servicio de cuidado infantil contempla la contratación de la empresa la cual envía niñeras a domicilio, estas deben ser personas, capacitadas y con garantías que puedan brindar un buen servicio en el cuidado de sus hijos en su propio hogar. Este servicio está en referencia a la cantidad de horas, horario diurno o nocturno. Los tipos de servicio que contemplara la empresa son los siguientes:

- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas menor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00 p.m.)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas menor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)

Este tipo de servicio de cuidado infantil actualmente en el mercado no existe o no se cuenta con este tipo de negocios o empresas, siendo las personas con niños sienten eventualmente la necesidad de contar con este recurso.

La curva del ciclo de vida, para el servicio de cuidado infantil a domicilio, se plantea que dentro del ciclo el mismo pasara desde la etapa de introducción, hasta la etapa de madurez, sin llegar a una etapa de declinación, excepto de que el servicio deje de ofrecerse. Llegar a la etapa de madurez requiere de la confianza del cliente, la cual es adquirida en un largo periodo del tiempo y una vez se llegue a la etapa de madurez, se pueden generar valores agregados al servicio, o manejar precios a fin de mantener al cliente, hacerlo más frecuente y atraer clientes nuevos.

7.3 Ubicación Geográfica del Mercado

El servicio se prestará en el área urbana de la ciudad de Cobija capital del Departamento de Pando



Figura 4

Vista Satelital de la ciudad de Cobija

Fuente: www.mapasbolivia.net

El Municipio de Cobija cuenta con un cantón “Santa Cruz”, que comprende toda la sección municipal y se encuentra dividido en 5 distritos; 4 distritos urbanos y uno rural.

DISTRITO	NOMBRE DE LA JUNTA VECINAL	ANIVERSARIO
I	Barrio Mapajo	19 de marzo
I	Barrio Puerto Alto	19 de noviembre
I	Barrio Villamontes	10 de junio
I	Barrio Junín	6 de Agosto
II	Barrio Progreso	9 de febrero
II	Barrio 16 de julio	16 de julio
II	Barrio Santa Cecilia	22 de septiembre
II	Barrio Internacional	
II	Barrio Conavi	24 de septiembre
II	Barrio Central	
II	Barrio Miraflores	20 de mayo
II	Barrio el Bosque	6 de octubre
II	Barrio Petrolero	21 de diciembre
III	Barrio la Cruz	3 de mayo
III	Barrio 27 de mayo	27 de mayo
III	Barrio SENAC	15 de enero
III	Barrio Brisas del Acre	16 de julio
III	Barrio Villa Cruz	5 de marzo
IV	Barrio Madre Nazaria	27 de octubre
IV	Barrio Paz Zamora	18 de Noviembre
IV	Barrio 11 de Octubre	11 de Octubre
IV	Barrio Senador	7 de febrero
IV	Barrio Los Tajibos	5 de Diciembre
IV	Barrio Paraiso II	5 de julio
IV	Barrio Santa Clara	7 de diciembre
IV	Barrio Pantanal	5 de marzo
IV	Barrio Manantial	12 de octubre
IV	Barrio San Juan	24 de septiembre
DISTRITO	COMUNIDAD	ANIVERSARIO
V	Mejillones	1 de mayo
V	Pontón	21 de julio
V	Alto Bahía	7 de octubre
V	Villa Fátima	13 de mayo
V	Abaróa	23 de marzo
V	Marapaní	21 de septiembre
V	Nueva Esperanza	16 de Julio
V	Nuevo Triunfo	12 de marzo
V	Limera	1 de mayo
V	Bella Vista	23 de abril
V	Villa Rosario	31 de agosto
V	Villa Busch	17 de marzo
V	Sujal	6 de enero
V	Bajo Virtudes	
V	17 de mayo	17 de mayo

Figura 5
Organizaciones Territorial del Municipio de Cobija
Fuente: Diagnostico Municipal de Cobija 2005

7.4 Análisis de la Población

7.4.1 Universo

Para el análisis de la población se considera como universo todos los habitantes de la ciudad de Cobija que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística INE la población proyectada para el 2016 en la ciudad de Cobija es de 56,596 habitantes

Tabla 1

Proyecciones de Población

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016
BOLIVIA	10.351.118	10.507.789	10.665.841	10.825.013	10.985.059
PANDO	114.112	119.008	123.954	128.944	133.966
Nicolás Suárez					
Cobija Urbana	42.849	46.222	49.652	53.142	56.596
Porvenir	8.238	8.547	8.871	9.196	9.544
Bolpebra	2.268	2.278	2.288	2.299	2.312
Bella Flor	4.090	4.085	4.086	4.080	4.084

Fuente Instituto Nacional de Estadística INE

7.4.2 Determinación de la Muestra

Debido a que el universo de estudio es muy amplio y no es posible recoger información de cada individuo que lo conforma, es necesario seleccionar una muestra representativa que nos proporcione la información que necesitamos para nuestro estudio.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para Poblaciones infinitas.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para Poblaciones infinitas.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times N + (Z^2 \times p \times q)}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra que se desea obtener.

N = Universo tamaño de la población.

Zc = Corresponde al valor de Z crítico, siendo este un valor dado del nivel de confianza que para el presente proyecto será del 95% siendo el valor de Zc igual a 1,96.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

e = Es el error en la proporción de la muestra y que para el presente estudio es del 5%

Una vez dada esta información se procede a aplicarla en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 \times 56,596 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times 56,596 + (1.96^2 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = 381.56 = 382 \text{ Encuestas}$$

Desarrollados los cálculos necesarios se tiene el valor de la muestra de **n= 381.56**, que nos indica que se tienen que realizar un total de 382 encuestas a diferentes personas de la población de 56,596 con el fin de obtener y conocer los gustos y preferencias representativas de ese segmento.

7.4.3 Resultados y Análisis de la Encuesta

Para elaborar la Encuesta se definieron algunos datos que se requieren investigar para su aplicación en el presente proyecto para ello se elaboró una serie de preguntas que fueron incorporadas en la encuesta realizada la cual se encuentra adjunta en Anexos y fueron aplicadas respetando el anonimato de los encuestados.

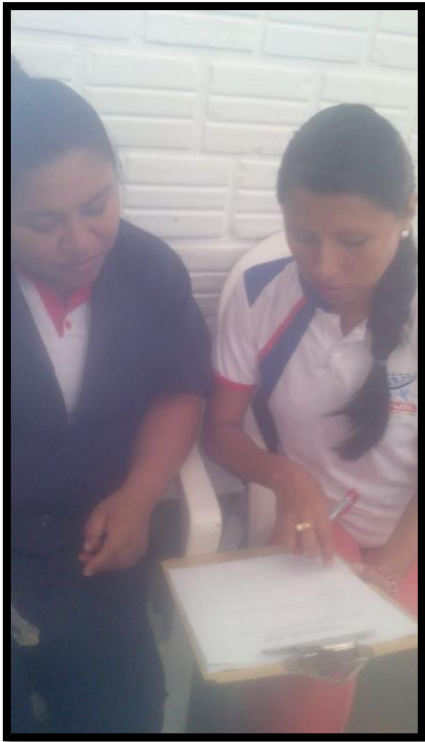
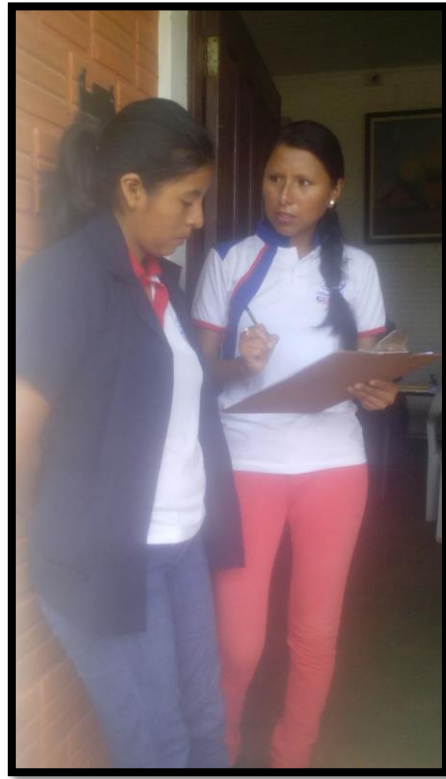


Figura 6
Archivo Fotográfico relevamiento de encuestas
Fuente Elaboración Propia

Realizada las encuestas se obtiene las conclusiones preliminares, estableciendo un procedimiento de medición, ordenando la información y tabulando las respuestas dadas, proyectando cuadros y graficas facilitando la interpretación de los datos.

Tabla 2

Pregunta encuesta ¿Tiene Hijos?

Detalle	Porcentaje
SI	87%
NO	13%
100%	

Fuente: Elaboración Propia



Figura 7

Levantamiento de Información Porcentaje de personas con Hijos

Fuente Elaboración Propia

Análisis

Dentro de la primera pregunta aplicada se puede determinar que el 87% de los encuestados tiene por lo menos un hijo y solo el 17% no tiene hijos

Tabla 3

Pregunta encuesta ¿Cuántos Hijos Tiene?

Detalle	Porcentaje
1 Hijo	37%
2 Hijos	33%
3 Hijos	24%
Más de 3 Hijos	6%
100%	

Fuente: Elaboración Propia

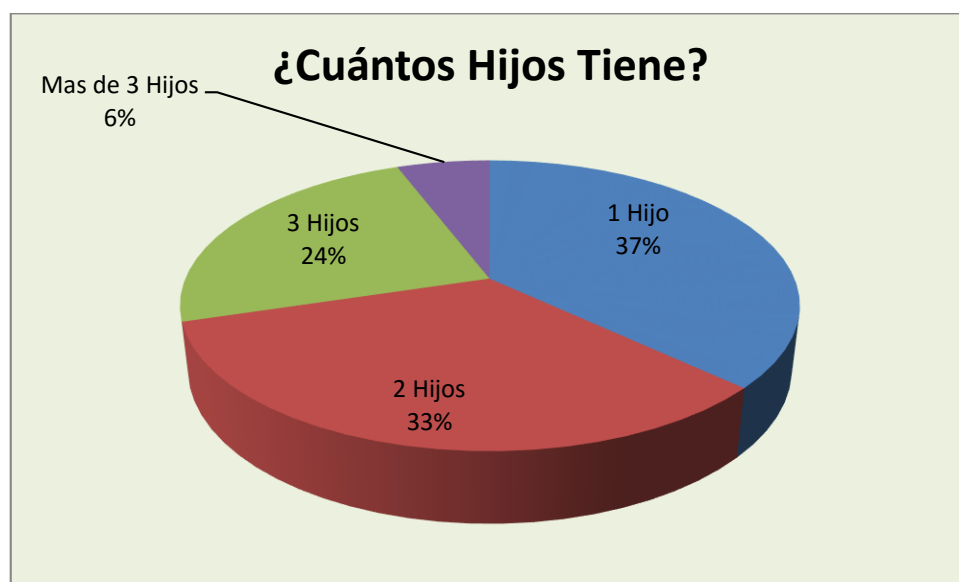


Figura 8

Levantamiento de Información Porcentaje de Cantidad de Hijos

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 33% de los encuestados aseguran tener dos hijos, el 24% tres hijo, el 6% más de un hijo el resultado con mayor cantidad fue las familias que tiene un solo hijo con el 37%. Con un promedio de dos hijos por familia datos que es muy importante para considerarse en el proyecto.

Tabla 4

Pregunta encuesta ¿De qué edades son sus hijos?

Detalle	Porcentaje
De 1 mes a 1 año	12%
De 2 a 3 años	30%
De 4 a 5 años	25%
De 6 a 9 años	20%
Mas de 9 años	13%
	100%

Fuente: Elaboración Propia

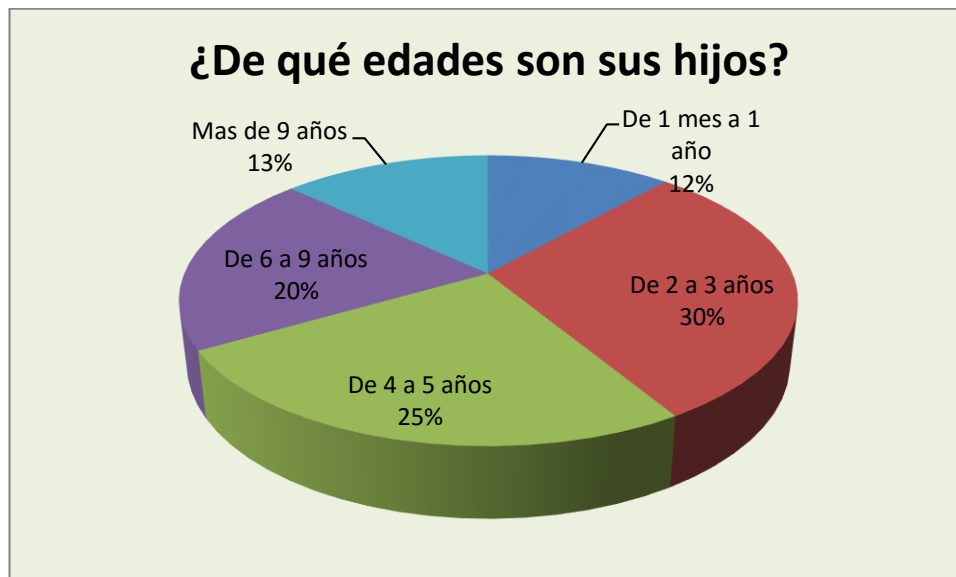


Figura 9

Levantamiento de Información Porcentaje de Edad de Hijos

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

De los resultados obtenidos el 75% corresponden a niños entre los 2 a 9 años que son la sumatoria de los porcentajes presentados entre esas edades, el saldo es de 12% para niños menores de un año y 13% para niños mayores a 9 años. Resaltamos esa sumatorio pues se

considera que las edades donde más los padres precisan de una niñera está comprendida justamente entre los dos años y 9 años.

Tabla 5

Pregunta encuesta ¿Ambos Padres trabajan o estudian?

Detalle	Porcentaje
Si	89%
No	11%
100%	

Fuente: Elaboración Propia

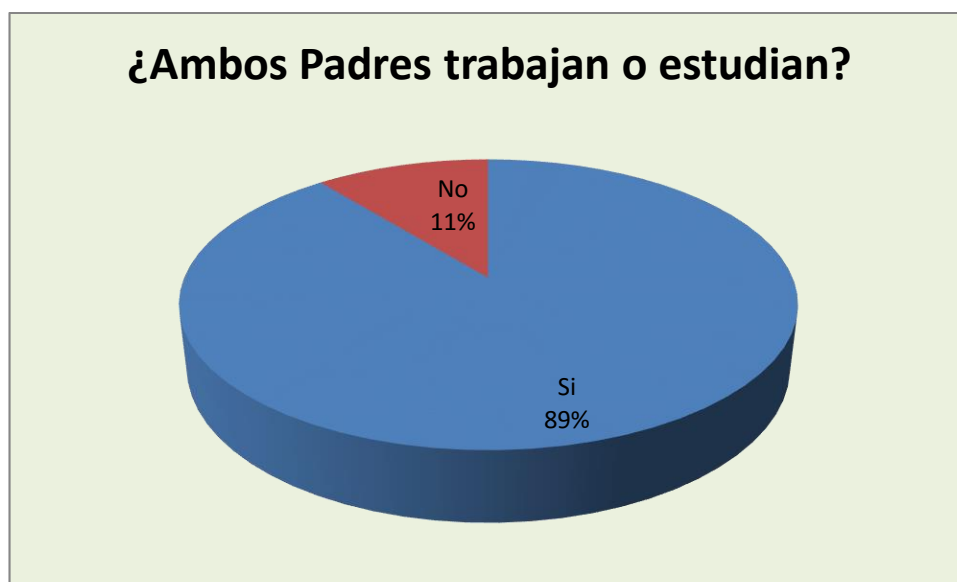


Figura 10

Levantamiento de Información Porcentaje de Ambos Padres que trabajan o estudian

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 89% de los encuestados aseveraron que ambos padres trabajan o estudian lo que resalta la necesidad en el apoyo para el cuidado de sus niños. Un 12% respondió que solo uno de ellos estudio o trabaja y el otro se dedica al cuidado de los niños.

Tabla 6

Pregunta encuesta ¿Quién está a cargo de sus hijos cuando ambos salen a trabajar o alguna actividad social?

Detalle	Porcentaje
Se queda con algún familiar	15%
En una guardería	61%
En un centro PAN	20%
Se quedan solos	4%
	100%

Fuente: Elaboración Propia

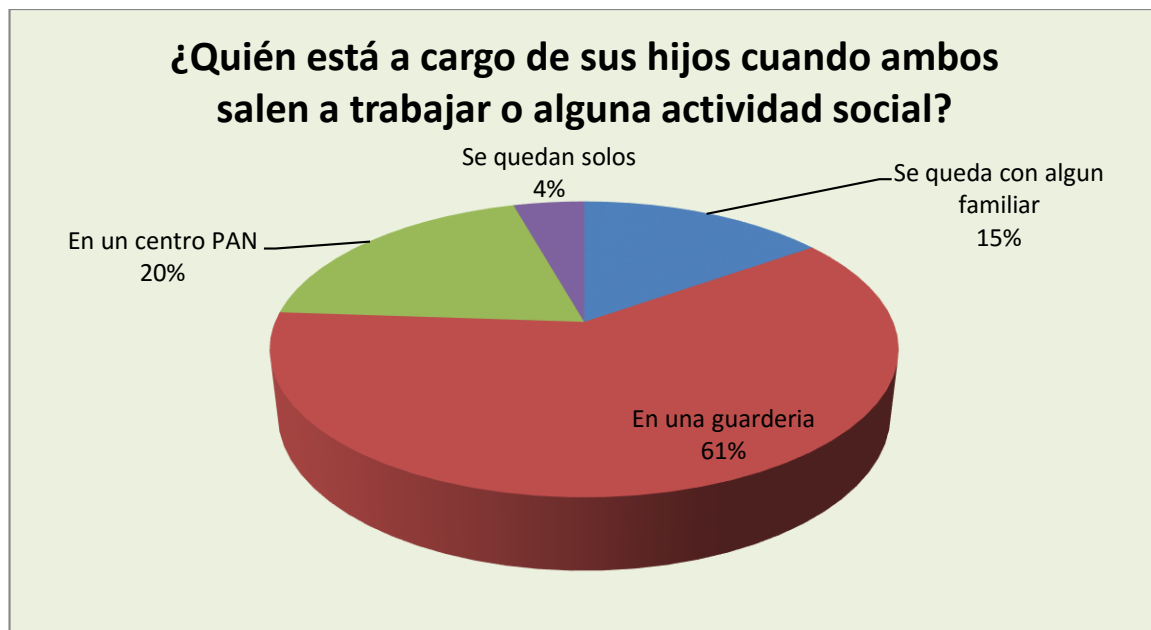


Figura 11

Levantamiento de Información Porcentaje a Cargo de los Hijos

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

De las personas encuestadas el 61% confirma que deja a sus hijos en una guardería, el 20% optan por los centros PAN, solo el 15% dejan a sus hijos con algún familiar y extrañamente nos llama la atención que existe un 4% que se arriesga a dejar solos a sus hijos.

Tabla 7

Pregunta encuesta ¿Le es dificultoso el tener que llevar a sus hijos a una guardería, centro o casa de algún familiar?

Detalle	Porcentaje
Si	96%
No	4%
100%	

Fuente: Elaboración Propia

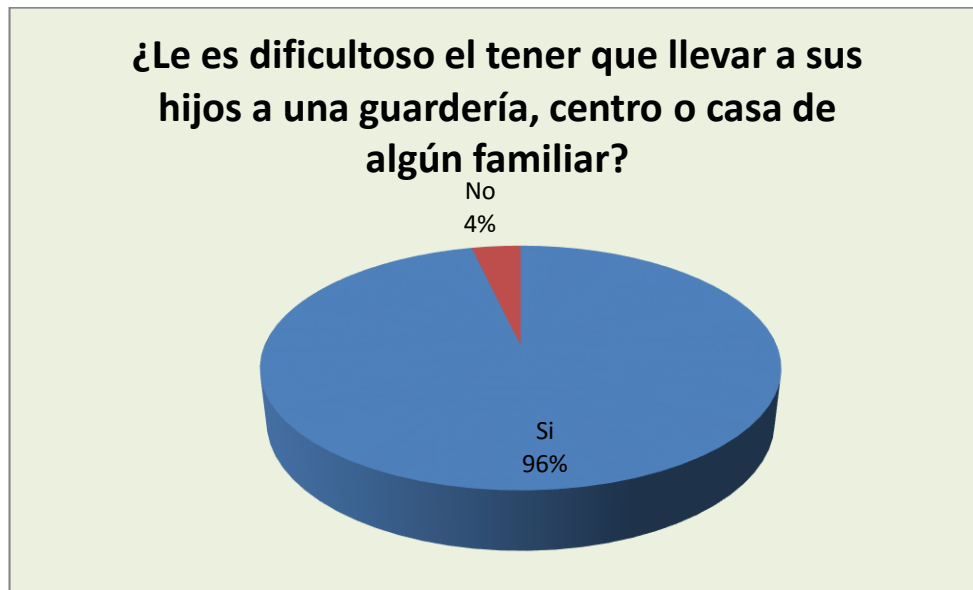


Figura 12

Levantamiento de Información Porcentaje a Cargo de los Hijos

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 96% de los encuestados afirman la dificultad de trasladar a los niños a una guardería o a la casa de algún familiar el 4% respondió que no les ocasionaba problemas.

Tabla 8

Pregunta encuesta Ha tenido dificultades con las personas que están a cargo de sus niños

Detalle	Porcentaje
Si	89%
No	11%
	100%

Fuente: Elaboración Propia



Figura 13

Levantamiento de Información Porcentaje Dificultades con personas a cargo de los niños

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 89% de las respuestas fueron afirmativas hacia los problemas que tuvieron con las personas o instituciones que actualmente se encargan o apoyan del cuidado de sus niños y el 11% indico que no tuvo problemas.

Tabla 9

Pregunta encuesta ¿Ha precisado el cuidado de sus hijos solamente por horas o por las noches?

Detalle	Porcentaje
Si	100%
No	0%
100%	

Fuente: Elaboración Propia

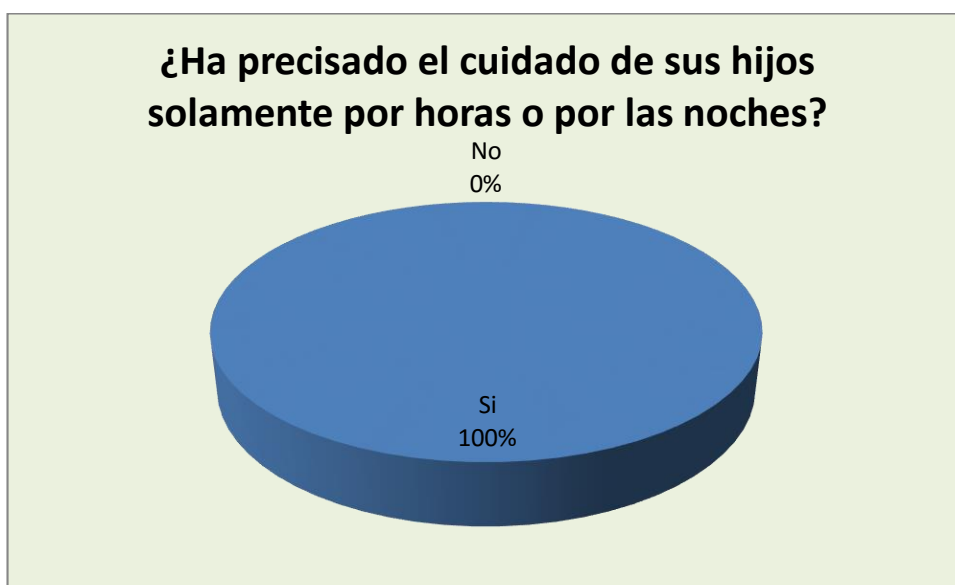


Figura 14

Levantamiento de Información Porcentaje de necesidad cuidado por horas o noche

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 100% demostró precisar este tipo de servicios

Tabla 10

Pregunta encuesta ¿Preferiría contar con un cuidado personalizado, confiable y responsable para sus hijos en su propia casa?

Detalle	Porcentaje
Si	100%
No	0%
100%	

Fuente: Elaboración Propia

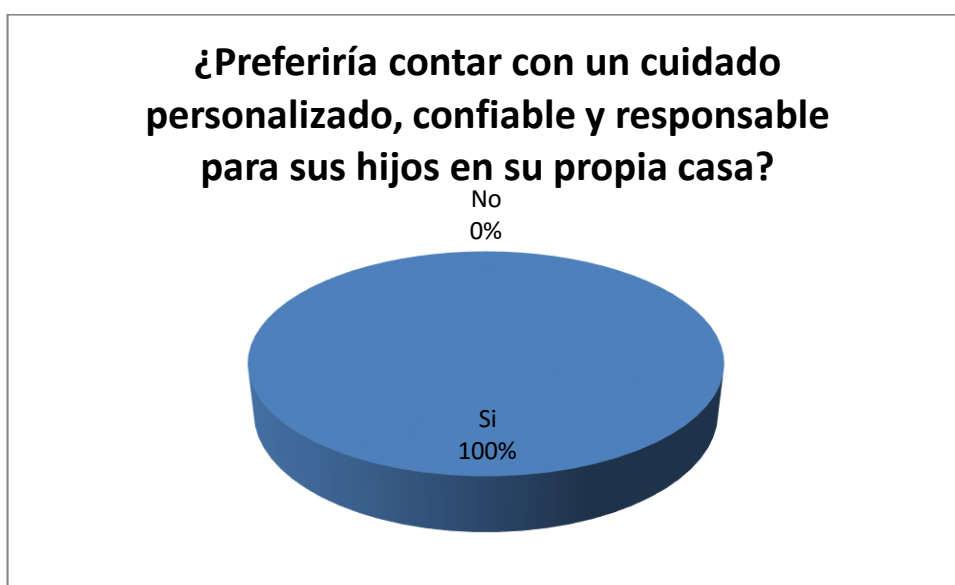


Figura 15

Levantamiento de Información Porcentaje de necesidad de servicio

Fuente Elaboración Propia

Análisis

De los 87 % de padres con hijos, como un 100%.

El 100% demostró precisar este tipo de servicios

7.5 Análisis de la Demanda

La Población manifiesta que el 89% de ambos padres trabajan o estudian y tiene hijos comprendidos entre edades de 2 a 9 años los cuales precisan de apoyo en la crianza o cuidado de sus niños, mostrando una tendencia actual en el ámbito laboral local, donde la participación de la mujer en actividades de trabajo y estudio se va incrementando disminuyendo la disponibilidad de la madre de familia para el cuidado de los niños.

Considerando que no existen datos históricos respecto al servicio a ser prestado en la ciudad de Cobija, se aplicó un análisis lógico para la determinación de la demanda basada en las encuestas realizadas.

Se consideró un Universo de Población en la ciudad de Cobija de 56.596 habitantes del área Urbana de los cuales de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadística el 51% está comprendido entre los 20 a 59 años edades consideradas como dentro de los rangos con hijos ascendido a 28,864 personas que podrían tener hijos en la ciudad de Cobija.

De las 28,864 personas en base a nuestras encuestas el 87% asevero que tiene por lo menos un hijo dando un total de 25,112 personas con hijos en Cobija con un promedio de dos niños.

Consideramos que de las 25,112 personas el 75% que corresponde a 18,834 tiene hijos comprendidos entre los dos y nueve años de edad que son las que mas precisan apoyo en el cuidado de sus hijos

También se debe considerar que de las 18,834 personas el 89% tiene ambos padres que estudian o trabajan que serían nuestro mercado meta 16,762 de los cuales el 100% respondieron que tiene dificultades con las personas que están a cargo de sus niños y que preferirían contar con un cuidado personalizado, confiable y responsable para sus hijos en su propia casa, lo que nos permite concluir que de las 16,762 se puede considerar una demanda de 9,278 servicios a familias compuestas por padre y madre con una población de

56,596 habitantes por lo tanto proyectando la población en base a la tasa de crecimiento del INE 6.5% para la ciudad de Cobija la demanda proyectada está dada por:

Tabla 11

Demanda Proyectada

Año	Población	Demanda (Cantidad de Servicios)
2016	56.596	9.278
2017	60.275	9.881
2018	64.193	10.523
2019	68.365	11.207
2020	72.809	11.936
2021	77.541	12.712

Fuente Elaboración Propia

7.6 Análisis de la Oferta

Para poder analizar la oferta o competencia dentro del mercado local debemos entender los principales tipos de cuidado existentes en la ciudad de Cobija.

Una de los cuidados más populares son las empleadas domésticas que cuidan del niño/a en su entorno familiar, esta persona suele ser contratada por los padres, no solamente para el cuidado sino también para algunas actividades propias del hogar como la limpieza y la cocina motivo por el cual el cuidado de los niños/as queda relegado a un segundo plano esto también implica que estas personas trabajan con horarios fijos y no cuentan con garantías o confianza total y muchas veces faltan al trabajo lo que ocasiona serios problemas a los padres que no tienen con quien dejar a sus hijos.

De forma aislada existen también las cuidadoras en sus propias casas que ofrecen cuidados privados a niños/as de todas las edades, generalmente en su propia casa. Los cuidadores suelen ser trabajadores autónomos y pueden tener sus propios hijos/as en casa, de manera que cuidar de otros infantes les proporciona unos ingresos al tiempo que se ocupan de los

suyos, pero por las condiciones no adecuadas de la vivienda y considerando el traslado de los niños esto implica también una controversia pues estas personas no solo se dedican al cuidado de los niños pues a su vez también realizan las tareas de su hogar como lavar, planchar o cocinar por lo que no brindan una atención privilegiada o concentrada en los niños/as

Los centros de cuidado de menores pueden ser privados o públicos, los que se ocupan de niños/as muy pequeños se llaman guarderías, parvularios. Otros centros se concentran en la educación preescolar para los niños de 3 a 5 años y se llaman jardín de infancia, escuela maternal o centro preescolar, estos centros pueden aceptar niños desde los 3 meses hasta la edad escolar. Una de las opciones de cuidado infantil disponibles y más populares es la de las guarderías y los centros públicos PAN, los beneficios de las mismas es que deben estar licenciadas y cumplir con ciertas regulaciones gubernamentales. Esto significa que las guarderías deben pasar por frecuentes inspecciones sanitarias y de seguridad, y que los empleados también deben estar entrenados en temas relacionados con la Educación Infantil. Una guardería proporcionará un ambiente estructurado en el cual sus hijos/as podrán socializar con otros niños. Las guarderías brindan ambientes grupales compuestos por 12 niños/as o más, al mismo tiempo que respetan los criterios legales mínimos de la razón entre niños y cuidadores. Pero en los centros PAN los cupos son muy limitados y los horarios restringidos, así como también las edades pues solo cuidan a niños menores de cinco años. Las guarderías privadas al contar con infraestructura y equipamiento y a su vez brindar alimentación incrementan sus precios ocasionando que sea muy difícil para todos los padres optar por este servicio además de la incomodidad y dificultad de llevar y recoger a los niños a estos centros o guarderías.

Por las consideraciones contempladas y al no existir un servicio similar al nuestro dónde se brinda niñeras capacitadas y exclusivas para el cuidado de los niños en la misma casa u hogar a un precio accesible podemos considerar que para nuestro proyecto en la actualidad no existe competencia por lo cual la oferta será cero



Figura 16

Archivo Fotográfico relevamiento de información Oferta

Fuente Elaboración Propia

7.7 Demanda Insatisfecha

Para la estimación de la demanda insatisfecha se tomaran los datos proyectados de la demanda y la oferta que en nuestro caso es cero por lo que la demanda insatisfecha está dada por:

Tabla 12

Demanda Insatisfecha Proyectada

Año	Población	Demanda (Cantidad de Servicios)	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	60.275	9.881	0	9.881
2018	64.193	10.523	0	10.523
2019	68.365	11.207	0	11.207
2020	72.809	11.936	0	11.936
2021	77.541	12.712	0	12.712

Fuente: Elaboración Propia

8 ESTRATEGIA DE MERCADEO

Se define como estrategia de mercadeo o comercialización, aquellas acciones que van dirigidas al cumplimiento de un plan o un objetivo, para analizar las oportunidades, definir el mercado objetivo y para poder segmentar apropiadamente el mercado.

En base a ello se ha determinado por las características de nuestro proyecto hacer una estrategia de diferenciación ya que esta es una estrategia cuyo objetivo consiste en elaborar productos y servicios considerados únicos, en la industria y dirigidos a consumidores que son relativamente poco sensibles a los precios.

8.1 Plan de Marketing

El plan de marketing es un documento estructurado que define: Objetivos comerciales a conseguirse en un periodo de tiempo determinado; así como, las estrategias, tácticas y acciones que se implementarán para lograr el éxito deseado de cualquier emprendimiento.

8.1.1 Análisis FODA

Para el Análisis de la situación aplicamos la herramienta FODA que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos formulados. Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento.

Es por ello que para poder tener un mejor entendimiento del entorno se aplicó la matriz FODA Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

Fortalezas

- Disponibilidad de talento humano capacitado.
- Atención de niñeras las 24 horas a requerimiento
- Servicio nuevo en el mercado.
- Atención personalizada en el cuidado de niños/as en su propio domicilio

Debilidades

- Empresa nueva en el mercado
- Renuncia de personal ya capacitado
- Domicilios inadecuados para la prestación del servicio.

Oportunidades

- Mercado Potencial elevado
- Incremento de la Demanda del Servicio
- Cierre de centros PAN por bajo presupuesto municipal.

Amenazas

- Copias y sustitutos del servicio prestado.
- Disposiciones gubernamentales
- Inseguridad del cliente.

8.1.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa.

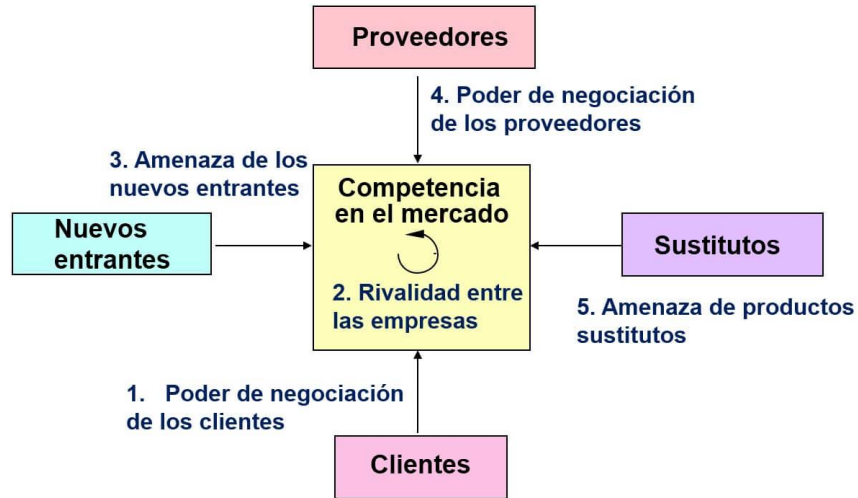


Figura 17

Las cinco fuerzas de Porter

Fuente <http://www.5fuerzasdeporter.com/wp-content/uploads/2015>

1.- Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación lo tienen nuestros clientes, debido a la poca asistencia de empresas relacionadas al rubro, sin embargo, se debe pensar en optimizar el servicio, a través de procedimientos, sean estos de selección y reclutamiento del personal, así como administrativos y contables.

2.- Rivalidad entre las empresas

En lo concerniente al servicio que se brindara en el cuidado de niños/as existe un bajo riesgo pues no existen empresas que brinden nuestros servicios.

3.- Amenaza de nuevos entrantes

La Inversión Inicial, la tecnología aplicada, la administración y finanzas, y el bajo costo del servicio son factores bajos y medios por lo que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este mercado, por ello, se deberá dar un valor agregado al servicio para mantener una amplia diferencia ante la competencia.

4.- Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de nuestros proveedores es baja debido a que no precisamos mayores materiales o insumos para la prestación del servicio, pero si se debe considerar dentro de un riesgo el personal capacitado con el que contaría la empresa pues los podemos asumir como nuestros proveedores para la prestación del servicio pero esto no limita a conseguir nuevo personal y capacitarlo nuevamente.

5.- Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de sustitución de los servicios es de nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que brinden el servicio de cuidado de niños en este caso niñeras puertas adentro, lo cual no representa mayor preocupación por lo que en su mayoría no tienen conocimiento en desarrollar las motricidades, destrezas y habilidades en los niños, esto genera desconfianza en los padres y por ende una insatisfacción en el mercado.

8.1.3 Misión y Visión

Misión

Brindar un servicio en la ciudad de Cobija de cuidado infantil a domicilio donde los niños y niñas se sientan cómodos, comprendidos y protegidos en su propio hogar y los padres de familia se sientan seguros y confiados de dejar a sus hijos con personal capacitado que cumpla con todas sus expectativas y necesidades.

Visión

Ser una empresa líder en el cuidado infantil en la ciudad de Cobija mejorando la atención de las necesidades e intereses de los padres y niños/as con un enfoque de calidad, confianza, eficiencia y excelencia al cliente.

8.1.4 Marca, Logotipo, Slogan

La Marca, logotipo y slogan son los principales elementos de identificación visual, es aquello que va a permitir a sus diferentes públicos identificarlo del resto con tan solo un vistazo.

Por ello debemos cuidar y mantener una homogeneidad en su tratamiento para no desvirtuar la imagen y mantener una coherencia frente a todos los elementos. El logotipo está compuesto por una parte textual y por una parte gráfica. El slogan es una frase corta, concisa y fácil de recordar, que sintetiza la esencia e idea principal de una campaña publicitaria o una marca. Cada uno de estos elementos guarda una relación proporcional respecto a los demás elementos que debe ser mantenida en todas las reproducciones del logotipo.



EL CUIDADO DE SUS HIJOS EN LA COMODIDAD DE SU HOGAR

Figura 18

Marca, Logotipo, Slogan

Fuente Elaboración Propia

8.1.5 Desarrollo del Marketing Mix

8.1.5.1 Producto

La presencia de un producto o servicio es el medio por el cual se puede satisfacer las necesidades y expectativas del cliente o consumidor, los servicios de cuidado de niños que se ofrecerá a este segmento de mercado de manera eficaz y oportuna ayudaran a satisfacer las necesidades de aquellos padres y madres de familia que no disponen del tiempo

necesario para cuidar a sus hijos/as, la prestación de este servicio exige calidad y dedicación para lograr un alto nivel de confiabilidad, a través de técnicas en el cuidado a los niños, para ello se pondrán a disposición personal altamente capacitado con dedicación exclusiva y no realizan funciones de servicio doméstico para la familia.

Los tipos de Servicio los podemos clasificar en los siguientes:

- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas menor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00 p.m.)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)
- ✓ Servicio de cuidado infantil por horas menor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)

Ofrecemos una alternativa diferente del mercado actual ya que el servicio de cuidado de niños es nuevo y de mucha utilidad para padres y madres ocupados o que tengan alguna actividad, y no tienen con quien dejar a sus pequeños

8.1.5.2 Precio

Se debe considerar en poner un precio inicial cuando se desarrolla un nuevo producto o se ofrece un nuevo servicio sin perjuicio de lo anterior, para la fijación de los precios debemos tomar en cuenta los precios de la competencia, los requerimientos del proyecto y los costos fijos y variables para poder determinar un precio justo con un margen de utilidad los precios serán fijadas en el estudio económico y financiero, basado también en los precios de la competencia y el mercado.

La estrategia de precios irá encaminada a posicionar a la empresa hacia el pensamiento por parte del cliente como un lugar en el cual encontrara un servicio para que se sientan seguros al momento de dejar a sus hijos en manos de una niñera. Esta estrategia consiste en establecer un precio medio al promedio del mercado.

8.1.5.3 Plaza

Es la ubicación de la empresa es un lugar físico para llevar a cabo sus actividades y ofrecer sus servicios facilitando su acceso a los clientes. La oficina estará situada en la ciudad de Cobija en la Av. Las Palmas a una cuadra de la Universidad Amazónica de Pando, esta ubicación está en el centro de la ciudad y facilita el acceso para los clientes.

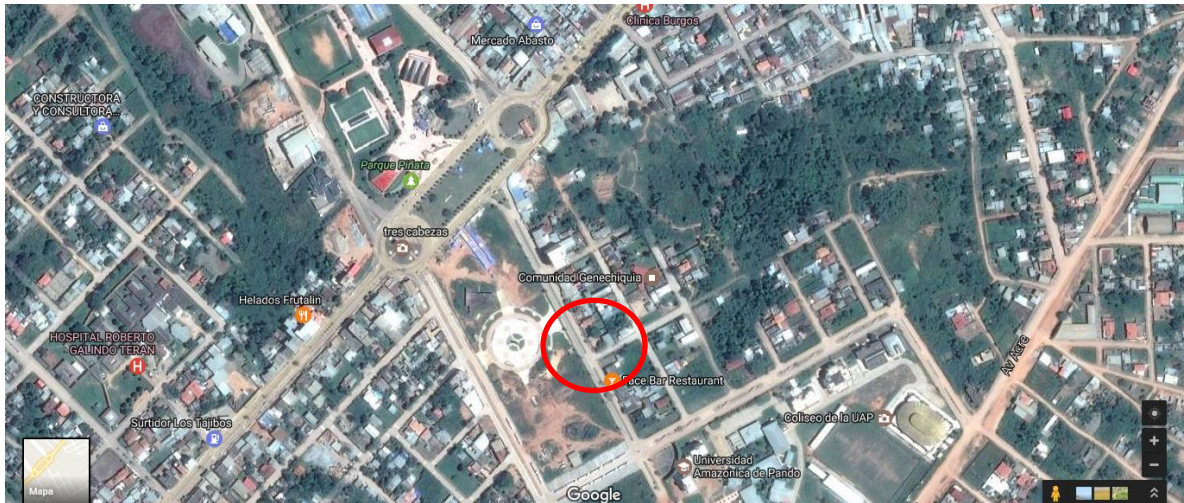


Figura 19

Definición de Plaza

Fuente: Google Maps

8.1.5.4 Promoción

La imagen que queremos mostrar ante nuestros clientes es la de un servicio serio y confiable, destacando la ética y los valores humanos.

Se han establecido los siguientes medios que nos va permitir llevar y llegar con nuestro servicio a nuestros futuros clientes.

- ✓ Elaborar contenidos de información que vamos a proporcionar a través de la página web
- ✓ Realizar una campaña promocional trimestral, a través de las redes sociales para atraer a los internautas a nuestro sitio.

- ✓ Presentación del servicio a través de medios audiovisuales.
- ✓ Aplicación del marketing directo para llegar de forma más eficaz, repartiendo volantes y afiches, para dar a conocer mediante charlas los servicios que presta la empresa al segmento objetivo y establecer contacto con los clientes potenciales.

Sitio Web y redes sociales

Consideramos que todo lo que represente a nuestra empresa debe manejar una línea que exprese eficiencia, rapidez, confianza y tecnología estas características las relacionamos a nuestra empresa a base de una imagen global.

Nuestro sitio está compuesto por las siguientes características de menú con las siguientes pantallas como son: Inicio, Nosotros, Servicios, Temario, Nuestro Personal, Sugerencias y Contactos como se muestra en la siguiente pantalla. Así mismo también esta imagen con números de contactos serán remitidas en las redes sociales



Figura 20

Imagen página Web

Fuente Elaboración Propia

Medios Audiovisuales

Se utilizará los medios audiovisuales locales para llegar a un segmento importante de la población en horarios de programas de alta difusión el spot será transmitido en dos canales de la ciudad de Cobija



Sistema Pandino de Comunicación



Unitel

Figura 21

Medios Audiovisuales

Fuente Elaboración Propia

Marketing Directo

Este abarca una serie de actividades informativas y persuasivas para recordar las ventajas y beneficios del servicio, por ello es necesario que la empresa incentive a sus clientes para incrementar las ventas, se utilizarán volantes y afiches. De igual manera se obsequiará a nuestros clientes artículos tales como: bolígrafos y llaveros



Figura 22

Afiches

Fuente Elaboración Propia

NANA'S


EL CUIDADO DE SUS HIJOS EN LA COMODIDAD DE SU HOGAR

MISION

Brindar un servicio de cuidado infantil a domicilio donde los niños y niñas se sientan cómodos, comprendidos y protegidos en su propio hogar y los padres de familia se sientan seguros y confiados de dejar a sus hijos con personal capacitado que cumpla con todas sus expectativas y necesidades.

Servicios que Ofrecemos

- * **Cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00)**
- * **Cuidado infantil por horas menor a 5 en horario diurno (7:00 a.m. – 19:00 p.m.)**
- * **Cuidado infantil por horas continuas mayor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)**
- * **Cuidado infantil por horas menor a 5 en horario nocturno (20:00 a 06:00 a.m.)**



PARA MAYOR INFORMACION
 Contáctese a nuestro Celular 77589325 a la página web
www.nanas_cbj.com.bo
 Nuestras Oficinas en la Av. Las Palmas ingreso UAP

Figura 23

Volantes

Fuente Elaboración Propia

8.1.5.5 Personal

Para poder contar con un personal adecuado y capacitado en la atención del cuidado de los niños se realizara un diagnóstico así como el sometimiento a una entrevista y a sesiones de trabajo; para establecer los intereses, la vocación y las expectativas de la aspirante.

Posteriormente se aplicará un plan de dos semanas de formación integral, con el objetivo de lograr personal que cuente con conocimientos sólidos en el cuidado de los niños/as.

8.1.5.6 Evidencia Física

La evidencia física será de acuerdo a la satisfacción del cliente, después del servicio se le entregara una pequeña hoja para que nos brinden su conformidad o sugerencia este tema es importante para velar la calidad de nuestro servicio.

El control de calidad basado en la evaluación de desempeño, se presenta como un punto clave de la Evidencia Física, pues es a través de ésta que se puede identificar los aspectos más importantes y se pueden aplicar mejoras o ajustes al servicio.

8.1.5.7 Proceso

Se firma un convenio o contrato para la prestación del servicio, especificando claramente las obligaciones y compromisos por ambas partes y estableciendo alguna necesidad específica del niño

La niñera es llevada por parte del servicio al domicilio e inicia su labor controlando la hora de ingreso, una vez concluido el servicio la niñera es recogida por personal de la empresa el mismo que efectuó el cobro del servicio correspondiente de acuerdo al horario y servicio.

9 ESTUDIO TECNICO

9.1 Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se considera como el factor predominante la demanda insatisfecha ya que al ser un servicio no implica materia prima o insumos que sean de importancia como para ser considerado lo mismo que el financiamiento.

En tal sentido se cuenta con una demanda insatisfecha de 9,881 servicios, pero se debe considerar que los recursos humanos son un factor predominante para determinar el tamaño del proyecto por lo que se plantea lo siguiente:

Tabla 13

Tamaño de Proyecto

Cantidad de Servicios por Día	Horas de Servicio por Día	Total Horas por Día	Total Hora Por Semana	Total Hora Por Mes	Total Hora Por Año
8	8	64	448	1.792	21.504

Fuente Elaboración Propia

La Demanda Insatisfecha calculada en el Estudio de Mercado correspondía a 9,881 servicios a los que se le calcula las mismas ocho horas por día resultando un total de 79,048 horas, por lo cual nuestro tamaño de proyecto planteado de 21,504 horas, cubrirá el 27% de la Demanda Insatisfecha

9.2 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del Proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer los costos. Su objetivo es explicar los procedimientos o procesos a través de los cuales se podrían obtener los objetivos del proyecto, es decir, busca establecer los aspectos técnicos que condicionan el desarrollo de un proyecto y los recursos necesarios para su funcionamiento.

9.2.1 Características del Servicio

El proceso inicia cuando se presenta un interés por algún cliente que solicita información. A través de una buena comunicación se busca conocer las necesidades y se desarrolla una presentación descriptiva de las ventajas del servicio, se lo invita a conocer los perfiles de las diferentes personas que trabajan en la empresa haciendo énfasis en las garantías y capacitaciones a nuestro personal.

Posteriormente se hace un seguimiento sutil al cliente, buscando la confianza de su parte y mostrando el interés por parte de la empresa para que decida contratar nuestros servicios, de llegar a un acuerdo se da una explicación detallada del servicio que se presta, con el fin de que el cliente pueda conocer los procesos y la forma de cuidado de los niños.

Una vez informado el cliente se firma un convenio o contrato que confirma cada uno de los puntos conversados, especificando claramente las obligaciones de la empresa y el compromiso por parte de los padres de familia, se debe dejar establecido claramente las necesidades específicas de niños o los niños, cuidados y necesidades especiales.

La empresa busca poder tener toda la información y documentación relevante y específica de los padres y de los pequeños a su cargo, por tanto se hace un historial de vacunas, copia del certificado de nacimiento de los niños, copia de la cedula de identidad de los padres, ficha médica, información sobre medicamentos, preferencias por parte de los padres de familia, horarios de alimentación así como sueño y cualquier otros puntos que será importante y relevante para el buen cuidado de los niños.

9.2.2 Proceso de Prestación del servicio

El Proceso de cada uno de los servicios establecidos es el siguiente:

Capacitación

El primer paso del servicio, obviamente es la capacitación de nuestro personal que viene a ser las niñeras. Primero es indispensable un diagnóstico así como el sometimiento a una entrevista y a sesiones de trabajo; para establecer los intereses, la vocación y las expectativas de la aspirante.

Posteriormente se aplica un plan de dos semanas de formación integral, con el objetivo de lograr personal que cuente con conocimientos sólidos en el cuidado de los niños/as para ellos se plantean los siguientes contenidos

El niño, una persona humana:

- ✓ Derechos Humanos
- ✓ Derechos de la niñez y adolescencia
- ✓ Constitución Política del Estado en lo referente a la niñez

Fundamentos de la educación inicial:

- ✓ Desarrollo, crecimiento, aprendizaje, maduración.
- ✓ Crianza y educación inicial.
- ✓ Rol de los padres, maestras y niñeras.
- ✓ Períodos sensitivos, instintos, guía y aprendizaje.
- ✓ Necesidades integrales del niño.
- ✓ Competencias de la madre y la niñera

El niño y sus necesidades

- ✓ Desarrollo físico y cuidados.
- ✓ Nutrición: Lactancia materna, alimentación sólida.
- ✓ Salud: Baño, higiene, sueño, pañal, vacunación, dentición.
- ✓ Desarrollo cognitivo y del lenguaje.

- ✓ Estímulo sensorio-motriz: juegos, canciones, música clásica.
- ✓ Psicomotricidad gruesa: gateo, traslados, pre caminata.
- ✓ Comunicación no verbal: Llanto, gestos, sonrisa, arrullo, balbuceo.
- ✓ Desarrollo afectivo-social.
- ✓ Desarrollo espiritual y de valores.
- ✓ Rutina, orden, hábitos, confianza, oraciones.
- ✓ Desarrollo lenguaje: Sílabas, palabras, oraciones simples.
- ✓ Auto concepto, autonomía versus vergüenza y duda, autoestima.
- ✓ Obediencia, independencia, compartir.
- ✓ Desarrollo físico y cuidados.
- ✓ Obediencia, independencia, compartir.

Introducción

Se da una presentación del servicio al cliente, enfatizando las fortalezas y ventajas del mismo, así como dar un seguimiento para captar al cliente y que este nos refiera a posibles interesados.

Inscripción

Se informa de forma detallada, los procedimientos, obligaciones, cuidados, así como los compromisos por parte de los padres de familia, se llena los formularios y se reúne toda la documentación y se firme el contrato o convenio.

Cobro

Este se realizará de forma anticipada cuando el administrador de la empresa lleve a la trabajadora calificada al hogar donde de acuerdo al servicio se establece la tarifa a cancelar.

Ejecución del Servicio

Se prestará el servicio de forma profesional escogiendo a la persona más adecuado de nuestro grupo de trabajadoras haciendo un seguimiento tanto por parte de la empresa como la comunicación constante con los padres mediante las redes sociales, cualquier

inconveniente se manejará con la autorización de los padres y se buscará mejorar constantemente para lograr la satisfacción total del cliente que nos brindará crecimiento.

Control de Calidad

La calidad de un servicio es una cualidad intangible que muestra la bondad y atributos diferenciados del servicio de cuidado de niños y refleja y garantiza la durabilidad de la empresa en el tiempo, permitiendo controlar el proceso y los resultados de la prestación del servicio.

El control de calidad basado en la evaluación de desempeño, se presenta como un punto clave para la identificación de las competencias que presenta el personal, pues es a través de ésta que se puede identificar los aspectos más importantes y que generan impacto en el servicio y el desarrollo organizacional.

Las ventajas de la evaluación del desempeño para la calidad son las siguientes:

- ✓ Mejora el desempeño: Mediante la retroalimentación sobre el desempeño, el gerente lleva a cabo acciones adecuadas para mejorar el desempeño.
- ✓ Decisiones de ubicación: Las promociones, transferencias y separaciones es por lo común en el desempeño anterior o en el previsto. Las promociones son con frecuencia un reconocimiento del desempeño anterior.
- ✓ Necesidades de capacitación y desarrollo: El desempeño insuficiente puede indicar la necesidad de volver a capacitar. De manera similar, el desempeño adecuado o superior puede indicar la presencia de un potencial no aprovechado.

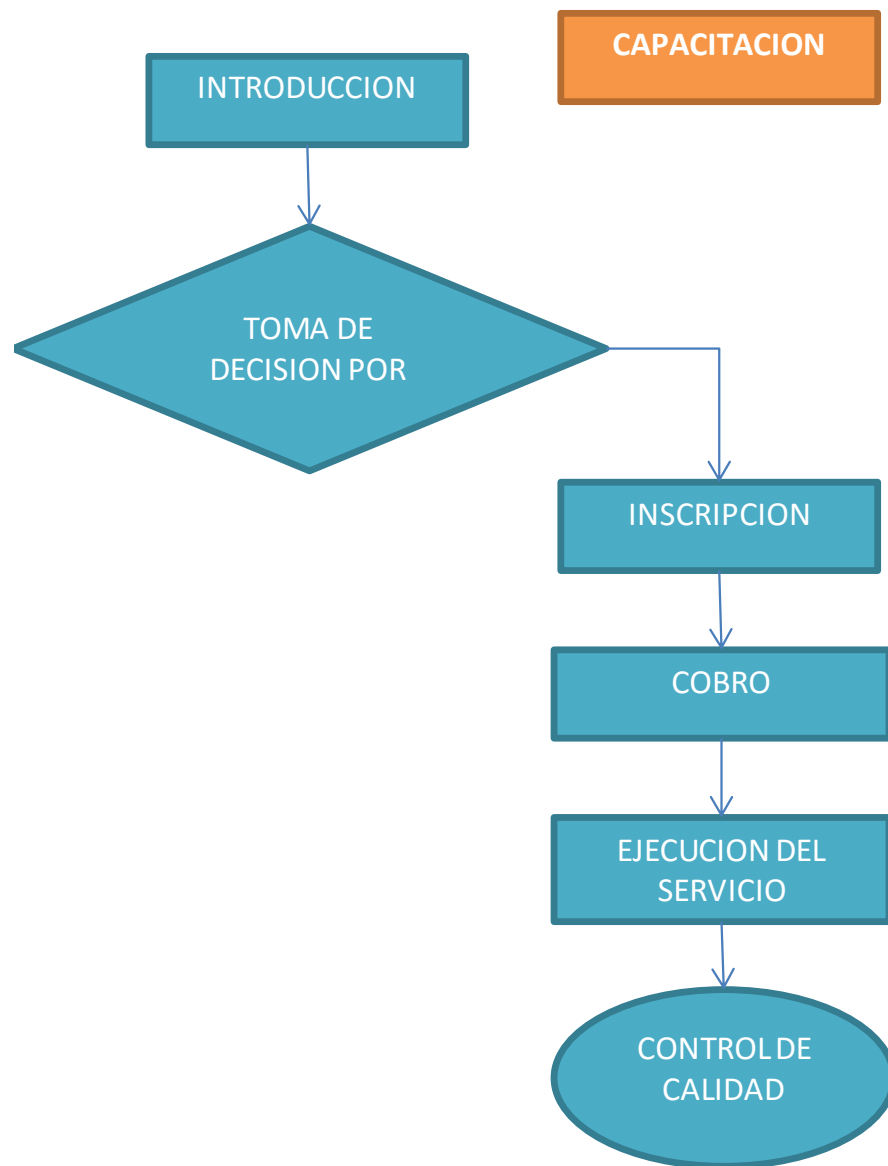


Figura 24
Diagrama de Flujo
Fuente Elaboración Propia

9.2.3 Requerimientos

Es necesario señalar en forma desagregada la cantidad de recursos a utilizarse, así como sus costos, los cuales son importantes para realizar el posterior análisis económico financiero, los requerimientos o recursos necesarios para la empresa son los siguientes:

Tabla 14

Requerimientos

ITEM	Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Monto Total
Edificaciones	Alquiler de Inmueble	Meses	12	2.000	24.000
Sub Total Edificaciones					24.000
Vehículos	Motocicletas para transporte de personal	Pieza	2	7.000	14.000
Sub Total Vehículos					14.000
Equipos de Computación	Computadora	Pieza	2	4.500	9.000
Equipos de Computación	Impreso multi función	Pieza	1	800	800
Sub Total Equipos Computación					9.800
Recursos Humanos	Gerente Administrador	Meses	13	4.500	58.500
Recursos Humanos	Secretaria	Meses	12	2.500	30.000
Recursos Humanos	Ocho Niñeras				
Recursos Humanos	Capacitadas (cada una un sueldo de Bs. 2000 mensual)	Meses	13	16.000	208.000
Recursos Humanos	Chofer Mensajero	Meses	12	2.000	24.000
Sub Total RRHH					320.500
Muebles y Enseres	Escritorio con Sillas Rotatorias	Juego	2	4.500	9.000
Muebles y Enseres	Vestuarios	Pieza	1	3.500	3.500
Muebles y Enseres	Mesa con seis sillas	Juego	1	1.800	1.800
Muebles y Enseres	Cama con colchón de plaza u media	Juego	1	2.000	2.000
Muebles y Enseres	Sala de Espera	Juego	1	2.000	2.000
Muebles y Enseres	Material de Oficina	Global	1	3.500	3.500
Sub Total Muebles y Enseres					21.800
Operación y Mantenimiento	Pago de luz, telefonía celular, combustibles, aceites y mantenimiento	Global	1	15.000	15.000
Sub Total O y M					15.000

Fuente: Elaboración Propia

10 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

10.1 Figura Administrativa

La Figura Administrativa está relacionada al concepto mismo de organización interna de la empresa y sus funciones y responsabilidades principales de cada uno de sus miembros, para ello se presenta el organigrama que permite ver tanto los grados de dependencia como la jerarquización dentro de la misma.

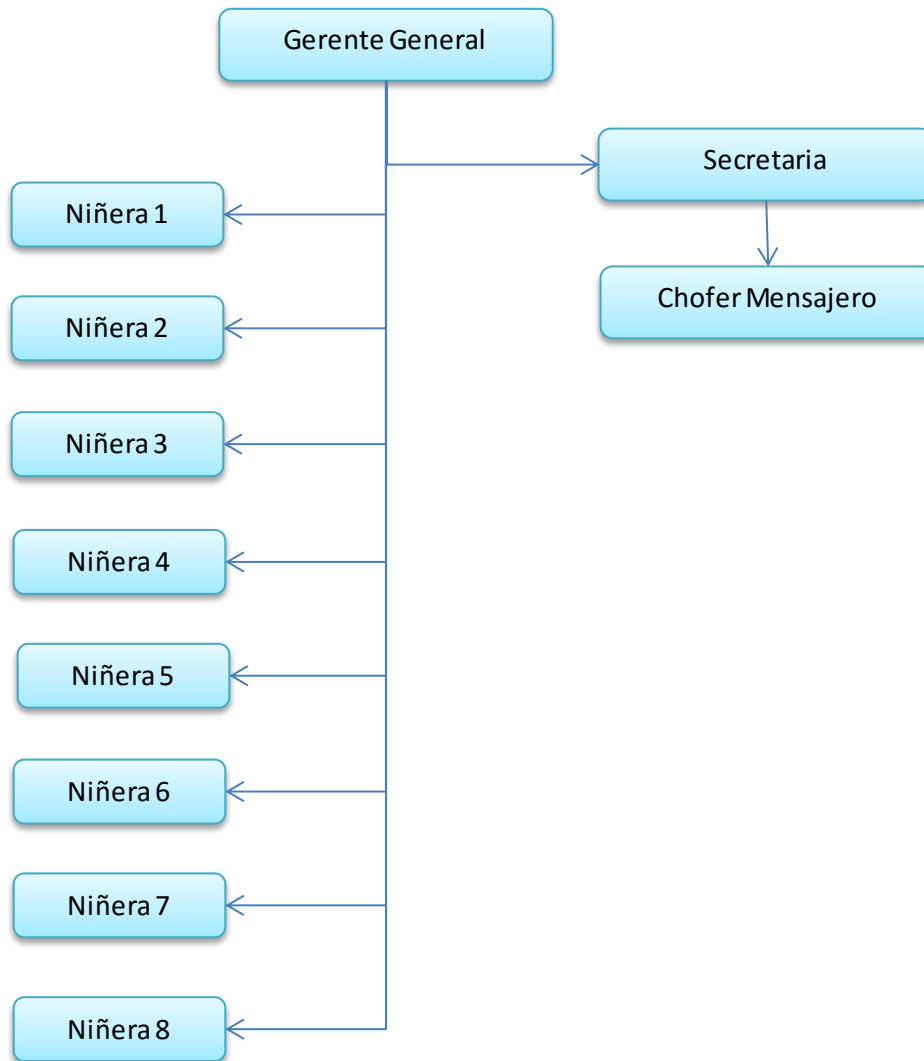


Figura 25

Organigrama

Fuente Elaboración Propia

En base al organigrama se determinan las funciones principales de cada miembro de la empresa

Gerente General

Determinación del cargo: Gerente General
Función: Gerencia toda la empresa

Requisitos para el cargo:

- Ser ciudadano boliviano.
- Tener título en provisión nacional en licenciatura en Ingeniería Comercial.
- Tener experiencia mínima de 2 años en funciones de cargos similares.
- Tener incentivas para realizar nuevos emprendimientos.
- Tener buenas relaciones públicas.
- Capacidad de trabajar bajo presión.

Descripción de cargo

Es responsable de la administración, planificación, organización y control de la economía financiera, recursos humanos, materiales, producción y estabilidad de la empresa.

Deberá coordinar planes, programas y proyectos para optimizar operaciones económicas-financieras en beneficio de la empresa.

Secretaria

Determinación del cargo: Secretaria
Función: Ayudar en el proceso de la administración
Jefe inmediato Gerente General

Requisitos para el cargo:

- Ser ciudadana boliviana.
- Tener título en secretariado general
- Tener experiencia mínima de 2 años en ejercicio profesional en funciones similares.
- Tener incentivas para realizar nuevos emprendimientos.
- Tener buenas relaciones públicas.

- Capacidad de trabajar bajo presión.

Descripción de cargo

Es responsable de elaborar documentos dependientes de la gerencia, ayudará en la parte administrativa de la comercialización y elaborará reportes técnicos de las actividades realizadas en la empresa.

Chofer Mensajero

Determinación del cargo:	Chofer Mensajero
Función:	Conducir los vehículos de la empresa y realizar trabajo de mensajería
Jefe inmediato	Secretaria

Requisitos para el cargo:

- Ser ciudadano boliviano.
- Tener licencia de conducir categoría B o C.
- Tener experiencia de un año en el área de comercio.
- Tener buenas relaciones humanas.
- Capacidad de trabajar bajo presión.
- Tener respeto y honestidad.

Descripción del cargo

Es el encargado de conducir la moto y llevar y recoger a las niñeras que no cuentan con su propio transporte, verificar el buen estado del vehículo, recoger y comprar los materiales de escritorio que se requieran entre otras actividades que se le soliciten.

Niñera

Determinación del cargo:	Niñera
Función:	Cuidado de los niños
Jefe inmediato	Gerente General

Requisitos para el cargo:

- Ser ciudadano boliviano.
- Haber sido capacitada por la empresa en el cuidado de los niños.
- Certificado de REJAP de que no cuenta con sentencia ejecutoriada.
- Certificado de residencia por más de cinco años en la ciudad de Cobija.
- Garantías personales.
- Buenas referencias laborales.
- Tener respeto y honestidad.

Descripción del cargo

Son las encargadas directas del cuidado de los niños.

10.2 Figura Legal

La Figura Legal está referida a analizar la base jurídica que respalda las operaciones desde tres ámbitos: La naturaleza jurídica de la empresa, los aspectos tributarios y las licencias de operación

Naturaleza Jurídica: La empresa se establece como empresa Unipersonal

Aspectos Tributarios: Al ser empresa Unipersonal emite factura por cada servicio brindado, envía formularios de forma mensual y realiza estados financieros de forma anual.

Licencias de Operación: Las licencias de Operación requeridas son:

- Fundempresa
- NIT
- Patente Municipal
- Registro AFP
- Registro Caja de Salud
- Registro Ministerio de Trabajo

11 INVERSION Y FINANCIAMIENTO

11.1 Inversión Total Requerida

La Inversión Total requerida es el monto económico precisado para iniciar las actividades de la empresa

Tabla 15

Inversión Total Requerida

Detalle	Descripción	Monto en Bolivianos
INVERSION FIJA	Vehículos	14.000,00
	Equipos de Computación	9.800,00
	Muebles y Enseres	21.800,00
Sub total Inversión Fija		45.600,00
INVERSION DIFERIDA	Tramites Funda empresa	450
	Tramites Gobierno Autónomo Municipal de Cobija	2.800,00
	Registro Caja de Salud y Ministerio de Trabajo	430
	Montaje e Instalación	1.000,00
	Capacitación	4.000,00
	Imprevistos	800,00
	Sub Total Inversión Diferida	9.480,00
CAPITAL DE TRABAJO	Alquiler de Inmueble	4.000
	Recursos Humanos	53.417
	Operación y Mantenimiento	2.500
	Presupuesto Plan de Marketing	1.500
Sub Total Capital de Trabajo		61.416,67
TOTAL INVERSION REQUERIDA		116.496,67

Fuente Elaboración Propia

La Inversión Fija se caracteriza por su materialidad y está sujeta en su mayor parte a la depreciación que es gradual a lo largo de su uso, los montos considerados son los determinados en la ingeniería del proyecto

La Inversión Diferida se caracteriza por su inmaterialidad, son servicios necesarios para el estudio o implementación del proyecto, licencias de funcionamiento, registros sanitarios, etc.

El capital de trabajo que representa el monto requerido para la iniciación de operaciones destinado a cubrir los costos iniciales de salarios, servicios, mercadeo, operación, etc. fue determinado en base a los montos anuales de la ingeniería del proyecto donde se calculó un ciclo de 60 días antes de poder percibir algún ingreso en tal sentido los montos calculados son los de la ingeniería del proyecto dividido entre doce y multiplicados por dos meses tiempo suficiente para la capacitación de las niñeras e inicio de operaciones del servicio donde se podría contar con los primeros ingresos.

11.5 Estructura del Financiamiento Requerido

Considerando que el monto total de la inversión asciende a 116.497 bolivianos, no consideramos como preciso el buscar financiamiento de alguna entidad financiera, pudiendo ser cubierto en su totalidad con aporte propio

12 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

12.1 Costos

Los Costos son valores de los recursos materiales, humanos y financieros que el proyecto utiliza para sus diferentes fases se consideran costos fijos y variables

12.2 Costos Anuales Proyectados

Para la preparación de la Tabla de costos se tomaron las siguientes consideraciones:

La Amortización de la inversión diferida que corresponde a Bs. 9,480 es amortizada mediante prorratio en los cinco años equivalente a de Bs. 1,896.

Para el cálculo de la depreciación, se utilizó el método lineal, basado en el supuesto de que el bien físico se deprecia en una cantidad constante cada año

Los otros costos es un monto que se calcula para cualquier imprevisto que no esté calculado dentro del análisis operativo, financiero o técnico

Los costos referentes a Recursos Humanos, para el primer año son los determinados en el estudio técnico del proyecto a partir de esto se proyecta un incremento anual del 5%.

Operación y mantenimiento como mercado y comercialización se mantienen constantes en los cinco años proyectados, pues no presentan grandes fluctuaciones

Tabla 16

Costos Anuales Proyectados

Detalle	Descripción	Costos Anuales Proyectados en bolivianos				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	Amortización Inversión Diferida	1.896	1.896	1.896	1.896	1.896
	Depreciación	7.430	7.430	7.430	7.430	7.430
	Otros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Sub Total Costos Fijos		11.326	11.326	11.326	11.326	11.326
COSTOS VARIABLES	Materia Prima e Insumos	0	0	0	0	0
	Recursos Humanos	320.500	336.525	353.351	371.019	389.570
	Operación y Mantenimiento	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
	Mercadeo y Comercialización	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Sub Total Costos Variables		353.500	369.525	386.351	404.019	422.570
Costos Totales		364.826	380.851	397.677	415.345	433.896

Fuente Elaboración Propia

12.1.2 Costo Unitario de Servicio

El Costo Unitario del Servicio indica el costo que la empresa tendrá por la atención por hora de cada cliente para determinar el mismo se divide el Costo Total entre las cantidades de horas que para nuestro proyecto fueron definidas en el tamaño del proyecto que son 21,504 horas por año.

Tabla 17

Costo Unitario de Servicio

Descripción					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Totales	364.826	380.851	397.677	415.345	433.896
Cantidad de Horas	21.504	21.504	21.504	21.504	21.504
Costo Unitario	17	18	18	19	20

Fuente: Elaboración Propia

12.2 Ingresos

Los ingresos son los montos de dinero que se recibe por la venta de los servicios, que de acuerdo a nuestro servicio serán por las horas de atención a los clientes en el cuidado de los niños.

12.2.1 Precio de Venta del Servicio

Para determinar los ingresos es importante determinar el precio de venta del servicio considerando el porcentaje de utilidad que se espera obtener, asimismo se debe considerar el precio de venta debe estar entre los márgenes del precio vigente en el mercado.

En base al Costo Unitario del Servicio de 17 Bs. se incrementa un 18% de margen de utilidad determinando un precio del servicio por hora de 20 Bs.

Se debe considerar que nuestro proyecto presenta cuatro tipos de servicios pero se considera un precio de venta de 20 Bs. promedio el cual podría disminuir en el día e incrementarse en la noche dependiendo el comportamiento efectivo en el mercado.

12.2.2 Ingresos Anuales Proyectados

Para determinar los ingresos anuales se considera un incremento en el precio por año de un dos por ciento (2%)

Tabla 18

Ingresos Anuales Proyectados

Año	Cantidad	Precio de Venta	Ingresos Anuales
Año 1	21.504	20	430.080
Año 2	21.504	20	438.682
Año 3	21.504	21	447.455
Año 4	21.504	21	456.404
Año 5	21.504	22	465.532

Fuente: Elaboración Propia

12.3 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas

El presente Estado comprueba la capacidad del proyecto de generar utilidades

Tabla 19

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas

Descripción	PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	430.080	438.682	447.455	456.404	465.532
Ventas	430.080	438.682	447.455	456.404	465.532
COSTOS TOTALES	364.826	380.851	397.677	415.345	433.896
Costos Fijos	11.326	11.326	11.326	11.326	11.326
Costos Variables	353.500	369.525	386.351	404.019	422.570
UTILIDAD BRUTA	65.254	57.831	49.778	41.060	31.637
IMPUESTO IUE 25%	16.314	14.458	12.444	10.265	7.909
UTILIDAD NETA	48.941	43.373	37.333	30.795	23.728

Fuente: Elaboración Propia

12.4 Estado de Flujo de Fondos Proyectado

El Flujo de Fondos, muestra la capacidad del proyecto de cubrir sus obligaciones monetarias.

Tabla 20

Estado de Flujo de Fondos Proyectado

Descripción	Instalación	FLUJO DE FONDOS				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	116.497	430.080	438.682	447.455	456.404	537.849
Aporte Propio	116.497					
Financiamiento						
Ingresos		430.080	438.682	447.455	456.404	465.532
Valor Residual						10.900
Capital de Trabajo						61.417
USOS	116.497	371.814	385.983	400.796	416.284	432.479
Inversión Fija	45.600					
Inversión Diferida	9.480					
Capital de Trabajo	61.417					
Costos Fijos Efectivos		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Costos Variables Efectivos		353.500	369.525	386.351	404.019	422.570
Impuestos		16.314	14.458	12.444	10.265	7.909
Amortización Aporte Solicitado						
FLUJO	0	58.267	52.699	46.659	40.121	105.370

Fuente: Elaboración Propia

13 EVALUACION Y FACTIBILIDAD

Tiene el propósito de indicar la capacidad del proyecto para hacer frente a las obligaciones financieras contraídas con terceros, mostrar la rentabilidad del capital propio y determinar la factibilidad del proyecto para ello a partir de la Elaboración del Flujo Neto Financiero se aplican los diferentes indicadores económicos

Tabla 21

Flujo Neto Financiero

Descripción	Instalación	FLUJO NETO FINANCIERO				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Inversión (Aporte Propio)	116.497					
Flujo Financiero		58.267	52.699	46.659	40.121	105.370
FLUJO NETO FINANCIERO	-116.497	58.267	52.699	46.659	40.121	105.370

Fuente Elaboración Propia

Tasa de Actualización 12%

V.A.N. = 96.036,83

El VAN es Mayor a Cero por lo cual es conveniente realizar la inversión el Proyecto es **FACTIBLE**

T.I.R. = 40%

Considerando el costo de oportunidad del dinero 12% el proyecto tiene una tasa de rendimiento del 28% (Resultante de 40% - 12% = 28%), Por lo que la inversión para el capital propio, sin considerar el préstamo es **RENTABLE**

B/C = 1,17

La relación B/C es mayor que la unidad, los beneficios son superiores a los costos, por lo que el proyecto es **ACEPTABLE**

El Periodo de Recuperación de la Inversión Propia esta entre el Segundo y Tercer Año

14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El cuidado es un servicio de vital importancia en la formación de los niños de la ciudad de Cobija y debe considerarse como un compromiso de los padres para con sus hijos, por lo cual es importante contar con una agencia de cuidado infantil especializada que permite que los menores mientras estén lejos de sus padres puedan gozar de garantías en cuanto a su seguridad física, emocional y psicosocial dentro de su propia casa.

Una vez evaluado el Estudio de Factibilidad para la Implementación y Desarrollo de Estrategias de Marketing de una Agencia de Cuidado Infantil en el Área Urbana de la Ciudad de Cobija, se puede concluir que la implementación del proyecto constituye una alternativa comercialmente viable, existiendo un segmento de mercado interesado en utilizar este tipo de servicio innovador en nuestra región.

El 100% de los encuestados concordaron que han tenido dificultades con las personas que están a cargo de sus niños y que preferirían contar con un cuidado personalizado, confiable y responsable para sus hijos en su propia casa, siendo esta una fortaleza del proyecto.

En la elaboración del Plan de Marketing se definió la Filosofía empresarial, Marca, Logotipo, Slogan, y el Marketing Mix de las siete p's todo diseñado para poder introducir el servicio bajo una estrategia de diferenciación

En el estudio técnico en base al factor de tamaño de mercado como principal componente se definió el tamaño del proyecto en el cual se prestaría un servicio de 21,504 horas por año

La Factibilidad del Proyecto fue determinada en base a la Evaluación Financiera de la cual se obtuvo el cálculo de los siguientes indicadores.

El VAN del proyecto es mayor a 1 el mismo que fue calculado en base a una tasa de actualización del 12% resultado que nos permite afirmar que es conveniente realizar la inversión

El TIR del proyecto es de 40%, considerando el costo de oportunidad del dinero 12% el proyecto tiene una tasa de rendimiento del 28%, que demuestra su rentabilidad.

El resultado de la Relación Beneficio / Costo 1,17 nos indica que es viable ejecutar el proyecto desde el punto de vista financiero.

La inversión necesaria para el proyecto es de 116,497 Bs. la cual se financiará en su totalidad con aporte propio esto considerando que aun el proyecto muestra la factibilidad y generación de ingresos, el sistema bancario nacional no cuenta con productos financieros que apoyen a emprendimiento privados de implementación de servicios, siendo uno de los motivos por el cual no se cuenta con muchos emprendimientos privados en nuestro país.

Recomendaciones

La persona que ofrezca información sobre el servicio debe tratar de llenar las expectativas de los padres y madres de familia, dando una explicación clara y precisa sobre lo que se ofrece en el servicio y entregar el material publicitario elaborado para que ellos puedan dar a conocer esta nueva alternativa de cuidado infantil.

Es necesario llevar a cabo las actividades de promoción y publicidad por todos los medios que se propone en el estudio, para asegurar la cuota de mercado objetivo estimada en este documento, principalmente en la etapa de lanzamiento.

Se debe tener mucho cuidado en la aplicación de los procedimientos en la selección del personal especialmente de las niñeras buscando personas con la predisposición a capacitarse constantemente para lograr mantener un ambiente acogedor para el infante

Se recomienda una vez el servicio cuente con cliente fieles aplicar estrategias promocionales y de incentivos para logara la fidelización de nuestros clientes, con el firme propósito de posicionarnos en este mercado.

15. BIBLIOGRAFIA

- ✓ Benitez, V. (2014). *Centro de Capacitación de Niñeras*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil Facultad de Ingeniería Industrial, Guayaquil.
- ✓ Chiavenato, I. (1993) *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. Quito: McGraw-Hill.
- ✓ Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (7ª. Edición). México: Editorial Mac Graw Hill.
- ✓ Cordoba, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- ✓ Deming W. E. (1982) *Quality, productivity and competitive position*, Universidad de Cambridge, EEUU.
- ✓ Sanchez
- ✓ Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: como empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*, Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- ✓ Gamarra, G. (2012) *Estrategias de Marketing: casos y Prácticas*. Santa Cruz Bolivia.
- ✓ Giraldo Vásquez K. (2014). *Calidez – Valor Personal*. Recuperado el 02 de julio de 2017, de <http://www.kathegiraldo.com/calidez/>
- ✓ Kotler, P. (2005) *80 Conceptos Esenciales del Marketing* (2ª Edición). Editorial Pearson.
- ✓ Lamb C., Hair J. y McDaniel C. (2002) *Marketing*. (Sexta Edición). International Thomson Editores.
- ✓ Larousse, (2015). *Larousse diccionario enciclopédico*. Colombia: Larousse S.A.
- ✓ Marin, Q. (2012). *Cómo hacer un plan de Marketing*. Quito: Profit Editorial .
- ✓ Miranda, J. (2012). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Mmeditores.
- ✓ Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: The McGraw-Hill.
- ✓ Municipio de Cobija. *Diagnostico Municipal de Cobija*, 2005.
- ✓ Naomi, C. (2010). *Soluciones Para el Cuidado Infantil en el Lugar de Trabajo*. España: Informes OIT.

- ✓ Pregnancy, (2012). *Panorama General sobre Opciones de Cuidado de Niño*. Recuperado el 25 de Agosto de 2017, de http://espanol.pregnancy-info.net/opciones_de_cuidado_de_ninos.html
- ✓ Rugolo, Sánchez y Tulo (2008). *Escuela para padres*. Buenos Aires: Cadiez International S.A.
- ✓ Rosillo, J. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. (1° Edición). Colombia: Editorial Cengage Learning.
- ✓ Sánchez Vázquez, M. (2007). *Ética e Infancia el Niño como Sujeto Moral*. R Recuperado el 04 de Agosto de 2017, de [http://www.Dialnet-EticaEInfanciaElNinoComoSujetoMoral-2484054%20\(1\).pdf](http://www.Dialnet-EticaEInfanciaElNinoComoSujetoMoral-2484054%20(1).pdf)
- ✓ Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (3° Edición). Colombia: Editorial Mac Graw Hill Interamericana.
- ✓ Thompson, Peteraf, Gamble, Strickland (2012). *Administración Estratégica Teoría y Casos*. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Valegas, O. (17 de Marzo de 2001).
- ✓ Varela, R. (2008). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. (5° Edición).
- ✓ Kotler, P. (2001) *Fundamentos del Marketing* (4ed.). Mexico: Pearson S.A.

ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE INGENIERIA COMERCIAL

Soy Estudiante de Decimo Semestre de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando y estoy elaborando mi Proyecto de Grado por lo cual le agradecería su colaboración en el llenado de la siguiente encuesta:

1.- Tiene Hijos SI_____ NO _____

2.- Cuantos Hijos Tiene _____

3.- De que edades son sus Hijos _____

4.- Ambos Padres trabajan o estudian SI_____ NO_____

5.- Quien está a cargo de sus hijos cuando ambos salen a trabajar o alguna actividad social

Se quedan con algún familiar _____

En una Guardería _____

En un Centro PAN _____

Se quedan solos _____

6.- Le es dificultoso el tener que llevar a sus hijos a una guardería, centro o casa de algún familiar

SI_____ NO_____

7.- Ha tenido dificultades con las personas que están a cargo de sus niños

SI_____ NO_____

8.- Que tipo de dificultades _____

9.- Ha precisado el cuidado de sus hijos solamente por horas o por las noches

SI_____ NO_____

10.- Preferiría contar con un cuidado personalizado, confiable y responsable para sus hijos en su propia casa

SI_____ NO_____

ANEXO 2 Cálculo de la Depreciación

Descripción	Monto total	% Anual	DEPRECIACION					Total	Valor Residual
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Edificaciones	0	2,50%	0	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	0	12,50%	0	0	0	0	0	0	0
Vehículo	14.000	20,00%	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800	14.000	0
Muebles y Enseres	21.800	10,00%	2.180	2.180	2.180	2.180	2.180	10.900	10.900
Computadores	9.800	25,00%	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	12.250	0
TOTALES	45.600		7.430	7.430	7.430	7.430	7.430	37.150	10.900

ANEXO 3 Archivo Fotográfico

