

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: Warmi Emprende, proyecto educativo, inclusivo y flexible
para mujeres emprendedoras en el departamento de Junín.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

QUE PRESENTA:

Nataly Paola, Cipriano Rojas

María Raquel, Mendoza Torres

Ana Jill, Ocampo Ballesteros

ASESORA:

Dra. Jessika Milagros Vásquez Neyra

Surco, mayo 2025

Declaración Jurada de Autenticidad


Yo, Vásquez Neyra Jessika Milagros docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora de la Tesis/trabajo de investigación titulado **“Warmi Emprende, proyecto educativo, inclusivo y flexible para mujeres emprendedoras en el departamento de Junín”** de las autoras:

- Nataly Paola Cipriano Rojas DNI 44256514
- María Raquel Mendoza Torres DNI 40192005
- Ana Jill Ocampo Ballesteros DNI 24004543

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 1%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 29/04/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Surco, 29 de abril de 2025

Vásquez Neyra Jessika Milagros	
DNI: 10625386	Firma: 
ORCID: 0000-0001-5914-2669	

Agradecimientos

Agradezco profundamente a mi familia, que siempre ha estado a mi lado brindándome su amor, apoyo y confianza. También extendo mi gratitud a mis mentores, cuyas enseñanzas me impulsaron a dar lo mejor de mí.

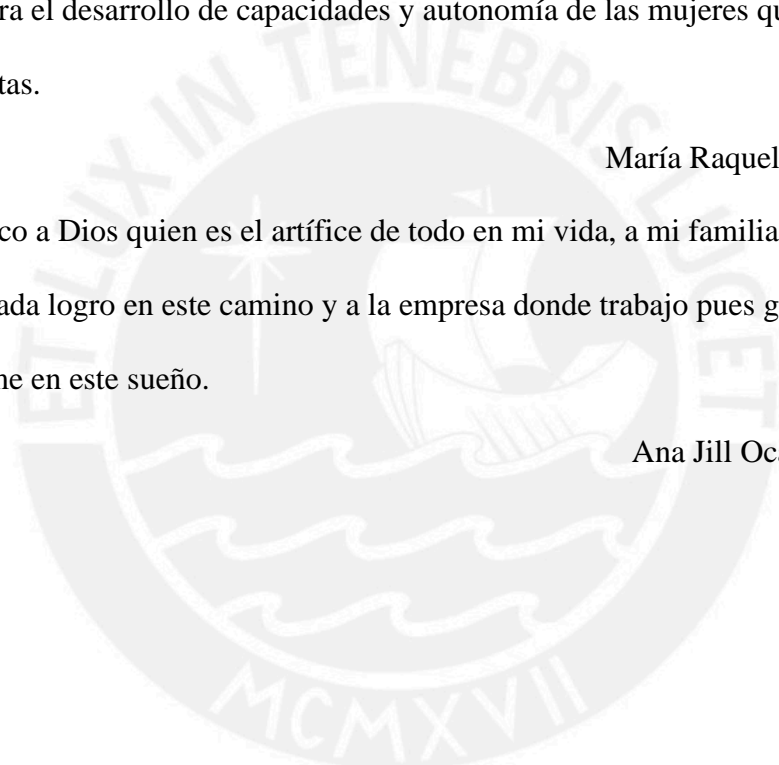
Nataly Paola Cipriano Rojas

A las mujeres emprendedoras que buscan abrir caminos rompiendo barreras con valentía y abriendo camino para ellas y sus familias. Que este proyecto contribuya con herramientas para el desarrollo de capacidades y autonomía de las mujeres que buscan alcanzar sus metas.

María Raquel Mendoza Torres

Agradezco a Dios quien es el artífice de todo en mi vida, a mi familia por su aliento y el ser parte de cada logro en este camino y a la empresa donde trabajo pues gracias a ellos pude embarcarme en este sueño.

Ana Jill Ocampo Ballesteros



Dedicatorias

Dedico este trabajo a mis padres, quienes me inculcaron el valor del esfuerzo y la perseverancia. Su apoyo incondicional ha sido mi mayor inspiración para alcanzar este logro.

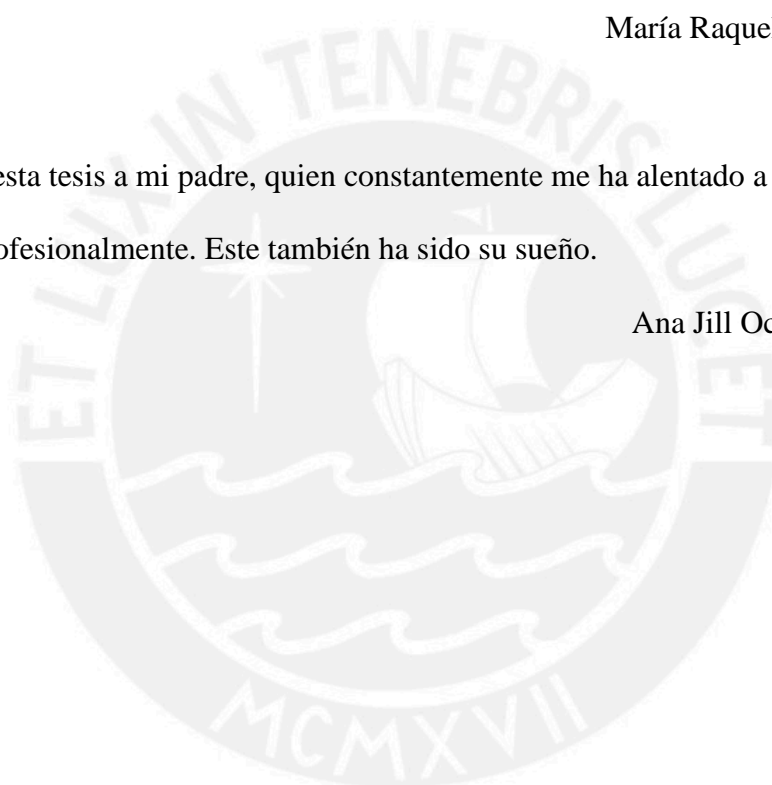
Nataly Paola Cipriano Rojas

A mi familia, por su amor y por estar siempre a mi lado en los momentos difíciles.
Dedico esta tesis a ustedes, que son mi fortaleza y mi motivación diaria.

María Raquel Mendoza Torres

Dedico esta tesis a mi padre, quien constantemente me ha alentado a seguir formándome profesionalmente. Este también ha sido su sueño.

Ana Jill Ocampo Ballesteros



Resumen Ejecutivo

El presente trabajo aborda el problema del desempleo femenino en mujeres entre 25 y 44 años en el departamento de Junín, Perú. Este fenómeno genera impactos económicos significativos, agudiza la desigualdad de género y afecta el bienestar familiar. La investigación subraya que el 74.1% de las mujeres perciben ingresos inferiores al promedio masculino, lo que evidencia barreras estructurales en el acceso al empleo formal. Para mitigar esta situación, se plantea una solución innovadora centrada en la capacitación y el emprendimiento, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como el empleo pleno y la igualdad de oportunidades. En el análisis de mercado, se identificaron instituciones que promueven la igualdad de género y el empoderamiento femenino mediante programas de capacitación. Sin embargo, estas iniciativas no han logrado un impacto significativo en Junín, lo que revela la necesidad de estrategias adaptadas al contexto local. El programa propuesto, "Warmi Emprende", se presenta como una alternativa que combina una metodología híbrida de aprendizaje, herramientas tecnológicas y recursos enfocados en la realidad socioeconómica de las beneficiarias. El diseño del programa incorpora cinco módulos fundamentales, abarcando desde la planificación empresarial hasta el liderazgo femenino. Además, se destacan características innovadoras, como la inclusión de una plataforma virtual, sesiones presenciales y servicios complementarios como guarderías. Este enfoque busca no solo promover el desarrollo de competencias empresariales, sino también facilitar la conciliación entre la vida laboral y personal, fomentando la autonomía económica de las mujeres. Finalmente, el modelo de negocio incluye un análisis financiero que demuestra la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en un horizonte de cinco años. Con un valor actual neto financiero (VANF) positivo de S/ 1'178,527.14 soles y una alta tasa interna de retorno (TIR) de 365.93%, el proyecto no solo asegura su rentabilidad, sino que también contribuye a la reducción de la desigualdad y al fortalecimiento del tejido social con un índice de

rentabilidad social de (IRS) de 14.48. Este modelo escalable se perfila como una solución efectiva para replicarse en otras regiones, promoviendo el desarrollo local y el empoderamiento femenino en Perú.

Palabras clave: Emprendimiento, mujer y educación.



Abstract

This study addresses the issue of female unemployment among women aged 25 to 44 in the Junín region, Peru. This phenomenon significantly impacts the economy, exacerbates gender inequality, and affects family well-being. The research highlights that women earn 74.1% of the average male income, exposing structural barriers to formal employment. To mitigate this situation, an innovative solution focused on training and entrepreneurship is proposed, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), such as full employment and equal opportunities. In the market analysis, institutions promoting gender equality and female empowerment through training programs were identified. However, these initiatives have not achieved a significant impact in Junín, revealing the need for strategies tailored to the local context. The proposed program, "Warmi Emprende" offers an alternative combining a hybrid learning methodology, technological tools, and resources focused on the socioeconomic realities of the beneficiaries. The program design incorporates five key modules, covering topics from business planning to female leadership. Additionally, innovative features such as a virtual platform, in-person sessions, and complementary services like childcare are emphasized. This approach aims not only to develop business skills but also to facilitate the balance between work and personal life, fostering women's economic independence. Finally, the business model includes a financial analysis demonstrating the project's viability and sustainability over a five-year horizon. With a positive net present value (NPV) of S/ 1'178,527.14 soles and a high internal rate of return (IRR) of 365.93%, the project ensures profitability while contributing to reducing inequality and strengthening the social fabric with a Social Profitability Index (SPI) of 14.48. This scalable model emerges as an effective solution to be replicated in other regions, promoting local development and female empowerment in Peru.

Key words: Entrepreneurship, women and education.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas.....	xi
Lista de Figuras.....	xiii
Capítulo I. Definición del Problema.....	1
1.1. Relevancia del Problema.....	1
1.2. Resultados del Análisis.....	2
1.2.1. Pensamiento Abductivo.....	2
1.2.2. Pensamiento Creativo.....	3
1.2.3. Pensamiento Visual.....	4
Capítulo II: Análisis de Mercado.....	6
2.1. Descripción del Mercado e Industria.....	6
2.2. Análisis Competitivo Detallado.....	8
Capítulo III: Investigación del Usuario.....	10
3.1. Perfil de Usuario.....	10
3.2. Mapa de Experiencia del Usuario.....	15
3.3. Identificación de la necesidad del usuario.....	17
Capítulo IV: Diseño del Servicio.....	20
4.1. Concepción del Servicio.....	20
4.2. Desarrollo de la Narrativa.....	23
4.3. Carácter innovador o disruptivo.....	27
4.4. Propuesta de Valor.....	28
4.5. Producto mínimo viable (PMV).....	29
Capítulo V: Modelo de Negocio.....	33
5.1. Lienzo modelo de negocio.....	33

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio.....	39
5.3. Inversión del Proyecto.....	39
5.4. Supuestos del Proyecto.....	40
5.5. Costos de Operación.....	42
5.6. Proyección de Ventas.....	43
5.7. Flujo de caja y cálculo del VANF.....	44
5.8. Escalabilidad del modelo de negocio.....	46
5.9. Sostenibilidad Social del Modelo de Negocio.....	50
Capítulo VI. Solución deseable, factible y viable.....	54
6.1. Validación de la deseabilidad de la solución.....	54
6.1.1. Experimentos empleados para validar las hipótesis.....	55
6.2. Validación de la factibilidad de la solución.....	56
6.2.1. Plan de mercadeo.....	56
6.2.2. Plan de Operaciones.....	60
6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Factibilidad.....	65
6.3. Validación de la viabilidad de la solución.....	71
6.3.1. Presupuesto de inversión.....	71
6.3.2. Análisis financiero.....	73
6.3.3. Simulaciones empleadas para validar la viabilidad.....	74
Capítulo VII: Solución Sostenible.....	76
7.1. Flourishing Business Canvas.....	76
7.2. Relevancia Social de la Solución.....	79
7.3. Rentabilidad Social de la Solución.....	82
Capítulo VIII: Implementación.....	83
8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo.....	83

8.2. Conclusiones.....	85
8.3. Recomendaciones.....	88
Referencias.....	89
Apéndices.....	97
Apéndice A Prototipo de la Solución.....	97
Apéndice B Tarjetas de Prueba para las Hipótesis del Modelo.....	105
Apéndice C Flujo de Caja Proyectado Mes a Mes el Primer Año, en Soles.....	107
Apéndice D Simulaciones.....	108



Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro comparativo del mercado</i>	7
Tabla 2 <i>Presupuesto de Inversión</i>	40
Tabla 3 <i>Mercado de Mujeres</i>	41
Tabla 4 <i>Precio de Inscripción</i>	41
Tabla 5 <i>Costos de Operación</i>	43
Tabla 6 <i>Proyección de Ventas</i>	43
Tabla 7 <i>Flujo de Caja Financiero</i>	45
Tabla 8 <i>Exo Canvas Warmi</i>	47
Tabla 9 <i>VAN Social</i>	53
Tabla 10 <i>Programación de Actividades</i>	59
Tabla 11 <i>Partida Presupuestal: Publicidad</i>	60
Tabla 12 <i>Presupuesto Operativo</i>	64
Tabla 13 <i>Escenarios de la Simulación</i>	66
Tabla 14 <i>Relación de Valor de Tiempo de Vida del Cliente (LTV) y el Costo de Adquisición CAC</i>	67
Tabla 15 <i>Simulaciones Probabilidad de Eficiencia del Plan de Marketing</i>	68
Tabla 16 <i>Escenarios para el análisis del VANF</i>	69
Tabla 17 <i>Resultados de las Simulaciones del VANF</i>	70
Tabla 18 <i>Presupuesto de Inversión</i>	72
Tabla 19 <i>Supuestos de los Escenarios</i>	74
Tabla 20 <i>Resultados de las Simulaciones del VANF</i>	75
Tabla 21 <i>Evaluación de Impacto de Warmi Emprende en los ODS 8 y 10</i>	80
Tabla 22 <i>Índice de Relevancia Social</i>	81
Tabla C1 <i>Flujo de Caja Financiero Mensual</i>	107

Tabla D1 *Supuestos de Simulación VAN*.....**108**

Tabla D2 *Supuestos de Simulación Plan de Marketing*.....**114**



Lista de Figuras

Figura 1 <i>Lienzo Dos Dimensiones</i>	3
Figura 2 <i>Maqueta 3D</i>	3
Figura 3 <i>Desempleo de Mujeres en el Perú</i>	5
Figura 4 <i>Lienzo Perfil de Usuario</i>	14
Figura 5 <i>Mapa de Experiencia del Usuario</i>	16
Figura 6 <i>Lienzo 4x4</i>	19
Figura 7 <i>Mapa Costo-Impacto</i>	21
Figura 8 <i>Mapa Quick Wins</i>	22
Figura 9 <i>Lienzo Modelo de Negocio</i>	34
Figura 10 <i>Actividades a Implementar</i>	64
Figura 11 <i>Flourishing Business Canvas</i>	77
Figura 12 <i>Gantt de Plan de Implementación</i>	84
Figura A1 <i>Prototipo Versión 0</i>	95
Figura A2 <i>Prototipo Versión Final</i>	96
Figura D1 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Esperado</i>	109
Figura D2 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Muy Optimista</i>	110
Figura D3 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Optimista</i>	111
Figura D4 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Muy Pesimista</i>	112
Figura D5 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Esperado</i>	113
Figura D6 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Muy Optimista</i>	115
Figura D7 <i>Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Optimista</i>	116

Capítulo I. Definición del Problema

Este capítulo aborda el problema del desempleo en mujeres de 25 a 44 años de edad en Junín, resaltando su impacto económico, la desigualdad de género y el bienestar familiar. Se examina cómo la falta de empleo reduce los ingresos y limita el desarrollo local (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2023), mientras la desigualdad salarial refleja que las mujeres ganan un 74.1% del ingreso promedio de los hombres. El análisis incluye un diagnóstico visual del problema y plantea soluciones como la capacitación orientada al emprendimiento. El proyecto se implementará en Junín y se extenderá a otras regiones, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

1.1. Relevancia del Problema

Este problema es relevante por las siguientes razones:

Impacto Económico

La falta de empleo en este grupo demográfico incide en la reducción de los ingresos familiares y por consecuencia limita el desarrollo económico local.

Desigualdad de Género

El desempleo femenino contribuye a la desigualdad de género, impidiendo que las mujeres alcancen su pleno potencial económico social (Del Carpio y Avolio, 2023). La proporción entre el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo de las mujeres comparado con el de los hombres en el departamento de Junín es de 74,1% (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2022), siendo este índice uno de los ocho índices más altos a nivel nacional, por departamento.

Bienestar Familiar

El desempleo afecta el bienestar de las familias, ya que la falta de ingresos puede llevar a situaciones de pobreza y exclusión social.

1.2. Resultados del Análisis

El desempleo femenino en Perú se analiza mediante enfoques como el abductivo, creativo y visual a fin de identificar sus causas y efectos. A continuación, se propone un lienzo de dos dimensiones para delimitar el problema y soluciones como capacitación y emprendimiento.

1.2.1. *Pensamiento Abductivo*

En la Figura 1 se desarrolla el Lienzo de dos dimensiones, determinando con imágenes, qué es el problema social relevante como: El desempleo de mujeres de 25 a 44 años, porcentaje de desempleo entre hombres y mujeres, desigualdad de género respecto a las oportunidades laborales, búsqueda de trabajo, necesidad de contribuir a la canasta familiar del hogar para cubrir los gastos básicos de alimentación, el pago de servicios básicos, educación y salud así como la falta de calificación para los puestos a los cuales aspiran este grupo de mujeres que se traduce en frustración.

Este lienzo muestra en sentido inverso lo que no es el problema social relevante como: La igualdad de género, acceso a empleo formal y las oportunidades laborales.

Las posibles soluciones encontradas hacen referencia a la investigación y recolección de datos que proporcionen cifras reales de desempleo, programas de capacitación y desarrollo, fomentar el emprendimiento y la sensibilización y cambio cultural en la educación para promover la igualdad de género (INEI, 2024).

Figura 1

Lienzo Dos Dimensiones



Nota: Este lienzo de dos dimensiones permite diferenciar el problema social relevante.

1.2.2. Pensamiento Creativo

La Figura 2 muestra una maqueta que tiene como locación el paisaje de la zona de estudio del problema social relevante, con mujeres en búsqueda de empleo sin éxito.

Figura 2

Maqueta 3D



Nota: La figura permite visualizar el contexto del problema social relevante.

1.2.3. Pensamiento Visual

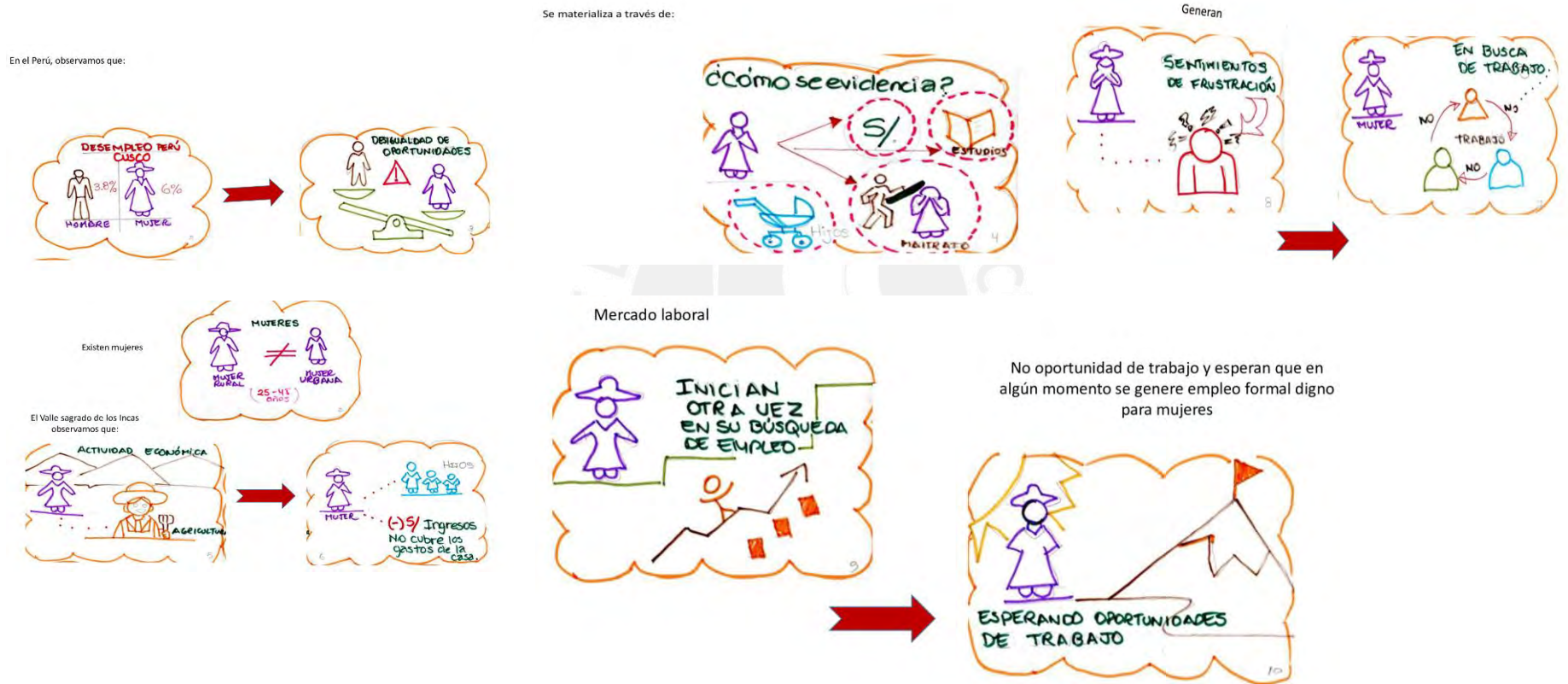
En la Figura 3 se describe a detalle el problema social relevante como: el porcentaje de desempleo de hombres y mujeres en la zona de estudio, la desigualdad de oportunidades entre ambos géneros, cómo se evidencia esta desigualdad en el nivel de ingresos, nivel de estudios, responsabilidades familiares y relaciones en el hogar, así como la búsqueda constante de empleo de este grupo de mujeres que al no obtener los trabajos esperados lidian con sentimientos de frustración; toda vez, que a través del pensamiento visual, se entiende la capacidad innata para descubrir, generar, desarrollar, manipular, relacionar y compartir ideas de un modo rápido e intuitivo mediante el uso de imágenes (Cantón,2017).

El enfoque inicial de esta solución será implementado en el departamento de Junín. Posteriormente, se tiene previsto extender esta iniciativa al resto de departamentos del Perú empezando por los departamentos aledaños de la zona centro.

En este contexto, se busca cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Objetivo 8, el cual se centra en promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Así como las métricas sociales 8.5, que al 2030 se propone lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor; y la métrica 8.5.2 que hace referencia a la tasa de desempleo, desglosada por sexo, edad (Naciones Unidas, s.f.).

Asimismo, se contempla trabajar con el Objetivo 10, cuyo propósito es reducir la desigualdad dentro y entre los países, enfocándose en la métrica 10.2, que propone potenciar y promover, de aquí a 2030, la inclusión social, económica y política de todas las personas, sin distinción de edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión, situación económica u otra condición; y la métrica 10.2.1, que mide la proporción de personas que viven por debajo del 50% de la mediana de los ingresos, desglosada por sexo y edad (Naciones Unidas, s.f.).

Figura 3
Desempleo de Mujeres en el Perú



Nota: Las figuras representan las características del Desempleo de las mujeres en el Per

Capítulo II: Análisis de Mercado

Este capítulo examina el mercado de capacitación para mujeres en Perú, con un enfoque en Junín. Se identifican instituciones clave cuyos programas buscan fomentar el desarrollo profesional y la igualdad de género. Sin embargo, estas iniciativas no han tenido un impacto significativo en la región, destacando la necesidad de estrategias específicas. El análisis competitivo muestra evidencia de áreas de oportunidad para mejorar la oferta educativa para este público objetivo en Junín.

2.1. Descripción del Mercado e Industria

En Perú, existen diversas instituciones tanto públicas como privadas que ofrecen programas de capacitación para mujeres, con el objetivo de fomentar su desarrollo personal y profesional, así como promover la igualdad de género. En la Tabla 1, se presenta un cuadro comparativo que detalla las características los programas disponibles para las beneficiarias, incluyendo su definición, público objetivo, costos, frecuencia, modalidad de enseñanza, temáticas abordadas y ubicación.

Ahora bien, estas instituciones juegan un papel crucial en el desarrollo y empoderamiento de las mujeres en Perú, proporcionando las herramientas necesarias para que puedan participar activamente en la economía y la sociedad. Sin embargo, en el caso del departamento de Junín, existen competidores directos como las Instituciones Públicas, las cuales dan acceso a educación a mujeres con pocos o nulos ingresos económicos y de manera gratuita: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) - "Emprende Mujer" (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2023).

Tabla 1*Cuadro comparativo del mercado*

Instituciones	Qué son	Dirigido	Costo	Frecuencia	Modalidad	Temas	Ubicación
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) - Emprende Mujer	Cursos de capacitación	Mujeres emprendedoras y empresarias	Gratuito	Durante cinco sesiones mensuales, paralelo a cursos virtuales en 12 sesiones.	Presencial y Virtual	La autonomía económica de las mujeres y su liderazgo, educación financiera, digitalización empresarial, comercio electrónico, marketing empresarial, innovación de los negocios, negocios sostenibles y comercio exterior.	Lima
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) - PROJOVEN	Programa de capacitación laboral para jóvenes	Jóvenes de 16 a 24 años con escasa o nula experiencia laboral, desempleados, subempleados o inactivos, con o sin educación secundaria completa	Gratuito, Materiales de formación sin costo. Se cubren los gastos de transporte y alimentación	Técnica 3 meses y práctica 3 meses	Presencial	Comprende dos fases de formación para el trabajo: Técnica: Está a cargo de las ECAP que se vinculan previamente con empresas, del sector productivo y de servicios, para diseñar cursos que respondan a las necesidades del mercado. Práctica: Pasantías en las empresas.	Nacional
AFP Integra y Compartamos Financiera - Mujeres Imparables	Programa de capacitación y asistencia técnica	Mujeres emprendedoras clientes de Compartamos	Gratuito con acceso al "Crédito Grupal Súper Mujer"	Durante 2 meses	Virtual	Marketing y digitalización, administración y finanzas, formalización, empoderamiento y diversas habilidades blandas.	Nacional
Embajada de Estados Unidos y el Centro de Emprendimiento e Innovación (Emprende UP) de la Universidad del Pacífico - AWE 5.0	Academia para mujeres emprendedoras	Mujeres emprendedoras con negocios en marcha desde hace un año.	Becas gratuitas	Durante 3 meses	Virtual	Enfoque en 03 roles estratégicos: 1. Gestión comercial (tendencias del mercado 2025-2030, relación y fidelización de clientes, funnel de ventas e indicadores de gestión comercial). 2. Gestión operativa (la eficiencia en la gestión de compras, inventarios inteligentes, evaluación de capacidades, distribución y delivery e indicadores de gestión operativa y de servicios). 3. La innovación (transformación digital, marketing digital y sus herramientas, ecommerce y estrategias digitales para el crecimiento).	Lima, Callao y Tacna

Así mismo los proveedores en el sector educación son las empresas desarrolladoras de plataformas y aplicaciones educativas como Moodle, Edmodo, y otros softwares de gestión educativa. Y como servicios sustitutos están Coursera, edX, Khan Academy y Udacity, los cuales ofrecen cursos gratuitos o a bajo costo que pueden ser accesibles para mujeres de todas las edades. Estos programas pueden cubrir una amplia gama de temas, desde habilidades técnicas hasta desarrollo personal y profesional (Thinkific, 2024).

2.2. Análisis Competitivo Detallado

Para el análisis competitivo del servicio de capacitación a mujeres, se ha determinado los diferentes escenarios de los diferentes actores y grado de influencia que estos representan como competidores, ello considerando al modelo de las cinco fuerzas de Porter (Lambin, 2009).

Rivalidad entre los Competidores – Bajo

Nivel bajo, actualmente la oferta no presenta un análisis a profundidad debido a que preponderan sobre todo iniciativas públicas que no llegan a impactar en la población objetivo. De igual forma, las iniciativas privadas también cuentan con cooperación internacional que va dirigida a sectores en específico, relegando a otros.

Poder de Negociación de los Clientes – Bajo

Nivel bajo, tanto las mujeres en esta zona del país como a nivel nacional, son aceptantes de lo que las empresas puedan ofrecer.

Poder de Negociación de los Proveedores – Bajo

Nivel bajo, debido a la baja difusión de estos programas, la oferta no se preocupa por tener personal altamente calificado ni el impacto de sus programas e iniciativas, que pueden migrar hacia otros sectores.

Amenaza de Productos Sustitutos – Medio

Nivel medio, especialmente en el departamento de estudio se tienen varias opciones para la capacitación con el fin de obtener otro servicio como sería el de un préstamo.

Barreras de Entrada y de Salida – Bajo

Nivel bajo, las instituciones dedicadas a la educación tienen incentivos por parte del Estado y de otras organizaciones, por lo que buscan generar más ingresos a este sector.

En base al análisis realizado mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter, se evidencia que el entorno competitivo para el servicio de capacitación dirigido a mujeres del departamento de Junín presenta condiciones favorables para su implementación y expansión. La baja rivalidad entre competidores y el escaso poder de negociación tanto de clientes como de proveedores permiten identificar una oportunidad estratégica para desarrollar propuestas formativas más especializadas, inclusivas y con mayor alcance territorial. Asimismo, la carencia de una oferta estructurada, enfocada en una zona genera un espacio propicio para que nuevos actores ingresen con propuestas de valor diferenciadas, centradas en las necesidades reales de la población objetivo.

Por otro lado, si bien existen productos sustitutos con cierta influencia en el mercado, como programas que condicionan el acceso a préstamos u otros beneficios, estos no satisfacen plenamente la demanda de formación con enfoque integral en empoderamiento femenino. Esto representa un nicho aún no capitalizado que podría ser atendido con soluciones innovadoras, apoyadas en metodologías participativas y acompañamiento técnico sostenido. En este contexto, la implementación de programas de capacitación con enfoque territorial, perspectiva de género y articulación interinstitucional podría marcar una diferencia significativa en la inclusión social y económica de las mujeres en el departamento de Junín.

Capítulo III: Investigación del Usuario

En este tercer capítulo se proporciona información sobre el perfil del usuario, que en el estudio se define como mujeres de entre 25 y 44 años del departamento de Junín. Estas mujeres están interesadas en desarrollar habilidades en la gestión de emprendimientos, con el fin de reinsertarse en el mercado laboral a través de la creación de sus propios negocios o de fortalecer la administración de los emprendimientos existentes. A continuación, se describen aspectos relevantes del perfil del usuario, así como hallazgos críticos identificados en el Mapa de Experiencia del Usuario y la identificación de las necesidades de estas usuarias.

3.1. Perfil de Usuario

Se considera como público objetivo a mujeres de entre 25 y 44 años que residen en áreas urbanas y rurales del departamento de Junín, pertenecientes a los niveles socioeconómicos “C y D”. Para validar el perfil del usuario, se invitó a 20 mujeres como parte de la muestra entrevistada, cuyas características destacadas comunes era el desempleo, la necesidad de generar ingresos para mantener a sus familias, el interés en iniciar emprendimientos para obtener ingresos, la capacidad de administrar su tiempo para el cuidado de sus hijos y familias y el deseo de capacitarse para convertirse en emprendedoras exitosas en el menor tiempo posible.

Según lo señalado por el Ministerio de la Producción del Perú (2022) el “emprendimiento es tomado como un factor esencial para el crecimiento económico, mejorar la calidad de vida y sobre todo como una alternativa para combatir el desempleo” (p.1). Asimismo, cuando abordamos el “caso las mujeres el emprendimiento se encuentra muy relacionado con el empoderamiento e independencia económica que buscan alcanzar” (p. 1)

Es así como, “las mujeres emprendedoras son relevantes para el desarrollo económico debido a que los participantes activos son el motor empresarial, generando impactos positivos en el mercado” (Ministerio de la Producción, 2022, p. 1). De acuerdo con el estudio, hay

desafíos diversos que las limitan. Al respecto, se señala que “los principales motivos para que una mujer emprenda un negocio, en el Perú, son la búsqueda de sustento económico y autosuperación” (Ministerio de la Producción, 2022, p. 1) entre otros factores facilitadores y limitantes.

Durante el proceso de entrevistas, las participantes manifestaron frustraciones por no acceder al empleo formal, señalando discriminación por su condición de mujer y la dificultad de encontrar empleos con horarios flexibles que les permitan atender a sus hijos. En este contexto, durante el proceso de entrevistas, las participantes manifestaron frustraciones por no acceder al empleo formal, señalando discriminación por su condición de mujer y la dificultad de encontrar empleos con horarios flexibles que les permitan atender a sus hijos.

Por otro lado, según el Primer Informe de Programas de Apoyo de Emprendimiento de la Alianza del Pacífico (2018), en el caso peruano se han “identificado diversos perfiles de mujeres que profundizan los motivos y circunstancias que conducen a la mujer a emprender” (p. 46) Entre ellos, se ha identificado a “mujeres jóvenes con opciones de empleabilidad, en crecimiento con limitaciones externas, consolidadas con una carrera trunca: las mujeres de este perfil escogieron emprender cuando enfrentaron circunstancias que no les dieron otra opción, jóvenes emprendedoras, en crecimiento y consolidadas profesionalmente” (p. 46).

Entre las características relevantes del perfil del usuario identificamos a:

- Mujeres con interés en iniciar empleos pronto.
- Mujeres con interés de capacitarse para iniciar emprendimientos.
- Mujeres con intención de formar pequeños negocios.
- Mujeres que buscan empleos con horarios flexibles.
- Mujeres que son responsables de sus hogares.
- Mujeres que tienen estudios secundarios.
- Mujeres que provienen de la zona urbana y rural del departamento de Junín.

En lo que respecta al Lienzo del Perfil del Usuario del problema social relevante de las mujeres desempleadas de entre 24 y 44 años en el departamento de Junín, se puede interpretar que existen varios aspectos clave que permiten comprender mejor las dificultades y desafíos que enfrentan. Estas dimensiones incluyen aspectos socioeconómicos, educativos, culturales y de género (Fernández, 2009), entre otros que se detallan a continuación.

Edad. Las mujeres que tienen edades comprendidas entre 24 y 44 años en el departamento de Junín están en un momento crucial en su carrera laboral.

Nivel Educativo. Las mujeres sin trabajo en esta categoría pueden poseer diversos niveles educativos, desde primario hasta universitario.

Factores Socioeconómicos. Incluye:

Vulnerabilidad económica. Suelen ser parte de familias con bajos ingresos o ingresos medios bajos, lo que resulta en la falta de ingresos personales impactando negativamente en la calidad de vida de su hogar.

Trabajo informal. Gran parte de estas mujeres pueden estar sin trabajo formal, pero involucradas en la economía no regulada, donde tienen que lidiar con condiciones de trabajo precarias, sin ninguna clase de beneficios sociales ni seguridad laboral.

Acceso limitado a recursos. No tienen acceso a financiamiento, formación superior o herramientas que podrían facilitar su inclusión en el mercado laboral formal.

Rol de Género y Carga Familiar. Incluye:

Carga doméstica y de cuidados. Mujeres que se hacen cargo de una responsabilidad de trabajo no remunerado en el hogar, como el cuidado de niños, ancianos y otras labores domésticas.

Discriminación de género: Las mujeres que se encuentran en este grupo de edad pueden experimentar estigmas asociados a sus habilidades laborales o a que las compañías las consideren menos elegibles debido a sus obligaciones familiares.

Barreras Culturales. Incluye:

Desigualdad de oportunidades: La preferencia por contratar personal masculino y los estereotipos de género arraigados en el departamento de Junín restringen las oportunidades laborales para las mujeres.

Expectativas sociales: Se espera culturalmente que las mujeres den prioridad a la familia en lugar del trabajo, lo que puede causar presiones que impactan en su participación en el mercado laboral.

La flexibilidad laboral es limitada. Los trabajos formales no brindan mucha flexibilidad en cuanto a los horarios y no tienen en cuenta las necesidades específicas de las mujeres con responsabilidades familiares, lo que resulta en una alta tasa de desempleo.

Acceso desigual a la tecnología. Mujeres desempleadas de este grupo de edad enfrentan restricciones para conectarse a internet o utilizar dispositivos tecnológicos, lo cual les dificulta encontrar trabajos en línea o formarse en habilidades digitales, evidenciando la ironía de la desigualdad tecnológica (Villalobos, 2019).

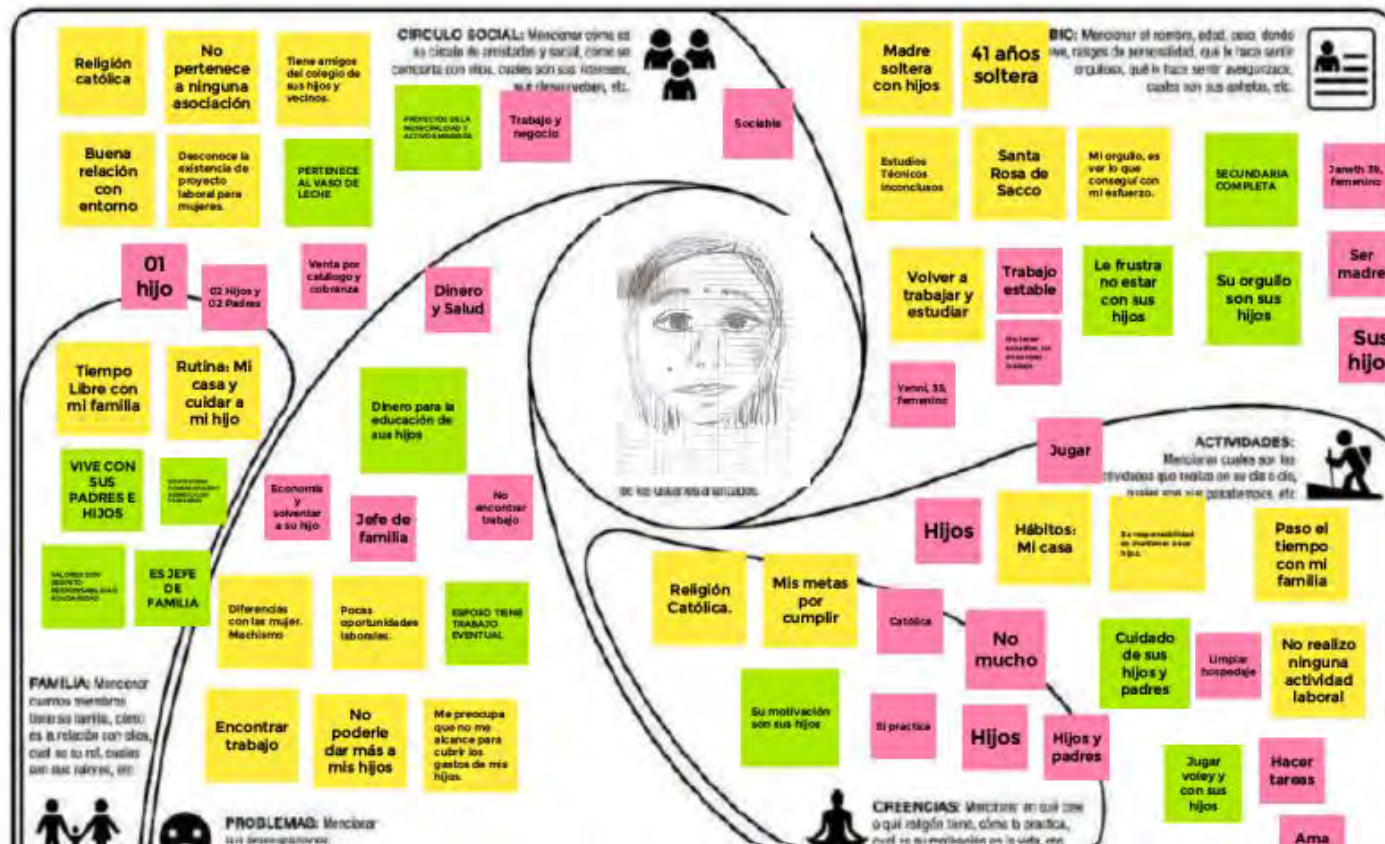
Situación geográfica. Las mujeres sin trabajo que residen principalmente en áreas rurales enfrentan obstáculos adicionales a causa de la carencia de opciones laborales en su entorno, acceso limitado a educación de alta calidad y programas de formación.

Finalmente, la Figura 4 presenta el Lienzo Perfil de Usuario, permite identificar las características personales y perfil del usuario.

En el Lienzo se ha identificado que las mujeres del estudio ven limitadas las oportunidades laborales por las barreras (sociales, económicas y educativas); así como, deben enfrentar presiones culturales que mantienen su marginación en el campo laboral.

Figura 4

Lienzo Perfil de Usuario



Nota: Esta figura permite identificar las características personales y perfil del usuario.

Por otro lado, es importante señalar que, para la ejecución de las entrevistas al público objetivo, se diseñó una herramienta denominada Guía de Entrevista. Esta guía incluía componentes tales como: Bio (6 preguntas), Actividades (4 preguntas), Creencias (4 preguntas), Problemas (5 preguntas), Familia (4 preguntas) y Círculo Social (4 preguntas).

3.2. Mapa de Experiencia del Usuario

En el mapa de experiencia del usuario se describen los momentos que atraviesan las mujeres de 25 y 44 años que desean generar sus propios ingresos y desarrollar capacidades para iniciar emprendimientos. Es importante señalar que el mapa de experiencia del usuario es una representación visual del recorrido de los usuarios, se convierte en una herramienta estratégica que brinda información valiosa sobre cómo los usuarios interactúan con un producto o momento. (Redacción Aguayo, s/f).

Se han identificado los siguientes cuatro momentos críticos:

Primer momento. Ocurre cuando las mujeres buscan empleo en el mercado laboral, lo que implica revisar ofertas de trabajo que les permitan encontrar un empleo que cubra sus expectativas y sea flexible para el cuidado de los hijos.

Segundo momento. Ocurre cuando se identifican como responsables del cuidado de sus hijos y familia.

Tercer momento. Ocurre cuando identifican que en el mercado laboral ofrece puestos de trabajo para mujeres con estudios.

Cuarto momento. Ocurre cuando la discriminación en el mercado laboral cuando solo ofertan puesto de trabajo únicamente para varones.

Tal como se observa en la Figura 5, se explicitan determinantes, necesidades y puntos críticos de dolor asociados a ofertas laborales poco remuneradas, poca flexibilidad para el cuidado de sus hijos, rechazo por el incumplimiento de criterios, entre otros.

Figura 5*Mapa de Experiencia del Usuario*

Momentos	Búsqueda de empleo de mujeres	Responsabilidad de mantener a hijos y familia	Limitaciones de acceder a empleos por falta de estudios	Desigualdad por su condición de mujer frente los varones de la localidad
Punto de Contacto	Revisión de ofertas laborales en la localidad	Identificación de necesidades en sus hogares	Revisión de su documentación en los centros que ofrecen empleos con mejores remuneraciones	Rechazo y discriminación en actividades laborales que solo incluyen a varones, dejando de lado a las mujeres de la localidad .
¿Qué esperan?	Encontrar empleo pronto y que cubran sus expectativas	Cubrir los gastos mensuales de sus hogares	Ser consideradas entre las mujeres que buscan empleos	Ser consideradas en las actividades laborales operativas
¿Qué reciben?	Ofertas laborales poco remuneradas y que no les permite cuidar a sus hijos.	Escasez oportunidades laborales	Rechazo por no cumplir los requisitos establecidos	Rechazo por no tener la fuerza física de un varón
¿Qué emoción genera?	Frustración	Impotencia	Tristeza	Resignación
Puntos de Satisfacción				
Puntos Neutrales				
Puntos de dolor				
Sugerencia o Recomendaciones	Difundir proyectos que generen oportunidades laborales solo para mujeres	Empadronar a las mujeres desempleadas y registrar los horarios disponibles para laborar	Difundir los programas cursos virtuales gratuitos que fomenta el Estado con el fin de brindar herramientas a favor de las personas.	Identificar las empresas de la zona que requieren incluir a mujeres en sus operaciones para alcanzar su cuota de género.

Nota: Esta figura permite identificar los momentos más relevantes del proceso de experiencia del usuario

De ello, se debe precisar que los puntos de dolor identificados en el Mapa de Experiencia del Usuario se han convertido en aspectos críticos que deben ser evaluados con el fin de tomar acciones que cubran las expectativas de las mujeres participantes del estudio.

Se puede concluir que las etapas críticas presentadas en la herramienta indican que es una prioridad para las mujeres que forman parte del estudio tener un empleo y generar ingresos para mantener a sus hijos y familias. Finalmente, se observa que las mujeres enfrentan limitaciones para acceder a empleos debido a la falta de estudios, lo que las lleva a considerar la posibilidad de iniciar sus propios negocios con el fin de generar ingresos para sus hogares.

3.3. Identificación de la Necesidad del Usuario

Luego de analizar los momentos y puntos de dolor de las mujeres que formaron parte del estudio, se utilizó el Lienzo 4x4 con el fin de identificar las necesidades que deben abordarse para contribuir a las necesidades de las usuarias del departamento de Junín. El objetivo establecido en el Lienzo 4x4 se orienta a disminuir el momento más crítico de la experiencia de las mujeres en su búsqueda de empleo y generación de ingresos.

Con esta herramienta se identificaron cuatro necesidades de las usuarias en el estudio realizado. Por ejemplo, una encuestada que participó en el proceso de construcción de la herramienta, señaló que sus necesidades se orientan a cubrir los gastos de los servicios básicos del hogar, comprar alimentos, cubrir los gastos de educación de sus hijos y solventar los gastos de salud de ella y sus hijos.

También, se plantearon preguntas que permitieron generar ideas y orientar el proceso como: ¿Qué se podría hacer para generar recursos económicos para cubrir los gastos de servicios básicos del hogar?, ¿Qué se podría hacer para cubrir los gastos de alimentación del hogar?, ¿Qué se podría hacer para ofrecer una mejor educación para sus hijos? ¿Qué se podría hacer para que las mujeres se sientan más productivas para la sociedad?




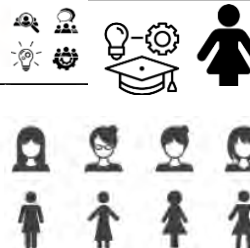
Por otro lado, una de las encuestadas destacó la importancia de desarrollar habilidades que le permitan iniciar su propio emprendimiento, así como realizar actividades económicas productivas que le brinden un horario flexible para cuidar a sus hijos. Además, participar en actividades de emprendimiento o pequeños negocios para cubrir los gastos del hogar se ha convertido en una de las ideas más relevantes dentro de este proceso de identificación de necesidades.

Finalmente, de acuerdo con la Figura 6, los resultados obtenidos en el desarrollo del Lienzo 4 x 4, se resumen en:

- Desarrollar las habilidades requeridas para que pueda iniciar su propio emprendimiento.
- Realizar actividades económicas productivas desde su hogar, para que así pueda tener un horario flexible y cuidar de sus hijos.
- Participar en actividades de emprendimientos o pequeños negocios.
- Realizar actividades laborales que cubran sus expectativas.

Figura 6

Lienzo 4x4

Objetivo: Generar ingresos para solventar la canasta familiar del hogar de Janet.		NECESIDAD:	
		1. Janet necesita cubrir los gastos de los servicios básicos del hogar	2. Janet necesita comprar alimentos para su hogar porque tiene que
1	2	3	4
¿Cómo podríamos hacer que	¿Cómo podríamos hacer que Janet	¿Cómo podríamos hacer que	¿Cómo podríamos hacer que
Formarla con habilidades requeridas para que pueda iniciar su propio emprendimiento	Asesorarla con capacitación para que brinde servicios de salud y bienestar, como consultas médicas, terapias alternativas, yoga mindfulness.	Brindando orientación para que participe en los programas de empleo que ofrecen empresas privada y públicas.	Que inicie actividad laboral pronto
Presentarle opciones de financiamientos grupales para empezar un nuevo emprendimiento	Realizar servicios de reciclaje de desperdicios mineros, productos reciclados y gestion sostenible de los residuos.	Capacitándola para que acceda a un empleo	Participando en actividades de formación académica
Proporcionarle formación para manejo de finanzas personales	Brindar capacitación en habilidades digitales como creación de sitios web, aplicaciones móviles, marketing digital, consultoría en áreas como contabilidad, marketing, recursos humanos o diseño gráfico a través de plataformas en línea.	Desarrollando sus capacidades y competencias para fortalecer el nivel de liderazgo y empoderamiento	Realizando actividades laborales que cubran sus expectativas
Asociarla a una agencia de reclutamiento laboral	Brindar capacitación en servicios de cuidado infantil y apoyo familiar para los trabajadores, como guarderías programas de enriquecimiento para niños, asesoramiento familiar y actividades recreativas.	Incluiría en actividades de emprendimientos o pequeños negocios	Generando emprendimientos
Capacitarla para que desarrolle un emprendimiento grupal	Ofrecer servicios de tutoría y apoyo educativo a niños y adolescentes de la ciudad. Las mujeres podrían ofrecer clases	Encontrando trabajo lo más pronto posible	Defendiendo sus derechos laborales e igualdad en los centros de trabajo
Contactarla con organizaciones sin fines de lucro en busca de empleabilidad	Brindar capacitación en servicios de catering, preparación y entrega de alimentos frescos y saludables, aprovechando la cocina local y tradicional de la región.	Enseñándole a organizar sus tiempos en casa, a fin de tener mayor disponibilidad para buscar empleo de manera activa.	Realizando más de dos actividades laborales que le generen los ingresos.
			
A1. Desarrollar las habilidades	A2. Realizar actividades económicas	A3. Participar en actividades de	A4. Realizar actividades

Nota: El lienzo 4x4 permite identificar soluciones al problema social relevante.

Capítulo IV: Diseño del Servicio

En este capítulo se explica la metodología utilizada para la creación e implementación de la solución de desarrollo de capacidades denominado Warmi Emprende. Esta solución de innovación incremental incluye la ejecución de un sistema de entrenamiento híbrido (virtual y presencial), cuyo contenido académico es personalizado y exclusivo para mujeres de entre 25 y 44 años que residen en el departamento de Junín.

La propuesta de valor se resume en la exclusividad que ofrece la solución de desarrollo de capacidades en gestión de emprendimientos para mujeres de entre 25 y 44 años del departamento de Junín. Se destaca por la flexibilidad a través de la implementación de un programa de modalidad híbrida, que permite a las participantes acceder a la formación tanto de manera presencial como virtual. También, se resalta el apoyo integral a través del acompañamiento constante durante el proceso de aprendizaje y los servicios adicionales, como la guardería, que facilitan la participación de las mujeres en este importante reto de desarrollo personal.

4.1. Concepción del Servicio

El diseño de la propuesta de solución involucró la ejecución de sesiones de brainstorming, que permitieron seleccionar cuatro ideas clave, las cuales fueron plasmadas en el Mapa Costo-Impacto. Este mapa ha sido fundamental para evaluar las distintas propuestas, considerando tanto el impacto en los usuarios como el costo asociado a su implementación.

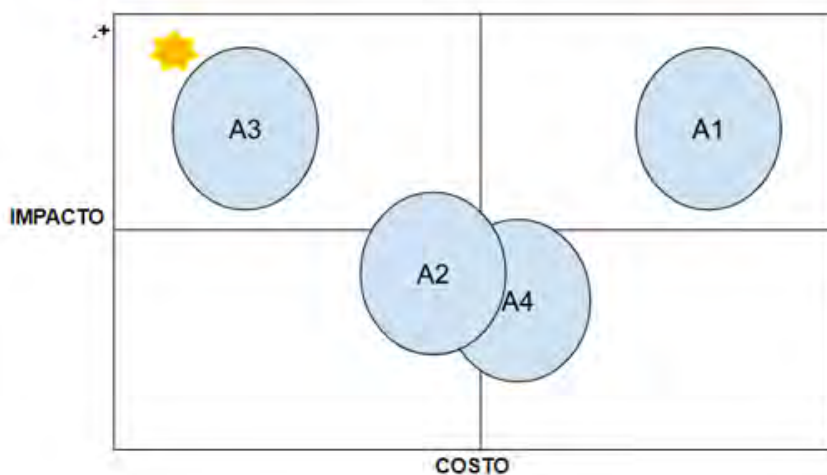
Tal como se aprecia en la Figura 7, se establecieron dos criterios principales en el Mapa Costo -Impacto.

El primer criterio evalúa la complejidad en la implementación de los costos económicos, señalando una escala que establece criterios desde "muy bajo" hasta "muy alto"; y el segundo criterio, evalúa el impacto de cada acción en términos de la satisfacción como: desarrollo de

capacidades, realización de actividades económicas desde el hogar, participación en emprendimientos y pequeños negocios.

Figura 7

Mapa Costo-Impacto



Nota: La figura de Mapa Costo-Impacto permite identificar el impacto y costo de las posibles soluciones.

En ese contexto, se puede señalar que la relación entre adquirir habilidades para comenzar un negocio y la falta de empleo en mujeres de 25 a 44 años en el departamento de Junín. Es fundamental para abordar los obstáculos que las mujeres enfrentan al buscar trabajo y una forma de adquirir empoderamiento financiero. La necesidad de fomentar habilidades emprendedoras en estas mujeres se presenta como una alternativa efectiva y posible para hacer frente al desempleo como problema social relevante; toda vez, que estas mujeres tienen la capacidad de superar los obstáculos que encuentran en el entorno laboral convencional y generar oportunidades económicas duraderas.

Las propuestas establecidas en el Mapa Costo-Impacto recogen que las expectativas de las mujeres de participar de emprendimientos o desarrollar habilidades, como se muestra en el cuadrante Quick Wins detallado en la Figura 8. Así, se determinaron cuatro actividades que permitieron medir su complejidad en la implementación y su impacto en la acción como:

- Desarrollar las habilidades requeridas para que pueda iniciar su propio emprendimiento.
- Realizar actividades económicas productivas desde su hogar, para que así pueda tener un horario flexible y cuidar de sus hijos.
- Participar en actividades de emprendimientos o pequeños negocios.
- Realizar actividades laborales que cubran sus expectativas

Figura 8

Mapa Quick Wins

Actividades Propuestas	Complejidad en la Implementación			Impacto de la Acción		
	BAJA	MEDIA	ALTA	BAJA	MEDIA	ALTA
A1. Desarrollar las habilidades requeridas para que pueda iniciar su propio emprendimiento.			X			X
A2. Realizar actividades económicas desde su hogar, para que así pueda tener un horario flexible y cuidar de sus hijos.			X		X	
A3. Participar en actividades de emprendimientos o pequeños negocios.	X					X
A4. Realizar actividades laborales que cubran sus expectativas.			b		X	

Criterio	Complejidad (Costo)	Impacto (Emocional)
BAJO	Hasta S/35,000	0
MEDIO	S/35,000 - S/50,000	1
ALTO	más de S/50,000	2

La implementación de estas ideas son atributos que dependen directamente de las mujeres que forman parte de la segmentación del público usuario y permitirán realizar un servicio a la medida en base a las necesidades de las mujeres que residen en el departamento de Junín.

Es por ello, que la solución que atiende la necesidad de las mujeres desempleadas de entre 25 y 44 años en el departamento de Junín, se orienta a la implementación de un programa de capacitación en gestión de emprendimientos a través de un sistema de aprendizaje híbrido, que utilizará como herramienta de entrenamiento una plataforma digital y actividades presenciales que les permitirá contribuir con su formación básica para gestionar emprendimientos.

El desarrollo de capacidades en las mujeres se refleja a través del compromiso del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, en seguir promoviendo el empoderamiento económico de las mujeres en el Perú, brindando herramientas necesarias para que puedan desarrollar sus negocios con éxito y sostenibilidad, por lo que invita a todas las mujeres emprendedoras a participar de capacitaciones; hecho que valida la importancia de desarrollar capacidades para crear un emprendimiento y con ello contribuir con la economía familiar y el crecimiento del Perú (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2024).

4.2. Desarrollo de la Narrativa

Para implementar la solución a la necesidad de las mujeres de 25 y 44 años en el departamento de Junín, se ejecutó el proceso de Design Thinking (Brown, 2008) con el propósito de comprender el perfil del usuario, identificar sus necesidades y crear soluciones innovadoras a través de la implementación de una herramienta ágil que permitió ejecutar las siguientes fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

Es importante mencionar que la metodología de Design Thinking es entendida como: "un enfoque de la innovación centrado en el ser humano que se nutre del conjunto de herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito empresarial", según Tim Brown (2008) en Design Thinking. Harvard Business Review (Servicio de Innovación Educativa, 2020, p. 3).

A través de la fase de empatía, se conoció en profundidad tanto el perfil del usuario - mujeres desempleadas cuyas edades oscilan entre 25 y 44 años que residen en el departamento de Junín; así como, ejecutar la etapa de descubrimiento para conocer cuáles son sus expectativas frente al empleo y la generación de sus ingresos.

En la segunda fase denominada definición, se identificó al usuario (mujeres desempleadas) y se evidenciaron necesidades frente a la falta de oportunidades laborales

formales y el descontento ante la discriminación en el mercado laboral mujeres frente a los varones.

En la tercera fase denominada ideación, se ejecutaron entrevistas a profundidad con las posibles usuarias del programa, identificándose aspectos relevantes en sus testimonios; así como, permitió identificar soluciones innovadoras que incluyen la tecnología como parte de la propuesta de solución.

En la cuarta fase denominada prototipo, se diseñó el prototipo inicial del programa de capacitación denominado Warmi Emprende, que incluye un diseño híbrido a través de la implementación de una plataforma digital de aprendizaje diseñada a la medida de las necesidades de las usuarias y una etapa de aprendizaje presencial orientada a mejorar la satisfacción de la experiencia de las usuarias.

En la quinta fase denominada evaluar, el programa de capacitación híbrida tiene aspectos novedosos debido a que no se restringe a la enseñanza convencional en gestión de emprendimientos, sino que incorpora enfoques, métodos y recursos que desafían lo convencional y habilitan a los emprendedores para ajustarse a las exigencias del mercado actual.

El desarrollo de capacidades ha permitido a las mujeres adquirir conocimientos y habilidades que son fundamentales para la creación y gestión de negocios sostenibles. De acuerdo con Olivella, “las mujeres que participan en programas de emprendimiento tienden a desarrollar una comprensión más profunda de los principios de gestión empresarial, lo que les permite tomar decisiones más informadas y estratégicas en sus negocios” (2024, p. 38). Esto no solo mejora la viabilidad de sus empresas, sino que también contribuye a su estabilidad económica y a su bienestar general.

Por otro lado, la presente solución se destaca por promover el trabajo en equipo y colaboración, dado que impulsa un enfoque de múltiples iniciativas que fomentan la co-

creación, en la cual las participantes podrán trabajar con otros participantes del entorno para idear soluciones novedosas, aumentando la influencia y la expansión de las ideas de negocio. De esta manera, la presente investigación se propone que la formación de negocios no sólo obtenga ganancias económicas, sino que también tengan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

El enfoque propuesto en el desarrollo del programa de capacitación a diferencia de los métodos de enseñanza estándar, utilizan un enfoque personalizado, adaptando el material y los recursos según las necesidades de las participantes, etapas y tipo de proyecto de negocio, lo que posibilita un proceso de aprendizaje más dinámico y eficaz. Asimismo, se ofrece un asesoramiento personalizado con la finalidad de acceder a mentores con experiencia que colaborarán de forma individual con las participantes, ajustando el apoyo y los consejos a las necesidades específicas de sus proyectos.

En ese contexto, Warmi Emprende resume sus líneas de acción basadas en:

Empoderamiento Económico. Brindar las habilidades necesarias para que las mujeres puedan alcanzar la independencia financiera a través del emprendimiento.

Desarrollo de Competencias Empresariales. Desarrollar competencias clave en áreas como gestión empresarial, marketing, finanzas, y liderazgo.

Flexibilidad y Accesibilidad. Ofrecer modalidades de capacitación tanto presenciales como virtuales, adaptadas a las necesidades de las participantes.

Apoyo Integral. Proporcionar servicios complementarios como guardería, para facilitar la participación de mujeres con hijos pequeños.

Asimismo, establece una malla curricular que contiene 5 módulos que se resumen en:

- **Módulo 1: Introducción al Emprendimiento.** Definición y características del emprendimiento, identificación de oportunidades de negocio en el departamento de Junín y casos de éxito locales.

- Módulo 2: Planificación y Gestión Empresarial. Desarrollo del plan de negocios, estrategias de gestión y herramientas para la toma de decisiones.
- Módulo 3: Marketing y Ventas. Fundamentos del marketing digital y tradicional, técnicas de ventas y atención al cliente.
- Módulo 4: Finanzas para Emprendedoras. Gestión financiera y contabilidad básica y presupuestos y control de gastos.
- Módulo 5: Liderazgo. Habilidades de comunicación efectiva, liderazgo, femenino.

La metodología que implementará se caracterizará por su interactividad y practicidad. Así como, la modalidad de ejecución se realizará a través de sesiones presenciales (clase teóricas y prácticas con docentes especializados) y sesiones virtuales (webinars y foros de discusión en línea) y finalmente se tendrá el acompañamiento personalizado a través de mentores y tutores.

Tal como lo establece el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2020), al finalizar los cursos de capacitación, se espera que las emprendedoras mejoren sus ingresos económicos y competencias en el mercado a partir de la implementación de nuevos negocios o mediante acciones orientadas a que sus productos o servicios obtengan mayor demanda, de modo que logren autonomía financiera.

Finalmente, establecerá beneficios como: acceso a una red de mujeres emprendedoras, certificado de finalización del programa, posibilidad de participar en ferias y eventos de emprendimiento, apoyo continuo a través de nuestra plataforma de mentoría y guardería para aquellas participantes que asistan a las sesiones presenciales con sus hijos menores de 10 años.

4.3. Carácter Innovador

La propuesta se basa en un modelo de negocio de innovación para el sector educativo. Su enfoque es integral, accesible y adaptado a las necesidades de desarrollo de capacidades para las mujeres de 25 y 44 años, permitirá insertarlas en el mundo del aprendizaje y gestión de emprendimientos; toda vez, que la integración de tecnología y competencias digitales es un proceso fundamental en la sociedad actual.

Ello implica incorporar en el proceso de aprendizaje a través del uso de una plataforma virtual (Moodle) que les permitirá aprender en línea marketing en redes sociales, análisis de datos y el uso de plataformas digitales. Así como, el acceder a instrucción sobre cómo utilizar conceptos básicos de gestión financiera y el servicio al cliente que les permitirá incrementar la eficacia y competitividad de sus negocios.

Este programa motivará a las participantes a elaborar sus productos mínimos viables (PMV) y a testear su idea de negocio en el mercado de manera oportuna, recibiendo rápida retroalimentación que les permitirá ajustar su propuesta antes de iniciar su inversión (Ries, 2012).

Para plantear el carácter innovador del programa se tomó como referencia el material educativo existente en el mercado y se incluyeron características personalizadas que se ajustan a la realidad de las usuarias del proyecto. Se puede resumir que el programa de capacitación exclusivo para mujeres se caracteriza por:

- Enfoque exclusivo para mujeres de 25 a 44 años.
- Flexibilidad a través de la implementación de formato híbrido y una guardería como beneficio para el cuidado de sus hijos menores de 10 años.
- Se adapta a un contexto local.
- Incluye características económicas, sociales y culturales del departamento de Junín.

- Se basa en una formación holística incluyendo el desarrollo de competencias de liderazgo para mujeres.
- Fomenta la creación de una comunidad de mujeres emprendedoras con los mismos intereses (generar sus propios ingresos y generar empleo).
- Fomenta el aprendizaje continuo.

Finalmente, se debe precisar que este programa de capacitación incorpora enfoques, técnicas y recursos que desafían lo habitual y habilitan a las participantes para adaptarse a la dinámica del mercado local.

4.4. Propuesta de Valor

La propuesta de valor del programa de capacitación para mujeres de 25 a 44 años del departamento de Junín tiene como propósito satisfacer las demandas y retos particulares de este segmento de la población; así como, busca beneficiarse de las oportunidades locales y promover su autonomía económica y social en línea de los que propone Recolons (2016).

Es por ello, que la propuesta de valor del programa busca:

Desarrollar el liderazgo. Desarrollar la confianza en sus habilidades de liderazgo y una visión clara de su potencial para crear un impacto positivo en su comunidad.

Se ajusta a las condiciones locales. Se adaptan a las demandas del mercado y las posibilidades económicas de la zona.

Adaptación a los recursos. Aprovechar al máximo los recursos disponibles y superar obstáculos comunes en la zona.

Acceso a las habilidades prácticas para iniciar un negocio. Aplicar capacidades prácticas que preparan a las mujeres para comenzar y administrar sus propios emprendimientos de forma eficaz.

Competencias digitales. Desarrollar competencias para que inicien sus emprendimientos en los espacios digitales.

Flexibilidad y capacidad de adaptación a las obligaciones personales. Opción de iniciar negocios que les faciliten equilibrar su vida laboral y personal.

Posibilidades de iniciar un negocio desde el hogar. Se promueve el crecimiento de propuestas de emprendimiento que puedan ser administradas desde la casa.

Establecimiento de redes colaborativas. Formar una red de apoyo que promueve la compartición de saberes y recursos.

Promoción de emprendimientos sostenibles y con impacto social. Enseña formas de operar que cuiden el entorno y tengan un efecto positivo en sus comunidades.

La eliminación de obstáculos de género. Propone el emprendimiento como una opción factible para vencer las barreras de género y los prejuicios.

Fomento de la innovación. Promueve la creatividad en el descubrimiento de oportunidades y el desarrollo de productos distintivos que satisfagan las necesidades locales o regionales.

Capacidad de adaptación a cambios. Las mujeres adquieren habilidades para ajustarse con rapidez a los cambios en el mercado, empleando enfoques flexibles para modificar sus emprendimientos de acuerdo con la demanda y las condiciones.

4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

El Producto Mínimo Viable (PMV) integró todos los aportes de las mujeres que participaron en la muestra, destacando incorporar en la fase presencial actividades de desarrollo vivencial y espacios para fortalecer la Comunidad de Mujeres Emprendedoras durante el desarrollo de los talleres; así como, se diseñó un prototipo inicial de la plataforma virtual de capacitación.

Es importante mencionar que en el marco de las decisiones y compromisos de estado “La presidenta de la República ha solicitado suscribir acuerdos con empresas importantes del medio para que las mujeres emprendedoras y empresarias del Perú puedan recibir fortalecimiento de capacidades digitales, que les permitan utilizar estos entornos con mucha más eficiencia” (MIMP, 2024), lo que implica que el desarrollo del PMV orientado al desarrollo de capacidades digitales en mujeres del departamento de Junín, se convertirá en una alternativa para el crecimiento personal.

La primera versión de la propuesta buscaba la interacción con las posibles usuarias a fin de obtener feedback para mejorar la versión inicial. Se eligieron a 30 mujeres en la localidad de La Oroya para que realicen la etapa de validación de la aplicabilidad del prototipo, donde se identificaron oportunidades de mejora como: información poco personalizada, no tiene colores representativos, de difícil acceso y poco amigable. Es importante mencionar que el prototipo inicial, denominado versión 0, obtuvo varias observaciones que deberán ser consideradas en las acciones de ajuste del Producto Mínimo Viable para ofrecer una experiencia y satisfacción al usuario de la plataforma de capacitación.

Ante lo identificado, se realizó una nueva validación con las usuarias de la plataforma en la localidad de La Oroya, enfocándose principalmente en una versión mejorada que permita a las usuarias el fácil acceso e interacción con la plataforma. Para ello, se solicitó que ingresen y experimenten en la plataforma solo con sus nombres y usuarios asignados, a lo que respondieron de manera favorable que acceder a la plataforma de capacitación ahora si es fácil. Con ello, se levantó la observación de la complejidad de accesos y se continuó trabajando con el diseño, colores y contenido de la plataforma.

Este Producto Mínimo Viable incluye además talleres presenciales, mentorías en grupo y asistencia técnica para evaluar si el programa tiene un enfoque dinámico y flexible. Por lo que podemos resumir que el PMV consiste en:

Plataforma para entrenamiento virtual. Plataforma en línea simple, accesible y de fácil uso, que se desempeña adecuadamente en dispositivos móviles (teléfonos) y en equipos de cómputo, donde pueden acceder a videos breves, guías, lecturas y evaluaciones, que se podrá visualizar en la plataforma virtual denominada Warmi Emprende. En el Apéndice “A”, se observa el desarrollo del prototipo en dos versiones. Inicia con la versión “0” donde está creado el acceso a una plataforma base que incluye únicamente 3 pasos para acceder a la plataforma virtual de capacitaciones. Esta etapa del prototipo no se incluye personalización, solo se validan los accesos a la misma. Luego de realizar la validación de los accesos a la plataforma, se construye la versión “1”, la cual recoge las expectativas y sugerencias de las usuarias, detallando los pasos a seguir para acceder a la plataforma de capacitación.

Asimismo, se encuentra ubicado en el siguiente enlace:

<https://warmiemprendeperu.com/moodle/login/index.php>

Según lo señalado por Isabel Marcelo Veliz, coordinadora especialista de la Facultad de Administración y Negocios de Cibertec en los últimos años se viene registrando una tendencia creciente de emprendimientos, por lo que es necesario contar con habilidades digitales que permitan destacar un mercado competitivo. En específico, señaló que “en un mundo digital, una emprendedora necesita tener una base de competencias digitales para mantenerse vigente, aprovechar oportunidades y gestionar eficientemente su negocio” (2024)

Sesiones presenciales. Se propone llevar a cabo talleres cortos en lugares estratégicos de Junín, que abarquen destrezas prácticas y que se realizarán quincenalmente, según la disponibilidad de las participantes.

Mentoría grupal en línea. Acceso a pequeños grupos en plataformas de videollamadas (como WhatsApp o Zoom), es posible brindar mentoría grupal, lo que posibilita recibir retroalimentación directa y personalizada a un costo reducido.

Evaluación de Impacto y Retroalimentación. Permitirá evaluar la eficacia del PMV, a través de la satisfacción y experiencia de los usuarios. El proceso de retroalimentación implica habilitar la recepción constante de comentarios por parte de las personas participantes con el fin de adaptar de forma rápida los elementos como el contenido, el método de enseñanza híbrido y las herramientas tecnológicas.

Finalmente, no se puede dejar de lado que las mujeres enfrentan variadas y muy desafiantes brechas para iniciar y expandir sus negocios. De acuerdo con ONU Mujeres (2024) es clave facilitar tanto la transformación de marcos legales y políticas públicas para que fortalezcan el enfoque de género, como transformar actitudes, comportamientos y normas sociales y prácticas discriminatorias que siguen invisibilizando y desaprovechando los aportes de las mujeres a la economía. De igual manera, recuerdan que “su capacidad para superar obstáculos, generar empleo, fomentar la innovación y promover la igualdad está impulsando el cambio positivo y creando un futuro más prometedor y justo para las mujeres” (ONU Mujeres, 2024).

Capítulo V: Modelo de Negocio

En este capítulo se presentará la propuesta de valor representada en el Lienzo de Negocio, también conocido como modelo CANVAS, que en nuestro caso considera tres aspectos importantes: exclusividad, flexibilidad y apoyo integral. Este modelo permite visualizar de manera clara todos los elementos esenciales que contribuyen a la creación de valor.

5.1. Lienzo Modelo de Negocio

La propuesta de valor se enfoca en la formación exclusiva para mujeres, atendiendo sus necesidades y desafíos específicos. Además, ofrece una modalidad híbrida que permite a las participantes acceder a la formación de manera presencial o virtual. También proporciona apoyo integral a través de un acompañamiento constante durante el proceso de aprendizaje y servicios adicionales, como guardería, que facilitan la participación de las mujeres en los cursos de capacitación. A continuación, revisaremos los componentes plasmados en la Figura 9 a detalle.











Socios Estratégicos

Se han identificado instituciones privadas y entidades públicas como socios estratégicos. Estas organizaciones desempeñan un papel fundamental en la creación de canales efectivos de comunicación con los clientes. A través de estas alianzas, se facilitará el acceso al público objetivo y se fortalecerán los lazos de confianza, especialmente con las mujeres, quienes constituyen un grupo clave para la propuesta.

Es por ello que, “la diversidad y complejidad de los grupos de interés, obliga a estar preparadas para cambiar frecuentemente sus relaciones con ellos, así como para la llegada de grupos y temas nuevos” (Vargas, 2023, p. 14).

Figura 9

Lienzo Modelo de Negocio

<p> Socios Claves</p> <p>Municipalidades locales Líderes comunales Comités vecinales de los distritos Empresa privada aliada</p>	<p> Actividades Claves</p> <p>Preparación: Investigación de necesidades, diseño de programa, planificación logística, estrategia de marketing y gestión administrativa. Ejecución: Implementación del programa, gestión experiencia del participante, evaluación continua y seguimiento. Post venta: Medición del impacto del programa, revisión y evaluación de experiencia del usuario.</p> <p>Recursos Claves </p> <p>Plataforma tecnológica Mujeres Conocimiento de emprendimiento</p>	<p>Propuesta de Valor </p> <p>Programa de desarrollo de capacidades bajo modalidad híbrida, diseñado exclusivamente para mujeres que buscan fortalecer competencias en la gestión de emprendimientos.</p>	<p>Relaciones con Clientes </p> <p>Nuevos medios y formas de capacitarse Uso de la tecnología Comodidad y fácil uso para capacitarse Reconocimiento a las mujeres destacadas Fácil acceso a la información Comunidades de mujeres emprendedoras Asistencia personal</p> <p>Canales </p> <p>Venta de Producto (Física y virtual)</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Mujeres entre 25 y 44 años en el Departamento de Junín, que se encuentran interesadas en desarrollar capacidades en la gestión de emprendimientos.</p>
<p> Estructura de Costos</p> <p>Costo de Desarrollo de Herramientas de Tecnología Costo de alquiler de local y lugar de coordinación Costo de cursos Costos de marketing y publicidad</p>		<p>Fuentes de Ingreso </p> <p>Inscripción al Programa de Capacitación</p>		
<p> Costo Eco Social</p> <p>Costo por la reducción de la contaminación al uso mínimo de papel Recursos Renovables: Papel. Actividad Clave: Registro de Clientes Disminución de la economía informal y pobreza. Instrumentos: Estados Financieros (incluye costo eco social) Indicadores del INEI Resultados reporte de Sostenibilidad Ministerio del Ambiente / Ministerio de la Mujer</p>		<p>Beneficios Ecosociales </p> <p>Cuidado del medio ambiente Beneficiarios: Mujeres que promueven el cuidado del medio ambiente a través del ahorro de papel. Propuesta de Valor orientada al desarrollo de capacidades a través del uso de la tecnología. Instrumentos: VAN Social Reporte de Sostenibilidad</p>		

Instituciones Públicas

Municipalidades locales. Aportan espacios para realizar las capacitaciones, difusión de programas en comunidades locales y colaboración en la organización de eventos.

Comités vecinales de los distritos. Brindan acceso a infraestructura y promoción de la capacitación en sus campañas.

Líderes comunales. Promueven la participación de sus comunidades en el programa de capacitación.

Instituciones Privadas

AMSAC. Financiamiento, patrocinio de eventos de capacitación, o programas de responsabilidad social empresarial (RSE) que incluyan la capacitación de mujeres.

Actividades estratégicas

Las etapas estratégicas del proyecto se organizan en tres fases, las cuales se detallan a continuación.

Preparación

Investigación de Necesidades. Del público objetivo, las mujeres.

Diseño del Programa. Desarrollo del contenido, selección de materiales, asignación de roles y elección de capacitadores.

Planificación Logística. Reserva de espacios para las capacitaciones, configuración de plataformas virtuales y elaboración de un plan de comunicación.

Estrategia de Marketing. Campañas publicitarias en redes sociales, creación de material promocional y organización de reuniones con líderes comunitarios y autoridades locales.

Gestión Administrativa. Diseño y optimización de procesos y procedimientos internos.

Ejecución

Implementación del Programa. Ejecución de las sesiones de capacitación de acuerdo con la programación establecida.

Gestión de la Experiencia del Participante. Provisión de soporte técnico, logístico y administrativo para asegurar una experiencia sin contratiempos.

Evaluación Continua. Recopilación de retroalimentación y medición de la satisfacción de los participantes para optimizar el programa.

Seguimiento. Ofrecimiento de asesoría y acompañamiento, así como reconocimiento a los participantes para reforzar el aprendizaje y la motivación.

Post venta

Medición del Impacto del Programa de Capacitación. Evaluar cómo las capacitaciones han afectado el rendimiento y la satisfacción de los participantes mediante encuestas y análisis de desempeño.

Revisión y Análisis de Indicadores Financieros. Examinar los informes financieros para evaluar costos, retornos de inversión y otros indicadores clave que reflejen la efectividad del programa.

Evaluación de la Experiencia del Usuario. Recopilar opiniones y sugerencias de los usuarios a través de encuestas y grupos focales para identificar áreas de mejora.

Propuesta de valor

La propuesta de valor del proyecto abarca tres componentes: exclusividad, flexibilidad y apoyo integral para las clientas.

Relación con los clientes

Después del análisis en este sector se ha visto la importancia del desarrollo de una comunicación virtual, pero también se ha escuchado al usuario para tener la parte de presencialidad en el programa.

Segmentos de clientes

La segmentación que se ha realizado respecto a la edad se basa en la edad económicamente productiva de las mujeres.

Recursos claves. En la actualidad es primordial que las mujeres tengan acceso virtual debido al desarrollo de las tecnologías, así mismo se ha considerado el material adecuado pedagógicamente para promover una buena capacitación.

Canales. Para facilitar el acceso al producto para todas las mujeres, se ofrecen dos tipos de canales de venta:

Canal Físico. La venta directa se llevará a cabo en puntos autorizados del programa de capacitación, estratégicamente ubicados en cada localidad para garantizar el acceso a las mujeres que prefieren realizar sus compras en persona. Se estima que este canal representará el 80% del total de las ventas. A través de este enfoque, se facilitará el acceso a aquellas mujeres que valoran el contacto personal o que enfrentan limitaciones en su acceso a la tecnología.

Canal Virtual. Se habilitarán plataformas digitales que ofrecen un acceso fácil y flexible. Estas herramientas están diseñadas específicamente para atender a las mujeres que valoran la comodidad del entorno virtual, permitiéndoles realizar sus compras de manera rápida y sencilla desde cualquier lugar. Se estima que este canal representará el 20% del total de ventas. A través de este canal, no solo se mejorará la experiencia del cliente, sino que también se optimizarán las operaciones comerciales y se ampliará el alcance de los programas.

Estructura de Costos

Costos fijos: La empresa va a funcionar con mínimos costos fijos ya que la gran inversión se realizará en la plataforma virtual.

Costos variables: Estarán relacionados con los expertos para las capacitaciones y con los costos de marketing, fundamentales para impulsar la nueva empresa en sus primeros años y lograr posicionamiento en el mercado.

Ingresos: La empresa se dedicará a la educación, y su principal fuente de ingresos será el pago por cada inscripción de las participantes.

Beneficios Ecosociales

La empresa se compromete firmemente con una política integral de cuidado del medio ambiente y responsabilidad social, aplicando estos principios no solo en sus operaciones generales, sino también en las capacitaciones ofrecidas. Cada programa de formación está diseñado para promover prácticas sostenibles y éticas, garantizando que los participantes adquieran habilidades que reflejan y refuerzan nuestro compromiso con la protección ambiental y el impacto social positivo. Esta integración de valores ecológicos y sociales en nuestras capacitaciones asegura que el desarrollo profesional esté alineado con una visión más amplia de sostenibilidad y responsabilidad comunitaria.

Costo Ecosocial

La propuesta de valor está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 y 10, lo que garantiza un impacto positivo significativo en la economía y la sociedad. Al enfocar nuestros esfuerzos en promover el crecimiento económico inclusivo y sostenido (ODS 8) y reducir las desigualdades (ODS 10), nuestra iniciativa contribuye de manera efectiva a la disminución de la informalidad laboral y al alivio de la pobreza. Esta alineación con los ODS no solo refuerza el compromiso con la equidad y la justicia económica, sino que también potencia nuestra capacidad para generar un impacto duradero en las comunidades a las que servimos.

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

El análisis económico y financiero de Warmi Emprende que a continuación se presenta, determina la rentabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio en un periodo proyectado de cinco años. La fuente de ingresos es el cobro por la inscripción a las capacitaciones y los egresos están constituidos principalmente por el pago de los servicios de los capacitadores, el gasto en marketing y el mantenimiento de la plataforma.

La inversión inicial del proyecto implica contar con el 60% de financiamiento y el 40% de capital de los socios inversionistas del negocio. Al respecto, se puede señalar que se alcanza un VAN financiero del proyecto que asciende a S/ 1,178,527.14 con una TIR financiera 365.93%, al ser un VAN financiero positivo se está creando valor generando rentabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio, el costo de oportunidad es menor a la TIR financiera por lo que sí conviene invertir en este negocio.

5.3. Inversión del Proyecto

Para el financiamiento del proyecto, la inversión requerida para implementar el Programa de Capacitación en el departamento de Junín implica brindar todos los conocimientos técnicos de desarrollo para que las mujeres puedan iniciar sus emprendimientos. La Tabla 2 presenta el presupuesto de la inversión por concepto, siendo la plataforma virtual la inversión mayor. Finalmente, es importante mencionar que el monto total de la inversión inicial asciende a S/ 177,031 soles.

Tabla 2*Presupuesto de Inversión*

Costos	Monto S/
Desarrollo de Plataforma	S/58,906
Monto para proyecto	S/30,000
Material audiovisual de capacitación	S/15,000
Gastos de personal + obligaciones sociales	S/ 5,075
Servicios personal externos	S/ 2,700
Publicidad	S/10,000
Materiales diversos (útiles escritorio)	S/ 1,000
Materiales de guardería	S/ 500
Internet y teléfono	S/ 200
Gastos de constitución de empresa	S/ 800
Equipos	S/ 3,500
Capital de trabajo	S/ 49,350
TOTAL	S/ 177,031

5.4. Supuestos del Proyecto

Para efectos de los cálculos financieros se considera que la población beneficiaria son las mujeres en el departamento de Junín, así se tiene que son un total 309,005 mujeres, de las cuales se tiene como mercado objetivo un 33% es decir 2,315 mujeres, entendiendo que es una tercera parte del total, en un escenario conservador ya que es una empresa nueva y es un mercado que no está atendido, como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3*Mercado de Mujeres*

Descripción	Detalle
Mercado total (mujeres Junín)	309,005
Mercado potencial (PEA)	139,470
Mercado efectivo (PEA No Ocupada)	7,016
Mercado objetivo %	33%
Mercado objetivo	2,315
Cantidad Mensual de mujeres beneficiarias	400
Cantidad Mensual de mujeres beneficiarias %	5.70%

Nota: Información extraída en el INEI. Adaptado de Perú: Compendio estadístico 2024, (Tomo 1). Instituto Nacional de Estadística e Informática. Información de dominio público.

Para la determinación del precio de la inscripción de las capacitaciones, tal como se observa en la Tabla 4, el análisis de mercado o precisa que los cursos ofrecidos a esta población son gratuitos ya que son una población beneficiaria de bajos recursos, y en el análisis de la factibilidad económica se encontró que al precio S/ 80.00 soles se obtiene rentabilidad, considerando un costo fijo por inscripción de S/ 15.06 soles, un costo variable unitario de S/ 5.50 soles y la diferencia corresponde al margen que asciende a S/ 59.44 soles.

Tabla 4*Precio de Inscripción*

Costos	Monto S/
Costo fijo unitario	S/15.56
Costo variable unitario	S/5.50
Margen	S/59.44
Precio	S/80.00

Para determinar la tasa de crecimiento, se toman en cuenta diversos indicadores del sector educativo en Perú. Los datos recientes revelan un crecimiento significativo en el ámbito privado, donde numerosas instituciones educativas han experimentado una expansión acelerada, especialmente en los segmentos de clase media y media-baja, con tasas de crecimiento que alcanzan hasta el 30% en ciertos casos.

Además, se prevé un aumento del 16.9% en el presupuesto público destinado a la educación en 2023, lo que refleja un compromiso creciente del gobierno con la mejora educativa. A lo largo de los últimos 20 años, el porcentaje de estudiantes matriculados en educación superior ha alcanzado el 20.75% de la población, lo que refleja una demanda constante y en crecimiento por este nivel educativo.

Particularmente en el sector de educación superior técnica, se estima un crecimiento del 19%, se adopta un escenario representativo, realista y conservador dentro del contexto actual y al ser un nuevo proyecto en promedio la tasa de crecimiento establecida es 10%, para proyectar el crecimiento anual de las ventas. Esto significa que, en lugar de basarse en proyecciones más optimistas que podrían no materializarse, se opta por una cifra que ya refleja un crecimiento sólido y sostenible, alineado con las tendencias actuales del mercado. Este enfoque permite gestionar expectativas de manera más prudente, asegurando que las proyecciones de crecimiento sean alcanzables y fundamentadas en datos concretos.

5.5. Costos de Operación

Los costos operativos en que se incurrirán en el proyecto están expresados en la Tabla 5 de manera mensual y ascienden a S/ 8,225.00 soles, así se tienen que los gastos administrativos que incluyen los gastos de mantenimiento de la plataforma virtual, los gastos de personal incluye los servicios de los profesores que dictan clases presenciales, materiales y otros incluye el servicio de guardería, materiales ascienden a S/ 700.00 soles; por último los

costos de venta son los incurridos para la publicidad mensual de los servicios que ascienden a S/ 250.00 soles.

Tabla 5

Costos de Operación

Descripción	Costo Total
1. Gastos de Administración	S/7,975.00
Gastos de Personal	S/7,275.00
Materiales y otros	S/700.00
2. Costo de venta	S/250.00
Publicidad	S/250.00
Total	S/8,225.00

5.6. Proyección de Ventas

Para determinar el porcentaje de crecimiento en el sector educativo, es fundamental considerar las evaluaciones realizadas por las entidades financieras, que indican una tasa de crecimiento del 30% para que el sector sea considerado atractivo para el crédito. Sin embargo, al tratarse de una empresa nueva, se estima un crecimiento más conservador del 10%. Esta tasa se ajusta a las proyecciones para instituciones privadas técnicas y se considera una estimación prudente, reflejando un enfoque realista y sostenible. Por lo tanto, esta tasa del 10% será la utilizada para proyectar las ventas, tal como se aprecia en la Tabla 6.

Tabla 6

Proyección de Ventas

	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ventas (inscripciones)	4,800	5,280	5,808	6,389	7,028

Nota: Proyección de ventas hasta el quinto año de ejecución del proyecto.

En la Tabla 6 se considera un escenario conservador de ventas, a partir del año cuatro se ampliará el enfoque a otros departamentos, ya que se prevé el establecimiento en el mercado nacional, empezando con departamentos de la zona centro.

5.7. Flujo de Caja y Cálculo del VANF

El flujo de caja se realizará con una proyección a 5 años, con la finalidad de conocer la viabilidad y rentabilidad de Warmi Emprende, dado que la empresa es nueva y el tamaño de la inversión de cada socio en conjunto representa el 40%, mientras que la inversión total contará con un financiamiento del 60%; esto contribuirá a que el apalancamiento esté por encima del 50% de la inversión total. De los cálculos realizados, la Tabla 7 evidencia que el VAN financiero del proyecto asciende a S/ 1'178,527.14 soles, con una TIR financiera 365.93% en un periodo de 5 años, lo que indica que el proyecto es viable financieramente contando con un financiamiento del 60%.

Con estos datos se puede decir que el proyecto crea valor al indicar que el VAN financiero es positivo S/ 1,178,527.14 y su TIR financiera también es mayor al costo de oportunidad 365.93% que se podría obtener en otro proyecto de las socias.

En el Apéndice C en la Tabla C1 se detalla el flujo de caja financiero mensual del primer año, donde se observa que maximiza el uso de recursos disponibles y logra un apalancamiento favorable que potencia el crecimiento de Warmi Emprende en su primer año de operación. Este esquema financiero permite generar una mayor liquidez y estabilidad, facilitando la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Además, el flujo de caja financiero proyectado a cinco años refleja que los ingresos generados serán suficientes para cubrir costos operativos, pagos de financiamiento y generar utilidades para los inversionistas. La rentabilidad del proyecto, medida a través de su TIR financiera del 365.93%, indica que Warmi Emprende no solo es viable, sino altamente rentable en comparación con otras oportunidades de inversión. Esto refuerza la confianza en el modelo de negocio y la capacidad del proyecto para generar impacto social y económico positivo en las mujeres emprendedoras.

Tabla 7*Flujo de Caja Financiero*

CONCEPTO	HORIZONTE					
	0	1	2	3	4	5
Capacitaciones		S/ 384,000.00	S/ 422,400.00	S/ 464,640.00	S/ 511,104.00	S/ 562,214.40
Venta de activos						
Costos variables	S/ 5.50	-S/ 26,400.00	-S/ 29,040.00	-S/ 31,944.00	-S/ 35,138.40	-S/ 38,652.24
Costos fijos	S/ 6,025.00	-S/ 72,300.00	-S/ 72,300.00	-S/ 72,300.00	-S/ 72,300.00	-S/ 72,300.00
Depreciación maquinaria						
Valor en libro						
Intereses		-S/ 20,181.53	-S/ 17,415.65	-S/ 14,124.25	-S/ 10,207.48	-S/ 5,546.53
Utilidad antes de impuesto (UAI)		S/ 265,118.47	S/ 303,644.35	S/ 346,271.75	S/ 393,458.12	S/ 445,715.63
Impuesto	18%					
UADAC		S/ 265,118.47	S/ 303,644.35	S/ 346,271.75	S/ 393,458.12	S/ 445,715.63
Depreciación maquinaria		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Valor en libro						
Flujo de Caja Operativo		S/ 265,118.47	S/ 303,644.35	S/ 346,271.75	S/ 393,458.12	S/ 445,715.63
Desarrollo de Plataforma		-S/ 58,906.00				
Monto para proyectos		-S/ 30,000.00				
Material audiovisual de capacitación		-S/ 15,000.00				
Gastos de personal + obligaciones sociales		-S/ 5,075.00				
Servicios personal externos		-S/ 2,700.00				
Publicidad		-S/ 10,000.00				
Materiales diversos		-S/ 1,000.00				
Materiales de guardería		-S/ 500.00				
Internet y teléfono		-S/ 200.00				
Gastos de constitución de empresa		-S/ 800.00				
Equipos		-S/ 3,500.00				
Capital de trabajo		-S/ 49,350.00	-S/ 1,320.00	-S/ 1,452.00	-S/ 1,597.20	-S/ 1,756.92
Valor de desecho		S/ 0.00				S/ 55,476.12
Flujo de Caja de Inversiones		-S/ 177,031.00	-S/ 1,320.00	-S/ 1,452.00	-S/ 1,597.20	-S/ 1,756.92
Flujo de Servicio de la Deuda (FSD)		S/ 106,218.60	-S/ 14,557.28	-S/ 17,323.16	-S/ 20,614.56	-S/ 24,531.33
Flujo de Caja Financiero (FCF)		-S/ 70,812.40	S/ 249,241.19	S/ 284,869.19	S/ 324,059.99	S/ 367,169.87

5.8. Escalabilidad del Modelo de Negocio

El proyecto Warmi Emprende presenta un alto grado de escalabilidad gracias a su diseño flexible y modular, lo que permite su adaptación a distintos contextos locales y a las necesidades específicas de cada comunidad. Su estructura descentralizada y basada en la tecnología facilita la expansión ágil y eficiente, garantizando que las capacitaciones sean relevantes, accesibles y efectivas para todas las participantes.

Para explicar la escalabilidad y ver la exponencialidad del proyecto Warmi Emprende se utiliza la herramienta Exo Canvas. Más adelante, la Tabla 8 muestra el Propósito Transformador Masivo (PTM) que busca empoderar a mujeres en situación de vulnerabilidad a través de la educación y capacitación en habilidades técnicas, digitales y de emprendimiento. Su objetivo es reducir la brecha de género, mejorar las oportunidades económicas y sociales de las participantes, y fomentar la creación de una comunidad de mujeres líderes con impacto en sus familias y entornos.

El modelo de implementación se basa en una plataforma digital de aprendizaje con acceso a cursos, mentorías y herramientas interactivas, complementada con capacitaciones presenciales en colaboración con empresas, comunidades y municipalidades. Se fomenta el aprendizaje personalizado mediante algoritmos que recomiendan cursos y oportunidades laborales según el progreso de cada participante, además de utilizar metodologías innovadoras como simulaciones con realidad virtual y gamificación.

En cuanto a la información del proyecto, Warmi Emprende está dirigido a mujeres en situación de vulnerabilidad, proporcionándoles acceso a cursos, mentorías y herramientas digitales que les permitan fortalecer su desarrollo profesional y personal.

Tabla 8

Exo Canvas Warmi Emprende

Propósito Transformador Masivo (PTM)			
Empoderar a las mujeres a través de la educación y capacitación en habilidades técnicas, digitales y de emprendimiento para mejorar sus oportunidades económicas y sociales, para reducir brechas de género y mejorar su calidad de vida. Se busca formar una comunidad de mujeres líderes que generen impacto en sus familias y entornos.			
Información	Staff on Demand (Personal bajo demanda)	Interfaces (Interfaces)	Implementación
El proyecto Warmi Emprende está diseñado para mujeres en situación de vulnerabilidad, brindando acceso a cursos, mentorías y herramientas digitales para su desarrollo profesional y personal.	Capacitadores, mentores, mujeres líderes, representatividad, especialización virtual.	Plataforma digital, cursos, material educativo, networking, aplicación móvil.	Desarrollo de la plataforma de aprendizaje virtual Warmi, talleres presenciales, alianzas con empresas, comunidades y municipalidades locales.
	Community & Crowd (Comunidad y seguidores)	Dashboards (Cuadros de mando)	
	Red Warmi, exalumnas, emprendedoras, aliados, redes de contacto.	Métricas, progreso, inserción laboral, reportes, análisis de impacto.	
	Algoritmos (Algoritmos)	Experimentación	
	Análisis de desempeño, recomendaciones, tendencias de empleabilidad.	Aprendizaje basado en proyectos, simulaciones, realidad virtual, gamificación.	
	Leveraged Assets (Activos externos)	Autonomía	
	Uso de infraestructura existente centros comunitarios, municipalidades, empresas, equipos tecnológicos.	Aprendizaje flexible, autodirigido, autoevaluación, tutorías personalizadas.	
	Engagement (Compromiso)	Social Technologies (Tecnologías sociales)	
Gamificación, insignias, certificados, desafíos, rankings.	WhatsApp, Telegram, plataformas colaborativas, redes de apoyo, comunidades en línea.		

Para lograr esto, la implementación del proyecto incluye el desarrollo de una plataforma de aprendizaje virtual, la organización de talleres presenciales y la formación de alianzas estratégicas con empresas, comunidades y municipalidades locales.

El modelo de Staff on Demand permite la colaboración de profesionales y expertos en empoderamiento femenino y emprendimiento, quienes actúan como capacitadores y mentores bajo demanda. Este enfoque garantiza la oferta de capacitaciones especializadas en modalidad virtual, priorizando la inclusión de mujeres líderes y expertas en diversas áreas para fomentar la representatividad en cada una de ellas.

La plataforma digital de aprendizaje proporciona acceso a cursos y material educativo en múltiples formatos (videos y lecturas en PDF) como se describe en el Apéndice A. También cuenta con foros de discusión y espacios de networking; además, se puede visualizar en el teléfono móvil para facilitar el acceso a los contenidos en zonas con conectividad limitada.

El proyecto promueve la formación de la comunidad Red Warmi Emprende, integrada por exalumnas, emprendedoras, empresas y aliados estratégicos que comparten conocimientos y oportunidades. Se fomenta, además, la creación de redes de contacto y grupos de apoyo para fortalecer el crecimiento profesional de las participantes.

A través de un sistema de métricas se evalúa el progreso de las usuarias, considerando indicadores como tasas de finalización de cursos, inserción laboral y crecimiento de la comunidad. Estos datos se utilizan en reportes automatizados que analizan el impacto en la mejora de habilidades y la generación de ingresos.

En términos de experimentación, el proyecto incorpora metodologías innovadoras a través del aprendizaje personalizado. La implementación de estas estrategias facilita la enseñanza y maximiza el impacto educativo, adaptándose a diferentes niveles de experiencia.

En este mismo sentido, la iniciativa promueve un modelo de aprendizaje autónomo y flexible, que permite a las participantes organizar su proceso educativo en función de sus necesidades y disponibilidad de tiempo. Para ello, se incluye herramientas de autoevaluación, rutas de aprendizaje personalizadas y tutorías adaptadas a cada perfil.

El uso de tecnologías sociales es un aspecto clave en el desarrollo del proyecto, ya que se emplean herramientas colaborativas como: WhatsApp y Telegram para mantener la comunicación entre participantes, facilitadores y aliados. Asimismo, se implementan redes de apoyo y comunidades en línea con el propósito de fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias.

Desde el punto de vista técnico, el sistema utiliza algoritmos que analizan el desempeño de las participantes y generan recomendaciones de cursos, mentorías y oportunidades laborales con base en sus avances e intereses. Además, estos algoritmos identifican tendencias de empleabilidad, lo que permite adaptar la oferta de capacitación según la demanda del mercado laboral.

El proyecto Warmi Emprende también aprovecha activos externos mediante el uso de infraestructuras existentes en centros comunitarios, municipalidades y empresas privadas para llevar a cabo capacitaciones presenciales. Se establecen convenios con diversas organizaciones para garantizar el acceso a equipos tecnológicos, proyectores y otros recursos necesarios para el aprendizaje.

Por último, la estrategia de compromiso y engagement se refuerza con la implementación de un sistema de gamificación, que otorga insignias, certificados digitales y recompensas a las participantes más activas. A través de desafíos, rankings y eventos en vivo, se incentiva la participación y el desarrollo de proyectos emprendedores, promoviendo así un entorno de aprendizaje dinámico e interactivo.

En conclusión, el proyecto Warmi Emprende puede considerarse un proyecto exponencial, ya que presenta un propósito transformador claro orientado al empoderamiento de mujeres en situación de vulnerabilidad. El proyecto integra herramientas tecnológicas a través de una plataforma digital como se muestra en el Apéndice A, comunidades activas y recursos externos para escalar su impacto de manera eficiente y sostenible. Asimismo, incorpora mecanismos de motivación, autonomía en el aprendizaje y generación de métricas inteligentes que permiten optimizar su funcionamiento y ampliar su alcance con rapidez y bajo costo.

5.9. Sostenibilidad Social del Modelo de Negocio

Un emprendimiento social y sostenible es aquel que es rentable, pero trabajando en pro del beneficio del medio ambiente y la sociedad. Este modelo combina los objetivos financieros con soluciones a problemáticas del entorno y orientan sus operaciones y ofertas a la sostenibilidad, según lo señala Marc Fernández (s/f) en su artículo Modelos de Negocios Sostenibles.

En ese sentido, la presente propuesta de capacitación se encuentra alineada encuentra a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, como:

- ODS 8 Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, con los indicadores tasa de crecimiento anual del PIB real por persona empleada y la tasa de desempleo, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad.
- ODS 10 Reducción de las desigualdades con el indicador tasas de crecimiento per cápita de los gastos o ingresos de los hogares del 40% más pobre de la población y la población total.

El programa de capacitación busca contribuir con la reducción de desigualdades entre hombres y mujeres en el campo laboral, por ello se busca a través de la estrategia de educación financiera y asesoramiento constante generar valor a través de emprendimientos sostenibles.

En ese sentido según la Tabla 9 se tiene el siguiente VAN Social de S/ 32'041,171.27 soles, esto indica que el proyecto tiene un impacto en la sociedad en línea con los ODS planteados.

El VAN Social muestra una evaluación del valor actual neto (VAN) de los beneficios y costos sociales del proyecto Warmi Emprende a lo largo de cinco años, considerando una tasa de descuento social del 8% indicado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). A continuación, se detalla el análisis de cada concepto.

Beneficio social por mejora de la calidad de vida

Este concepto representa un valor significativo y creciente cada año. Se estima que mejora desde S/ 7.2 millones de soles en el primer año hasta superar los S/ 10.5 millones de soles en el quinto año. Esto refleja un impacto positivo y acumulativo en la calidad de vida, relacionado con una mejor gestión del tiempo, comodidad y bienestar general de las personas involucradas.

Beneficio social por ahorro en desplazamientos y uso de tecnologías digitales

Aunque este beneficio es comparativamente menor, se observa un crecimiento moderado a lo largo de los años, comenzando con S/ 875.52 soles en el primer año y alcanzando S/ 1,281.85 soles en el quinto año. Este ahorro representa la eficiencia lograda en la reducción de tiempos y costos de transporte gracias a la adopción de tecnologías digitales.

Costo social de emitir CO2 en desplazamientos aéreos

Este valor permanece constante en S/ -595,330.00 soles anualmente, reflejando el impacto negativo en el medio ambiente debido a las emisiones de CO2. Este costo es un factor que reduce los beneficios netos del proyecto, subrayando la importancia de minimizar desplazamientos aéreos para mejorar los resultados sociales.

Beneficio neto

Este es el resultado de restar los costos sociales de los beneficios totales. Se muestra un aumento constante del beneficio neto a lo largo de los cinco años, pasando de S/ 6 millones de soles en el primer año a más de S/ 9 millones de soles en el quinto. Este crecimiento refleja que los beneficios superan consistentemente los costos a medida que el proyecto avanza.

Valores actuales

Los beneficios netos ajustados por la tasa de descuento del 8% muestran un valor presente de los flujos de beneficios sociales. Estos valores también son crecientes, comenzando con aproximadamente S/ 6.1 millones de soles en el primer año y alcanzando S/ 6.7 millones de soles en el quinto.

VAN Social

Finalmente, el VAN Social total del proyecto es de 30'041,171. Esto indica que, a lo largo de los cinco años, el proyecto generará un valor positivo considerable para la sociedad, considerando los beneficios y costos sociales. Este valor elevado respalda la viabilidad social del proyecto, destacando que los beneficios de mejorar la calidad de vida y los ahorros en desplazamientos superan los costos ambientales asociados a las emisiones de CO2.

Tabla 9*VAN Social*

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Beneficio social por mejora de la calidad de vida		7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
Beneficio social por ahorro en desplazamientos y en el uso de tecnologías digitales		875.52	963.07	1,059.38	1,165.32	1,281.85
Beneficio total	177,031.00	7,200,875.52	7,920,963.07	8,713,059.38	9,584,365.32	10,542,801.85
Costo social de emitir CO2 en desplazamiento aéreos		-595,330.00	-595,330.00	-595,330.00	-595,330.00	-595,330.00
Beneficio neto	177,031.00	6,605,545.52	7,325,633.07	8,117,729.38	8,989,035.32	9,947,471.85
Tasa de descuento social	8%	-	-	-	-	-
Valores actuales	177,031.00	6,116,245.85	6,280,549.62	6,444,115.31	6,607,209.31	6,770,082.19
VAN Social		32,041,171.27				

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable

Este capítulo presentará la validación de la solución propuesta mediante la evaluación de su deseabilidad, factibilidad y viabilidad. Se definirán las hipótesis clave para medir la atracción de las mujeres hacia el programa. La factibilidad operativa se verificará a través de planes de mercadeo y simulaciones financieras. Finalmente se demostrará cómo estas validaciones garantizarán la sostenibilidad del proyecto en el departamento de Junín y su expansión a otras regiones del Perú.

6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución

La deseabilidad de la solución se refiere a la capacidad del programa para atraer a las mujeres del mercado objetivo y cumplir con sus expectativas. A través de la formulación de hipótesis clave, se busca determinar si la propuesta de valor del modelo de negocio es adecuada y aceptada por las participantes. Ver tarjeta de Prueba en el Apéndice B.

A continuación, se identifican y jerarquizan las principales hipótesis derivadas de la propuesta de valor y el modelo de negocio. Estas hipótesis se han organizado en función de su importancia y la facilidad de validación:

Hipótesis sobre el formato híbrido de la capacitación

Si el programa de capacitación es híbrido (virtual y presencial), se logrará un aumento del 50% en la inscripción de mujeres interesadas en la gestión de emprendimientos.

Hipótesis sobre la flexibilidad horaria

Si se establece un programa de capacitación en horarios flexibles, se incrementará la participación de mujeres del grupo objetivo.

Hipótesis sobre la inscripción mínima

Si la implementación del programa alcanza el 60% de inscritos, el programa podrá ponerse en marcha.

Hipótesis sobre el servicio de guardería para niños

Si se ofrece el servicio de guardería para las mujeres que tengan hijos menores a 10 años de edad, el nivel satisfacción de las participantes alcanzará un promedio de 75%.

Las hipótesis fueron priorizadas en función de su importancia para el éxito del proyecto ya la facilidad de la validación. La matriz de priorización considera el impacto potencial de cada hipótesis en el éxito general del programa y el nivel del esfuerzo requerido para obtener datos de validación. Entre las hipótesis más críticas se encuentran las relacionadas con el formato híbrido y la flexibilidad horaria, ya que afectan directamente en la inscripción y participación de las mujeres.

6.1.1 Experimentos Empleados para Validar las Hipótesis

Para validar las hipótesis planteadas, se llevaron a cabo diversos experimentos y encuestas, cuyos resultados se describen a continuación:

Encuestas sobre el formato híbrido. Se encuestó a las mujeres del departamento de Junín sobre su preferencia por programas de capacitación híbrido (virtual y presencial). El 64% de las encuestadas expresó su interés en este formato, lo que demuestra la preferencia de las encuestadas por el modelo híbrido.

Encuestas sobre la flexibilidad horaria. Se realizaron encuestas para evaluar la disposición de las mujeres a participar en un programa con horarios flexibles. Los resultados mostraron que más del 50% de las encuestas prefieren esta modalidad, validando la importancia de ofrecer flexibilidad.

Encuestas sobre la inscripción mínima. Se realizaron encuestas para evaluar la disposición de las mujeres a participar en el programa de capacitación. Los resultados mostraron que el 100% de las encuestadas estarían dispuestas a inscribirse en este programa, validando el interés de estas mujeres por participar en este programa.

Encuestas sobre el servicio de guardería para niños. Se realizaron encuestas para evaluar el nivel de satisfacción de implementar un servicio de guardería para mujeres con hijos menores de 10 años de edad. Los resultados mostraron que más del 75% de las encuestadas les gustaría contar con este servicio, validando la importancia de implementar este servicio para que estas madres puedan capacitarse sin tener que preocuparse del cuidado de sus hijos mientras se desarrollan sus clases.

Las métricas empleadas incluyeron encuestas de satisfacción sobre el formato híbrido y la flexibilidad de horarios. Los resultados mostraron niveles de satisfacción superiores al 85% en el supuesto de que las mujeres participantes del programa de capacitación obtengan reconocimiento por su desempeño.

En resumen, los experimentos realizados confirman que el programa de capacitación es deseable para el grupo objetivo. Las mujeres de Junín han demostrado interés en inscribirse y participar activamente en el programa, lo que refuerza la validez de las hipótesis planteadas.

6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución

En esta sección se validará la factibilidad de la solución que responde al problema social relevante, verificando si es suficiente la capacidad operativa para proporcionar la propuesta de valor y asegurar el ritmo de crecimiento que garantice la rentabilidad.

Para determinar la factibilidad se desarrollará el Plan de Mercadeo y el Plan Financiero; además se mostrarán los resultados de las simulaciones necesarias para evaluar la continuidad de la solución presentada.

6.2.1. Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo está diseñado para garantizar que la solución propuesta llegue al público objetivo de forma eficaz y eficiente, permitiendo comunicar su importancia y atraer a más participantes.

Para ello, se desarrollan los siguientes objetivos: desarrolla una estrategia de marketing que considera los canales más adecuados para llegar a mujeres entre 25 y 44 años del departamento de Junín; así como, a empresas locales interesadas en contribuir al desarrollo de capacidades de estas mujeres de la localidad como parte de objetivo de responsabilidad social y sostenibilidad. Algunos aspectos claves del Plan de Mercadeo:

Objetivo

- Atraer a mujeres de 25 a 44 años en el departamento de Junín que estén interesadas en iniciar o mejorar la gestión de emprendimientos.
- Posicionar el programa de capacitación como una oportunidad clave para desarrollar habilidades emprendedoras, empoderar económica y socialmente a las mujeres de la región.
- Sensibilizar sobre el programa a empresas locales para obtener apoyo y cooperación.
- Garantizar que la tasa de participación en el programa sea del 80% durante el primer año de operaciones del programa.

Estrategias de Posicionamiento

El programa se posicionará como una oportunidad de desarrollo de capacidades que contribuirá con la economía para las mujeres del departamento de Junín, enfocándose en:

Opciones inclusivas. Programa para mujeres, independientemente de su educación o procedencia, con un enfoque práctico adaptado a cada situación.

Centrarse en empresas locales y sostenibles. Fortalecer la educación empresarial basada en los recursos locales, la innovación y la sostenibilidad.

Impacto social. Además de los beneficios financieros, se enfatiza el papel del programa en mejorar el bienestar de las mujeres y sus familias.

Estrategias de Comunicación y Promoción

Para abordar eficazmente a las mujeres del departamento de Junín, se desarrollarán estrategias online y offline para adaptarse a la situación actual de cada grupo.

Medios Tradicionales

Afiches. Colocados en los centros comunitarios y municipios.

Charlas informativas. Organización de seminarios y charlas en municipios, centros de mujeres, ONG locales y ferias regionales.

Ferias y Mesas de Sostenibilidad. Se aprovecharán las ferias distritales y las mesas de sostenibilidad de cada comunidad para difundir la importancia de la capacitación y la oportunidad de probar el producto de manera presencial.

Medios Digitales

Redes sociales. Se crearán perfiles en Facebook e Instagram, con campañas publicitarias segmentadas y testimonios de mujeres emprendedoras.

WhatsApp. Se utilizará el WhatsApp como canal de comunicación directo para comunicar inscripciones, beneficios y fechas claves a través de grupos comunitarios y listas de correo.

Alianza Estratégica

ONG. Se trabajará con ONGs que colaboran con mujeres de áreas rurales y urbanas.

Gobiernos locales y regionales. Se trabajará con municipios y gobiernos regionales para apoyo logístico, promoción de programas y fácil acceso a los centros de aprendizaje.

Empresas privadas. Se buscará el patrocinio de empresas con interés en responsabilidad social para brindar becas o apoyo de material educativo a los participantes.

Programación de Ejecución

En la Tabla 10 se proporciona la programación tentativa de actividades para la implementación del Plan de Mercadeo.

Tabla 10*Programación de Actividades*

Mes	Actividades
1 -2	<ul style="list-style-type: none"> - Lanzamiento de campañas de marketing (medios tradicionales y digitales) - Desarrollo de material informativo. - Inscripción de participantes (en línea o en locales comunales).
3-4	<ul style="list-style-type: none"> - Despliegue de capacitación con seguimiento continuo a través de medios digitales. - Diseño de campañas publicitarias en redes sociales y WhatsApp para captar nuevos clientes, en base al feedback de participantes.
5-6	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de testimonios e historias de mujeres emprendedoras exitosas. - Evaluación de la efectividad de la estrategia de mercadeo y ajustar las estrategias publicitarias.

Métricas para analizar la eficiencia del Plan de Mercadeo

- Tasa de inscripción: 400 mujeres inscritas en el programa de manera mensual.
- Tasa de participación: 80% de asistencia de mujeres a las capacitaciones.
- Visibilidad en redes sociales: Número de interacciones y alcance de las publicaciones en redes sociales.
- Costo de cliente: S/ 80 soles por participante inscrita.
- Satisfacción del público objetivo: 90% de satisfacción de participantes del programa.

En la Tabla 11 se detalla la partida presupuestal de publicidad, donde se incluye campañas de BTL 2 veces al año, teniendo 2 de más inversión para el primer año de lanzamiento, y de ahí en adelante 2 campañas de BTL de manera semestral, estas campañas se enfocan en la experiencia, cercanía y personalización, utilizando estrategias innovadoras y

canales no tradicionales para captar, involucrar y fidelizar a las participantes. Al integrar eventos, activaciones digitales, marketing experiencial y alianzas estratégicas, se maximiza el impacto del programa, asegurando un crecimiento sostenible y la transformación real de las mujeres beneficiadas.

Presupuesto de Mercado

Tabla 11

Partida Presupuestal: Publicidad

<i>Concepto</i>	<i>Monto S/</i>
<i>Campaña anual</i>	
Campaña de BTL Semestre 1	3,000
Campaña de BTL Semestre 2	3,000
<i>Campaña de lanzamiento</i>	
Campaña de BTL Semestre 1	5,000
Campaña de BTL Semestre 2	5,000
<i>Total</i>	<i>16,000</i>

Finalmente, se puede precisar que el plan de mercadeo permitirá llegar de manera efectiva a las mujeres de entre 25 y 44 años del departamento de Junín, mediante una combinación El plan de mercadeo atiende las necesidades de las mujeres y aumenta el nivel de confianza en el programa de capacitación.

6.2.2. Plan de Operaciones

El plan de operaciones describe los procesos, recursos y actividades necesarias para implementar eficazmente el Programa de Capacitación en Gestión de Emprendimientos, con el fin de garantizar su viabilidad y éxito en el departamento de Junín. A continuación, se señala algunos aspectos a considerar en el Plan de Operaciones:

Objetivos

- Asegurar que el programa llegue a mujeres tanto en áreas urbanas como rurales del departamento de Junín y se adapte a las condiciones específicas de cada región

- Garantizar operaciones eficientes que reduzcan costos y optimicen recursos; así como, la calidad en la enseñanza y el soporte técnico a las mujeres participantes.

Componentes del Programa de Capacitación

El programa de capacitación contará con un diseño cuidadoso de la malla curricular, convirtiéndose en un elemento esencial que asegurará que el programa no solo sea educativo, sino también transformador, contribuyendo al desarrollo personal y profesional de las mujeres participantes.

Para lograr esto, se considerarán aspectos clave, como la contextualización de las necesidades específicas y los desafíos que enfrentan las mujeres en el ámbito del emprendimiento, garantizando que los temas tratados sean relevantes y aplicables. Se fomentará el empoderamiento y el desarrollo de habilidades que aumenten la confianza y la autonomía de las mujeres.

Además, se incluirán diversas perspectivas y experiencias que enriquecerán el aprendizaje y promoverán un ambiente inclusivo donde todas las participantes se sientan valoradas y escuchadas.

La sostenibilidad del aprendizaje permitirá a las mujeres no solo adquirir conocimientos, sino también aplicarlos y adaptarse a los cambios en el mercado. Asimismo, se fortalecerá la motivación, lo que contribuirá al compromiso de las participantes, reduciendo la deserción y promoviendo una experiencia de aprendizaje positiva.

Finalmente, se llevará a cabo una evaluación del impacto, que permitirá medir la efectividad del programa y su influencia en las participantes al término de cada grupo de capacitación, facilitando la recolección de datos y la evaluación de la satisfacción de las asistentes.

Modalidad de Capacitación

Para adaptarse a la situación real de los participantes, se están considerando la modalidad híbrida que consiste en:

Capacitación Presencial. Con cursos prácticos orientados al módulo de Liderazgo Femenino que se realizará en municipalidades o locales comunales de zonas urbanas y rurales.

Capacitación Virtual. Se utilizará la plataforma Moodle, así como materiales en línea para las mujeres participantes. Se fomentará el uso de WhatsApp como herramienta de apoyo a la comunicación frecuente.

Localización y Cobertura

El programa se implementará en zonas urbanas y rurales de las distintas localidades del departamento de Junín, para lo cual se establecerán locaciones para cada grupo de capacitación:

Capacitación en zonas urbanas. Se realizará en centros de capacitación en las ciudades de Huancayo, Tarma, Yauli, Chupaca, Concepción, Jauja, Chanchamayo, Satipo y Junín utilizando la infraestructura de las municipalidades.

Capacitación en zonas rurales: Se formarán alianzas con líderes, autoridades de entidades locales y ONGs para utilizar sus instalaciones.

Recursos Necesarios

Recursos Humanos

Instructor. Profesionales especializados en gestión de emprendimientos, marketing digital, economía y empoderamiento de la mujer. Se dará prioridad a la contratación de capacitadores locales con experiencia regional.

Coordinador de campo. Persona responsable de organizar la capacitación, gestionar la logística y garantizar la participación de las mujeres (especialmente en las zonas rurales).

Personal de apoyo. Responsable de las actividades administrativas, distribución de materiales y seguimiento de los participantes.

Materiales y equipos

Materiales de estudio. Manuales digitales que cubren el contenido del módulo. Se dará prioridad al uso de un lenguaje comprensible para las mujeres en los distintos niveles educativos.

Equipamiento técnico. Ordenadores, proyectores y conexión a Internet en el centro de aprendizaje. En las zonas rurales con acceso deficiente a Internet, se utilizarán dispositivos fuera de línea, como videos y presentaciones descargables.

Kit de herramientas de emprendimiento. Al final del curso, los participantes recibirán un kit de herramientas que contiene herramientas esenciales (digitales) para iniciar o mejorar un negocio (Cuadernos contables, listados de proveedores, herramientas de marketing digital).

Infraestructura

Centros de Aprendizaje. Se hará uso de los centros comunitarios urbanos, rurales, instituciones educativas y municipalidades. Cuando la infraestructura sea inadecuada, se utilizarán aulas móviles o espacios públicos adaptados temporalmente.

Plataforma Virtual. Se utilizará la plataforma Moodle para las capacitaciones virtuales.

Presupuesto Operativo

En la Tabla 12, se presenta el proyectado del presupuesto operativo con una propuesta de partidas presupuestas.

Tabla 12*Presupuesto Operativo*

Descripción	Costo Total
1. Gastos de Administración	S/7,975.00
Gastos de Personal	S/7,275.00
Materiales y otros	S/700.00
2. Costo De Venta	S/250.00
Publicidad	S/250.00
Total	S/8,225.00

Cronograma de Implementación

En la Figura 10, se expone la programación de actividades para garantizar la implementación.

Figura 10*Actividades a Implementar*

Actividad	Semana			
	1	2	3	4
Reclutamiento de capacitadores	x			
Difusión del programa e inscripciones	x			
Capacitación teórica (Módulos 1-2)		x		
Capacitación práctica (Módulos 3-4)		x		
Sesiones de asesoría personalizada			x	x
Capacitación en liderazgo y formalización			x	
Evaluación y cierre del programa				x

Métricas para medir la eficiencia del Plan de Operaciones

Tasa de participación. Porcentaje de mujeres que forman parte del programa de capacitación.

Mejora en habilidades. Evaluaciones al inicio y final del programa de capacitación para medir el avance en conocimientos sobre gestión de emprendimientos.

Tasa de emprendimiento. Porcentaje de mujeres que inician o mejoran su emprendimiento dentro de los seis meses posteriores a la capacitación.

Satisfacción de las participantes. Encuestas para evaluar la calidad de la capacitación y la percepción del programa de capacitación.

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Factibilidad

Para validar la factibilidad de la solución presentada, se realizaron simulaciones bajo el método Montecarlo con el objetivo de contar con un mejor entendimiento del negocio, reducir los costos asociados con la experimentación en el sistema real y reducir el riesgo de error en sistemas reales.

La Tabla 13 presenta dichos escenarios de simulación, para los cuales se ejecutaron las cuatro fases del método Montecarlo para tener una aproximación analítica útil de la solución propuesta. Se utilizaron valores estimados de 5,000 simulaciones para evitar una baja variabilidad y generar la agrupación de sus medidas de tendencia central.

De esta manera, la presente investigación se propone predecir la probable rentabilidad de la solución propuesta a través del indicador financiero como el VANF e identificar el valor de vida del cliente a través de la eficiencia del plan de marketing.

Simulación de Eficiencia del Plan de Marketing

Por otro lado, se realizaron las simulaciones bajo el método Montecarlo para identificar el nivel eficiencia del Plan de Marketing, para ello se calculó el valor del tiempo de vida (LTV) y su relación con el costo de adquisición (CAC).

Tabla 13*Escenarios de la Simulación*

Escenario	%	Descripción	Justificación
Muy Pesimista	15%	Representa el mínimo nivel de inscripción debido a múltiples barreras (culturales, sociales, logísticas, etc)	Escenario útil para prever el impacto de peor caso y diseñar estrategias de mitigación.
Pesimista	25%	Resultados inferiores lo esperado, pero no extremos. Difusión limitada o desafíos logísticos moderados	Ayuda a evaluar riesgos moderados cuando los resultados no cumplen las expectativas.
Esperado	0%	Representa el nivel de inscripción proyectado según el estudio.	Escenario más probable usado como referencia principal para planificar recursos y medir el éxito esperado.
Optimista	10%	Nivel de inscripción superior al esperado debido a condiciones favorables.	Útil para analizar el potencial de éxito bajo condiciones favorables.
Muy Optimista	20%	Escenario ideal con inscripción excepcional por factores completamente alineados.	Escenario menos probable, pero relevante para explorar el máximo potencial.

En la Tabla 14, se observa la relación entre el Valor del Tiempo de Vida del Cliente (LTV) y el Costo de Adquisición de Cliente (CAC) en distintos escenarios, mostrando cómo la rentabilidad de cada cliente varía en función de las condiciones del mercado. Se observa que, en los escenarios pesimistas, el LTV se mantiene estable en torno a S/ 80.80 y S/ 81.61, mientras que el CAC es relativamente alto (S/ 20.34 y S/ 19.57, respectivamente), lo que reduce la eficiencia de la captación de clientes, reflejada en una menor relación LTV/CAC (3.97 y 4.17). En el escenario esperado, el LTV es de S/ 80.00 y el CAC de S/ 20.55, lo que genera un LTV/CAC de 3.89, ligeramente inferior al de los escenarios pesimistas, lo que indica que el equilibrio entre adquisición y rentabilidad del cliente aún necesita optimización.

Tabla 14

Relación de Valor de Tiempo de Vida del Cliente (LTV) y el Costo de Adquisición (CAC).

Escenarios	LTV	CAC	LTV/CAC
Escenario muy pesimista	S/80.80	S/20.34	3.97
Escenario pesimista	S/81.61	S/19.57	4.17
Escenario esperado	S/80.00	S/20.55	3.89
Escenario optimista	S/82.42	S/17.87	4.61
Escenario muy optimista	S/83.25	S/17.12	4.86
Promedio	S/81.62	S/19.09	4.30

En los escenarios optimistas, la relación LTV/CAC mejora significativamente, alcanzando 4.61 en el optimista y 4.86 en el muy optimista. Esto se debe a un aumento en el LTV (hasta S/ 83.25) y una reducción en el CAC (hasta S/ 17.12), lo que significa que el negocio es más rentable en estas condiciones favorables. La media de la relación LTV/CAC es de 4.30, lo que indica que, en promedio, cada cliente genera 4.3 veces el costo de su adquisición. Este análisis sugiere que reducir el CAC y aumentar el valor del cliente a lo largo del tiempo son estrategias clave para mejorar la rentabilidad del proyecto, especialmente si se logran aplicar tácticas de fidelización y optimización en la adquisición de clientes.

La Tabla 15 presenta la probabilidad de eficiencia del plan de marketing en distintos escenarios, reflejando cómo varía el desempeño del proyecto bajo diferentes condiciones. Se observa que en los escenarios pesimistas la eficiencia se mantiene en valores cercanos (63.14% en el muy pesimista y 63.90% en el pesimista), lo que indica que, incluso en contextos desfavorables, el plan de marketing mantiene un nivel de efectividad relativamente estable. Sin embargo, en el escenario esperado (64.04%), la eficiencia mejora levemente, lo que sugiere que el modelo tiene un desempeño equilibrado y no presenta grandes variaciones en condiciones neutras o adversas.

Tabla 15*Simulaciones Probabilidad de Eficiencia del Plan de Marketing*

Escenarios	Probabilidad de Eficiencia del Plan de Marketing
Escenario esperado	64.04%
Escenario muy pesimista	63.14%
Escenario pesimista	63.90%
Escenario optimista	65.64%
Escenario muy optimista	66.80%

En los escenarios optimistas, la eficiencia del plan de marketing incrementa, alcanzando 65.64% en el optimista y 66.80% en el muy optimista, lo que sugiere que, bajo condiciones favorables, las estrategias de marketing pueden generar mejores resultados. El incremento progresivo de la eficiencia en estos escenarios resalta la importancia de aprovechar oportunidades favorables para potenciar el impacto de las acciones de marketing. Sin embargo, la diferencia entre el escenario esperado y el muy optimista no es muy amplia (solo 2.76 puntos porcentuales), lo que indica que el plan de marketing tiene un comportamiento estable y no muestra un crecimiento exponencial en eficiencia, incluso en las mejores condiciones.

Se sugiere revisar en el Apéndice D, Tabla D2 muestra los supuestos de simulación del plan de marketing, así como en las Figuras D6 hasta el D10, muestra los resultados y sus gráficas obtenidas por cada escenario.

Simulación de Eficiencia del Plan Financiero

Para interpretar las simulaciones de la eficiencia del plan financiero, partiremos del concepto que establece que el valor actual neto financiero (VANF) nos permite identificar la rentabilidad de la solución propuesta y comparar los flujos de efectivo futuros con el valor presente de la inversión inicial.

El objetivo del análisis es comprender cómo las variaciones del crecimiento de la cantidad de inscritos impactan en los ingresos y, en consecuencia, en la viabilidad del proyecto. En la Tabla 16, se presentan los resultados del VANF obtenidos en los cinco escenarios simulados.

Tabla 16

Escenarios para el análisis del VANF

Escenario	Ingresos	N° clientes	VANF
Escenario muy pesimista	S/2,367,840.00	29,598	S/1,194,721.69
Escenario pesimista	S/2,461,600.00	30,770	S/1,259,499.87
Escenario esperado	S/1,400,960.00	17,512	S/1,178,527.14
Escenario optimista	S/2,696,000.00	33,700	S/1,421,445.33
Escenario muy optimista	S/2,813,200.00	35,165	S/1,502,418.05
Promedio	S/2,347,920.00	29,349	S/1,311,322.42

Se observa que, en los escenarios muy pesimistas, los ingresos se mantienen por encima de S/ 2.3 millones, con una captación de más de 29,000 clientes y un VANF superior a S/ 1.19 millones, lo que sugiere que incluso en condiciones adversas, el proyecto sigue siendo rentable. Sin embargo, el escenario esperado presenta valores más bajos, con ingresos de S/ 1.4 millones, solo 17,512 clientes y un VANF de S/ 1.17 millones, lo que podría indicar una subestimación de la captación de clientes en este escenario o la necesidad de fortalecer estrategias de crecimiento.

En contraste, los escenarios optimistas muestran un mejor rendimiento financiero, alcanzando hasta S/ 2.8 millones en ingresos y una base de clientes de 35,165 en el escenario muy optimista. Esto se traduce en un VANF de S/ 1.5 millones, lo que indica un aumento significativo en la rentabilidad cuando las condiciones son favorables. El promedio general de todos los escenarios refleja un desempeño sólido, con ingresos de S/ 2.34 millones, 29,349 clientes y un VANF de S/ 1.31 millones, lo que sugiere que el proyecto tiene una alta

estabilidad y potencial de crecimiento, dependiendo de la efectividad de las estrategias de adquisición y retención de clientes.

La simulación de Montecarlo aplicada al VANF que muestra la Tabla 17 permite evaluar la probabilidad de riesgo de pérdida en distintos escenarios del proyecto. Se observa que los escenarios más adversos presentan mayores probabilidades de pérdida, con un 18.80% en el escenario muy pesimista y un 13.00% en el pesimista, lo que indica que, en estas condiciones, existe un riesgo considerable de que el proyecto no genere la rentabilidad esperada. El escenario esperado tiene un riesgo intermedio del 15.20%, lo que sugiere que el modelo base del proyecto aún enfrenta incertidumbre en términos financieros y podría requerir estrategias de mitigación de riesgo.

Tabla 17

Resultados de las Simulaciones del VANF

Escenario	Probabilidad del Riesgo de Pérdida
Escenario esperado	15.20%
Escenario muy pesimista	18.80%
Escenario pesimista	13.00%
Escenario optimista	3.80%
Escenario muy optimista	2.40%

Por otro lado, los escenarios favorables reflejan una reducción significativa del riesgo, con solo un 3.80% en el escenario optimista y un 2.40% en el muy optimista. Esto significa que, si se alcanzan condiciones favorables en el mercado y se optimizan las estrategias de adquisición y retención de clientes, la probabilidad de que el proyecto enfrente pérdidas se reduce drásticamente. En general, este análisis sugiere que la estabilidad financiera del proyecto depende en gran medida de las condiciones del entorno y la efectividad de la estrategia comercial, destacando la importancia de minimizar costos y fortalecer la captación de clientes para operar en escenarios con menor incertidumbre.

Para más detalle en el Apéndice D, Tabla D1 muestra los supuestos de simulación del VANF, así como en las Figuras D1 hasta el D5, muestra los resultados y las gráficas obtenidas por cada escenario.

6.3. Validación de la viabilidad de la solución

El presente análisis de viabilidad tiene como objetivo evaluar la factibilidad de implementar un proyecto de capacitación dirigido a mujeres en el departamento de Junín, Perú. Este proyecto tiene como propósito fomentar el desarrollo de competencias técnicas y productivas, que permitan a las beneficiarias mejorar sus oportunidades laborales y económicas.

El análisis se centrará en la evaluación integral de aspectos críticos como el presupuesto de inversión, el análisis financiero detallado y la proyección de distintos escenarios. A través de la metodología de simulaciones financieras, se generarán cinco escenarios basados en el Valor Actual Neto Financiero (VANF), lo que permitirá anticipar el comportamiento del proyecto bajo diferentes condiciones económicas. Estos escenarios ayudarán a identificar los riesgos y oportunidades, garantizando una toma de decisiones informada para asegurar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

6.3.1. Presupuesto de Inversión

Para financiar el proyecto, la inversión necesaria de implementar el Programa de Capacitación en el departamento de Junín contempla proporcionar a las mujeres todos los conocimientos técnicos y herramientas esenciales con el fin de que puedan iniciar y gestionar sus propios emprendimientos de manera exitosa. De acuerdo con la Tabla 18, el componente más significativo de esta inversión estará destinado al desarrollo e implementación de una plataforma virtual, que será clave para ofrecer formación accesible y de alta calidad a las beneficiarias, independientemente de su ubicación geográfica.

Tabla 18*Presupuesto de Inversión*

Concepto	Monto S/
Desarrollo e implementación de Plataforma	S/58,906
Monto para proyectos	S/30,000
Material audiovisual de capacitación	S/15,000
Personal	S/7,775
Servicios generales	S/16,000
Subtotal	S/127,681
Capital de trabajo	S/ 49,350
Total	S/ 177,031

El monto total de la inversión inicial asciende a S/ 177,031, el cual cubrirá no solo el diseño y mantenimiento de la plataforma virtual, sino también la adquisición de materiales didácticos, la contratación de instructores especializados y otros recursos necesarios para asegurar la efectividad y el alcance del programa. Esta inversión representa un compromiso con el empoderamiento económico de las mujeres de la región y la sostenibilidad del proyecto a largo plazo. El detalle del presupuesto presentado correspondiente a la inversión requerida para la implementación del Programa de Capacitación está estructurado de la siguiente manera:

Desarrollo de la Plataforma Virtual (S/ 58,906). Este rubro representa la mayor inversión del proyecto. Incluye el diseño, desarrollo, implementación y mantenimiento de una plataforma digital que permitirá impartir los cursos de capacitación como se muestra en el Apéndice A. Además, cubre los costos relacionados con el alojamiento web, la seguridad de los datos y las actualizaciones necesarias para asegurar una experiencia de usuario eficiente y segura.

Material audiovisual de capacitación (S/ 15,000). Este concepto incluye la creación de videos, presentaciones, guías y otros recursos didácticos que complementarán la

formación. El objetivo es asegurar que los contenidos sean atractivos, claros y accesibles para todas las participantes.

Personal (S/ 7,775). Este monto cubre los salarios del personal de Warmi Emprende y otros profesionales que estarán a cargo de impartir las capacitaciones, así como el personal administrativo encargado de la gestión y seguimiento del programa.

Capital de trabajo (S/ 49,350). Esta partida corresponde al capital necesario para cubrir los gastos operativos corrientes del proyecto durante su fase inicial, tales como pagos a proveedores, mantenimiento de la plataforma, y otros costos que se presenten antes de que el programa genere ingresos o resultados tangibles.

Este desglose muestra cómo se distribuirán los recursos para asegurar que el proyecto se ejecute con éxito, brindando capacitación de calidad y apoyo a las mujeres participantes en el departamento de Junín.

6.3.2. Análisis Financiero

Se llevará a cabo un análisis del flujo de caja mediante una proyección a cinco años, con el objetivo de evaluar la viabilidad y rentabilidad de Warmi Emprende. Dado que la empresa es nueva, es relevante destacar que la inversión conjunta de cada socio representa el 40% del capital total, mientras que el 60% restante será financiado.

Los cálculos realizados indican que el Valor Actual Neto Financiero del proyecto asciende a S/ 1,178,527.14, y la Tasa Interna de Retorno financiero (TIRF) en un escenario esperado se sitúa en un notable 365.93% durante el periodo de cinco años. Estos resultados sugieren que el proyecto es financieramente viable, considerando el financiamiento del 60%.

Además, estos datos permiten afirmar que el proyecto genera valor, dado que el VANF es positivo y la TIRF supera el costo de oportunidad que las socias podrían obtener al invertir en otras alternativas. Esto resalta la solidez y el atractivo de Warmi Emprende como una opción de inversión prometedor.

6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Viabilidad

Para evaluar la viabilidad del proyecto, se llevaron a cabo simulaciones Montecarlo. Estas simulaciones permitieron analizar cómo el Valor Actual Neto Financiero (VANF) fluctúa en función a la variación del crecimiento del número de clientes.

La Tabla 19 ilustra cómo el número de clientes puede variar drásticamente en función del supuesto de crecimiento del número de clientes, los escenarios optimista y muy optimista presentan oportunidades de crecimiento, mientras que los escenarios pesimista y muy pesimista indican riesgos que requieren atención y planificación proactiva.

Tabla 19

Supuestos de los escenarios

Escenarios	Supuesto	Porcentaje
Escenario esperado	Sin crecimiento de clientes	
Escenario muy pesimista	Crecimiento clientes más 1% esperado	1%
Escenario pesimista	Crecimiento clientes más 5% esperado	5%
Escenario optimista	Crecimiento clientes más 15% esperado	15%
Escenario muy optimista	Crecimiento clientes más 20% esperado	20%

En los escenarios pesimistas, se proyecta un crecimiento moderado, con solo un 1% adicional en el escenario muy pesimista y un 5% en el pesimista, lo que indica que, aun en condiciones desfavorables, existe una leve expectativa de expansión en la base de clientes. Estos valores sugieren que el proyecto podría mantener cierta estabilidad, aunque con una tasa de crecimiento limitada.

La Tabla 20 ilustra los resultados de las simulaciones en términos de probabilidad, se observa que los escenarios más adversos presentan mayores probabilidades de pérdida, con un 18.80% en el escenario muy pesimista y un 13.00% en el pesimista, lo que indica que, en

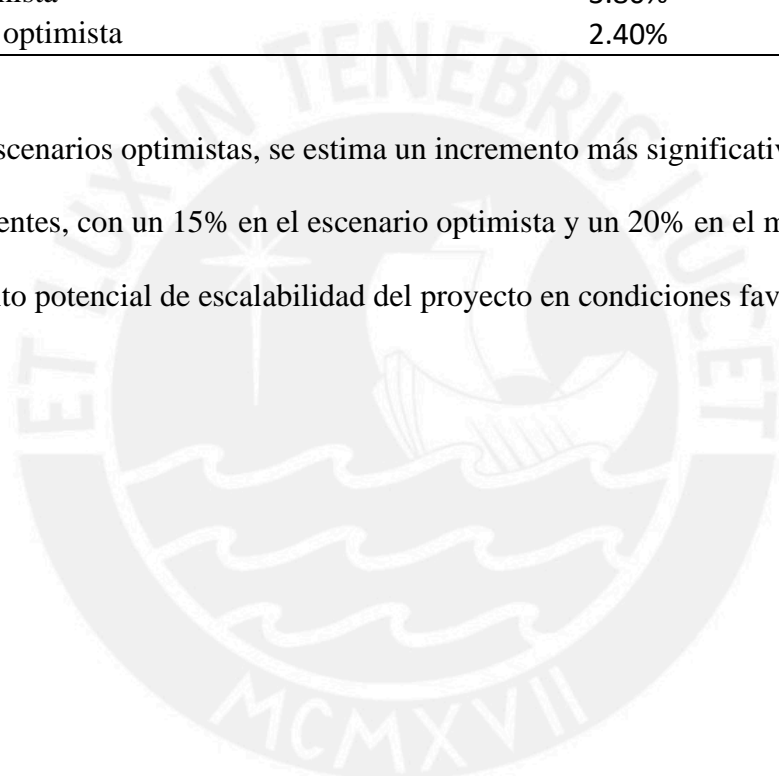
estas condiciones, existe un riesgo considerable de que el proyecto no genere la rentabilidad esperada.

Tabla 20

Resultados de las Simulaciones del VANF

Escenario	Probabilidad del Riesgo de Pérdida
Escenario esperado	15.20%
Escenario muy pesimista	18.80%
Escenario pesimista	13.00%
Escenario optimista	3.80%
Escenario muy optimista	2.40%

En los escenarios optimistas, se estima un incremento más significativo en la captación de clientes, con un 15% en el escenario optimista y un 20% en el muy optimista, lo que refleja un alto potencial de escalabilidad del proyecto en condiciones favorables.



Capítulo VII: Solución Sostenible

En este capítulo se validará la sostenibilidad del modelo de negocio propuesto como solución a un problema social, evaluando su relevancia y rentabilidad social en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El modelo se fundamenta en dos ODS clave: el ODS 8, promoviendo trabajo decente y crecimiento económico a través de la mejora de habilidades empresariales y el ODS 10, reduciendo desigualdades mediante el desarrollo de capacidades de mujeres de diversos estratos socioeconómicos.

7.1. Flourishing Business Canvas

El modelo de negocio Warmi Emprende ha diseñado el Flourishing Business Canvas (Figura 11) con el propósito de empoderar a las mujeres mediante el desarrollo de habilidades y capacidades que les permitan mejorar su calidad de vida y su participación en la economía. Este proyecto se dirige a mujeres de entre 25 y 44 años que residen en zonas rurales y urbanas, y que buscan acceder a formación en gestión de emprendimientos para mejorar su situación socioeconómica a través de la creación de sus propios negocios en el departamento de Junín.

La propuesta de valor de Warmi Emprende es educativa, inclusiva y flexible, incorporando un formato híbrido. Además, ofrece un servicio de guardería como valor añadido. Aparte de la formación en competencias para la gestión de emprendimientos, el programa promueve la sostenibilidad a través del uso de una herramienta virtual que reduce la dependencia del papel y del transporte. Este programa de capacitación y desarrollo no solo enseña habilidades técnicas, sino que también fomenta la autoconfianza y la independencia económica de las mujeres.

Figura 11

Flourishing Business Canvas: Warmi Emprende

Medio ambiente		El departamento de Junín, destaca por su rica biodiversidad y recursos hídricos, pero enfrenta desafíos ambientales como la contaminación del agua, la degradación del suelo por la agricultura y los impactos negativos de la minería.									
Sociedad		El departamento de Junín, compuesto por comunidades rurales y urbanas, se destaca por su diversidad cultural, pero enfrenta altos índices de pobreza y desigualdad. El acceso a servicios educativos y de salud es desigual, con una gran parte de la población viviendo en condiciones precarias, especialmente en las zonas rurales, donde las oportunidades y servicios básicos son más limitados.									
Economía		El departamento de Junín se sustenta principalmente en la agricultura, que pese a ser su actividad central, está limitada en tecnología y productividad. La minería, enfocada en la extracción de cobre, zinc y plata, genera importantes ingresos, pero también conlleva desafíos ambientales. La industria y el comercio, aunque de menor relevancia, se concentran en áreas urbanas como Huancayo. Aunque el turismo posee un gran potencial debido a la riqueza cultural y natural de la región, sigue sin estar plenamente desarrollado. Junín enfrenta altos niveles de pobreza y desigualdad, con pocas oportunidades laborales, lo que impulsa la migración.									
Existencias biofísicas Infraestructura física: Salas donde se imparten las capacitaciones. Equipos tecnológicos: Computadoras, proyectores, plataforma educativa, videos, otros relacionados Materiales didácticos: Manuales y Libros digitales que se utilizan en las actividades de capacitación. Insumos: mobiliario (mesas, sillas), y otros relacionados. Aspectos Legales: Autorización de uso de material educativo / Permisos	Procesos		Valor		Personas		Actores del ecosistema Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables, Ministerio del Trabajo y Promoción del empleo, Municipalidades locales, Reguladores educativos. Líderes comunales, Comités vecinales, ONGs locales e internacionales. Empresas de tecnología, Empresas locales y nacionales, Instituciones financieras. Universidades y centros de formación técnica. Mujeres emprendedoras y sus familias, Comunidad en general. Ministerio del Ambiente, Grupos y activistas ambientales. Líderes comunales y organizaciones comunitarias.				
	Recursos (Tangibles e Intangibles)		Alianzas		Co-creación del valor			Relaciones		Actores clave	
		Tangible -Activos Fijos: Infraestructura, equipos tecnológicos y mobiliario Tangible -Materia Prima: Material didáctico (Manuales y Textos), Insumos Operativos (productos para talleres presenciales), Capacitadores, Participantes al programa y personal de apoyo. Intangible: Metodología de enseñanza, energía eléctrica, conectividad		Los socios formales del programa incluyen a la Municipalidad de Junín, ONGs, sector privado y organizaciones internacionales. Cada uno aporta recursos como infraestructura, conocimientos, financiamiento y redes de contactos. Sus acciones van desde la provisión de espacios y capacitación, hasta el seguimiento a las emprendedoras, asegurando el éxito y la sostenibilidad del programa.		Propuesta educativa, inclusiva y flexible, incorporando un formato híbrido. Servicio de guardería como valor añadido. Además de la formación en competencias empresariales, se fomenta la sostenibilidad en las prácticas de los emprendimientos que promueve y en la operación de las empresas con plataformas tecnológicas que lleguen efectivamente al público objetivo.		Colaboración con instituciones tecnológicas y educativas para mantener actualizadas las plataformas y ofrecer contenidos de calidad que lleguen efectivamente al público objetivo.		Municipalidades locales, Empresas privadas, Líderes comunitarios, Entidades gubernamentales y ONGs.	
Servicios Ecológicos		Actividades		Gobernanza		Destrucción del valor		Canales		Necesidades	
No generan flujos ecológicos El servicio ofrecido no participa del flujo de beneficios de manera directa. Si los emprendimientos que se generan pueden orientarse a ser sostenibles y contribuir con el impacto el medio ambiente.		Preparación: Investigación de necesidades, diseño de programa, planificación logística, estrategia de marketing y gestión administrativa. Ejecución: Implementación del programa, gestión experiencia del participante, evaluación continua y seguimiento. Post venta: Medición del impacto del programa, revisión y evaluación del entrenamiento. Trabajos de valor agregado que generan valor Se genera valor desde el diseño de la malla curricular, la formación de alianzas estratégicas, la impartición de clases, la asesoría y el seguimiento post-capacitación.		Los accionista del programa de capacitación son quienes determinan directamente quienes son los socios clave.		Exclusión de mujeres más jóvenes o mayores de este grupo etario. Dependencia de subvenciones en caso las mujeres no puedan asumir el costo del programa de capacitación.		Capacitación híbrida, virtual y presencial. Plataforma digital. Redes sociales y campañas comunitarias. Internet y plataformas digitales: Plataforma de capacitación Moodle, Redes sociales, Correo electrónico. Reuniones presenciales con aliados, Eventos comunitarios y capacitaciones presenciales. Asistencia personalizada. Distribución de materiales físicos, Movilización de personal y recursos. Correspondencia formal.		Acceso a capacitación de calidad. Conciliación de la vida personal y profesional. Mejora de las condiciones económicas. Acceso a redes de apoyo. Reducción de desempleo y pobreza. Responsabilidad social corporativa. Desarrollo económico local, Inclusión de poblaciones vulnerables, Impacto social sostenible, Educación accesible y efectiva, Acceso	
Costos Costos Sociales: Impacto en la Calidad de Vida: Realizar encuestas antes y después del programa para evaluar cambios en el bienestar de las participantes. Formalización de Negocios: Comparar la tasa de formalización antes y después del proyecto. Costos Ambientales: Uso de Recursos Naturales: Calcular el costo del uso de recursos (como papel y otros materiales) en comparación con la implementación de prácticas sostenibles. Huella de Carbono: Estimar la huella de carbono asociada con el proyecto, considerando el transporte de participantes y el uso de energía. Costos Económicos: Inversión Inicial y Operativa: VANF Aumento de Ingresos: Aumento de ingresos de las participantes, comparando sus ingresos antes y después de la capacitación.		Metas Aumentar el Empoderamiento Social: Meta: Aumentar la participación de las mujeres en espacios de decisión comunitaria en un 30% dentro de dos años. Facilitar el Networking y la Colaboración: Meta: Organizar al menos 01 evento anual de networking y colaboración entre las participantes y empresas locales en el transcurso del proyecto. Éxito Ambiental: Lograr una huella de carbono reducida. Éxito Económico: Conseguir un aumento del 25% en los ingresos de las participantes en un año después de la capacitación. Éxito Social: Alcanzar un nivel de satisfacción de al menos el 80% entre las participantes.		Beneficios Impacto social: Mejora de la calidad de vida: Encuestas pre y post-programa medir cambios en la satisfacción personal u uso guardería. Tasa de emprendimiento: Número de mujeres que inician sus propios negocios después de la capacitación. Impacto ambiental: Reducción en el uso de recursos: Medición del uso de papel, agua y energía en las instalaciones, comparando la modalidad híbrida con una modalidad presencial completa. Reducción de la huella de carbono: Cálculo de la huella de carbono del programa, basada en el ahorro en desplazamientos y en el uso de tecnologías digitales. Ahorro en transporte: Kilómetros no recorridos o viajes evitados gracias a la formación virtual, contribuyendo a la disminución de emisiones. Impacto económico: Aumento de ingresos: Monitorear los ingresos de las participantes antes y después del programa. Generación de empleo: Número de empleos directos creados por las participantes a través de sus emprendimientos.							
RESULTADOS											

El modelo de negocio incluye actividades clave para su implementación, que se dividen en tres etapas: en la etapa de Preparación, se realizan investigaciones de necesidades, diseño del programa, planificación logística, estrategia de marketing y gestión administrativa. Posteriormente, en la etapa de Ejecución, se implementará la malla curricular, se gestionará la experiencia del participante, y se llevará a cabo una evaluación continua y seguimiento. Finalmente, en la etapa de Post Venta, se medirá el impacto para captar a las mujeres participantes, se utilizarán diversos canales de comunicación, como redes sociales, plataformas en línea y colaboraciones con organizaciones locales. En cuanto a las relaciones con los clientes, Warmi Emprende establece vínculos de confianza y apoyo continuo, ofreciendo mentorías y creando un entorno comunitario que fortalece la red de mujeres emprendedoras.

Los recursos clave del modelo incluyen formadores capacitados, materiales de aprendizaje, espacios para la capacitación y alianzas con organizaciones locales que apoyan el desarrollo de capacidades en mujeres. Se identifican también socios clave, como la Municipalidad de Junín, empresas locales del sector privado y comunidades, que aportan recursos como infraestructura, conocimientos, financiamiento y redes de contacto. Sus acciones van desde la provisión de espacios hasta el seguimiento de las emprendedoras, garantizando así el éxito y la sostenibilidad del programa.

La estructura de costos del modelo abarca la formación de instructores, materiales de capacitación y gastos operativos relacionados con la gestión del programa, entre otros. Se consideran, además, actores del ecosistema, como el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, municipalidades locales, líderes comunales, ONGs locales e internacionales, empresas de tecnología, empresas locales y nacionales, instituciones financieras, universidades y centros de formación técnica.

También se abordan necesidades como el acceso a capacitación de calidad, la conciliación entre la vida personal y profesional, la mejora de las condiciones económicas, el acceso a redes de apoyo y el desarrollo económico local.

Dentro de los estudios realizados en torno al tema se encuentra que las intervenciones destinadas a propiciar condiciones de empoderamiento en las mujeres deben incorporar iniciativas para problematizar las relaciones socialmente opresivas en las que las mujeres pueden estar enmarcadas y las jerarquías sociales que permiten o favorecen dichas dinámicas opresivas. En líneas generales, las investigaciones sobre el empoderamiento de mujeres suelen enfocarse en los siguientes temas: las relaciones sociales y roles de las mujeres en sus comunidades, la violencia como un obstáculo para el empoderamiento, el impacto de los grupos de mujeres en el empoderamiento y las plataformas económicas como intervenciones relacionadas al empoderamiento. (Ruiz-Bravo, Vargas & Clausen, 2018, p. 20)

Este modelo trae consigo beneficios significativos que impactan en la calidad de vida de las mujeres participantes, incrementando la tasa de emprendimiento al evidenciar un aumento en el número de mujeres que inician sus propios negocios tras la capacitación. Asimismo, se identifica un impacto ambiental positivo, ya que se reduce el uso de recursos como papel, agua y energía mediante la implementación de un formato de capacitación híbrido en lugar de uno exclusivamente presencial. Esto contribuye a la disminución de la huella de carbono, gracias al ahorro en desplazamientos y al uso de tecnologías digitales. Finalmente, se permite un aumento de ingresos a través del monitoreo de los ingresos de las participantes antes y después del programa, así como la generación de empleo mediante el número de puestos creados por las emprendedoras a partir de sus iniciativas.

7.2. Relevancia Social de la Solución

El proyecto Warmi Emprende se encuentra alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en la Tabla 21, mostramos el impacto del proyecto Warmi Emprende y la relación de los ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico y 10 Reducción de desigualdades.

Tabla 21

Evaluación de Impacto de Warmi Emprende en los ODS 8 y 10

Meta	Impacto de Warmi Emprende
8.3: Promover políticas que apoyen la creación de empleo, el emprendimiento y el acceso a servicios financieros.	El proyecto fomenta la inclusión de mujeres en el mercado laboral y el emprendimiento, brindando formación en habilidades clave y facilitando el acceso a microcréditos y redes de negocios.
8.5: Lograr empleo pleno y productivo para todas las mujeres y hombres, con igualdad de remuneración.	Al capacitar a mujeres en habilidades técnicas y digitales, se incrementan sus oportunidades de acceder a empleos mejor remunerados, reduciendo la brecha de género en ingresos.
8.6: Reducir la proporción de jóvenes que no trabajan ni estudian.	El programa busca capacitar a jóvenes mujeres que no han tenido acceso a educación formal, ayudándolas a integrarse al mercado laboral o iniciar emprendimientos.
8.8: Proteger derechos laborales y promover un entorno seguro para todos los trabajadores.	Se incluyen módulos sobre derechos laborales y equidad de género en el trabajo, empoderando a las mujeres para exigir condiciones justas y seguras en sus empleos.
10.1: De aquí a 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional.	La capacitación está dirigida a mujeres en situación vulnerable, brindándoles formación en generación de ingresos sostenibles mediante empleo formal o autoempleo, impulsando su estabilidad económica.
10.2: Promover la inclusión económica y social de todas las personas, sin importar género, edad o estatus económico.	La capacitación está dirigida a mujeres en situación de vulnerabilidad, facilitando su inclusión en sectores productivos y brindando herramientas para su autonomía económica.
10.3: Garantizar igualdad de oportunidades y eliminar prácticas discriminatorias.	Se trabajan habilidades para el empoderamiento femenino, incluyendo liderazgo, negociación y educación financiera, para reducir la discriminación en el ámbito laboral.
10.4: Adoptar políticas que promuevan la igualdad salarial y el acceso equitativo a oportunidades económicas.	Se fomentan iniciativas de networking y mentorías para ayudar a las mujeres a posicionarse en sectores mejor remunerados y de alta demanda.

En el ODS 8, que promueve el empleo decente y el crecimiento económico, el proyecto facilita la inserción laboral de las mujeres a través de formación en habilidades técnicas y digitales, reduciendo la brecha de género en el mercado de trabajo. Además, al fortalecer el emprendimiento y el acceso a servicios financieros, se impulsa la independencia económica de las beneficiarias. También contribuye a la reducción del número de jóvenes que no estudian ni trabajan, proporcionando herramientas para su integración en la economía formal.

Por otro lado, el impacto en el ODS 10 es significativo al promover la inclusión social y económica de mujeres en situación de vulnerabilidad. El proyecto no solo brinda oportunidades de capacitación, sino que también trabaja en la eliminación de prácticas discriminatorias mediante educación en derechos laborales y equidad de género. Además, al fomentar la igualdad salarial y el acceso a mejores oportunidades económicas, se combate la brecha salarial y se genera un impacto sostenible en la autonomía financiera de las mujeres. En conjunto, la capacitación ofrecida no solo fortalece la participación femenina en la economía, sino que también contribuye a la construcción de sociedades más equitativas e inclusivas.

La Tabla 22 presenta el Índice de Relevancia Social (IRS) asociado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y ODS 10 (Reducción de desigualdades). Para el presente proyecto adoptamos el IRS del ODS 10 es de 0.6, reflejando una mayor relevancia social en la reducción de desigualdades.

Tabla 22

Índice de Relevancia Social

Objetivo de desarrollo Sostenible	Índice de Relevancia Social
IRS ODS 8	0.4
IRS ODS 10	0.6

Warmi Emprende tiene un fuerte impacto en la equidad, favoreciendo la inclusión de mujeres en sectores económicos con mayores barreras de acceso. El enfoque en la capacitación y la promoción de oportunidades económicas contribuye a reducir la brecha de género y mejorar las condiciones de vida de las beneficiarias.

7.3 Rentabilidad Social de la Solución

Warmi Emprende es un proyecto integral que no solo genera beneficios económicos para sus participantes, sino que también incorpora impactos sociales y ambientales positivos. A través de este programa, las mujeres participantes no solo adquieren herramientas para fortalecer sus emprendimientos, sino que también contribuyen a un modelo de desarrollo sostenible y responsable. La iniciativa fomenta prácticas de producción eficientes, reduciendo el impacto ambiental mediante la optimización del uso de recursos, la reducción de la huella de carbono y la mejora en la movilidad sostenible. Esto no solo beneficia directamente a las emprendedoras, sino que también fortalece el tejido social y económico de sus comunidades, promoviendo modelos empresariales más inclusivos y sostenibles.

El Índice de Rentabilidad Social (IRSo) de 14.48 demuestra el alto impacto del proyecto en relación con la inversión realizada. Este valor indica que, por cada unidad de inversión en capacitación, se generan 14.48 unidades de beneficio social, evidenciando una alta eficiencia en la mejora de la calidad de vida de las beneficiarias. Este impacto positivo se debe a varios factores clave, como la inserción laboral de mujeres en sectores estratégicos, el incremento de sus ingresos, el fortalecimiento de sus capacidades productivas y la reducción de desigualdades en el acceso a oportunidades económicas. Además, el modelo de Warmi Emprende impulsa la autonomía financiera de las mujeres, promoviendo su empoderamiento y contribuyendo a la construcción de una sociedad más equitativa e inclusiva.

Capítulo VIII: Implementación

En este capítulo se abordará la programación del proceso de implementación del programa de desarrollo de capacidades para las mujeres de 25 y 44 años en el departamento de Junín, que permitirá promover el empoderamiento económico, adquirir destrezas fundamentales y crear un efecto positivo en la sociedad. Asimismo, se detallarán las actividades del equipo de trabajo, conclusiones y recomendaciones obtenidas durante el desarrollo del proyecto.

8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

Para garantizar una implementación adecuada del negocio se planea iniciar todas las actividades a partir de enero del 2025 y continuar durante el primer trimestre del año hasta el lanzamiento oficial del proyecto. En el Apéndice 1, se proporciona un detalle de esta planificación de cada una de las etapas, con tareas específicas y responsables designados para llevarlas a cabo.

Las creadoras del proyecto realizarán el seguimiento para garantizar la ejecución efectiva del plan. En la Figura 12 se presenta el modelo de negocio, incluyendo las actividades claves para su implementación, que se dividen en tres etapas:

- Preparación: se realizarán investigaciones de necesidades, diseño del programa, planificación logística, estrategia de marketing y gestión administrativa.
- Ejecución: incluye la implementación de la malla curricular y la definición de materiales de aprendizaje para el desarrollo del programa; y,
- Post Venta: incluye la medición del impacto del programa y la experiencia del usuario.

Figura 12

Gantt del Plan de Implementación

Etapa	Actividad	Responsable	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Preparación	1. Revisión del Modelo de Negocio	A. Ocampo/N. Cipriano/R. Mendoza	■					
	2. Diseño de contratos y convenios	R.Mendoza						
	3. Validación de Presupuestos	A. Ocampo						
	4. Elección del Equipo Implementador	R.Mendoza						
	5. Diseño del Plan de Marketing	N.Cipriano		■				
	6. Diseño del Plan de Operaciones: reserva de local, logística y gestión administrativa	A. Ocampo						
	7. Diseño de Plataforma de Capacitación y PMV	R.Mendoza						
	8. Diseño del Programa de Capacitación	Coordinador de Proyecto			■			
	Validación de Módulos de Capacitación Virtual	Coordinador de Proyecto						
Validación del material y contenido de capacitación presencial	Coordinador de Proyecto							
9. Diseño de Material para guardería	N.Cipriano							
Ejecución	1. Despliegue del Plan de Marketing	Coordinador de Proyecto			■			
	2. Registro de Participantes	Coordinador de Proyecto						
	3. Visita a Empresas y organizaciones aliadas	Coordinador de Proyecto						
	4. Despliegue del Programa de Capacitación (inicio del programa)	Coordinador de Proyecto /Consultor de Capacitación				■		
	5. Monitoreo semanal de participantes del acceso a la plataforma de capacitación	Soporte Técnico						
	6. Supervisión de las actividades en la guardería	Coordinador de Proyecto						
Post Venta	1. Aplicación de encuesta (virtual) de satisfacción por grupo de capacitación culminado						■	
	2. Consolidación de resultados de encuestas							

Nota. La presente figura explica las etapas y actividades para la implementación del modelo.

8.2. Conclusiones

El desempleo de mujeres entre 25 y 44 años en el departamento de Junín es un problema social con repercusiones en la economía local, la igualdad de género y el bienestar de las familias. Factores como la falta de oportunidades laborales, el acceso limitado a formación profesional y las responsabilidades familiares dificultan su inserción en el mercado de trabajo. Para abordar esta problemática, Warmi Emprende propone un modelo de capacitación y desarrollo de habilidades, iniciando en Junín con la posibilidad de expansión a nivel nacional. Esta iniciativa no solo mejora la calidad de vida de las beneficiarias, sino que también contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con el empleo inclusivo y la equidad de género.

El análisis del mercado revela un crecimiento en programas de capacitación impulsados por entidades públicas y privadas; sin embargo, estos no han logrado el impacto deseado en la población objetivo. A pesar de la existencia de iniciativas de desarrollo profesional, la oferta de programas en la región sigue siendo limitada, lo que abre una oportunidad para implementar estrategias más especializadas en emprendimiento y capacitación técnica. En este contexto, Warmi Emprende se posiciona como una solución innovadora al proporcionar formación integral, personalizada y orientada a la realidad de las mujeres en Junín.

El proyecto está diseñado para fortalecer las competencias de mujeres que desean reintegrarse al mercado laboral o emprender sus propios negocios. Su objetivo es dotarlas de herramientas prácticas en gestión empresarial, liderazgo y sostenibilidad financiera, facilitando su autonomía económica. La formación no solo impulsa su independencia financiera, sino que también fomenta la creación de redes de apoyo, fortaleciendo el sentido de comunidad y cooperación entre las participantes. A través de esta red, las beneficiarias

podrán compartir experiencias, intercambiar conocimientos y generar sinergias que contribuyan al crecimiento de sus negocios y al impacto positivo en sus comunidades.

La metodología de Warmi Emprende es innovadora y se adapta a las necesidades específicas de su público objetivo. Su enfoque híbrido, que combina formación virtual y presencial, garantiza un aprendizaje accesible y flexible, permitiendo que las mujeres participen sin que sus responsabilidades familiares sean una barrera. Además, el programa incluye servicios complementarios, como el acceso a guarderías, asesorías personalizadas y soporte post-formación, lo que asegura una capacitación integral y efectiva.

El desarrollo del programa en Junín busca cerrar la brecha de género en el ecosistema empresarial, permitiendo que más mujeres accedan a herramientas clave para la creación y consolidación de sus proyectos. Este impacto no solo genera beneficios individuales, sino que también contribuye al crecimiento de la economía local, ya que el empoderamiento de mujeres emprendedoras fomenta la generación de nuevos empleos y mejora la calidad de vida en la comunidad.

El Modelo de Negocio de Warmi Emprende se basa en tres pilares fundamentales: exclusividad, flexibilidad y apoyo integral. Estos elementos garantizan un enfoque personalizado que responde a las necesidades específicas de las beneficiarias. El análisis financiero demuestra la viabilidad económica del proyecto, con un Valor Actual Neto Financiero (VANF) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) significativa, lo que respalda su sostenibilidad a largo plazo. Su capacidad de escalabilidad facilita la replicación en otras regiones, impulsando el empoderamiento económico de las mujeres y reduciendo desigualdades en el acceso a oportunidades laborales.

El análisis de viabilidad respalda el gran potencial del proyecto, con un presupuesto inicial de S/ 177,031.00 soles, una proyección de VANF de S/ 1'178,527.14 y una TIR del 366%, lo que confirma su rentabilidad con un 60% de financiamiento externo.

Las simulaciones de Montecarlo indican variabilidad en la viabilidad financiera dependiendo de la captación de clientes, destacando la importancia de estrategias adaptativas. A pesar de ciertos riesgos, los resultados proyectan un futuro prometedor y un fuerte impacto en la autonomía financiera de las mujeres.

Además de su enfoque económico y social, Warmi Emprende contribuye a la sostenibilidad ambiental mediante la reducción de la huella de carbono y la optimización del uso del transporte. Su modelo de formación digital minimiza el uso de recursos físicos, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y promoviendo prácticas empresariales responsables. La implementación de estrategias de evaluación continua y reinversión de utilidades asegura la sostenibilidad del proyecto y su impacto positivo a largo plazo.

El proceso de implementación del programa se desarrollará en tres fases: preparación, ejecución y seguimiento post-formación. Durante la fase inicial, se definirán los contenidos y metodologías para garantizar que la capacitación responda a las necesidades específicas de las beneficiarias. En la fase de ejecución, se impartirá formación teórica y práctica en un formato accesible y dinámico. Finalmente, en la etapa post-formación, se ofrecerá soporte continuo y seguimiento a las participantes, asegurando que cuenten con los recursos y el acompañamiento necesario para superar desafíos y alcanzar sus objetivos comerciales.

En conclusión, Warmi Emprende se consolida como una solución integral y sostenible para el empoderamiento de mujeres en Junín y otras regiones del país. Su enfoque innovador, junto con su solidez financiera y su impacto social, lo posiciona como un modelo replicable y escalable que contribuye a la equidad de género, el desarrollo económico y la reducción de desigualdades en el ámbito empresarial.

8.3. Recomendaciones

A partir del análisis de los resultados de la investigación del modelo de negocio, proponemos considerar las siguientes recomendaciones dirigidas a emprendedores e inversionistas involucrados en el proyecto de capacitación de mujeres.

Una recomendación clave para el éxito del proyecto Warmi Emprende es la contratación de promotores de ventas locales, quienes tienen un conocimiento profundo de las comunidades y pueden establecer relaciones de confianza con las participantes potenciales. Este enfoque permitirá una mayor adopción del programa y, en consecuencia, un aumento en la tasa de inscripción de nuevas emprendedoras. Además, se sugiere implementar un programa de incentivos que incentive tanto a los promotores como a las participantes, lo que podría generar un incremento del 20% en la captación de nuevas participantes. Esta estrategia no sólo fortalecería la relación con las comunidades locales, sino que también contribuiría significativamente al aumento de los ingresos del proyecto.

Dado que el proyecto Warmi Emprende incorpora un componente tecnológico, es crucial integrar nuevas funcionalidades en su plataforma de capacitación para mantenerse a la vanguardia de la transformación digital. Una estrategia recomendable es la implementación gradual de inteligencia artificial (IA), lo que permitiría a las mujeres capacitadas compartir experiencias en línea, recibir asesoramiento instantáneo y fomentar la colaboración entre ellas. Esta innovación no sólo fortalecería sus habilidades empresariales, sino que también promovería un sentido de comunidad y empoderamiento entre las participantes. Además, al facilitar la interacción y el aprendizaje colaborativo, se potenciaría tanto el desarrollo personal como profesional de cada mujer, creando un entorno propicio para el crecimiento y la autoeficacia. Se estima que, con la integración de IA, el proyecto podría lograr una reducción del 15% en los costos operativos relacionados con la atención a los usuarios y un incremento del 20% en la tasa de retención de las participantes.

Referencias

- Acevedo, M. M., & Gutiérrez, A. M. (2020). Capacitación y empoderamiento de mujeres emprendedoras a través de herramientas digitales en el contexto peruano. *Revista de Emprendimiento y Desarrollo*, 12(3), 45-59.
<https://doi.org/10.1234/repem.2020.12.3.45>
- Activos Mineros S.A.C. (2023). *Reporte de Sostenibilidad 2022*.
<https://www.gob.pe/institucion/amsac/informes-publicaciones/3880385-reporte-de-sostenibilidad>
- AFP Integra & Compartamos Financiera. (2021, 20 de septiembre). "Mujeres Imparables", el nuevo programa de AFP Integra y Compartamos Financiera que impulsa el emprendimiento femenino. *Stakeholders*. <https://stakeholders.com.pe/noticias-sh/mujeres-imparables-el-nuevo-programa-de-afp-integra-y-compartamos-financiera-que-impulsa-el-emprendimiento-femenino/>
- Boy, K. C. A. (2019). *Factores del emprendimiento empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo 2019*. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/47222/4/Alegria_BKC-SD.pdf
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 1-10.
- Cantón, J. (2017). 'El pensamiento visual: dilo con imágenes' [MOOC]. En Pensamiento visual para la creatividad y la narrativa mediante herramientas digitales' Open Course Ware-UNIA Universidad Nacional de Andalucía.
- Del Carpio Castro, L., & Avolio, B. (2023). *Índice del Desarrollo Social de la Mujer y el Hombre en los Países de América Latina 2023*. Centrum PUCP.
- Embajada de los Estados Unidos en el Perú. (2024, 19 de noviembre). Las ferias AWE para mujeres emprendedoras llegan a Lima gracias a la Embajada de los EE.UU. en el Perú

y APEC <https://pe.usembassy.gov/es/las-ferias-awe-para-mujeres-empendedoras-llegan-a-lima-gracias-a-la-embajada-de-los-ee-uu-en-el-peru-y-apec/>

Fernández, R. (2009). *Segmentación de mercados*. McGraw Hill.

Fernández, M. (s.f.). Modelos de negocio sostenibles: Creando valor social y ambiental.

TodoStartups. <https://www.todostartups.com/2/119268/modelos-negocio-sostenibles-creando-valor-social-ambiental-marcferni>

Genera Perú. (s.f.). *Empoderamiento de mujeres emprendedoras en Junín*. Genera Perú.

<https://generaperu.org>

Gobierno Regional de Junín. (2021, 20 de julio). *Ordenanza Regional N° 349-GRJ/CR:*

Creación de la Red Regional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Junín.

<https://intranet.mesadeconcertacion.org.pe/noticias/junin/reunion-mesa-multiactor-de-la-red-regional-de-mujeres-empendedoras-y-empresarias-de-la-region-junin>

Guevara, L. C., & Ruiz, V. F. (2021). Estrategias digitales para la capacitación de mujeres emprendedoras en tiempos de pandemia. *Revista Peruana de Innovación*, 8(2), 102-

118. <https://doi.org/10.5678/rpi.2021.8.2.102>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Perú: Brechas de Género,*

2022: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Compendio Estadístico, Junín*

2023. [https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/5468931-](https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/5468931-compendio-estadistico-junin-2023)

[compendio-estadistico-junin-2023](https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/5468931-compendio-estadistico-junin-2023)

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Perú: “Brechas de Género, 2023:*

Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres”. INEI.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1934/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). *Encuesta demográfica y de salud familiar 2023: Nacional y departamental*. INEI.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1950/ibro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). *Perú: Compendio estadístico 2024 (Tomo 1)*. INEI.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7366940/6284790-tomo-1-peru-compendio-estadistico-2024.pdf?v=1734101907>

Krug, S. (2006). *Prueba de usabilidad por 10 centavos al día: sencillez en las pruebas*. En *No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web* (2da ed., pp. 130-159). Prentice Hall.

Lambin, J. (2009). *Dirección de marketing*. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/?il=515>

Marcelo Veliz, I. (2024, 21 de noviembre). *Emprendedoras: Habilidades digitales que deben tomar en cuenta al abrir un negocio*. *Diario Gestión*.

<https://gestion.pe/economia/empresas/emprendedoras-habilidades-digitales-que-deben-tomar-en-cuenta-al-abrir-un-negocio-noticia/>

Mendoza, M. A., & Reyes, M. A. (2019). *Desarrollo de proyectos productivos como estrategia en la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en estudiantes de un CETPRO de Lima Metropolitana*. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de https://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/20.500.12692/94276/8/Kong_MJS-SD.pdf

Mendoza, M. A., & Pérez, S. C. (2020). *Desarrollo de competencias emprendedoras mediante plataformas virtuales: Un enfoque para mujeres en Perú*. *Revista Internacional de Educación y Emprendimiento*, 7(1), 75-90. <https://doi.org/10.33576/riee.v7i1.2020>

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2015). *Guía general para la identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública, a nivel de perfil*.

Exituno S.A.

https://mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/novedades/2015/guia_general.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2021). *Nota técnica para el uso de los precios sociales en la evaluación social de proyectos de inversión*.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/Metodologias_Generales_PI/1_Nota_tecnica_uso_precios_sociales_2021.pdf

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2023). MIMP capacita a más de 540 mujeres emprendedoras y empresarias para fomentar su autonomía económica.

[Comunicado de prensa] <https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/1007286-mimp-capacita-a-mas-de-540-mujeres-emprendedoras-y-empresarias-para-fomentar-su-autonomia-economica>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2024, 16 de noviembre). MMPV: APEC 2024: MIMP destaca reuniones con Google y TikTok para fortalecer capacidades digitales de las mujeres [Comunicado de prensa].

<https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/1059171-apec-2024-mimp-destaca-reuniones-con-google-y-tiktok-para-fortalecer-capacidades-digitales-de-las-mujeres>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2024, 21 de agosto). MIMP capacita a más de 540 mujeres emprendedoras y empresarias para fomentar su autonomía económica [Comunicado de prensa].

<https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/1007286-mimp-capacita-a-mas-de-540-mujeres-emprendedoras-y-empresarias-para-fomentar-su-autonomia-economica>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2020, 24 de setiembre). MTPE: Impulsa Perú fortalece capacidades emprendedoras de mujeres para su empoderamiento

económico [Comunicado de prensa]. Recuperado de

<https://www.gob.pe/institucion/mtpe/noticias/304516-mtpe-impulsa-peru-fortalece-capacidades-empendedoras-de-mujeres-para-su-empoderamiento-economico>

Ministerio de la Producción. (2022). *Perfil de la Mujer Emprendedora en el Perú 2022*.

Observatorio PRODUCEmpresarial. <https://www.producepresarial.pe/sectorial-mujer-empresaria-2022/>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú. (s.f.). ProJoven – *Programa de Capacitación Laboral Juvenil*. <https://www.mep.pe/projoven-programa-de-capacitacion-laboral-juvenil/>

Municipalidad Provincial de Junín. (2024, 11 de abril). Madres del Programa Vaso de Leche de Junín se capacitarán como emprendedoras. *Gobierno del Perú*.

<https://www.gob.pe/institucion/munijunin/noticias/962339-madres-del-programa-vaso-de-leche-de-junin-se-capacitaran-como-empendedoras>

Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible: Objetivo 4 – Educación de calidad*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>

Naciones Unidas. (2017). *Marco de indicadores mundiales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*

https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework_A.RES.71.313%20Annex.Spanish.pdf

Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivo 10: Reducción de las desigualdades*. Recuperado de

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>

Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible: Objetivo 8*. Naciones Unidas.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico. (2018). *Primer informe: Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico.*

ONU Mujeres. (2024, 13 de marzo). El emprendimiento femenino para acelerar la igualdad. *Pro Mujer*. <https://promujer.org/portal/2024/03/13/el-emprendimiento-femenino-para-acelerar-la-igualdad/>

Olivella, J. (2024). *Evaluación de impacto al programa de formación "Mujer Emprendedora & Empoderada"* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD].

Pérez, T. A., & Fernández, M. P. (2019). Capacitación virtual como herramienta de empoderamiento para mujeres emprendedoras en áreas rurales del Perú. *Revista Latinoamericana de Educación y Emprendimiento*, 14(4), 211-224.
<https://doi.org/10.3456/rlee.2019.14.4.211>

Pieck, M. A., et al. (2019). *Incidencia del desarrollo de programas de capacitación en las capacidades laborales de mujeres emprendedoras en Lima Metropolitana.* Universidad San Ignacio de Loyola.
https://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/20.500.12692/94276/8/Kong_MJS-SD.pdf

Recolons, G. (2016, 13 de setiembre). La Propuesta de Valor como eje diferencial de nuestra marca personal. *Blog Ferrovial*.
<https://blog.ferrovial.com/es/2016/09/propuesta-de-valor-como-eje-diferencial-de-nuestra-marca-personal/>

Redacción Aguayo, (s/f). Mapa de Experiencia de Usuario: Visualiza las Interacciones Claves. *Aguayo*.
<https://aguayo.co/es/blog-aguayo-experiencia-usuario/mapas-experiencia-usuario-visualiza-interacciones-clave/>

Ries, E. (2012). *El método Lean Startup*. Deusto.

<https://www.leadersummaries.com/es/libros/resumen/detalle/el-metodo-lean-startup>

Rodríguez, A. L. (2021). Capacitación a través de medios digitales: Impulsando el emprendimiento femenino en las zonas urbanas de Perú. *Educación y Tecnología en el Perú*, 19(3), 38-53. <https://doi.org/10.5678/etp.2021.19.3.38>

Ruiz-Bravo, P., Vargas, S., & Clausen, J. (2018). *Empoderar para incluir: Análisis de las múltiples dimensiones y factores asociados al empoderamiento de las mujeres en el Perú a partir del uso de una aproximación de metodologías mixtas*. INEI. <https://www.pucp.edu.pe/idhal/publicacion/empoderar-para-incluir-analisis-de-las-multiples-dimensiones-y-factores-asociados-al-empoderamiento-de-las-mujeres-en-el-peru-a-partir-del-uso-de-una-aproximacion-de-metodologias-mixtas/>

Sánchez, M. A., et al. (2019). *Orientación emprendedora y perspectiva de viabilidad de proyectos de emprendimiento en estudiantes de educación técnica en Lima Metropolitana*. Universidad San Ignacio de Loyola. https://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/20.500.12692/94276/8/Kong_MJS-SD.pdf

Servicio de Innovación Educativa de la UPM, (Julio 2020). *Guía de Design Thinking*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid. https://innovacioneducativa.upm.es/guias_pdi

SERPRENDE. (s.f.). Módulo 4. Formación para mujeres empresarias. [MOOC] ONU Mujeres https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Imagenes/Paginas/MELTY/PILAR%204/P4%2001%20-%20Curso%20SEMPRENDE/P4%2001%20MODULO%204%20CURSO%20ONU_MUJERES_SEMPRENDE%20BORRADOR.pdf

Uzuegbu, Faith. (2024). *The top 10 online learning platforms for 2024*. Thinkific <https://www.thinkific.com/blog/online-learning-platforms/>

Vargas, G. (2023). *Creación de programa virtual de capacitación en el desarrollo personal y profesional para las mujeres de 18 a 25 años en el Perú* [Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia, Toulouse Lautrec].

Vásquez, J. (s/f) *Seminario de Tesis I. Sesiones 5 y 6*. [Diapositiva de PowerPoint].

Repositorio Material CENTRUM PUCP

Villalobos, V. (2019). Tecnología exponencial y desigualdad exponencial. *Revista EstePaís*.

https://estepais.com/impreso/336_abril_2019/tecnologia-exponencial-y-desigualdad-exponencial/



Apéndice

Apéndice A. Prototipo de la Solución

Figura A1

Prototipo versión 0

Pasos para acceder al prototipo inicial

Paso 1: Clic en <https://moodle.ioe.es>

Paso 2: Clic en acceso de registro (registrar correo y clave)

Paso 3: Acceso a la plataforma



Figura A2

Prototipo Versión Final

1: Creación y acceso a la plataforma

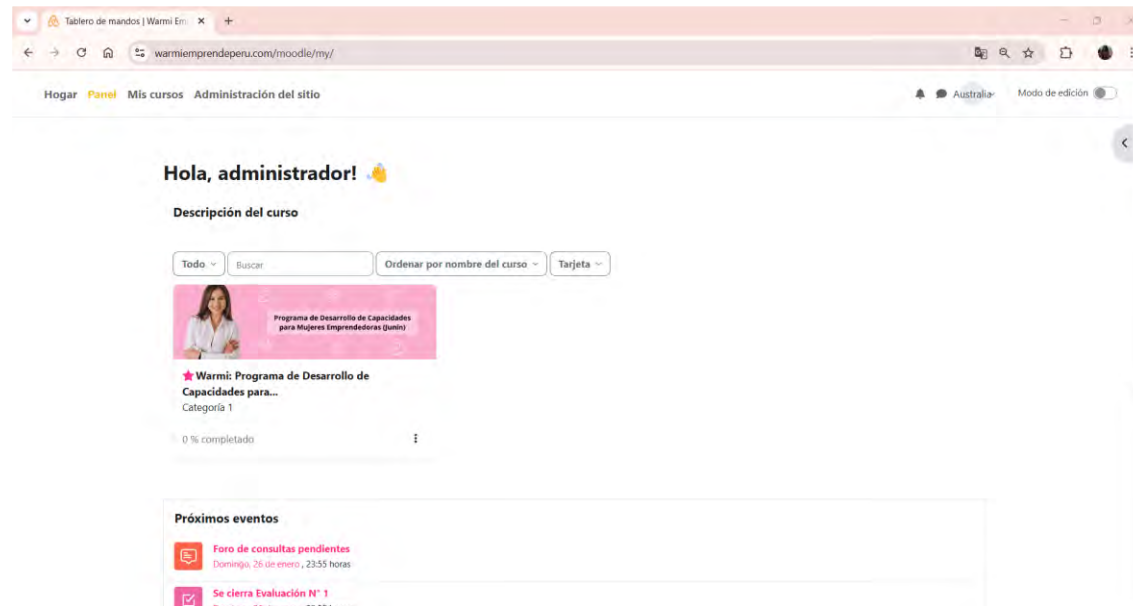
Se creó la página Warmi Emprende Perú

<https://warmiemprendeperu.com/moodle/login/index.php>

Para acceder deberá colocar el **Nombre de usuario** y **Contraseña**, después acceder.



Al ingresar podrá visualizar el curso al que se encuentra matriculado. Para ver los contenidos deberá dar clic en el nombre del curso.



Tablero de mandos | Warmi Em... x +


warmiempredenu.com/moodle/my/

Hogar Panel Mis cursos Administración del sitio

Hola, administrador! 🙋

Descripción del curso



Todo Ordenar por nombre del curso

 Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín)

★ Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para...
Categoría 1

0 % completado

Próximos eventos

-  Foro de consultas pendientes
Domingo, 26 de enero, 23:55 horas
-  Se cierra Evaluación N° 1
Presencia: 50 de 100, 23:55 horas

Una vez ingresado al curso podrá visualizar el aula virtual. El programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín) cuenta con contenidos como **materiales audiovisuales (videos)** y **actividades de aprendizaje (evaluaciones)**, al finalizar podrá descargar el certificado digital siempre y cuando cumpla con todos los requisitos.

La estructura del programa está organizada de forma modular.

Curso: Warmi Programa de D...

warmiempredperu.com/moodle/course/view.php?id=2§ion=0#tabs-tree-start

Warmi Emprende | Página Principal | Área personal | Mis cursos | Administración del sitio

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junin)

Curso | Configuración | Participantes | Calificaciones | Informes | Más >

Actividades previas | Introducción al Emprendimiento | Planificación y Gestión Empresarial

Marketing y Ventas | Finanzas para Emprendedoras | Liderazgo | Asistencia | Certificación

- Presentación del docente
- Introducción a la asignatura
- Foro de consultas
Visibilidad: domingo, 20 de enero de 2025, 23:55

BIENVENIDAS

Curso: Warmi Programa de D...

warmiempredperu.com/moodle/course/view.php?id=2§ion=1#tabs-tree-start

Warmi Emprende | Página Principal | Área personal | Mis cursos | Administración del sitio

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junin)

Curso | Configuración | Participantes | Calificaciones | Informes | Más >

Actividades previas | Introducción al Emprendimiento | Planificación y Gestión Empresarial

Marketing y Ventas | Finanzas para Emprendedoras | Liderazgo | Asistencia | Certificación

- Vídeo N° 1: Diario Gestión, (2019, 10 de octubre, „Cómo constituir una empresa y qué tipo de sociedad conviene en Perú“ [vídeo], YouTube. <https://www.youtube.com/live/MuZyHsADWY?feature=shared> | Marcar como hecha
- Evaluación N° 1
Abrió: lunes, 20 de enero de 2025, 09:00
Cierra: domingo, 20 de enero de 2025, 23:55 | Pendiente de hacer >

BIENVENIDAS

Warmi Emprende | Página Principal | Área personal | Mis cursos | Administración del sitio

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín)

Curso | Configuración | Participantes | Calificaciones | Informes | Más ▾

Actividades previas

- Introducción al Emprendimiento
- Planificación y Gestión Empresarial
- Marketing y Ventas
- Finanzas para Emprendedoras
- Liderazgo
- Asistencia
- Certificación

Video N° 1: Conociendo Más (2022, 26 de abril) | ¿Qué es la Planeación Administrativa? Gestión Empresarial: Tipos y Proceso de Planeación [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1Ku8BPhMRKQ> | **Marcar como hecho**

Evaluación N° 2 | Abrió: lunes, 20 de enero de 2025, 08:00 | **Cierre:** domingo, 26 de enero de 2025, 23:55 | **Pendiente de hacer** ▾

BIENVENIDAS

Warmi Emprende | Página Principal | Área personal | Mis cursos | Administración del sitio

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín)

Curso | Configuración | Participantes | Calificaciones | Informes | Más ▾

Actividades previas

- Introducción al Emprendimiento
- Planificación y Gestión Empresarial
- Marketing y Ventas
- Finanzas para Emprendedoras
- Liderazgo
- Asistencia
- Certificación

Video N° 1: Aprendizaje de Mercadotecnia (2018, 19 de marzo). Diferencias entre Marketing y Ventas. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=1EUSq_M0Vt4 | **Marcar como hecho**

Evaluación N° 3 | Abrió: lunes, 20 de enero de 2025, 02:00 | **Cierre:** domingo, 26 de enero de 2025, 23:55 | **Pendiente de hacer** ▾

BIENVENIDAS

This screenshot shows a Moodle course page titled 'Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín)'. The page is in Spanish and features a pink and white color scheme. On the left, there is a vertical navigation menu with icons for a crown, a briefcase, a lightbulb, a flower, and a woman's profile. The main content area includes a navigation bar with 'Curso', 'Configuración', 'Participantes', 'Calificaciones', 'Informes', and 'Más'. Below this, there are sections for 'Actividades previas' (Introduction to Entrepreneurship, Planning and Business Management, Marketing and Sales, Finance for Entrepreneurs, Leadership, Assistance, Certification) and a list of activities. The first activity is a video titled 'Video N° 1: Modo Finanzas (2021, 29 de junio). Tips de finanzas para emprendedoras (video)', with a 'Marcar como hecha' button. The second activity is 'Evaluación N° 4', with a 'Pendiente de hacer' button. A 'BIENVENIDAS' banner is visible in the top right corner, and a small image of a woman at a laptop is in the bottom right.

This screenshot shows a Moodle course page titled 'Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junín)'. The page is in Spanish and features a pink and white color scheme. On the left, there is a vertical navigation menu with icons for a crown, a briefcase, a lightbulb, a flower, and a woman's profile. The main content area includes a navigation bar with 'Curso', 'Configuración', 'Participantes', 'Calificaciones', 'Informes', and 'Más'. Below this, there are sections for 'Actividades previas' (Introduction to Entrepreneurship, Planning and Business Management, Marketing and Sales, Finance for Entrepreneurs, Leadership, Assistance, Certification) and a list of activities. The first activity is a video titled 'Video N° 1: TEDx Tallo (2023, 30 de enero). ¿Cómo usar las habilidades femeninas en los negocios? (video)', with a 'Marcar como hecha' button. The second activity is 'Evaluación N° 5', with a 'Pendiente de hacer' button. A 'BIENVENIDAS' banner is visible in the top right corner, and a small image of a woman at a laptop is in the bottom right.

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junin)

Curso Configuración Participantes Calificaciones Informes Más

Actividades previas

Marketing y Ventas Finanzas para Emprendedoras Liderazgo Asistencia Certificación

Asistencia

Warmi / Asistencia / Asistencia

Asistencia Configuración Informe Importar Exportar Más

Añadir sesión - ene, 20 - ene, 20

Todos | Hasta hoy | Mensual | Semanal | Día

Fecha	Tiempo	Tipo	Descripción	Acciones
Jun, 20 ene, 2025	3PM - 4:30PM	Todos los estudiantes	Sesión de Clase Normal	

Filtrar...

Warmi Emprende | Página Principal | Área personal | Mis cursos | Administración del sitio

Warmi: Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junin)

Curso | Configuración | Participantes | Calificaciones | Informes | Más ▾

Actividades previas | Introducción al Emprendimiento | Planificación y Gestión Empresarial

Marketing y Ventas | Finanzas para Emprendedoras | Liderazgo | Asistencia | Certificación

Certificado - Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras

No disponible hasta que:

- La actividad **Evaluación N.º 1** esté marcada como realizada
- La actividad **Evaluación N.º 2** esté marcada como realizada
- La actividad **Evaluación N.º 3** esté marcada como realizada
- La actividad **Evaluación N.º 4** esté marcada como realizada
- La actividad **Evaluación N.º 5** esté marcada como realizada

Mostrar menos ▾

BIENVENIDAS

Si la participante cumplió con todas las restricciones **podrá descargar su certificado digital** en el aula virtual.

Certificado - Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras

1 / 1 | 80% +

CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

Este certificado se otorga a

Ana Ocampo

En reconocimiento por su valiosa participación en el Programa de Desarrollo de Capacidades para Mujeres Emprendedoras (Junin)

2WQW7dL1a

Apéndice B. Tarjetas de Prueba para las Hipótesis del Modelo

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad **2: Diseño de Hipótesis**

Responsable **Grupo 1**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩 🚩 🚩)

Creemos que
Si se utiliza la tecnología para facilitar el acceso a la capacitación, el nivel de satisfacción de las participantes alcanzará un promedio de 80%

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍 👍 👍)

Para verificarlo, nosotros
Realizaremos encuestas

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒 🕒 🕒)

Además, mediremos
Cuánto tiempo están dispuestas a invertir, las mujeres en capacitarse, utilizando tecnología.

Paso 4: Criterio
Estamos bien si

El nivel de satisfacción de las participantes alcanza un promedio de 85%.

Responsable **Grupo 1**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩 🚩 🚩)

Creemos que
Si el programa de capacitación se dirige a mujeres entre 25 y 44 años del Departamento de Junín que desean desarrollar competencias emprendedoras, al menos el 50% de las participantes logrará fortalecer o iniciar su propio negocio dentro de los 6 meses posteriores a la finalización del curso.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍 👍 👍)

Para verificarlo, nosotros
Realizaremos encuestas y pruebas de uso a las mujeres del Departamento de Junín.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒 🕒 🕒)

Además, mediremos
Cuál es la expectativa en tiempo, que tienen estas mujeres para iniciar sus propios negocios (en caso de no tenerlos)

Paso 4: Criterio
Estamos bien si

El porcentaje de mujeres que desean desarrollar competencias emprendedoras, lograrán fortalecer o iniciar su propio negocio dentro de los 06 meses posteriores a la finalización del curso, es mayor al 60%.

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad **2: Diseño de Hipótesis**

Responsable **Grupo 1**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩🚩🚩)

Creemos que
Se logrará una cobertura del 40% del mercado objetivo dentro de segundo año de operación, si el programa utiliza estrategias de publicidad BTL.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍👍👍)

Para verificarlo, nosotros
Calcularemos la cantidad de clientes acumulados al segundo año, considerando la aplicación del presupuesto de publicidad BTL.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos
Cuánto aumenta la cobertura del mercado objetivo.

Paso 4: Criterio

Estamos bien si

Logramos llegar al 40% de cobertura en el segundo año de operaciones.

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad **2: Diseño de Hipótesis**

Responsable **Grupo 1**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩🚩🚩)

Creemos que
 Si la implementación de un programa de capacitación para mujeres de 25 y 44 años del Departamento de Junín es exclusivo para mujeres, se impactará en la empleabilidad del mercado local.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍👍👍)

Para verificarlo, nosotros
Analizaremos mediante encuesta la intención de las mujeres de 25 y 44 años de edad de participar en un programa de capacitación exclusivo para mujeres de su localidad.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos
 - **Porcentaje de mujeres participantes por grupo etario.**

Paso 4: Criterio

Estamos bien si

Observamos que si el 10% de las mujeres participantes del programa de capacitación, iniciaron emprendimientos en el mercado local.

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad **2: Diseño de Hipótesis**

Responsable **Grupo 1**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩🚩🚩)

Creemos que
 Si el programa de capacitación es exclusivamente para mujeres, se creará una comunidad de emprendedoras.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍👍👍)

Para verificarlo, nosotros
Analizaremos a través de entrevista la intención de las mujeres de 25 y 44 años de formar parte de una comunidad de mujeres emprendedoras en su localidad.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos
Número de personas que desean formar parte de una comunidad de mujeres emprendedoras

Paso 4: Criterio
Estamos bien si

Observamos que el 30% de las mujeres están interesadas en formar parte de la comunidad de mujeres emprendedoras.

Apéndice D. Simulaciones

Tabla D1

Supuestos de Simulación VAN

Escenarios	Supuesto	Porcentaje	1	2	3	4	5
Escenario esperado	Sin crecimiento de clientes		4,800	5,280	5,808	6,389	7,028
Escenario muy pesimista	Crecimiento clientes más 1% esperado	1%	4,848	5,333	5,866	6,453	7,098
Escenario pesimista	Crecimiento clientes más 5% esperado	5%	5,040	5,544	6,098	6,708	7,379
Escenario optimista	Crecimiento clientes más 15% esperado	15%	5,520	6,072	6,679	7,347	8,082
Escenario muy optimista	Crecimiento clientes más 20% esperado	20%	5,760	6,336	6,970	7,667	8,433

Figura D1

Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Esperado

Simulación Monte Carlo para el VAN de Merkatoapp

Pi

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Flujo de caja neto	-1080	-3317	-3648	28	754	1,917	4,359	4,765	6,634	8,643	11,873	104,964
Promedio ponderado de capital	15.00%											
Valor Actual Neto (VAN)	28,477.37											
Tasa Interna de Retorno (TIR)	40.51%	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.43	0.00	0.00	
Período de retorno (en años)	7.43											

Para obtener la desviación estándar deben probarse varios escenarios

VAN-Prom	VAN-DE
1,356,146.50	230,660.65

Primera simulacion

1,598,083.62

VAN promedio simulado

1,379,970.11

VAN desviación estándar simulada

224668.9049

VAN mínimo

576,260.19

VAN máximo

2,082,413.31

Riesgo de pérdida: VAN < 177,031

15.20%

Llenar celdas B11:C11 y C28

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad	crecimiento	VAN
	0.00	1,178,527.14
	0.01	1,190,312.41
	0.05	1,249,828.04
	0.15	1,437,302.24
	0.20	1,724,762.69
	Promedio	1,356,146.50
	DesvEstand	230,660.65

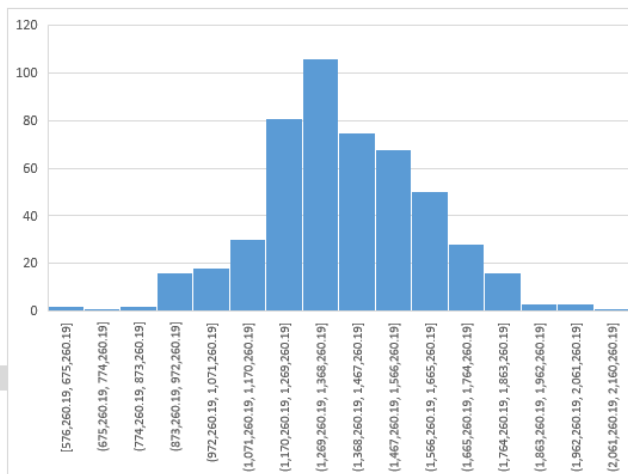


Figura D2

Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Muy Optimista

Simulación Monte Carlo para el VAN de Merkatoapp

Pi

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Flujo de caja neto	-1080	-3317	-3648	28	754	1,917	4,359	4,765	6,634	8,643	11,873	104,964
Promedio ponderado de capital	15.00%											
Valor Actual Neto (VAN)	28,477.37											
Tasa Interna de Retorno (TIR)	40.51%	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.43	0.00	0.00	
Período de retorno (en años)	7.43											

Para obtener la desviación estándar deben probarse varios escenarios

VAN-Prom	1,356,146.50	VAN-DE	230,660.65
----------	---------------------	--------	-------------------

Primera simulacion **1,598,083.62**

VAN promedio simulado **1,379,970.11**
 VAN desviación estándar simulada **224668.9049**
 VAN mínimo **576,260.19**
 VAN máximo **2,082,413.31**

Riesgo de pérdida: VAN < 177,031 **15.20%**

Llenar celdas B11:C11 y C28

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad	crecimiento	VAN
	0.00	1,178,527.14
	0.01	1,190,312.41
	0.05	1,249,828.04
	0.15	1,437,302.24
	0.20	1,724,762.69
	Promedio	1,356,146.50
	DesvEstand	230,660.65

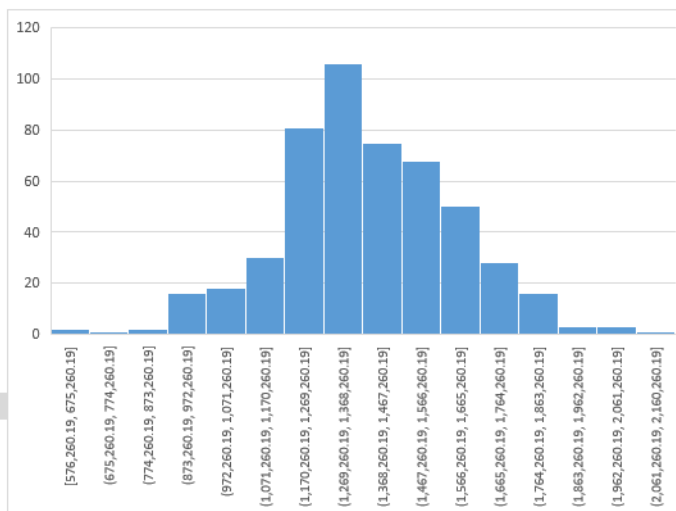


Figura D3

Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Optimista

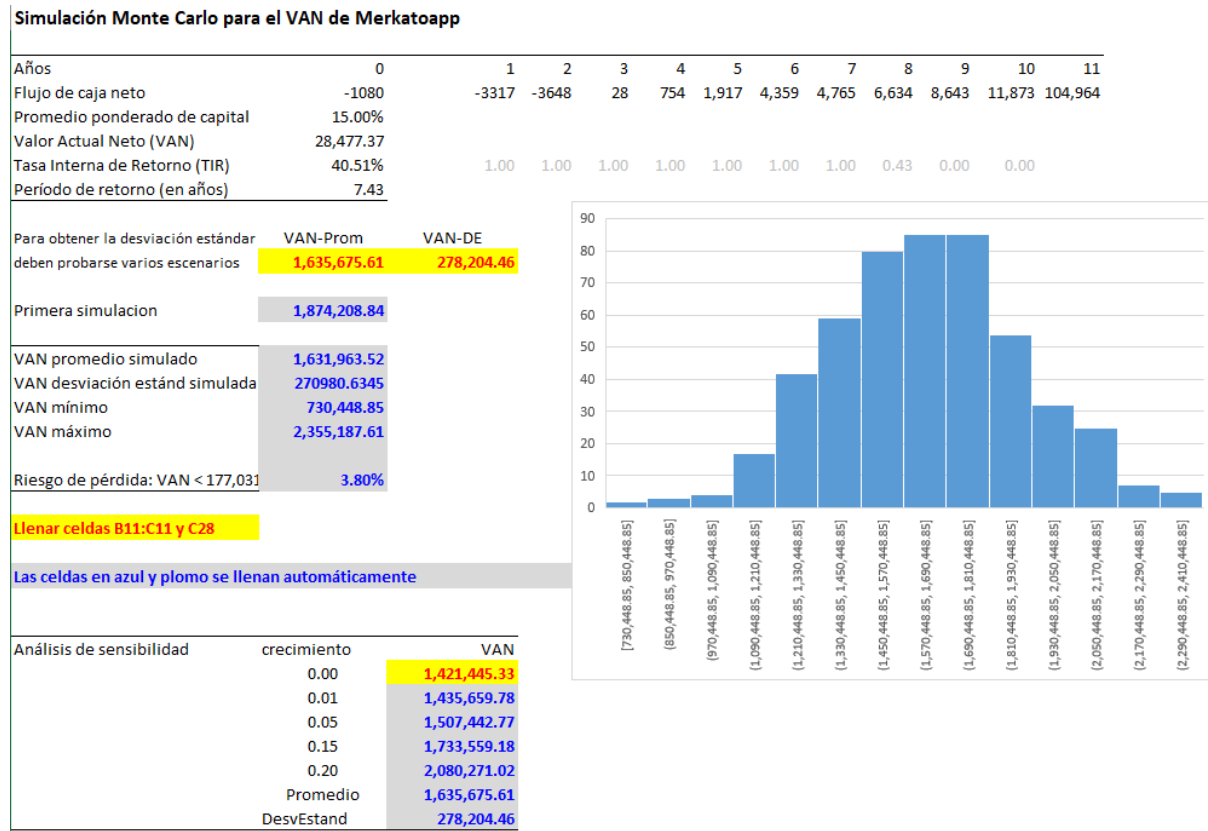


Figura D4

Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Muy Pesimista

Simulación Monte Carlo para el VAN de Merkatoapp

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Flujo de caja neto	-1080	-3317	-3648	28	754	1,917	4,359	4,765	6,634	8,643	11,873	104,964
Promedio ponderado de capital	15.00%											
Valor Actual Neto (VAN)	28,477.37											
Tasa Interna de Retorno (TIR)	40.51%	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.43	0.00	0.00	
Período de retorno (en años)	7.43											

Para obtener la desviación estándar	VAN-Prom	VAN-DE
Seben probarse varios escenarios	1,449,322.87	246,508.59

Primera simulacion **1,617,477.22**

VAN promedio simulado	1,440,871.56
VAN desviación estándar simulada	250425.4742
VAN mínimo	572,264.71
VAN máximo	2,267,970.63

Riesgo de pérdida: VAN < 177,031 **13.00%**

llenar celdas B11:C11 y C28

las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad	crecimiento	VAN
	0.00	1,259,499.87
	0.01	1,272,094.87
	0.05	1,335,699.61
	0.15	1,536,054.55
	0.20	1,843,265.47
	Promedio	1,449,322.87
	DesvEstand	246,508.59

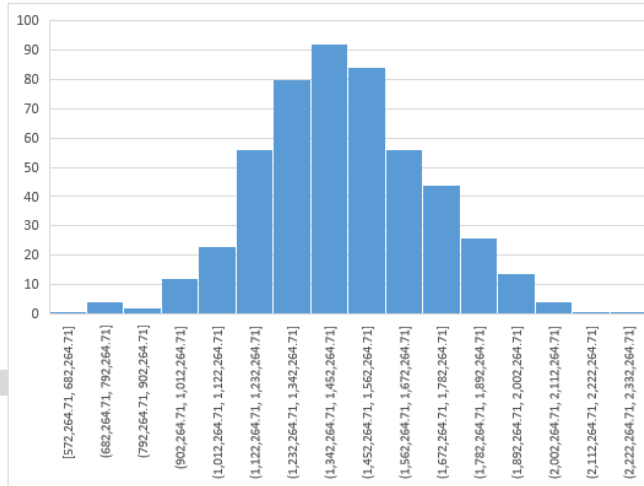


Figura D5

Simulación Monte Carlo para el VAN Escenario Pesimista

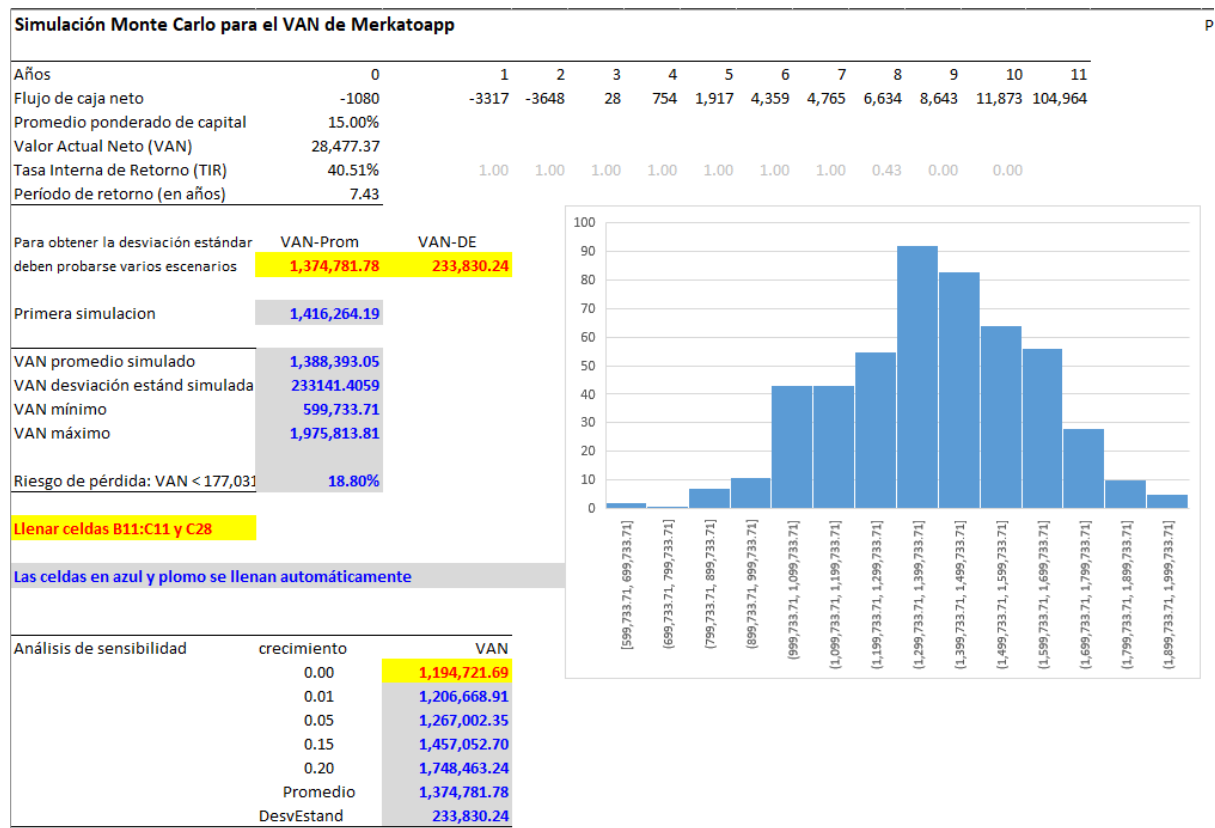


Tabla D2*Supuestos de Simulación Plan de Marketing*

		AÑO				
		1	2	3	4	5
Escenarios	Plan de marketing S/	S/13,000.00	S/10,000.00	S/10,000.00	S/10,000.00	S/10,000.00
	Número de clientes	4,800	5,280	5,808	6,389	7,028
Escenario esperado	Número de clientes	432	480	528	581	639
	CAC	S/30.09	S/20.83	S/18.94	S/17.22	S/15.65
	CAC Promedio	S/20.55				
Escenario muy pesimista	Número de clientes más 1% esperado	1.00% 436	485	533	587	645
	CAC	S/29.79	S/20.63	S/18.75	S/17.05	S/15.50
	CAC Promedio	S/20.34				
Escenario pesimista	Número de clientes más 5% esperado	5.00% 454	504	554	610	671
	CAC	S/28.66	S/19.84	S/18.04	S/16.40	S/14.91
	CAC Promedio	S/19.57				
Escenario optimista	Número de clientes más 15% esperado	15.00% 497	552	607	668	735
	CAC	S/26.17	S/18.12	S/16.47	S/14.97	S/13.61
	CAC Promedio	S/17.87				
Escenario muy optimista	Número de clientes más 20% esperado	20.00% 518	576	634	697	767
	CAC	S/25.08	S/17.36	S/15.78	S/14.35	S/13.04
	CAC Promedio	S/17.12				

Figura D6*Simulación Monte Carlo para el Plan de Marketing Escenario Esperado***Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis**

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	4.23	21.78	92.06
Desviación estándar	1.00	1.69	15.66
Primera simulación	3.72	20.73	72.84

Promedio	4.216
Desviación estándar	1.004
Mínimo	1.138
Máximo	7.088

Alta eficiencia: >3.89 **64.04%**

Llenar celdas C21 y D21

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad crecimiento	VTVC	CAC
0.00	80.00	20.55
0.01	80.80	20.55
0.05	84.84	20.55
0.15	97.57	23.63
0.20	117.08	23.63
Promedio	92.06	21.78
DesvEstand	15.66	1.69

Pruebas Eficiencia del marketing

1	3.724
2	2.405
3	3.970
4	2.569
5	4.923
6	5.272
7	2.568
8	3.735
9	5.323
10	3.124
11	4.498
12	5.836
13	5.956
14	4.064
15	5.042
16	4.379
17	3.738
18	5.863
19	6.169
20	2.424
21	3.168
22	3.029
23	1.798
24	4.616
25	3.589
26	5.610
27	4.586



Figura D7*Simulación Monte Carlo para el Plan de Marketing Escenario Muy Optimista***Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis**

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	5.28	18.15	95.80
Desviación estándar	1.00	1.41	16.29
Primera simulación	3.14	18.83	101.99
Promedio	5.295		
Desviación estándar	1.040		
Mínimo	2.578		
Máximo	8.233		
Alta eficiencia: >4.86	66.80%		

Llenar celdas C21 y D21

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad crecimiento	VTVC	CAC
0.00	83.25	17.12
0.01	84.08	17.12
0.05	88.29	17.12
0.15	101.53	19.69
0.20	121.84	19.69
Promedio	95.80	18.15
DesvEstand	16.29	1.41

Pruebas Eficiencia del marketing

1	3.138
2	5.634
3	6.744
4	6.787
5	7.104
6	3.473
7	4.776
8	3.575
9	6.466
10	4.022
11	4.941
12	6.289
13	5.474
14	6.849
15	5.517
16	6.215
17	5.196
18	2.983
19	4.693
20	7.142
21	5.070
22	4.236
23	5.343
24	4.552
25	5.930
26	4.209
27	4.976



Figura D8

Simulación Monte Carlo para el Plan de Marketing Escenario Optimista

Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	5.01	18.94	94.84
Desviación estándar	1.00	1.47	16.13
Primera simulación	4.50	20.19	88.00
Promedio	5.032		
Desviación estándar	0.999		
Mínimo	1.737		
Máximo	8.153		
Alta eficiencia: >4.61	65.64%		

Llenar celdas C21 y D21

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad crecimiento	VTVC	CAC
0.00	82.42	17.87
0.01	83.24	17.87
0.05	87.41	17.87
0.15	100.52	20.55
0.20	120.62	20.55
Promedio	94.84	18.94
DesvEstand	16.13	1.47

Pruebas	Eficiencia del marketing
1	4.501
2	6.053
3	3.462
4	7.208
5	6.414
6	4.366
7	4.805
8	4.462
9	5.506
10	4.165
11	6.775
12	4.821
13	5.921
14	3.066
15	5.547
16	6.609
17	3.752
18	4.888
19	5.439
20	3.864
21	5.610
22	5.396
23	4.793
24	5.465
25	5.118
26	5.674
27	3.744



Figura D9

Simulación Monte Carlo para el Plan de Marketing Escenario Muy Pesimista

Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	4.31	21.56	92.98
Desviación estándar	1.00	1.67	15.81
Primera simulación	4.22	20.84	70.74
Promedio	4.229		
Desviación estándar	0.968		
Mínimo	1.736		
Máximo	7.174		
Alta eficiencia: >3.97	63.18%		

Llenar celdas C21 y D21

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad crecimiento	VTVC	CAC
0.00	80.80	20.34
0.01	81.61	20.34
0.05	85.69	20.34
0.15	98.54	23.39
0.20	118.25	23.39
Promedio	92.98	21.56
DesvEstand	15.81	1.67

Pruebas Eficiencia del marketing

1	4.224
2	5.484
3	4.837
4	4.832
5	2.683
6	3.745
7	5.585
8	4.358
9	2.833
10	4.263
11	5.313
12	4.465
13	6.446
14	4.371
15	3.769
16	6.178
17	4.840
18	3.114
19	5.342
20	3.521
21	4.353
22	5.575
23	2.284
24	4.807
25	3.586
26	2.527
27	4.102

Figura D10

Simulación Monte Carlo para el Plan de Marketing Escenario Pesimista

Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	4.53	20.74	93.91
Desviación estándar	1.00	1.61	15.97
Primera simulación	6.44	18.83	105.57

Promedio	4.537
Desviación estándar	1.001
Mínimo	1.228
Máximo	7.421

Alta eficiencia: >4.17 **63.90%**

Llenar celdas C21 y D21

Las celdas en azul y plomo se llenan automáticamente

Análisis de sensibilidad crecimiento	VTVC	CAC
0.00	81.61	19.57
0.01	82.43	19.57
0.05	86.55	19.57
0.15	99.53	22.51
0.20	119.44	22.51
Promedio	93.91	20.74
DesvEstand	15.97	1.61

Pruebas Eficiencia del marketing

1	6.439
2	4.455
3	3.608
4	4.849
5	4.407
6	4.789
7	2.646
8	5.401
9	5.535
10	4.427
11	3.105
12	2.943
13	4.758
14	3.889
15	3.846
16	3.807
17	5.562
18	3.303
19	4.309
20	5.374
21	4.318
22	3.706
23	3.743
24	3.906
25	3.527
26	4.739
27	4.916