

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: Mommy Pro, aplicativo de contacto y monitoreo de nanas especializadas en el cuidado de niños en la ciudad de Lima

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO
POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADA POR

Luis Germán, Briceño Bellido, DNI: 43321168

Miryam Vanessa, Mezarina Valdiviezo, DNI: 10804003

Diego Armando, Ramírez Ochoa, DNI: 47260795

Rodrigo Jhesus, Peña Alvarez, DNI 72635058

ASESOR

Sandro Alberto Sánchez Paredes, DNI: 09542193

ORCID 0000-0002-6155-8556

JURADO

Juan Pedro Rodolfo Navarro Lavi

Katherine Kuschel

Sandro Alberto Sánchez Paredes

Surco, abril 2023

Declaración Jurada de Autenticidad


Yo, **Sandro Alberto Sánchez Paredes**, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada **Mommy Pro, aplicativo de contacto y monitoreo de nanas especializadas en el cuidado de niños en la ciudad de Lima**, de los autores:

- Luis Germán Briceño Bellido, DNI 43321168
- Miryam Vanessa Mezarina Valdiviezo, DNI 10804003
- Diego Armando Ramírez Ochoa, DNI 47260795
- Rodrigo Jhesus Peña Alvarez, DNI 72635058

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **20%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 13/03/2023.
- 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.

Lugar y fecha: Lima, 13 de marzo del 2023

Sánchez Paredes, Sandro Alberto	
DNI: 09542193	
ORCID: 0000-0002-6155-8556	

Agradecimientos

Agradezco a mis compañeros de equipo, familia por todo el apoyo brindado durante el desarrollo de la presente tesis.

Luis Germán Briceño Bellido

Mi agradecimiento en primer lugar a Dios por brindarme salud y fortaleza para concluir mis estudios. A mi familia por su amor, comprensión y apoyo incondicional. A Centrum y a todos los profesores que contribuyeron a mi formación profesional.

Miryam Vanessa Mezarina Valdiviezo

Doy gracias a Dios por darme la vida y fortaleza, a mis padres y hermanos por darme todo su apoyo, y a mi esposa quien han sido guía para llegar a este punto de mi carrera, que con su apoyo incondicional y palabras de aliento me ayudó a no bajar los brazos.

A mis compañeros con los que empecé este reto, por su motivación y ayuda constante.

Diego Armando Ramírez Valdiviezo

Agradezco principalmente a Dios, quien me puso en el camino de mi familia, quienes han sido un soporte incondicional en todos los pasos que he recorrido desde pequeño y dándome amor incondicional. Así mismo, a Yesika, la paciencia y los ánimos de dar el todo por el todo. Finalmente, a la familia Ipesa quienes han confiado en mi en todos estos años brindándome soporte y conocimiento día a día.

Rodrigo Jhesus Peña Alvarez

Dedicatorias

Dedico esta tesis a mi hijo, Enzo Briceño a quien espero sirva de ejemplo a futuro y sepa que con esfuerzo y dedicación se pueden conseguir muchas cosas.

Luis Germán Briceño Bellido

A mis hijos Matías y Camila, que son mi mayor fuente de motivación, por su apoyo y comprensión durante todo el periodo de estudios, y a madre por confiar en mí y por impulsarme a realizar todos mis objetivos.

Miryam Vanessa Mezarina Valdiviezo

Dedico este proyecto a mi hijo Samuel, que al igual que mi esposa son las personas más importantes de mi vida.

Diego Armando Ramírez Valdiviezo

Dedico este proyecto a mis padres, Alicia y Henry, y a mi tía Ana, quienes han estado siempre conmigo intentando buscar lo mejor para mí día a día.

Rodrigo Jhesus Peña Alvarez

Resumen Ejecutivo

El problema principal radica en la necesidad de los usuarios, clientes, de tener una persona capacitada y preparada, así como también encargada del cuidado del niño. Como consecuencias a esto, surge el plan de negocio Mommy Pro que, en base a un aplicativo móvil y una plataforma totalmente amigable, permite localizar y contactar a niñeras con las cualidades y capacitaciones óptimas que permitan asegurar el cuidado completo de primer nivel de los niños del hogar; asimismo, Mommy Pro permite, a través de un servicio extra, el monitoreo mediante cámaras instaladas en el domicilio y visualización a tiempo real.

El Plan de Marketing se resalta el elemento diferenciador que ofrece Mommy Pro en comparación con los demás servicios actuales en el mercado; como es el caso de aplicativos de monitoreo o, niñeras que brindan sus servicios sin ningún tipo de garantía. Asimismo, es importante dar a conocer el valor agregado de la seguridad y garantía que Mommy Pro ofrece a todos sus clientes. Este consiste en un intenso estudio de sus antecedentes personales y laborales para otorgar confianza a los padres de familia y constante planes de capacitación sobre el correcto cuidado de menores y utilización del aplicativo. La inversión total del proyecto ascendería a la suma de S/ 173,310.80; de los cuales S/ 53,310.80 corresponderían a inversiones en activos fijos tangible e intangible, asimismo, conformada por un aporte de capital de S/ 120,000.

Las proyecciones económico financieras efectuadas a valores constantes serán con un horizonte de evaluación de cinco años: 2024 al 2028. Los indicadores de rentabilidad, revelan índices favorables para el proyecto con un TIR del 226.13%, un VANE de S/ 1,176,300 y un periodo de recuperación de la inversión de un año.

El análisis de sensibilidad proyectado muestra que la mayor variación estaría representada por el nivel de participación en el mercado objetivo, como consecuencia del Plan de Marketing y estrategias de precios que se implementarán en el negocio. Por otro lado,

la frecuencia de captación de clientes objetivos, cantidad máxima de mujeres dentro del aplicativo, también tienen un impacto dentro de la proyección. La administración de estos potenciales riesgos tiene naturaleza relativa, toda esta información está siendo considerada en el análisis financiero.



Abstract

The main problem lies in the need of users, clients, to have a trained and prepared person, as well as in charge of caring for their baby. As a consequence of this, the Mommy Pro business plan arises, which, based on a mobile application and a totally friendly platform, makes it possible to locate and contact nannies with the optimal qualities and training to ensure complete first-class care for children. of home; Likewise, Mommy Pro allows, through an extra service, monitoring through cameras installed at home and real-time viewing.

The Marketing Plan is synthesized by highlighting the differentiation of the service offered by Mommy Pro compared to other current services on the market; as is the case of monitoring applications or babysitters that provide their services without any type of guarantee. Likewise, it is important to publicize the added value of the security and guarantee that Mommy Pro offers to all its customers. This consists of an intense study of their personal and work history to give confidence to parents and constant training plans on the correct care of minors and use of the application. The total investment of the project would amount to the sum of S/ 173,310.80; of which S/ 53,310.80 would be investments in intangible fixed assets. The financial structure would be made up of an equity contribution of S/ 120,000.

The economic-financial projections made at constant values will be with an evaluation horizon of five years: 2024 to 2028. The profitability indicators reveal favorable indices for the project with an IRR of 226.13%, a VANE of S/ 1,176,300 and a period of payback of one year.

The projected sensitivity analysis shows that the greatest variation would be represented by the level of participation in the target market, as a consequence of the Marketing Plan and pricing strategies that will be implemented in the business. On the other hand, the frequency of attracting target customers, the maximum number of women within

the application, also have an impact within the projection. The management of these potential risks is relative in nature, all this information is being considered in the financial analysis.



Tabla de contenido

Agradecimientos	ii
Dedicatorias	iv
Resumen Ejecutivo	v
Abstract	vii
Capítulo I. Definición del problema	1
1.1. Contexto del problema a resolver.....	1
1.2. Presentación del problema a resolver.....	2
1.3. Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver.....	3
2.1. Descripción del mercado o industria.....	6
2.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	6
2.2.1. Intensidad de la rivalidad en el sector	6
2.2.2. Amenaza de futuros competidores	7
2.2.3. Amenaza de productos sustitutos	7
2.2.4. Poder de negociación de clientes.....	7
2.2.5. Poder de negociación de proveedores	7
2.2.6. Barreras de Entrada	8
2.3. Análisis competitivo detallado	9
Capítulo III. Investigación del usuario.....	12
3.1.1. Perfil del usuario.....	12
3.1.2. Pregunta general.	13

3.1.3. Objetivo general.	13
3.2. Mapa de experiencia de usuario	19
3.3. Momentos positivos	19
3.4. Momentos negativos	20
3.5. Identificación de la necesidad	20
Capítulo IV. Diseño del producto o servicio	21
4.1. Concepción del producto o servicio	21
4.2. Desarrollo de la narrativa	23
4.3. Carácter innovador del producto o servicio	23
4.4. Propuesta de valor	24
4.5. Producto mínimo viable (PMV).....	25
Capítulo V. Modelo de negocio	28
5.1. Lienzo del modelo de negocio	28
5.2. Viabilidad del modelo de negocio.....	29
5.3. Escalabilidad / Exponencialidad del modelo de negocio	29
5.4. Sostenibilidad del modelo de negocio.....	30
Capítulo VI. Solución deseable, factible y viable.....	32
6.1. Validación de la deseabilidad de la solución	32
6.1.1. Hipótesis para validar la deseabilidad de la solución	32
6.1.2. Experimentos empleados para validar la deseabilidad de la solución.....	32
6.2. Validación de la factibilidad de la solución	36

6.2.1. Plan de mercadeo.....	36
6.2.2. Objetivos y estrategia de marketing	36
6.2.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis	40
6.3. Validación de la viabilidad de la solución	41
6.3.1. Presupuesto de inversión	41
6.3.2. Análisis financiero	42
6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis	45
6.3.3.1. Hipótesis sobre la validación del VAN.....	47
Capítulo VII. Solución sostenible.....	50
7.1. Relevancia social de la solución	50
7.2. Rentabilidad social de la solución.....	54
Capítulo VIII. Decisión e implementación	57
8.2. Conclusión	59
8.3. Recomendación.....	59
Referencias.....	61
APÉNDICE A.....	64
APÉNDICE B	66
APÉNDICE C	90
APÉNDICE D.....	94
APÉNDICE E	96

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Resumen del Problema, Descripción y Resultado.....	3
Tabla 2	Empresas Dedicadas al Rubro de Monitoreo	10
Tabla 3	Empresas dedicadas al monitoreo del bebé de forma online.....	11
Tabla 4	Guía de Preguntas.....	15
Tabla 5	Necesidades Identificadas.....	20
Tabla 6	Producto Mínimo Viable	26
Tabla 7	Resumen de Resultado de la Interacción del Padre de Familia y Prototipo	34
Tabla 8	Evaluación de los Resultados bajo los Criterios Establecidos	35
Tabla 9	Objetivos del Marketing	36
Tabla 10	Distribución del Mercado	37
Tabla 11	Presupuesto de Marketing.....	40
Tabla 12	Montecarlo Escenario Pesimista.....	40
Tabla 13	Montecarlo Escenario Optimista y Moderado	40
Tabla 14	Montecarlo Escenario Optimista y Moderado	41
Tabla 15	Costeo de Ventas Unitario por Niñera.....	43
Tabla 16	Gastos fijos.....	43
Tabla 17	Gastos de Administración.....	44
Tabla 18	Estado de Resultados	44
Tabla 19	Flujo de Caja.....	45
Tabla 20	Indicadores económicos.....	45

Tabla 21	Flujo de Caja - Escenario pesimista.....	46
Tabla 22	Flujo de Caja - Escenario optimista.....	47
Tabla 23	Resumen de Escenarios VAN & TIR.....	47
Tabla 24	Simulación de VAN - Escenario Moderado.....	47
Tabla 25	Riesgo de Pérdida.....	48
Tabla 26	Resultados de Validar la Hipótesis del Negocio.....	48
Tabla 27	Índice de relevancia específica de la meta.....	51
	51
Tabla 28	Flushing Business Canvas.....	53
Tabla 29	Estimación del Flujo de Beneficios Sociales.....	55
Tabla 30	Costo de emisión de CO2 - Energía Eléctrica.....	55
Tabla 31	Costo de emisión de CO2 - Energía Eléctrica de Smartphone.....	55
Tabla 32	Consolidado de Emisión de CO2 y Costo Social en Soles.....	56
Tabla 33	Proyección Social Financiera de Mommy Pro en Cinco Años.....	56
Tabla 34	Diagrama de Gantt.....	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	<i>Lienzo de Dos Dimensiones</i>	3
Figura 2	<i>Maqueta de la Problemática</i>	4
Figura 3	<i>Las 5 Fuerzas de Porter</i>	9
Figura 4	<i>Lienzo Meta Usuario</i>	18
Figura 5	<i>Mapa Experiencia del Usuario</i>	19



LISTA DE PREGUNTAS

<i>Pregunta 1</i>	<i>¿A qué te dedicas?</i>	<i>72</i>
<i>Pregunta 2</i>	<i>Intervalo de edad de sus hijos.....</i>	<i>73</i>
<i>Pregunta 3</i>	<i>Cantidad de Hijos</i>	<i>74</i>
<i>Pregunta 4</i>	<i>Condición de trabajo</i>	<i>75</i>
<i>Pregunta 5</i>	<i>Actualmente ¿ tienes apoyo de alguna persona en el cuidado de tu hijo?</i>	<i>76</i>
<i>Pregunta 6</i>	<i>¿ Consideras que necesitas apoyo para el cuidado de tu hijo?.....</i>	<i>77</i>
<i>Pregunta 7</i>	<i>¿ Cuantas veces dejas a tus hijos al cuidado de otras personas?</i>	<i>78</i>
<i>Pregunta 8</i>	<i>¿ Has usado alguna vez una agencia de niñeras?.....</i>	<i>79</i>
<i>Pregunta 9</i>	<i>¿ Cómo fue tu experiencia con la agencia de empleo?</i>	<i>80</i>
<i>Pregunta 10</i>	<i>: ¿ Cúal fue el motivo de la mala experiencia?</i>	<i>81</i>
<i>Pregunta 11</i>	<i>¿ Cuánto has pagado por el servicio?</i>	<i>82</i>
<i>Pregunta 12</i>	<i>¿ Te gustaría que te brinden un servicio de niñeras?.....</i>	<i>83</i>
<i>Pregunta 13</i>	<i>¿ Cuáles son tus principales necesidades?.....</i>	<i>84</i>
<i>Pregunta 14</i>	<i>¿ Usarías un aplicativo para escoger a la niñera?</i>	<i>85</i>
<i>Pregunta 15</i>	<i>¿ Te gustaría tener opciones de tarifa?</i>	<i>86</i>
<i>Pregunta 16</i>	<i>¿ Qué medio de pago utilizas?.....</i>	<i>87</i>
<i>Pregunta 17</i>	<i>¿ Consideras importante el seguimiento por parte de la empresa?</i>	<i>88</i>
<i>Pregunta 18</i>	<i>¿ Te gustaría tener la oportunidad de visualizar a tu hijo en tiempo real?.....</i>	<i>89</i>

APÉNDICES

<i>Apéndice 1 Índice de Brecha de Género</i>	<i>64</i>
<i>Apéndice 2 Población de Niños por Grupo de Edad en Miles, según Distritos de Lima Moderna 2017.....</i>	<i>65</i>
<i>Apéndice 3 Investigación Cualitativa.....</i>	<i>66</i>
<i>Apéndice 4 Investigación Cuantitativa.....</i>	<i>69</i>
<i>Apéndice 5 Encuestas</i>	<i>71</i>
<i>Apéndice 6 Preguntas.....</i>	<i>72</i>
<i>Apéndice 7 Lienzo 6x6 - Servicio Integral de Cuidado del Bebé</i>	<i>90</i>
<i>Apéndice 8 Lienzo Costo / Impacto - Sistema Integral de Cuidado del Bebé</i>	<i>92</i>
<i>Apéndice 9 Lienzo blanco de relevancia</i>	<i>92</i>
<i>Apéndice 10 Lienzo de la Propuesta de Valor.....</i>	<i>93</i>
<i>Apéndice 11 Plan de acción.....</i>	<i>94</i>
<i>Apéndice 12 Lienzo Modelo de Negocio.....</i>	<i>96</i>
<i>Apéndice 13 Tarjetas de Usabilidad.....</i>	<i>96</i>

Capítulo I. Definición del problema

En este primer capítulo, se desarrolla la problemática de estudio y un alcance de propuesta de solución para el cuidado de niños menores, mediante la búsqueda y contacto de niñeras por aplicativo móvil.

1.1. Contexto del problema a resolver

La pandemia ha generado grandes cambios en el mundo y; específicamente en nuestro país, viene afectando al mercado laboral de manera muy significativa. En el Perú, se viene registrando la tasa más alta de desempleo e informalidad registrada en los últimos años. Según el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2021) en 76.8% se elevó la tasa de informalidad laboral en los últimos once años; asimismo, sumado a la coyuntura nacional e internacional, origina que el gasto mínimo en los hogares aumente teniendo como consecuencia que se reduzca de manera significativa la calidad de vida de la población.

Hein y Cassier (2010) sostienen que los padres de familia tienen que dividir su tiempo entre sus hijos y el trabajo, suponiendo un gran reto al no contar con el tiempo necesario para cuidarlos y, esto se debe principalmente a que no cuentan con una persona de confianza para el cuidado de sus hijos. Como consecuencia de lo anterior señalado, se presentan distintos tipos de sentimientos negativos como: a) la preocupación; b) la disminución de la productividad; c) incremento del ausentismo; d) aumento del estrés y; e) frustración al no poder cumplir con ambas tareas (trabajo y cuidado).

En los últimos años, la mujer ha mejorado su posición en el mercado laboral; sin embargo, INEI (2021) informa que la mujer es la más afectada dentro del contexto de pandemia del COVID-19, el ratio de desempleo aumentó en 17.9%, siendo superior en 4.8% a la registrada en la población masculina (13.1%). Esta situación ha generado que, durante el tiempo post pandemia, ambos padres de familia hayan tenido que asumir el rol de proveedor

del hogar dedicando mayor tiempo del día para tareas laborales y verse en la necesidad de contratar a una persona para el cuidado del menor.

1.2. Presentación del problema a resolver

El problema principal es el descenso laboral en un 17% del público femenino y la situación post pandemia que se vive en nuestro país. Actualmente, se realizan esfuerzos para reducir la brecha de género aún existente, por ejemplo; según Datos Macro en el 2022, se presenta que, en el *ranking* de brecha de género a nivel mundial, el Perú, ocupa el puesto 37, (ver Apéndice A, N1), habiendo mejorado respecto al 2021. Por este motivo, Mommy Pro busca fomentar la ampliación del mercado laboral a través del cuidado de menores; así como también dando plazas laborales intermitentes a profesionales de la salud, administradores, personal de ventas, etc.

Según INDECOPI (2019) la madre o padre de familia siente preocupación permanente de saber dónde o con quién dejar a sus hijos mientras cumple su jornada laboral; sin embargo, pese a la incomodidad, se ha tenido que buscar una solución efectiva. Muchos padres han optado por dejar a sus familiares el cuidado de sus hijos, en guarderías o incluso, a pesar de la inseguridad actual, acudir a agencias de empleo; donde según el Ministerio de Trabajo (2019), solo registra 117 agencias, habiendo muchas más que trabajan de manera informal.

En resumen, debido a la necesidad de los usuarios de tener una persona, de confianza, capacitada y preparada, encargada de apoyar al cuidado del niño surge Mommy Pro tomando como herramienta un aplicativo móvil, y una plataforma totalmente amigable la cual permitirá localizar y contactar a niñeras con las cualidades óptimas y contar con servicios de primer nivel para asegurar el cuidado completo de los niños del hogar.

Tabla 1 *Resumen del Problema, Descripción y Resultado*

Problema	Descripción	Resultados esperados
Aumento del desempleo femenino en época de pandemia.	Fomentar la creación de plazas laborales mediante el servicio de niñeras a domicilio en conjunto con un aplicativo de monitoreo integral para el cuidado del menor.	Se espera aumentar la reinserción laboral de las mujeres atendiendo a padres de familia dentro de los sectores Ay B.

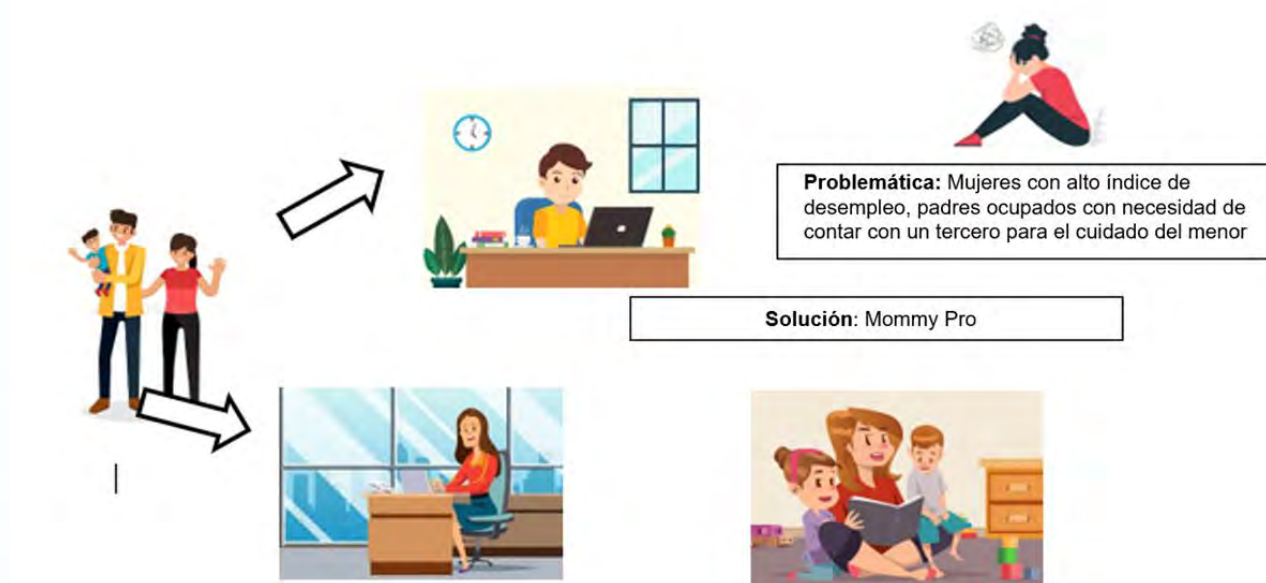
Figura 1 *Lienzo de Dos Dimensiones*

1.3. Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver

El problema a solucionar tiene un impacto mucho más profundo que brindar plazas laborales a mujeres. Según el INEI, en el año 2020, las mujeres con empleos disminuyeron un 17.1%, pero existen muchas más que trabajan de manera informal. Por lo tanto, el problema laboral que afrontan las mujeres, no es únicamente plazas laborales, sino se puede extender hasta las malas condiciones de trabajo y riesgos de los mismos. Por ese motivo, Mommy Pro, se posiciona como una propuesta que busca brindar un servicio seguro a los padres, pues cuenta con personas preparadas en el cuidado infantil, detallando con antecedentes que puedan respaldarla y confirmar la calidad de los servicios brindados. De igual manera, esta iniciativa busca resolver el problema social relevante del desempleo de mujeres y malas condiciones laborales que algunas afrontan dentro del esquema laboral actual, permitiendo

generar puestos de trabajos seguros con todos los beneficios por ley, disminuyendo así con la informalidad y abusos, consecuencia de la necesidad de trabajo.

Figura 2 *Maqueta de la Problemática*



Como parte de la complejidad de esta problemática, la relevancia social que presenta Mommy Pro se desarrolla en base a la ODS 5 y 8, las cuales están vinculada con lo establecido por la Organización de las Naciones Unidas (2015) a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

5.4 Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.

5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres (madres usuarias) y su igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

La ODS 8 su objetivo es promover el crecimiento económico inclusivo y sostenido puede generar el impulso del progreso, el empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos.

ODS 8.2: Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.

ODS 8.3: Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes.

ODS 8.6 De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.

La ODS 8.8 tiene como objetivo proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

El propósito de incurrir en la ODS 5 y 8, es principalmente, asegurar el trabajo legal y correcto dentro de la comunidad de mujeres, así como también, generar más puestos efectivos de trabajo donde se desarrolle la cultura de crecimiento y empoderamiento de la mujer. Así mismo, al aumentar la tasa de empleabilidad de la comunidad de mujeres, se busca un desarrollo social y económico dentro del Perú que permita reactivar la economía en esta crisis coyuntural.

Capítulo II. Análisis del mercado

El presente capítulo comprende el análisis y desarrollo del mercado de cuidado de niños, considerándose el análisis de Porter y el respectivo análisis de los competidores.

2.1. Descripción del mercado o industria

Para el tratamiento de la iniciativa planteada, es necesario identificar al mercado al cual se piensa introducir, teniendo en cuenta quienes son los posibles usuarios y cuáles son las necesidades que se buscan satisfacer. Por lo tanto, se puede reconocer dentro del perfil del usuario, a los padres de familia que cuenten con menores hijos hasta la edad de 5 años (ver Apéndice A, N2), en especial caso a los primerizos, los cuales, en situaciones enfocadas en su entorno familiar o laboral, necesiten de la ayuda de un tercero que les brinde un servicio de cuidado con el monitoreo de actividades y control debido.

Para poder analizar por completo el mercado objetivo se tiene que realizar un estudio completo de la cantidad total de competidores, procedencia e impacto de crecimiento o aceptación. Dentro de este análisis se ha considerado: a) los servicios informales de cuidado de niños; b) agencias de bolsa de trabajo para niñeras y; c) servicios similares de monitoreo de personas.

2.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, permite tener un panorama del mercado para el desarrollo del presente proyecto de disposición de un aplicativo móvil para el servicio domiciliario del cuidado de niños en el nivel socioeconómico A y B; por lo que el modelo establece puntuaciones como no atractivo (1), medianamente no atractivo (2), neutral (3), medianamente atractivo (4) y muy atractivo (5).

2.2.1. Intensidad de la rivalidad en el sector

De acuerdo al análisis existen muchos competidores directo; sin embargo, ninguno de estos ofrece las bondades y valor agregado que Mommy Pro puede presentar, como es el caso

de empresas dedicadas al monitoreo de cuidado de hogares, niñeras de tiempo parcial y aplicaciones de monitoreo de actividades del menor. Todos los anteriores mencionados, presentan planes de trabajo distintos entre sí y no llegan a ofrecer todos los servicios de Mommy Pro.

2.2.2. Amenaza de futuros competidores

Actualmente, no existe un modelo de negocio similar al nuestro, sin embargo, algunas aplicaciones existentes como Doktuz y Helpers podrían incluir el servicio de cuidado de niños en domicilio, teniendo en cuenta que brindan el servicio de enfermeras mediante un portal *web* y aplicativo móvil. Una vez investigado el negocio, es posible que avanzar dentro del segmento comercial sea más asequible.

2.2.3. Amenaza de productos sustitutos

Como producto sustituto la amenaza es el servicio brindado por el Programa Cuna más, que es el cuidado de los niños por parte del Estado hasta los 36 meses, sin embargo, este programa está orientado hacia un segmento ubicado en zonas de pobreza y pobreza extrema, y no se consideraría como un competidor directo actualmente. Este tipo de servicios se han intensificado a raíz del apogeo de la cultura tecnológica y se han visto en la obligación de evolucionar debido a la coyuntura de la pandemia.

2.2.4. Poder de negociación de clientes

Para nuestro plan de negocios y el objetivo de Mommy Pro, nuestros clientes y tomadores de decisión, son los padres de familia, quienes al no tener una alternativa totalmente similar dentro del mercado su poder de negociación es bajo, y en su elección dependerá del grado de satisfacción con nuestro servicio; seguridad, confianza y compromiso tienen que ser las cualidades a seguir para poder atender la demanda.

2.2.5. Poder de negociación de proveedores

Como principales proveedores tenemos:

- La empresa de tecnología encargada del desarrollo del aplicativo móvil para la prestación del servicio de monitoreo y cuidado de niños a domicilio por niñeras, lo que permitirá la interacción entre los usuarios (padres de familia), nuestra empresa y las cuidadoras. Al inicio del proyecto, su poder de negociación es baja, debido a que poseemos en el mercado actual distintos proveedores que nos pueden desarrollar trabajos de adaptación tecnológica. Sin embargo, una vez el negocio se lance, su poder de negociación aumenta radicalmente.
- Empresa de tecnología que brindará soporte para el mantenimiento de la aplicación, evitando su colapso en las prestaciones del servicio. Esta empresa debería ser la misma que la que desarrolla el aplicativo y página *web* en primera instancia.
- La empresa encargada de manejar el marketing digital (a través de *Facebook*, *YouTube*, *Google*, etc.)
- La plataforma de pago de los principales bancos nacionales.
- Capacitadores para instruir a las niñeras dentro de las materias de cuidado y protección del menor. Así como también, en conocimiento de alimentación, vacunas, primeros auxilios y demás.

2.2.6 Barreras de Entrada

La barrera de entrada generada para este modelo de negocio es alta, debido a que se debe contar con la aprobación de la municipalidad. Además, la competencia en el mercado peruano es diversa.

La figura 3 presenta una síntesis de las cinco fuerzas de Porter para el servicio de cuidado de niños a domicilio mediante aplicativos móviles.

Figura 3 *Las 5 Fuerzas de Porter*



2.3. Análisis competitivo detallado

Dentro del territorio peruano, existe un mercado grande que cuenta con propuestas de aplicativos y agencias que brindan el servicio del cuidado de niños, enfocados en características como la edad del menor, la condición de la madre y en ser herramientas o personas que ayuden en el monitoreo y cuidado del menor, haciendo más sencilla la labor para los padres de familia y para las cuidadoras de ser el caso. La tabla 2 presenta las empresas dedicadas al rubro de monitoreo mediante aplicativos:

Tabla 2 *Empresas Dedicadas al Rubro de Monitoreo*

Nombre del Aplicativo	Tipo de Servicio	Desventajas Competitivas	Años en el Mercado
Alarmas Verisure Prosegur Sercom (Empresas de seguridad y monitoreo en el Perú)	Servicio de Monitoreo del hogar y negocios, enfocado principalmente en la seguridad industrial.	Se le puede dar un enfoque de bebés, pero el servicio será similar al de cuidar una caja registradora o puerta del hogar. No posee un paquete integral exclusivo para el bebé (monitoreo del comportamiento del bebé, citas médicas,	Hasta 35 años
Baby Connect (Apple Store y Play Store)	Brinda servicio de monitoreo y trackeo general del bebé. Desde alimentación, sueño, estados de ánimo, etc.	Si bien brinda el aplicativo móvil, el tiempo que dispone para el padre / madre del bebé puede ser extenso debido al trabajo y cuidado al momento de realizar la alimentación de la información.	10 años
Hero Baby (Apple Store y Play Store)	Registro del desarrollo del bebe enfocado en su nutrición, poniendo cambios de alimentación y su situación del menor.	El hecho de poseer la información es provechoso, sin embargo, tener un pediatra que pueda brindar consejos de acuerdo a la alimentación del bebé, permitirá mejorar su calidad de vida	8 años
Ipediatric (Apple Store y Play Store)	Aplicativo para padres, madres, cuidadores o tutores, la cual se dedica a dar respuesta a problemas de salud de forma inmediata	Restringe la edad de utilización hasta los 12 meses y las soluciones son genéricas, no son especializadas por bebé	8 años

De acuerdo con el Financiero (2017), la tarea del cuidado del menor no es algo natural para todo el mundo, y son muchas de las personas quienes requieren ayuda y necesitan obtenerla con la asesoría de alguien más. Gracias a los *smartphones*, contamos con la comodidad de buscar esta información desde el hogar. Al ser Mommy Pro, una aplicación virtual que permite el contacto a través de un aplicativo y página *web*, se espera que la familia opte por contratar una niñera para cuidar permanente a sus hijos. Como consecuencia de lo anteriormente mencionado, se ha analizado la competencia actual de servicios de niñeras en el Perú, siendo los principales presentados en la tabla 3:

Tabla 3 *Empresas dedicadas a la colocación de personal*

Nombre de la Agencia	Tipo de Servicio	Ventajas Competitivas	Desventajas Competitivas	Años en el Mercado
Nanas y Amas	Agencia inscrita en el RENAPE. Empleadas del hogar encargadas del cuidado de niños y adulto mayor	Aplicativo de limpieza enfocado a mujeres venezolanas. Examen de Salud Capacitación en Primeros Auxilios	No cuenta con aplicativo móvil que permite el monitoreo integral	13
La Casa de Panchita	Agencia inscrita en el RENAPE. Empleadas del hogar encargadas del cuidado de niños y adulto mayor	Cursos y Talleres para bebés Orientación legal Asistencia del Hogar	No cuenta con aplicativo móvil que permite el monitoreo integral e historial. Comunicación por teléfonos, correo y WhatsApp.	15
Nanas de confianza Perú	Agencia inscrita en el RENAPE. Empleadas del hogar encargadas del cuidado de niños y adulto mayor	Fomenta el empoderamiento de la mujer Capacitación Evaluación y selección Especializada	No cuenta con aplicativo móvil que permite el monitoreo integral	16
Nana mía – Agencia de niñeras	Empleadas del hogar encargadas del cuidado de niños y adulto mayor	Cuidado del adulto mayor y menores Servicio de limpieza	No cuenta con aplicativo móvil que permite el monitoreo integral. No se encuentra registrada en el RENAPE	5

Se puede apreciar que, en la mayoría de casos, los competidores brindan servicios dentro de un solo apartado, siendo el caso de algunos de haberse tenido que reinventar dado a la coyuntura de pandemia, cambiando su forma de atención enfocándola en contacto virtual y mediante la creación de canales más modernos, como las redes sociales. Asimismo, se puede apreciar que no existe servicio alguno que pueda juntar ambos tipos de enfoque de cuidado de bebés o niños menores permitiendo el cuidado integral del menor, por este motivo Mommy Pro representa una solución completa.

Capítulo III. Investigación del usuario

El objetivo principal del capítulo es definir un correcto perfil del usuario, al cual se le tiene que definir todas las características principales como ubicación de trabajo; estado económico en el que se encuentran; la cantidad de hijos con la que cuenta y sus horarios de trabajo.

3.1.1. Perfil del usuario

En el perfil del usuario para el plan de negocio Mommy Pro se consideró la segmentación sociodemográfica con los habitantes del sector socio económico A y B siendo dirigido a jefes de familia mayores de 25 años que deciden por un tercero para el cuidado de sus hijos. Otra característica importante es el ingreso mensual, según IPSOS (2018) el ingreso promedio del sector socioeconómico A es de S/ 12,660 y el gasto mensual es alrededor del 62%, mientras que el sector socioeconómico B el ingreso mensual promedio es de S/7,020 y un gasto promedio del 68% mensual. Debido que cuentan con grado universitario y con empleo de forma dependiente e independiente; siendo esto último corroborado con los resultados de las encuestas en que el 78.33% trabaja dependiente y el 19.17% independiente. Por otro lado, IPSOS (2018) afirma que la característica promedio del jefe de hogar en el sector socioeconómico A el 60% es empleado de alguna empresa y cuenta con educación universitaria completa, y en el sector socioeconómico B el 50% es empleado de alguna empresa y cuentan con educación universitaria completa. Finalmente, en el aspecto psicográfico se enfoca a un mercado que tiene un estilo de vida moderno, proactivos y progresistas, y que están en la búsqueda del progreso personal y familiar, y que buscan la facilidad en las tareas del hogar, y que presenta un gasto real promedio per cápita mensual de S/732 al 2017 (INEI, 2018).

Como complemento del perfil del usuario Mommy Pro se tiene como objetivo aumentar las plazas laborales de mujeres en los segmentos socioeconómicos C y D que tienen

entre 20 y 50 años. Estos segmentos son aquellos que, al presentarse la pandemia en el año 2020, se han encontrado con dificultades para poder generar ingresos dentro de sus hogares.

3.1.2. Pregunta general

¿Será viable en los ámbitos económico y financiero, un modelo de negocios que permita acceder a servicios niñeras a domicilio, mediante el uso de una aplicación móvil dirigida a hogares del nivel socioeconómica A y B de Lima Metropolitana?

3.1.3. Objetivo general

Demostrar la viabilidad comercial y financiera de la implementación de un modelo de negocio que permita el acceso de los servicios de personal para el cuidado de niños a domicilio, a través de una aplicación móvil en la ciudad de Lima metropolitana dirigido al segmento A y B.

Con el motivo de sustentar el objetivo de estudio, se aplicó una investigación mixta, el enfoque cuantitativo basado en Hernández et. al (2018) el cual se utiliza la recolección y análisis de los datos para poder afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. En el levantamiento de datos con enfoque cuantitativo (ver Apéndice B, N4), se realizaron encuestas a 120 madres de familia del sector A y B (ver Apéndice B, N5), mediante una guía de preguntas claves (ver Apéndice B, N6), con la finalidad de obtener información relevante de los futuros usuarios con los que deseamos contar para el desarrollo del proyecto. Estas encuestas fueron efectuadas bajo la plataforma de *Google Forms* entre el 10 y el 23 de noviembre del 2022, para lo cual se accedió a datos de padres de familia referidos que laboran en grandes empresas de diversas actividades económicas.

Por otro lado, el enfoque cualitativo (ver Apéndice B, N3), toma un rol muy importante porque nos permitió llegar a profundidad lo que sucede con los padres de familia para el cuidado de los niños, la problemática de inseguridad para contratar una niñera, dando

como resultado un mejor entendimiento del tema de estudio. Para el enfoque cualitativo se desarrolló entrevistas a 8 participantes de condición madre de familia mediante preguntas direccionadas, con el fin de conocer algunos patrones de comportamiento del estrato socioeconómico A y B, su estilo de vida y hábitos con la familia, las dificultades que presentaban para encontrar un servicio de niñera, su experiencia con cuidadoras o agencias para el cuidado de niños, y el presupuesto que consideran para el servicio de cuidado de sus niños. El desarrollo de las entrevistas fue en formato virtual, en horario entre las 7 a 9 pm durante los días 25, 26 y 27 de noviembre del 2022.

Finalmente, para el trabajo de investigación el análisis de los resultados expresados en las entrevistas fueron relacionarlos con las experiencias de otras personas involucradas al momento de llegar a las conclusiones de la investigación. Resulta de vital importancia el poder conocer la realidad en la que viven los entrevistados, sus necesidades familiares y cuáles son sus principales obstáculos a la hora de poder acceder a un servicio de niñera que cuente con los estándares de calidad esperado.

Tabla 4 *Guía de Preguntas*

Ítem	Preguntas	Sustento
1	¿A qué actividad se dedica?	Generar confianza
2	¿Podrías darnos una descripción de tu perfil, distrito de residencia edad, hijos por favor?	Conocer las características del usuario
3	¿Cuáles considera usted que son las alegrías que más satisfacen a tu familia?	Conocer la realidad del usuario
4	¿Cuáles considera que vienen a ser los principales inconvenientes en tu día a día?	Conocer el entorno en donde vive el usuario
5	Si pudieras describir cuales son las mayores limitaciones diarias que tienes como padre/madre de familia, ¿Cuáles serían?	Entender la condición en que se encuentra el usuario
6	¿Cómo te gustaría aprovechar el tiempo familiar?	Conocer las preocupaciones del usuario
7	¿Cuántas veces dejas a tus hijos al cuidado de otras personas a la semana?	Conocer la experiencia que tiene el usuario como padre
8	¿Has utilizado servicios de niñeras de agencias de empleo alguna vez? ¿Qué te pareció?	Conocer la experiencia del usuario con el servicio que se busca brindar
9	¿Cuánto cuesta ese cuidado de tus hijos?	Conocer la accesibilidad que cuenta el usuario
10	¿Te gustaría que te brinden un servicio de cuidado de tus hijos con niñeras reconocidas, recomendadas, honestas y especialistas en trato de personas?	Introducir la propuesta
11	¿Qué requisitos desearías que tenga una niñera recomendada? Edad, Experiencia, Cercanía, Disponibilidad.	Conocer las especificaciones que quiere tener el usuario con el servicio
12	¿Qué opinas sobre las habilidades blandas e inteligencia emocional? ¿El desarrollo de estas en tus hijos es imperativo para la toma de una decisión?	Conocer el interés del usuario por servicios extra
13	¿Qué cantidad de veces te han fallado familiares o terceros en cuidar a tus hijos mientras trabajas o sales a la calle?	Conocer la incertidumbre que tiene el usuario
14	¿Consideras que sería bueno que te brinden una aplicación móvil que te ayude a escoger en cualquier emergencia a una niñera recomendada? En dicha aplicación vas a poder tener a la mano todos los antecedentes, perfil y ubicación de las niñeras.	Introducir la propuesta general como un servicio accesible
15	¿Crees que un monitoreo online te daría confianza del cuidado de tus hijos con una niñera recomendada?	Introducir características del proyecto
16	¿Estarías conforme con la instalación de una cámara de vigilancia dentro de tu vivienda mientras la niñera está cuidando a tus hijos?	Introducir características del proyecto
17	¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el servicio de cuidado por horas de una niñera recomendada mediante una app móvil?	Conocer la opinión personal del usuario sobre el proyecto

Los resultados de las entrevistas permitieron concluir que al menos 60% de los encuestados recurren dejar a sus hijos con algún familiar; y que solo en casos especiales recurrían en buscar un servicio o agencia de niñeras. Cabe precisar que la mayoría de encuestados contaban con un trabajo estable y eran padres primerizos, y presentaban problemas para mantener equilibrados sus tiempos, por lo que requerían de ayuda extra para los cuidados de sus niños.

En una segunda ronda de preguntas, desde la pregunta 8 (ver Apéndice B, N3), el objetivo fue conocer las experiencias de los usuarios empleando a terceros para el cuidado de

sus menores hijos. Las respuestas obtenidas fue que 60% prefería buscar alguien del entorno familiar y un 40% accedería a servicios de agencia de niñeras. Las dificultades para los padres de familia se presentan que al recurrir por un servicio externo no disponen de tiempo para evaluar a una niñera, como es el verificar el domicilio, comprobar si los certificados de estudios son correctos, etc.; por lo que se deben de recurrir a un familiar como primera opción.

Finalmente, en la última parte de las entrevistas, se buscó introducir al usuario la propuesta de un aplicativo móvil para el contacto con niñeras y servicios relacionados al cuidado de niños, servicios de personas disponibles dentro del área en el que residen. Además, se precisó que el aplicativo permitía visualizar las referencias y la experiencia comprobada, la disponibilidad de horarios de la niñera, adicionalmente la opción de registrar todos los pasos del crecimiento o desarrollo del menor, los horarios asociados a su alimentación y necesidades físicas, señalar las fechas de vacunación; por último se les ofreció la posibilidad de visualizar mediante la aplicación, el uso de cámaras conectadas a tiempo real para el monitoreo de sus menores, permitiendo dar seguridad sobre toda actividad que la niñera realice para el cuidado de sus niños. Por otro lado, a las personas entrevistadas se les precisó que el acceso del servicio del aplicativo consideraba capacitaciones a las niñeras en temas de nutrición donde, como parte del *feedback* obtenido por los encuestados, este fue detallado mediante una entrevista con una nutricionista colegiada, con experiencia en campañas de niños de 0 a 3 años en instituciones públicas así como manejo de recetarios en base al hierro para el control de la anemia, el recordatorio del suministro de medicinas y control de vacunaciones.

En el lienzo Meta-Usuario de la Figura 4, se observa el perfil de usuario de una entrevistada de nombre Mariela Gonzales, de 31 años de edad, de estado civil casada, quien vivía con su esposo y su primer hijo, ubicados en el distrito de San Miguel. En el aspecto

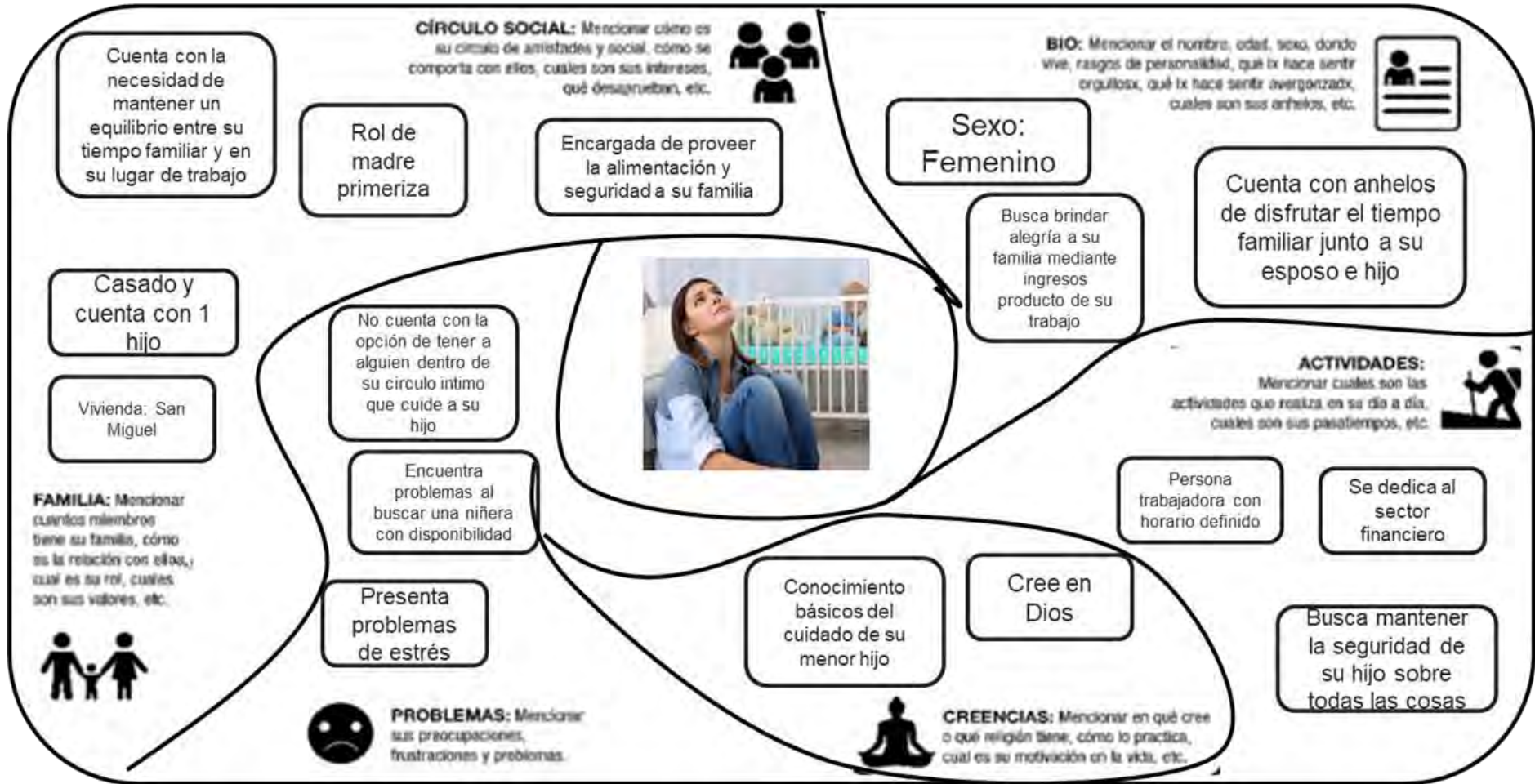
laboral trabajaba dependiente, con un horario fijo y una remuneración que le permitía cubrir las necesidades del hogar, compartiendo los gastos del desarrollo del niño con su esposo.

En cuanto al cuidado del niño, se les había presentado emergencias personales y laborales, y que el cuidado del menor era compartido entre su esposo quien tenía un trabajo independiente y a veces que recurrían a un familiar. Presentaban desconfianza en las agencias de niñeras, debido a las noticias en que niñeras efectuaban maltratos a los niños; además de la inseguridad de no poder verificar los datos de la niñera como domicilio, antecedentes policiales, penales, o, incluso, si contaba con antecedentes psicológicos o psiquiátricos; así mismo, el no poder verificar la experiencia o estudios realizados, lo cual les desanimaba a contar con el servicio de cuidado de niños.

La entrevistada, al igual que las demás personas entrevistadas tienen el anhelo y objetivo de mantener su carrera profesional y desarrollar una línea de carrera sin tener que descuidar el rol de madre que lleva dentro de su familia. Los resultados de las encuestas se encuentran en el Apéndice B.

Figura 4 Lienzo Meta Usuario

Matriz de META-USUARIO: MARIELA GONZALES



3.2. Mapa de experiencia de usuario

Esta herramienta nos permite comprender de manera visual las distintas etapas por las que transcurre un día cotidiano en la vida de estas personas, padres de familia; con el propósito de entender sus pensamientos y emociones, las cuales pueden ser positivas o negativas. Dentro de la siguiente figura, podremos observar características similares, existentes entre los diferentes usuarios, este mapa fue elaborado con la recopilación total de experiencias obtenidas mediante las entrevistas.

Figura 5 Mapa Experiencia del Usuario



3.3. Momentos positivos

Podemos notar que entre los diferentes padres de familia, encontramos la preocupación constante por el cuidado de los niños, por cumplir con las fechas de los controles programados que acompañan el crecimiento de ellos, adicionalmente el fuerte deseo de superación y de responsabilidad con el que cuentan los usuarios, además su preocupación por generar los ingresos necesarios que les permita llevar una vida cómoda, además de cubrir sus necesidades y las de su familia, bajo esta premisa, de momento y debido a la incertidumbre que vivimos, ninguno de los entrevistados puede dejar de trabajar en los roles

que desempeña habitualmente, esto desembocaría en un cuadro de crisis económica que complicaría su escenario. Es evidente que desean mantener un equilibrio entre sus responsabilidades laborales y la vida familiar.

3.4. Momentos negativos

Pudimos observar que puntos negativos como la desconfianza existente para contratar un tercero que pueda cuidar a sus hijos durante el día. Además, se identificó la carencia de registro y tiempo necesario para el correcto seguimiento de los controles programados en los niños; por otro lado, la falta de experiencia y guía para el cuidado de los menores constituye otro punto a tomar en cuenta y; finalmente, la incertidumbre política y económica con la que vivimos actualmente. Lo mencionado anteriormente, genera un cuadro de estrés que no les permite avanzar de manera adecuada originando un escenario de oportunidades que se desea cubrir con la accesibilidad y un ágil manejo de la aplicación, brindándoles diferentes alternativas y colocando a su servicio tecnología y manos competentes.

3.5. Identificación de la necesidad

En base a las entrevistas realizadas a los usuarios objetivos, se presentan una serie de necesidades y dificultades para mantener el equilibrio entre su vida familiar y laboral.

Comentario del usuario	Necesidad relacionada
Querer contar con la ayuda de una niñera capacitada para el cuidado de sus hijos	La necesidad de poder contar con esa ayuda adicional pudiendo enfocarse en otras responsabilidades.
Contar con un servicio de niñeras con la disponibilidad que esté acorde a las necesidades de los usuarios	Cuentan con la necesidad de poder encontrar a alguien confiable.
Sentirse responsable tanto como padres y como trabajadores	La necesidad de mantener un equilibrio entre su vida familiar y laboral.
Querer mejorar la situación de su familia	Asociado a la necesidad de llevar un control adecuado del registro de medicinas y vacunas. Así también del control diario en el aplicativo.
Llevar un adecuado control del crecimiento de mi hijo	

Tabla 5 *Necesidades Identificadas*

Capítulo IV. Diseño del producto o servicio

Este capítulo comprende la descripción del servicio, la propuesta de valor y el producto mínimo viable.

4.1. Concepción del producto o servicio

En función a la problemática de los padres de familia de contar con una niñera para el cuidado de sus hijos, asegurar la seguridad y tranquilidad del padre de familia; así como tener una persona confiable y con experiencia en la materia y; teniendo en cuenta la disponibilidad del uso de *smartphones* de las familias del sector socioeconómico A y B, se ofrece el servicio de contratar una niñera contactada y seleccionada mediante un aplicativo móvil; además del monitoreo en tiempo real de cámaras instaladas en el hogar para poder visualizar a su menor hijo. Para ello elaboramos el lienzo 6x6 (ver Apéndice C, N7), a través del planteamiento de ideas que solucionen las necesidades de nuestro público objetivo.

Luego de realizar el análisis pertinente, se priorizó las ideas que brinden las mejores soluciones al problema presentado, siendo el objetivo de relevancia el ofrecer al cliente la capacidad de poder contratar un servicio integral para cuidados del menor mediante el uso de un solo aplicativo de fácil acceso y que pueda brindar información al instante. Asimismo, se establecieron las necesidades principales del servicio como: a) Contar con el monitoreo de menores mediante el uso de cámaras para la seguridad y tranquilidad de los padres de familia; b) Difundir el servicio mediante el uso de redes sociales para el contacto con cuidadoras de menores especializadas y c) La capacitación del uso del nuevo aplicativo a los clientes para garantizar su calidad.

Para afianzar la concepción del producto, se elaboró la matriz costo / impacto (Apéndice C, N8), herramienta que nos permitió priorizar considerando las dos variables,

teniendo en cuenta la variable impacto, ofrecemos un servicio integral a través de un aplicativo móvil en el cual el padre de familia podrá acceder a visualizar opciones del perfil de niñeras debidamente seleccionadas (evaluación domiciliaria, evaluación ante organismos del Estado como policía nacional y poder judicial, evaluación psicológica y psiquiátrica, y verificación documentaria de estudios y referencias personales), contactar con la niñera ideal y monitorear el cuidado del niño mediante el suministro e instalación de cámaras de vigilancia en el hogar; y así, contar con una herramienta integral las 24 horas del día con el acompañamiento de una niñera totalmente calificada.

En resumen, Mommy Pro nace de la idea de formar una empresa de servicio exclusivo del cuidado de niños mediante un aplicativo que permite contactar y seleccionar a una niñera. Esta selección de personal, reclutado por la empresa, se llevará a cabo mediante conversaciones entre los clientes y las niñeras, siendo la última etapa una entrevista presencial, la cual permitirá afianzar la confianza con la niñera y donde se firmará un contrato entre la empresa y el cliente, señalando que la información proporcionada cumple con los requisitos exigidos por la empresa como es el caso de: a) Estudios secundarios completos; b) Técnicos completos o incompletos; c) Experiencia comprobada; d) Evaluación psicológica y psiquiátrica favorable; e) Evaluación de habilidades blandas; f) Manejo completo del sistema de monitoreo integral del bebé, como el registro de todas sus actividades: alimentación, horas de sueño, registro médico (control de vacunas), actividades, comportamientos; g) Plan de capacitación de la niñera (ver Apéndice D, N11), entre otras.

En cuanto al costo, Mommy Pro se consolida como una empresa de servicio *premium* dentro del mercado, por este motivo, se espera que los padres contraten el servicio y que tengan acceso a suscripciones mensuales, trimestrales o anuales. Así mismo, contar con el servicio del monitoreo desde el aplicativo mediante cámaras instaladas en el hogar realizado por las mismas niñeras; también contar con recordatorios, registro de vacunas y control

nutricional; adicional a ello, los padres que tengan acceso al plan trimestral como mínimo, podrán acceder a una consulta nutricional de forma mensual con un profesional para el control de los alimentos.

4.2.Desarrollo de la narrativa

Para realizar los lienzos se usó la metodología *Lean Startup*; la cual permite implementar los negocios evitando el desperdicio de tiempos, recursos y esfuerzos, para lograr la meta que es el mantener a los usuarios satisfechos. Según Sheperd y Gruber (2020), esta metodología se centra en el circuito de tres pasos necesarios para reconocer a corto plazo los niveles de inversión mínima.

Dentro de estos pasos, se empieza por la construcción, la cual se realiza en base a las necesidades de apoyo de los padres, con esta base se recolecta información para la creación de un producto mínimo viable. El segundo paso es la medición y la búsqueda de potenciales usuarios, los cuales reaccionan en referencia al conjunto de características y beneficios que son fundamentales incluirlas en la formulación del PMV. Finalmente, el último paso necesario es el propio aprendizaje, el cual se obtiene a partir de la generación de métricas válidas para generar la hipótesis, siendo la idea principal es que el aplicativo cuente con una retroalimentación que permita su constante actualización de acuerdo con las experiencias que tienen los usuarios, esto conlleva a realizar un acompañamiento con el fin de velar la seguridad física y contractual de la niñera y del servicio brindado el cual constará de llamadas y contacto directo por un período de cuatro meses.

4.3. Carácter innovador del producto o servicio

Actualmente, a nivel nacional, de acuerdo a IPSOS (2022), el 77% de peruanos tiene un *smartphone* y el 90% usa un aplicativo móvil, esta información es muy valiosa porque nos permite conocer el panorama al que Mommy Pro puede llegar como empresa. En consecuencia, se intenta explotar el carácter innovador principal del servicio el cual es el uso

de un aplicativo móvil para contactar y contratar una niñera totalmente evaluada por una empresa que permita el cuidado integral del niño.

El servicio inicia con la evaluación de las niñeras que requieran brindar cuidado de niños, para lo cual Mommy Pro efectuará la constatación domiciliaria, revisión en línea de los antecedentes policiales, judiciales y penales; evaluación psicológica y psiquiátrica; revisión documentaria de estudios o referencias personales, un examen de salud y por último, capacitación para el cuidado de niños (ver Apéndice D, N11), así como el asesoramiento y capacitación en ámbitos nutricionales para el control de la anemia. Una vez que la niñera se encuentre apta se ingresará sus datos al aplicativo, así como al portal *web* para que el cliente en este caso los padres de familia accedan a contratar los servicios de cuidado del niño mediante un contrato entre ambas partes (niñera y padres de familia, con presencia de la empresa).

Los padres de familia que serán captados a través de las redes sociales y también difusión del portal *web*, tendrán la opción de elegir un plan para acceder al servicio de aplicativo siendo períodos mensuales, trimestrales o anuales. Estos planes tendrán características del servicio como accesibilidad al aplicativo por el tiempo contratado, suministro e instalación de cámaras para el monitoreo. Estas cámaras podrán ser visualizadas a través del aplicativo según plan contratado, asimismo, contarán con recordatorios de vacunas y controles médicos, y también, podrán disponer de consulta virtual de forma mensual con un nutricionista especializado en niños. Lo que se busca y presenta, en resumen, es que gracias a la tecnología es muy factible el hecho de generar empleo de cuidado y seguimiento del menor asegurando la confianza y tranquilidad de los padres de familia.

4.4.Propuesta de valor

La propuesta de valor de Mommy Pro se basa principalmente en la correcta selección y formación de las niñeras, así como también, en las facilidades que brinda el aplicativo

móvil dentro de la vida diaria del cuidado del niño. Dentro de los puntos a considerar están las siguientes cualidades: a) Capacitación constante a la niñera; b) Acompañamiento y seguimiento mensual por parte de Mommy Pro; c) Servicio de monitoreo en tiempo real; d). Registro de actividades y guía alimentaria; e) Facilidades de pago; f) Retroalimentación efectiva; g) Corroboración de buenas prácticas; entre otras. Asimismo, en Mommy Pro es un principio fundamental que a las nanas trabajadoras se le respeten sus derechos laborales mediante contratos entre ambas partes, generando estabilidad y seguridad para las nanas. Por otro lado, Mommy Pro es un negocio que generará empleos fomentando el empoderamiento femenino y disminuyendo la brecha salarial que existe en el país, permitiendo el crecimiento homogéneo de la comunidad de mujeres en el país. A partir de la idea anterior, se lograrán a través de capacitaciones en temas de consideraciones del cuidado del niño como: a) Actuar ante emergencias; b) Nutrición infantil con especial apoyo para el cuidado de la anemia; c) Empoderamiento personal y; d) Gestión de monitoreo.

4.5. Producto mínimo viable (PMV)

Después de las interacciones sucesivas con un grupo de usuarios, con el prototipo del proyecto, se ha definido el PMV, el cual recopila toda la retroalimentación por parte del usuario final. Dentro de esta experiencia, se presenta una herramienta que brinda el acceso a los usuarios a una aplicación la cual la experiencia de selección hasta el proceso donde figura la plataforma de registro de actividades y grabación de video.

Tabla 6 *Producto Mínimo Viable*

Actividad	Responsable	Medio	Proceso
Registro de cliente	Emprendimiento	Mommy Pro	El cliente ingresó al portal web www.Mommypro.com para registrarse como cliente, y tuvo que completar los siguientes pasos: Datos personales y email válido. Una vez registrado se le solicitó la aceptación de los términos y condiciones del servicio. Se le envió un mail al correo registrado para confirmar
Validación del cliente	Emprendimiento	Mommy Pro	En este proceso de registro, la plataforma valida automáticamente la cual tarda dos minutos, con la finalidad de verificar los datos ingresados por el cliente y certificar que se trate realmente de un cliente y no de un pirata informático.
Compra del plan del servicio	Emprendimiento	Mommy Pro	Después de confirmar el correo, se redirigió al cliente a la web para comenzar a usar el servicio, donde siguió los siguientes pasos: Selección del plan de su preferencia. Simulación de pago a través de transferencia bancaria.
Generación del servicio	Emprendimiento	Mommy Pro	Una vez aceptado el servicio es difundida entre los usuarios con la app instalada de las niñeras, quienes han sido debidamente seleccionadas y que además se encuentran dentro del rango de difusión del servicio especificado.
Descarga del App	Usuario del aplicativo	Simulador de aplicativo Mommy Pro	El padre de familia ingresó desde su dispositivo móvil a la tienda de descarga correspondiente a su sistema operativo y pudo descargar el simulador de App de manera gratuita, con el cual efectuó la búsqueda y contacto con la niñera.
Creación de cuenta de usuario	Usuario del aplicativo	Simulador de aplicativo Mommy Pro	Con el simulador de app los usuarios completaron la siguiente información: Correo electrónico. Contraseña. Validación de contraseña. Posteriormente a ello se le solicitó la aceptación de los términos y condiciones del servicio
Configuración del perfil	Usuario del aplicativo	Simulador de aplicativo Mommy Pro	Al ingresar el usuario fue guiado por la app a través de ciertos requerimientos obligatorios antes de comenzar a usar la app: Autorización de ubicación. Activación de notificaciones. Selección de intereses. Rango de perfil de la niñera

Para llegar al producto mínimo viable se efectuaron pruebas con un simulador del aplicativo y una interface del portal *web* de Mommy Pro; siendo aplicado con ocho madres de familia con la cual se realizaron las primeras entrevistas. El primer paso fue el registro del cliente a través del portal *web*, lo cual no presentó dificultades. Para el siguiente proceso de validación del cliente presentó una demora promedio de dos minutos por cliente debido a la dificultad de interface del prototipo del portal *web*, el cliente tuvo que revisar su correo para

acceder con la contraseña que le permitiría la descarga del simulador del aplicativo previa simulación del pago de acuerdo al plan de preferencia.

Posterior a ello, el aplicativo presenta los datos de una base de datos de niñeras con sus respectivas fotografías y experiencia de servicio, al cual los usuarios acceden al libre contacto, a través de la plataforma, con las niñeras para finalmente, realizar las entrevistas respectivas en presencia de personal designado por Mommy Pro.



Capítulo V. Modelo de negocio

El modelo de negocio desarrollado en el presente capítulo toma como referencia el análisis del lienzo del modelo de negocio, la viabilidad y los objetivos para un desarrollo sostenible.

5.1. Lienzo del modelo de negocio

Conforme a lo explicado anteriormente, se procederá en demostrar cómo se desarrollará el Lienzo Modelo de Negocio, teniendo que contar con los siguientes elementos. (ver Apéndice E, N12).

Mommy Pro presenta como propuesta de valor ser el nexo entre las familias que buscan del cuidado de sus niños y las nanas mediante el uso de un aplicativo para un contacto rápido y oportuno, asimismo, monitoreo mediante cámaras interrelacionadas con el aplicativo, y con la flexibilidad del servicio total con consultas a 24 horas del día. Nuestro propósito, como empresa, es el apoyo al cuidado de niños con nanas especializadas, a quienes se les realizará una revisión minuciosa de los datos personales como verificación domiciliaria de acuerdo a lo señalado por RENIEC, verificación virtual de los antecedentes policiales, judiciales y penales, así como cruce de información de los estudios seguidos por las nanas y; por último, una evaluación psicológica y psiquiátrica, lo cual generará una base de datos verificada de niñeras a los cuales pueda acceder las familias. Adicional a lo anterior mencionado, ofrecerá un sistema de seguridad de monitoreo mediante el aplicativo en tiempo real, permitiendo la grabación del cuidado del niño y su descarga respectiva para el control de los padres.

Por otro lado, el segmento de clientes objetivos está conformados por padres de familia del sector socio económico A y B. Los recursos claves es la inversión en el aplicativo móvil, la inversión en equipos y gastos de constitución de la empresa. La estructura de costos estará conformada por los gastos administrativos, el pago por el mantenimiento del aplicativo

y el portal *web*, y la adquisición e instalación de las cámaras de seguridad, activos en general. La principal fuente de ingresos será la membresía que se cobrará a los padres de familia dependiendo en la modalidad de planes que contraten.

5.2. Viabilidad del modelo de negocio

En cuanto a la viabilidad del modelo del negocio, se tomarán en cuenta en las proyecciones económicas y financieras efectuadas en un horizonte de tiempo de cinco años (2024-2028), teniendo en cuenta el manejo de escenarios moderado, pesimista y optimista, siendo los indicadores económicos con una TIR de 226.13% y un VAN de S/ 1,176,300; lo que permitiría recuperar la inversión en un periodo de tiempo de tres años en un escenario moderado. Al mismo tiempo, se desarrolló un análisis de sensibilidad, teniendo como factores principales de riesgos: a). La variación de la demanda del servicio en sus diversos planes de membresía; b). El incremento de los costos del servicio; c). Aumento de gastos administrativos y costos fijos, dando como resultado el buen retorno de la inversión y asegurando la rentabilidad del negocio.

5.3. Escalabilidad / Exponencialidad del modelo de negocio

La escalabilidad del proyecto Mommy Pro es enorme, ya que permite adaptarse a nivel local mediante el estudio del nivel socioeconómico que se requiera llegar, a nivel nacional a través del diagnóstico departamental y; a largo plazo, aumentar la cobertura de clientes potenciales ingresando a un mercado internacional, el cual puede expandirse con la misma característica del servicio o también orientarse al cuidado de adulto mayor, así como servicio de enfermería a domicilio.

Asimismo, el proyecto es exponencial porque permite generar puestos de trabajo para las niñeras del sector socioeconómico C y D, lo que permitirá a estas mujeres ingresar al mercado labores en poco tiempo, lo cual generará seguridad laboral y remuneración de

acuerdo a Ley, disminuyendo así las malas condiciones laborales a las que muchas personas están acostumbradas en este sector de la industria. Además, el proyecto generará confianza al padre de familia, debido al proceso de reclutamiento y selección de las niñeras, lo cual comprende revisión documentaria, constatación domiciliaria, verificación virtual de antecedentes policiales, penales, judiciales; evaluación psicológica y evaluación médica.

5.4. Sostenibilidad del modelo de negocio

El modelo de negocio se sostiene en los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos en el 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas mediante las siguientes ODS:

ODS 5

Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres y las niñas

- 5.4 Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.
- 5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres (madres usuarias) y su igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

Bajo el contexto de la ODS 5, se adecua a la Ley 31047 “Ley de las trabajadoras y trabajadores del hogar” considerando su principal finalidad a la cual generará Mommy Pro, que es la prevención y eliminación de discriminación en las condiciones de trabajo y empleo de las personas que realizan trabajo doméstico mediante el reconocimiento de los derechos fundamentales de un trabajador, por lo que contribuirán al desarrollo social y económico del país.

ODS 8

Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida.

8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.

8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes.

8.6 De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.

8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores en especial si son mujeres y madres a la vez.”

La ODS 8 para Mommy Pro permitirá la formalidad laboral de las cuidadoras, generando la inclusión financiera al ser los pagos realizados con abonos en cuenta, seguros de ley, gratificación y demás beneficios.

Capítulo VI. Solución deseable, factible y viable

El capítulo comprende la solución deseable, factible y viable del plan de negocio, considerando la información cualitativa y cuantitativa del estudio de mercado lo que permitió efectuar la proyección de la rentabilidad en escenarios para su evaluación.

6.1. Validación de la deseabilidad de la solución

6.1.1. Hipótesis para validar la deseabilidad de la solución

Para validar la deseabilidad de la solución se realizaron entrevistas y encuestas.

Hipótesis 1 (H1)

Los padres de familia o responsables legales de menores de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contratarían un servicio de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil.

Hipótesis 2 (H2)

Los padres de familia o responsables legales de menores de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contrataría la membresía adicional como el monitoreo remoto mediante el uso de una aplicación móvil.

6.1.2. Experimentos empleados para validar la deseabilidad de la solución

Seleccionamos la hipótesis (H1) por su importancia en el desarrollo del negocio y validamos aplicando una metodología mixta (entrevista y encuesta). La entrevista fue dirigida a 8 padres de familia, mientras que la encuesta fue aplicada a 120 padres.

Hipótesis 1 (H1)

Los padres de familia o responsables legales de menores de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contratarían un servicio de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil.

Resultados en base al estudio cualitativo:

La demanda de contratar el servicio de niñera por aplicativo fue considerada en la entrevista mediante la siguiente pregunta e interactuando los padres de familia con el simulador del aplicativo:

“¿Consideras que sería bueno que te brinden una aplicación móvil que te ayude a encontrar una niñera capacitada y con referencias validadas? En dicha aplicación vas a poder tener a la mano toda la información respecto a los antecedentes, perfil y ubicación de las niñeras”.

Las 8 entrevistadas respondieron que, si contratarían el servicio en un 100%, para lo cual se realizó otra pregunta para reafirmar el servicio:

“¿Crees que un monitoreo online te daría confianza del cuidado de tus hijos con una niñera recomendada?”

El resultado fue de un 75% de los entrevistados estaban de acuerdo que el monitoreo online le daría confianza del cuidado de sus hijos con una niñera recomendada, y un 25% no está de acuerdo.

La interacción con el aplicativo con las ocho personas entrevistadas, permitió cronometrar el tiempo de demora y respuestas en tres principales tareas como el registro del cliente, la descarga del aplicativo, y la creación de la cuenta y configuración del perfil del padre de familia (ver tabla 7).

Tabla 7 *Resumen de Resultado de la Interacción del Padre de Familia y Prototipo*

# Participante	# Tiempo de realizar la tarea 1 (segundos)	Expresión de satisfacción en la tarea 1	# Tiempo de realizar la tarea 2 (segundos)	# de Observaciones de confusión en la tarea 2	# Tiempo de realizar la tarea 3 (segundos)	NPS en la tarea 3	# Abandonos durante las tareas 1, 2 y 3
1	27	90%	35	0	35	1	0
2	42	90%	43	0	44	1	0
3	38	70%	52	0	29	1	0
4	40	80%	68	0	57	1	0
5	71	70%	49	0	41	1	0
6	60	70%	26	1	38	1	0
7	39	80%	38	0	43	1	0
8	61	70%	51	1	40	1	0
Sumas y promedio	47	78%	45	2	41	8	
Tarea 1	registro del cliente						
Tarea 2	Descarga del aplicativo						
Tarea 3	Creación de cuenta y configuración de perfil						
NPS	nota a la calidad de la experiencia						

Posteriormente, se efectuó la evaluación de los resultados de la interacción con el aplicativo de acuerdo con las tres tareas mencionadas anteriormente con la finalidad de comprobar la validación de la deseabilidad, comparando el tiempo empleado por los usuarios y los porcentajes o rangos mínimos; dando como resultado las tres tareas cumplidas satisfactoriamente.

Tabla 8 Evaluación de los Resultados bajo los Criterios Establecidos

Criterios para evaluar la factibilidad de uso del aplicativo móvil			
Tarea 1: Registro del cliente	% Abandono menor al 40%, sí cumple con el criterio al no haber abandonos.	Tiempo de tarea menor a 90 segundos, sí cumple con el criterio al obtenerse un promedio de 47 segundos.	Expresiones de satisfacción mayor a 70%, sí cumple con el criterio al obtenerse un promedio de 78%.
Tarea 2: Descarga del aplicativo	% Abandono menor al 40%, sí cumple con el criterio al no haber abandonos.	Tiempo de tarea menor a 60 segundos, sí cumple con el criterio al obtenerse un promedio de 45 segundos.	# Observaciones de confusión menor a 3, sí cumple con el criterio al obtenerse un valor menor a la unidad.
Tarea 3: Creación de cuenta y configuración del perfil	% Abandono menor al 20%, sí cumple con el criterio al no haber abandonos.	Tiempo de tarea menor a 60 segundos, sí cumple con el criterio al obtenerse un promedio de 41 segundos.	NPS mayor que 0, sí cumple con el criterio al obtenerse el valor de 8.

Resultados en base al estudio cuantitativo:

Pregunta:

“¿Usarías el aplicativo de una agencia de niñeras para seleccionar un personal para que cuide de tu niño?”

Esta pregunta fue diseñada para medir el uso del aplicativo brindado por una agencia para la contratación de personal para cuidado de niños, fue efectuado en una escala dicotómica, es decir solo se consideró dos posibles respuestas (afirmativo o negativo). La respuesta final evidencia una demanda negativa de un 30% en el uso del aplicativo; lo cual se tendría que complementar con el uso del portal web.

6.2. Validación de la factibilidad de la solución

6.2.1. Plan de mercadeo

En este punto nos enfocamos en la masificación de la marca, Mommy Pro, haciendo uso de las distintas herramientas de marketing digital, se buscará la difusión del aplicativo mediante las redes sociales, adicional a ello, se visitará las principales clínicas frecuentadas por el público objetivo al que nos dirigimos.

6.2.2. Objetivos y estrategia de marketing

Los objetivos de marketing planteados para los próximos 5 años se muestran en la tabla 9:

Objetivos	
1	Posicionarse como una de las principales agencias de contratación de niñeras.
2	Alcanzar un crecimiento del 25% en el quinto año.
3	Lograr la cobertura del 3% del mercado efectivo.
4	Generar la mayor satisfacción (NPS) de nuestros clientes buscando que recomienden nuestros servicios.

Tabla 9 *Objetivos del Marketing*

En cuanto a la distribución de mercado, se consideró 76,000 hogares del sector socioeconómico A y B en Lima Metropolitana, el mercado potencial es el 70% del mercado total considerando las respuestas de la encuesta en cuanto le interesa el servicio, el mercado disponible es el 19% del mercado potencial, que representa en función a las encuestas quienes aceptarían el servicio. El mercado efectivo representa el 3% del mercado disponible, que representa la cantidad de padres de familia que estimamos atender para el primer año de operaciones.

Tabla 10 *Distribución del Mercado*

Tipo de mercado	Cientes hogares A/B
Mercado total	76000
Mercado potencial	53200
Mercado disponible	10108
Mercado efectivo	303

6.2.2.1. Promoción:

Nos enfocaremos en padres profesionales quienes son los que requieren del apoyo para el cuidado de sus menores hijos, realizaremos campañas digitales en las que se incentive el servicio de video vigilancia, siendo el diferencial de la competencia.

6.2.2.2. Publicidad:

Es importante que el público objetivo conozca todos los servicios que brinda Mommy Pro, caracterizándose por la seguridad, calidad, rapidez y precios accesibles. La información se publicitará de acuerdo con los segmentos A y B, buscando que recuerden fácilmente a Mommy Pro, transmitiéndoles calidez, seguridad y confianza, esperando que contraten los servicios de cuidados de niños a domicilio y recomendándonos con sus conocidos.

Medios de Comunicación usados para la Publicidad:

- Realizar videos informativos en *YouTube* sobre el cuidado de niños en el domicilio con el logo de Mommy Pro, dirigido a la demanda.
- Publicidad a través de las aplicaciones móviles de mayor uso por el mercado objetivo.
- Distribuir volantes que promocionan los servicios, en clínicas ubicadas en distritos A y B de Lima Metropolitana.

- Promocionar los servicios con afiches en supermercados donde concurre el sector A y B del *target*.

6.2.2.3. Precio:

El servicio tendrá los siguientes precios:

- Colocación: por S/1000 el cual es el ingreso al acceso de la base de datos y uso del aplicativo.
- Monitoreo: S/400 mensual, el cual ya contiene la cámara para el monitoreo del niño.

Todos los precios no cuentan con IGV y demás impuestos, ello puede ser emitido con boleta o factura electrónica según requiera el cliente.

6.2.2.4. Calidad de servicio:

Las niñeras afiliadas a Mommy Pro, pasarán por un estricto proceso de selección, en la cual se revisará sus antecedentes laborales, personales, policiales y penales, seguido de una inducción y capacitación técnico y en habilidades blandas, siendo esta una forma de garantizar la mejor calidad de los servicios. Todas las mujeres que estén inscritas dentro del programa de Mommy Pro, tendrán la posibilidad de acceder a información de primera mano dictada por especialistas en la materia de alimentación, primeros auxilios, herramientas tecnológicas, con el fin de desarrollar sus habilidades técnicas y desarrollando profesionales para el futuro.

6.2.2.5. Seguridad y confianza:

Los afiliados a esta aplicación móvil son personas naturales que se someten voluntariamente a cumplir los requisitos de evaluación y selección para acceder y hacer uso de la aplicación móvil tanto por parte de la oferta como de la demanda. Las niñeras firmarán los términos y condiciones del uso de la aplicación, así como las políticas de privacidad y confidencialidad, lo cual garantiza la seguridad de los usuarios y futuros clientes. También

Mommy Pro contará con un seguro de responsabilidad civil, el cual cubrirá los daños en los cuales se incurra con responsabilidad de alguna niñera.

Mommy Pro plantea como estrategia operativa la selección estricta de las niñeras, así como el uso y desarrollo de un canal moderno de distribución de los servicios de cuidados de niños a domicilio, este canal representa la aplicación móvil; alineando así su estrategia de operaciones a la estrategia genérica de mejores costos, para lo cual es indispensable tener procesos eficientes que generen menores costos que nuestros competidores. Las inversiones iniciales para el desarrollo del modelo de negocio estarán enfocadas en:

- Desarrollo de la aplicación
- Afiliación de niñeras
- Capacitación de niñeras
- Instalaciones y oficina
- Marketing y ventas

Las instalaciones serán alquiladas para el desarrollo de las actividades administrativas. El proyecto estará regulado en las actividades comerciales por el código tributario (SUNAT) y demás reglamentos como Ley del IGV e impuesto a la renta. En lo societarios estará regulado por la Ley General de Sociedades y Código civil (deberes de los administradores y derecho de los asociados). El costo de las operaciones de marketing para los cinco años se detalla en la tabla 11.

Tabla 11 *Presupuesto de Marketing*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plataforma tecnológica (interfa	30,000.00				
Creación de Página Web	S/ 1,800.00				
Diseño del logo	S/ 500.00				
Promoción					
Video de lanzamiento	S/ 2,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Google Adwords	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Facebook	S/ 4,800.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00
YouTube	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
Instagram	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Kits de prensa	S/ 2,000.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Canales de distribución		S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Total	S/ 48,300.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00

6.2.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis

La evaluación del desempeño del plan de marketing fue con una simulación de Montecarlo del impacto del EBITDA respecto a las inversiones en marketing, para ello se estimó la generación de utilidades operativas y la probabilidad de obtener un EBITDA negativo.

Tabla 12 *Montecarlo Escenario Pesimista*

Año	1	2	3	4	5
Probabilidad de EBITDA NEGATIVO	0%	0%	0%	0%	0%
Probabilidad de EBITDA POSITIVO	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 13 *Montecarlo Escenario Optimista y Moderado*

Año	1	2	3	4	5
Probabilidad de EBITDA NEGATIVO	100%	100%	0%	0%	0%
Probabilidad de EBITDA POSITIVO	0%	0%	100%	100%	100%

Adicional a lo mencionado, se puso en evaluación el plan de marketing mediante una simulación Montecarlo, encontrando el siguiente escenario, que arroja como factible nuestra propuesta.

Tabla 14 *Montecarlo Escenario Optimista y Moderado*

Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis			
	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio esperado	6.27	396.31	2,483.11
Desviación estándar	1.00	30.72	488.94
Primera simulación	5.62	411.96	1370.43
Promedio	6.271		
Desviación estándar	1.026		
Mínimo	3.225		
Máximo	9.741		
Alta eficiencia: > 3.40	99.76%		

6.3. Validación de la viabilidad de la solución

6.3.1. Presupuesto de inversión

Este proyecto se basa en una inversión propia y contando con préstamos por parte del banco, esto para poder iniciar el desarrollo del aplicativo que nos permita dar inicio al proceso de desarrollo total, por lo tanto, es necesario contar con capital para poder trabajar y cubrir los gastos de personas y operativos.

La solvencia del proyecto es analizada desde dos puntos fundamentales. En primer lugar, la solvencia financiera que se traduce como la capacidad de asumir sus aspiraciones de pago y, por otro lado, la solvencia económica, permitiendo generar utilidades una vez bien establecida el aplicativo. Dentro de estos dos puntos podemos determinar la viabilidad que cuenta esta iniciativa, determinando si es solvente o no. Para poder medir este modelo de negocio de manera económica es importante referirse al apartado principal en términos de rentabilidad, siendo lo principal el preocuparse por generar los ingresos y negocios correspondientes dentro de un plazo idóneo. Para poder realizar este análisis es importante contar con indicadores como es el precio de la membresía la cual es la principal fuente de ingreso por parte de los usuarios. Siendo que esta tarea representa una actividad de relacionamiento entre los usuarios y permitir que esta interacción sea favorable para el aplicativo, generando una base de datos que pueda ser usado como conocimiento para aquel que lo crea necesario.

El escenario moderado considera un 3% del mercado objetivo equivalente a 303 clientes, el total de inversión que requiere el plan de negocio es de S/ 173,310; compuesto por S/ 133,316 en tangibles e intangibles, y S/ 39,994 de capital de trabajo.

El financiamiento tiene la proporción en un 31% con préstamo bancario y un 69% con aporte propio.

6.3.2. Análisis financiero

Considerando el plan financiero actual, se espera ingresar al mercado con una alta participación y enfocado generar fidelidad de servicio desde el primer año. Por este motivo, se espera que se apertura alrededor de 300 vacantes para niñeras el primer año y realizar estrategias de retención a casi 79% de clientes, proyectando como ingreso inicial de S/ 924,000, lo cual significa una venta de S/ 3,000 soles por cliente. Por otro lado, dado que la

índole del negocio es un servicio, se espera que los costos de ventas alcancen un 14% incluyendo los costos de capacitación, revisar tabla 15.

Tabla 15 *Costeo de Ventas Unitario por Niñera*

Razón	Inversión	
Selección	S/	20.00
Plan de Capacitación	S/	50.00
Evaluación Psicológica	S/	60.00
Verificaciones de Antecedentes	S/	70.00
Uniformes	S/	60.00
Examen Médico	S/	80.00
Prueba COVID	S/	80.00
TOTAL	S/	420.00

Por otro lado, los gastos administrativos se han considerado los puestos de trabajo más relevantes relacionados a ventas y marketing, los cuales en un inicio permitirán aumentar la participación de Mommy Pro dentro del mercado.

Tabla 16 *Gastos fijos*

GASTOS FIJOS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Comercial 1	S/	18,000.00	S/	18,000.00	S/	18,000.00	S/	18,000.00	S/	18,000.00
Comercial 2			S/	18,000.00	S/	18,000.00	S/	18,000.00	S/	18,000.00
Administrativo 1	S/	36,000.00	S/	36,000.00	S/	36,000.00	S/	36,000.00	S/	36,000.00
Marketing 1	S/	30,000.00	S/	30,000.00	S/	30,000.00	S/	30,000.00	S/	30,000.00
Asistente 1	S/	14,400.00	S/	14,400.00	S/	14,400.00	S/	14,400.00	S/	14,400.00
Asesoría legal	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00
Asesoría contable	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00
Asesoría Tecnológica	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00	S/	7,200.00
TOTAL	S/	133,498.20	S/	151,498.20	S/	151,498.20	S/	151,498.20	S/	151,498.20

Finalmente, también se están considerando los gastos administrativos en general, relacionados especialmente a los servicios de uso diario como, por ejemplo, alquiler, pago de telefonía móvil, desinfección, internet, etc., según tabla 17.

Tabla 17 *Gastos de Administración*

Gastos de Administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos por alquiler de local	S/ 36,000.00	S/ 36,720.00	S/ 37,454.40	S/ 38,203.49	S/ 38,967.56
Teléfono	S/ 1,080.00	S/ 1,080.00	S/ 1,080.00	S/ 1,080.00	S/ 1,080.00
Celulares	S/ 3,840.00	S/ 3,840.00	S/ 3,840.00	S/ 3,840.00	S/ 3,840.00
Electricidad	S/ 2,400.00	S/ 2,448.00	S/ 2,496.96	S/ 2,546.90	S/ 2,597.84
Agua y alcantarillado	S/ 1,200.00	S/ 1,224.00	S/ 1,248.48	S/ 1,273.45	S/ 1,298.92
Mantenimiento o reparaciones	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00
Desinfección diaria	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00
Epps, trapos, papel, bolsas	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Dispensadores de alcohol	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Artículos de limpieza	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
Marketing	S/ 48,300.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00	S/ 20,800.00
Internet	S/ 1,920.00	S/ 1,920.00	S/ 1,920.00	S/ 1,920.00	S/ 1,920.00
Útiles de Oficina	S/ 2,400.00	S/ 1,920.00	S/ 1,536.00	S/ 1,228.80	S/ 983.04
TOTAL	S/ 107,940.00	S/ 80,752.00	S/ 81,175.84	S/ 81,692.64	S/ 82,287.35

Con los datos antes mencionados, se proyectó el Estado de Resultados, revisar tabla

18.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		924,000	1,062,600	1,221,990	1,466,388	1,759,666
Costo de ventas		-126,000	-384,661	-442,360	-530,832	-636,999
Utilidad bruta		798,000	677,939	779,630	935,556	1,122,667
Gastos fijos - Administrativos		241,438	232,250	232,674	233,191	233,786
EBITDA		1,039,438	910,189	1,012,304	1,168,746	1,356,452
Depreciación + amortización		-48,160	-48,160	-48,160	-48,160	-48,160
Utilidad Operativa (EBIT)		991,278	862,029	964,143	1,120,586	1,308,292
Gastos financieros		-8,333	-6,991	-5,409	-3,541	-1,337
Utilidad (pérdida) antes de part. e IR		982,945	855,037	958,735	1,117,045	1,306,955
Participación a los trabajadores						
Utilidad (pérdida) antes de IR		982,945	855,037	958,735	1,117,045	1,306,955
Impuesto a la renta		-289,969	-252,236	-282,827	-329,528	-385,552
Utilidad neta en S/.		692,976	602,801	675,908	787,517	921,403

Tabla 18 *Estado de Resultados*

Asegurando de esta forma, a su vez, un correcto flujo de caja, que permita mantener una utilidad positiva desde el primer año de la creación del negocio, revisar tabla 19.

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS		924,000	1,062,600	1,221,990	1,466,388	1,759,666
Total Ingresos		924,000	1,062,600	1,221,990	1,466,388	1,759,666
Costos		-126,000	-384,661	-442,360	-530,832	-636,999
Margen Bruto		798,000	677,939	779,630	935,556	1,122,667
Gastos fijos - Administrativos		241,438	232,250	232,674	233,191	233,786
EBITDA		556,562	445,689	546,956	702,365	888,881
Amortización de inversiones		-34,662	-34,662	-34,662	-34,662	-34,662
Depreciación		-13,498	-13,498	-13,498	-13,498	-13,498
EBIT		508,401	397,528	498,795	654,204	840,721
Impuestos		-149,978	-117,271	-147,145	-192,990	-248,013
Depreciación y amort		48,160	48,160	48,160	48,160	48,160
NOPAT		406,583	328,418	399,811	509,374	640,868
CAPEX						
Inversión Inicial	-173,311					
FCF	-173,311	406,583	328,418	399,811	509,374	640,868
Préstamo	53,311					
Pago de Intereses		-8,333	-6,991	-5,409	-3,541	-1,337
Escudo fiscal de los intereses		2,458	2,062	1,596	1,045	394
Amortizaciones de préstamos		-7,452	-8,793	-10,376	-12,243	-14,447
Flujo de caja del accionista S/ (FCA)	393,257	314,696	314,696	385,622	494,635	625,479

Tabla 19 *Flujo de Caja*

De esta forma, se puede llegar a los siguientes indicadores económicos del proyecto, revisar tabla 20.

Tabla 20 *Indicadores económicos*

Indicador	Valor
VA	1,349,611
Inversión	-173,310.80
VAN	1,176,300.02
TIR	226.13%
WACC	18.51%

Dando como resultado un TIR de 226.13% en cinco años, el cual es un escenario rentable para el tiempo habilitado. Así mismo, se obtiene un VAN de S/ 1'176,300.02; equivalente en aproximadamente \$ 300,470.

6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis

La simulación de la hipótesis “Creemos que los padres de familia o responsables legales del segmento socioeconómico A y B con hijos de 0 a 5 años contratarían un servicio

de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil” se consideró el escenario pesimista, moderado y optimista, teniendo en cuenta variables de entrada y por consiguiente reflejadas en variables de salida. En el escenario pesimista se consideró una reducción una reducción de los ingresos en el primer año llegando así hasta S/ 646,800, reduciendo en un 30% las ventas respecto del escenario moderado (210 clientes para el primer año), un incremento del 20% tanto en los costos del servicio y los gastos administrativos, revisar el flujo de caja del escenario pesimista, tabla 21.

Tabla 21 *Flujo de Caja - Escenario pesimista*

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS		646,800	743,820	855,393	1,026,472	1,231,766
Total Ingresos		646,800	743,820	855,393	1,026,472	1,231,766
Costos		-151,200	-461,593	-530,832	-636,999	-764,399
Margen Bruto		495,600	282,227	324,561	389,473	467,367
Gastos fijos - Administrativos		-289,726	-278,700	279,209	279,829	280,543
EBITDA		205,874	3,526	603,769	669,302	747,910
Amortización de inversiones		-34,662	-34,662	-34,662	-34,662	-34,662
Depreciación		-13,498	-13,498	-13,498	-13,498	-13,498
EBIT		157,714	-44,634	555,609	621,141	699,749
Impuestos		-9,702	-11,157	-12,831	-15,397	-206,426
Depreciación y amort		48,160	48,160	48,160	48,160	48,160
NOPAT		196,172	-7,631	590,938	653,905	541,484
CAPEX						
Inversión Inicial S/.	-173,310.8					
FCF	-173,310.8	196,172	-7,631	590,938	653,905	541,484
Prestamo	53,310.8					
Pago de Intereses		-8,333	-6,991	-5,409	-3,541	-1,337
Escudo fiscal de los intereses		2,458	2,062	1,596	1,045	394
Amortizaciones de préstamos		-7,452	-8,793	-10,376	-12,243	-14,447
Flujo de caja del accionista S/. (FCA)		182,846	-21,353	576,750	639,165	526,094
Utilidad Neta S/.		193,449	-66,855	712,510	799,792	904,444

En el escenario optimista, se consideró el incremento en 25% en los ingresos anuales, un incremento en 20% en los gastos administrativos, generando aproximadamente S/ 1'155,000 en el primer año de trabajo, revisar la tabla 22.

Tabla 22 *Flujo de Caja - Escenario optimista*

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS		1,155,000	1,328,250	1,527,488	1,832,985	2,199,582
Total Ingresos		1,155,000	1,328,250	1,527,488	1,832,985	2,199,582
Costos		-151,200	-461,593	-530,832	-636,999	-764,399
Margen Bruto		1,003,800	866,657	996,655	1,195,986	1,435,183
Gastos fijos - Administrativos		-289,726	-278,700	279,209	279,829	280,543
EBITDA		714,074	587,956	1,275,864	1,475,815	1,715,726
Amortización de inversiones		-34,662	-34,662	-34,662	-34,662	-34,662
Depreciación		-13,498	-13,498	-13,498	-13,498	-13,498
EBIT		665,914	539,796	1,227,704	1,427,655	1,667,566
Impuestos		-196,445	-159,240	-362,173	-421,158	-491,932
Depreciación y amort		48,160	48,160	48,160	48,160	48,160
NOPAT		517,630	428,717	913,691	1,054,657	1,223,794
CAPEX						
Inversión Inicial S/.	-173,310.8					
FCF	-173,310.8	517,630	428,717	913,691	1,054,657	1,223,794
Prestamo	53,310.8					
Pago de Intereses		-8,333	-6,991	-5,409	-3,541	-1,337
Escudo fiscal de los intereses		2,458	2,062	1,596	1,045	394
Amortizaciones de préstamos		-7,452	-8,793	-10,376	-12,243	-14,447
Flujo de caja del accionista S/. (FCA)		504,303	414,995	899,503	1,039,917	1,208,404
Utilidad Neta S/.		851,568	689,982	1,582,872	1,844,227	2,157,766

Finalmente, como resumen de los tres escenarios se obtiene lo siguiente:

Tabla 23 *Resumen de Escenarios VAN & TIR*

Variable de entrada	Pesimista	Moderado	Optimista
VAN	905,063	1,176,300	2,176,050
TIR	124.51%	226.13%	304.06%

6.3.3.1. Hipótesis sobre la validación del VAN

Los inversionistas tienen la expectativa que el proyecto genere un valor mínimo de S/1'176,300, para lo cual se aplicó la simulación de Montecarlo asumiendo la variación de variables, lo cual se presenta en la tabla 24.

Tabla 24 *Simulación de VAN - Escenario Moderado*

Años	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja neto	-173,311	406,583	328,418	399,811	509,374	640,868
Promedio ponderado de capital	18.51%					
Valor Actual Neto (VAN)	1,176,300.02	169777	403627	643853	902114	1176300
Tasa Interna de Retorno (TIR)	226.13%	0.51	0.00	0.00		
Período de retorno (en años)	0.51					

En base al modelo de simulación se estimó el riesgo igual a 0.0% de no alcanzar la meta de que el proyecto cree un valor como mínimo igual a S/ 642,919. Este nivel de riesgo se considera aceptable.

Tabla 25 *Riesgo de Pérdida*

VAN promedio simulado	1,421,534.70
VAN desviación estándar simulada	284,901.17
VAN mínimo	642,919.50
VAN máximo	2,387,944.35
Riesgo de pérdida: VAN < 170,000	0.00%

En un escenario moderado se estimó el riesgo de que el proyecto genere utilidades operativas, estimando para ello la probabilidad de un EBITDA negativo es cero, teniendo casi total certeza que el negocio generará utilidades operativas.

Tabla 26 *Resultados de Validar la Hipótesis del Negocio*

Dimensión	Hipótesis	Prueba	Resultado	¿Se acepta?
-----------	-----------	--------	-----------	-------------

Deseabilidad	Los padres de familia o responsables legales de menores de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contratarían un servicio de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil.	Registro del cliente	En promedio el tiempo de la tarea realizada es de 47 segundos.	Si
		Descarga del aplicativo	En promedio el tiempo de la tarea realizada es de 45 segundos.	Si
		Creación de cuenta y configuración del perfil	En promedio el tiempo de la tarea realizada es de 41 segundos.	Si
Factibilidad	El presupuesto establecido y destinado para el plan de marketing nos ayudará a conseguir los objetivos deseados	Simulación de Montecarlo con más de 1000 escenarios	Los resultados se pueden ver en la Tabla 13 probabilidad de EBITDA	Si
Viabilidad	La simulación de la hipótesis “Creemos que los padres de familia o responsables legales del segmento socioeconómico A y B con hijos de 0 a 5 años contratarían un servicio de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil” se consideró el escenario pesimista, moderado y optimista, teniendo en cuenta variables de entrada y por consiguiente reflejadas en variables de salida.	Escenario pesimista con simulación de Montecarlo	Los resultados se pueden ver en la tabla 21	Si
		Escenario Moderado con simulación de Montecarlo	Los resultados se pueden ver en la tabla 24	Si
		Escenario Optimista con simulación de Montecarlo	Los resultados se pueden ver en la Tabla 22	Si

Como se muestra en la tabla 26, se obtuvieron resultados aceptables a las pruebas realizadas, afirmando que el negocio es deseable, factible y viable en los tres escenarios.

Capítulo VII. Solución sostenible

La propuesta presentada acelera la producción de una disrupción que cumple con lo necesario para considerar a la propuesta de modelo de negocio exponencial y rentable; sosteniéndonos en Gasca (2018) en que, al contar con una oportunidad de desarrollar una propuesta de negocio, hoy en día la tecnología es un factor importante para llegar de manera masiva al sector socioeconómico que nos hemos centrado. Nuestra propuesta de negocios cuenta con la automatización de procesos el cual cumple un rol de escalabilidad, y que es considerado simple al tener el uso de la tecnología, lo cual nos permitirá extendernos mediante la actualización de esta plataforma brindando sus servicios mediante el uso del móvil. Cabe precisar que, el proyecto es exponencial debido a la tendencia creciente de la población en la actualidad, según IPSOS (2019), cuenta con un crecimiento en aumento de al menos 20.7% al 25.6%.

Mediante el criterio exponencial, se busca confirmar el aumento de los casos en donde el aplicativo será usado de manera eficiente y generando los benéficos esperados por los usuarios. De igual manera se debe tomar en cuenta a la situación que vive el Perú debido a la pandemia del COVID 19, por lo que este aspecto necesita de un estudio para el cuidado de los menores ante la ausencia de ambos padres que cuentan con responsabilidades para mejorar su calidad de vida mediante la generación de ingresos.

7.1. Relevancia social de la solución

El modelo de negocio presentado, cumple con los objetivos presentados ante el desarrollo sostenible. En primer lugar, se menciona la relación de salud y bienestar del menor de edad, promocionando su correcta formación y crecimiento, de esta manera contribuyendo con el cuidado de la sociedad y fomentando su crecimiento. De acuerdo a la ONU (2019) la propuesta busca apoyar a los padres de familia en evitar preocupaciones relacionadas con no

contar con la suficiente seguridad ante el cuidado de sus menores hijos, sobre todo dentro de los tiempos de pandemia, haciendo más fácil la labor del cuidado de los menores.

En el aspecto social se considerará lo siguiente:

- Tasa de actividad femenina, el plan de negocio incrementará la tasa de la PEA de mujeres que trabajan en el cuidado de niños.
- Demanda de servicios seguros, se efectuará en base a la evaluación de las cuidadoras tanto a nivel psicológico y psiquiátrico, así como una exhaustiva evaluación de antecedentes policiales y penales, que permitirá que los hogares de nivel socioeconómico A y B de Lima Metropolitana, tengan un servicio seguro.

Mommy Pro tiene dos objetivos de desarrollo sostenible ODS 5 y 8, y para determinar la relevancia social consideramos el aporte de Betti et. al (2018) se debe de hallar el TSRI (índice de relevancia específica de la meta), que el dividir el número de metas de las ODS respecto del total de metas de las ODS, obteniendo los resultados en la tabla 27:

Tabla 27 *Índice de relevancia específica de la meta*

$$\text{TSRI} = \frac{\text{Metas del ODS movilizadas por la solución}}{\text{Total de metas del ODS}} * 100\%$$

Total de metas del ODS

ODS	# de metas de la ODS	# de metas de la ODS impactadas	TSRI
ODS 5	2	1	50.00 %
ODS 8	4	3	75 %

El objetivo al considerar este modelo de negocio es buscar la seguridad y desarrollo de los niños, además de generar en la comunidad un impacto positivo, convirtiendo nuestra propuesta en una opción segura, inclusiva y sostenible.

Adicionalmente, el modelo de negocio busca disminuir el trabajo informal, al fomentar las buenas prácticas laborales, aumentando la formalidad en las actividades del servicio de cuidado de niños; y a su vez mediante la formalidad contractual, esta eliminará las malas condiciones del trabajo de las niñeras.



Tabla 28 *Flourishing Business Canvas*

Medio ambiente	Sociedad		Economía			
	Procesos		Valor	Personas		Actores del ecosistema
Existencias biofísicas	Recursos	Alianzas	Co-creación del valor	Relaciones	Actores clave	
*Equipos tecnológicos	*Niñeras	*Asociación con clínicas para primeros auxilios	PROPUESTA DE VALOR	*APP android	*Niñeras especializadas en el cuidado de los niños	*Padres de los menores
*Celulares	*Personal administrativo y ventas	*Capacitación con psicólogos	*Servicio integral para el cuidado del menor mediante una plataforma que provea todos los servicios a los padres en un solo lugar, seguimiento y monitoreo al menor en tiempo real.	*Redes sociales / páginas web	*Especialistas en marketing digital	*Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
*Laptops	*Cámaras web / programador de APP			*Llamadas directas / WhatsApp	*Influencer mediante redes sociales	*Ministerios de la Mujer
*Cámaras de seguridad					*Proveedores de cámaras digital	*Comunidad
Servicios ecológicos	Actividades	Gobernanza		Canales		Necesidades
*Generación de energía por la utilización de los equipos tecnológicos en las oficinas administrativas	*Capacitación de niñeras y evaluación psicológicas y psiquiátricas.	*Control interno para el servicio al cliente		*Marketing digital		*Ser una empresa ética que brinde oportunidad de trabajo a más mujeres y ayuda con la tranquilidad de los padres en el cuidado de sus hijos
	*Monitoreo por cámaras en casa	*Auditoría		*Puntos en centros comerciales		
	*Servicio de post venta	*Seguimiento de ventas		*Puntos en supermercados		
	*Seguimiento de las actividades	*Ética		*Activaciones de publicidad		
Costos		Metas		Beneficios		
*Costos fijos, pago de sueldos de personal administrativo, ventas, alquiler de oficinas y servicios básicos.		*Impulsar la oportunidad laboral para mujeres		*Creación de puestos de trabajo		
*Costos variables, desarrollo de app, compra de cámaras, publicidad, marketing, merchandising y capacitaciones		*Ayuda a la formalidad y a los padres en el correcto cuidado del menor		*Relación con clientes a largo plazo y cartera de clientes		
RESULTADOS						

7.2. Rentabilidad social de la solución

Nuestra propuesta de valor en busca de mejorar la labor del cuidado de menores de edad se considera sostenible al contar con un impacto social al generar y promover el empleo de mujeres desempleadas que cuenten con las características necesarias para desarrollar la actividad que ofrecemos, adicional a ello contamos con buena relación entre la calidad de servicio prestado y el precio que representa; además aseguramos que la demanda del servicio sea accesible para todo padre de familia que lo necesite contar con él. De la misma manera, señalamos que, dentro de los aspectos del medio ambiente, la propuesta contribuye a eliminar el desplazamiento de los padres que tienen que desplazarse durante su hora de almuerzo para acudir al cuidado de sus menores hijos o acudir a entrevistas en búsqueda de niñera o de información para el cuidado, por lo cual se elimina este apartado no generando contaminación por el transporte motorizado que este genere a beneficio de terceros y del público en general.

En la tabla 29, se presenta la estimación del flujo de los beneficios sociales, para lo cual se consideró la publicación del MEF (2021) respecto de los parámetros de evaluación social de acuerdo con la Directiva General del Sistema Nacional de Programación y Gestión de Inversiones, en donde el costo que ahorra un cliente es de S/7.89, siendo considerado para el costo por ahorro al médico, mientras que el valor en soles por ahorro en transporte en S/3.29 (Osinermin), el ingreso de sueldo es el diferencial entre el sueldo mínimo vital que a partir de mayo del 2022 es de S/1,025 respecto al promedio que se paga por el cuidado mensual a domicilio de S/1,800.

Tabla 29 *Estimación del Flujo de Beneficios Sociales.*

Años	medida	1	2	3	4	5
Cantidad de servicios	unidad	303	348	401	481	577
Ingreso de sueldo por estar en la red de Mommys	soles año	775	775	775	775	775
Ingreso adicional de sueldo por estar en la red de Mommys	soles año	234,825	270,049	310,556	372,667	447,201
Costo hora ahorrado por el cliente	soles año	8	8	8	8	8
Costo ahorrado en ida y vuelta de la agencia	soles año	2,372	2,728	3,138	3,765	4,518
Valor de tiempo ahorrado en transporte de cliente por km	soles año	3	3	3	3	3
Valor de combustible ahorrado en transporte de clientes	soles año	7,805	8,976	10,323	12,387	14,865
Valor total de los beneficios sociales del cliente	soles año	10,178	11,705	13,460	16,152	19,383
Costo hora ahorrado por la nana	soles año	7	7	7	7	7
Valor de tiempo ahorrado en ida y vuelta de la agencia	soles año	1,970	2,265	2,605	3,126	3,751
Costo de transporte público ahorrado por las nanas	soles año	3	3	3	3	3
Valor ahorrado en el transporte de ida y vuelta de las nanas	soles año	758	871	1,002	1,202	1,443
Valor de tiempo ahorrado por las nanas	soles año	2,727	3,136	3,606	4,328	5,193
Valor total de los beneficios sociales	soles año	247,730	284,889	327,623	393,147	471,777

El costo de emisión de CO2 desarrollado en las tablas 30 y 31, se consideró en base al portal sendecco2, en que considera un costo de 56.7 euros para lo cual se empleó en los cálculos de tipo de cambio de S/4, por lo que en el cálculo de kg a soles se obtuvo S/0.28, mientras que el costo de S/0.41 por consumo de energía eléctrica fue en base a Osignergmin.

Tabla 30 *Costo de emisión de CO2 - Energía Eléctrica*

Costo de emisión de CO2-Energía eléctrica de laptop						
Años de operación	medida	1	2	3	4	5
Número de laptop	unidad	3	6	6	6	6
Consumo energético teórico diario (8 horas x laptop)	kwh/día	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
Días de operación	días	365	365	365	365	365
Consumo energético anual total	Kwh/año	2,409	4,818	4,818	4,818	4,818
Factor emisión CO2-energía eléctrica	kgCO2/kwh	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41
Huella de carbono-E. eléctrica laptop	kgCO2/año	987.69	1,975.38	1,975.38	1,975.38	1,975.38
Costo emisión CO2	soles/kg	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
Costo de emisión de CO2-Energía eléctrica de laptop	soles año	277	553	553	553	553

Tabla 31 *Costo de emisión de CO2 - Energía Eléctrica de Smartphone*

Costo de emisión de CO2-Energía eléctrica de smartphone						
Años de operación	medida	1	2	3	4	5
Número de celulares operativos	unidad	4	6	6	6	6
Consumo energético de recarga de celular	kwh/día	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Horas de operación anual, 2 recargas diarias x 2 horas	Horas año	1,460	1,460	1,460	1,460	1,460
Consumo energético anual total	Kwh/año	116.8	175.2	175.2	175.2	175.2
Factor emisión CO2-energía eléctrica	kgCO2/kwh	0.41	0.41	0.41	0.41	0.41
Huella de carbono-E. eléctrica celular	kgCO2/año	47.89	71.83	71.83	71.83	71.83
Costo emisión CO2	soles/kg	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
Costo de emisión de CO2-Energía eléctrica de celular	soles año	13	20	20	20	20

La tabla 31, refleja el costo consolidado de la emisión del CO2 de energía eléctrica de laptops y smartphones, siendo el costo social para efectuar la proyección social financiera.

Tabla 32 Consolidado de Emisión de CO2 y Costo Social en Soles

Años de operación	1	2	3	4	5
Costo de emisión de CO2- energía eléctrica de laptop	277	553	553	553	553
Costo de emisión de CO2- energía eléctrica de smartphone	13	20	20	20	20
Costo social total	290	573	573	573	573

Para proyectar la utilidad social del plan de negocio Mommy Pro, se consideró los saldos finales del flujo de caja proyectado al cual se restó el costo social, teniendo en cuenta la tasa del 8% brindada por el MEF (2021), para el descuento social. Lo cual permite en un horizonte de evaluación a largo plazo considerando los beneficios netos, lo que permitió determinar el VAN social.

Tabla 33 Proyección Social Financiera de Mommy Pro en Cinco Años

Año	0	1	2	3	4	5
Beneficio social total		247,730	284,889	327,623	393,147	471,777
Costo social total		290	573	573	573	573
Utilidad social		248,020	285,463	328,196	393,721	472,350
Total de descuento social		8%				
VAN Social S/.		1,345,789				

El plan de negocio Mommy Pro alcanzaría un VAN Social de S/ 1'354,789, permitiendo que el proyecto genere una rentabilidad financiera, económica y lo más importante una rentabilidad social del 8%.

Capítulo VIII. Decisión e implementación

El capítulo final contempla los pasos en la implementación del plan de negocio, así como las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

8.1. Plan de implementación y equipo de trabajo

La implementación está prevista para el 2024, previo a ello se empezaría a desarrollar la fase de implementación desde octubre a diciembre del 2023. Las personas encargadas del proyecto son: Luis Briceño (LB), Vanessa Mezarina (VM), Diego Ramírez (DR) y Rodrigo Peña (RP).

Se considera las siguientes fases:

- Fase 1: Denominada Inicio, en el que se desarrollan actividades para la constitución de la empresa y búsqueda de financiamiento por un monto de S/173,310.
- Fase 2: Diseño; en esta fase se efectúa la creación del portal *web* y del aplicativo, así como las respectivas pruebas, para ello se considera la búsqueda de un proveedor informático.
- Fase 3: Captación: En esta fase se efectuará el reclutamiento de 50 cuidadoras, a quienes se les solicitará la respectiva documentación y se realizaran pruebas psicológicas. Las niñeras seleccionadas recibirán capacitaciones donde se difundirá consideraciones a tener en cuenta para el cuidado de los niños y que hacer en caso de emergencias.
- Fase 4: Pruebas y ensayo: se efectuarán las pruebas de almacenamiento de información y de las imágenes de las cuidadoras, así como problemas que se pueden presentar en la etapa pre operativa como el acceso al aplicativo, validación del usuario, verificación y almacenamiento del pago realizado, y el acceso a los perfiles de las nanas.

8.2. Conclusión

En base a lo investigado durante el desarrollo del presente trabajo, se identificaron las dificultades que atraviesan muchos padres primerizos que no cuentan con el apoyo de alguien experimentado a su lado, lo que muchas veces puede ser perjudicial para el crecimiento y desarrollo de sus menores hijos. Así mismo, con el estudio realizado pudimos observar que contamos con una gran oportunidad de crecimiento referente al modelo de negocio, debido a la creciente tasa de natalidad nacional contamos con la demanda necesaria para poder realizar un cambio que pueda marcar la diferencia respecto a las ODS a la que nos estamos enfocando.

Finalmente, se puede concluir que existe un alivio para el usuario cuando adquiere el servicio de cuidado del menor, debido que por falta de tiempo o sus responsabilidades labores, contar con nuestro servicio es de mucha ayuda para el desarrollo habitual de su día a día el cual es muy valioso para las madres o padres. Asimismo, se concluye que existe tranquilidad por parte del cliente ya que el monitoreo le permite estar informado de los acontecimientos minuto a minuto, sin necesidad de realizar alguna llamada o consulta optimizando sus tiempos y permitiéndole concentrarse en el desarrollo de sus actividades diarias.

8.3. Recomendación

Consideramos que el proyecto del negocio de Mommy Pro debe llevarse a cabo, debido a la fortaleza en cuanto a la estructura e ideas, las cuales son respaldadas por las simulaciones y evaluaciones a las que hemos sometido el proyecto para contar con información clara y verás acerca de la viabilidad de la idea que queremos poner en curso, consideramos que constituye un emprendimiento acorde a lo que se demanda en los últimos tiempos, tiempos en los que los padres de familia tienen que continuar con sus obligaciones diarias y necesitan contar con el mejor apoyo en casa. A esto le sumamos el impacto social

que se generaría al poner en curso el proyecto, ya que, según los números generados, contamos con grandes expectativas de crecimiento, crecimiento que puede mover la aguja social y suponer un impacto y mejora respecto a la ODS abordada.

La posibilidad de crecimiento es alta, ya que en un futuro no muy lejano se podrá abordar otros sectores económicos, lo cual nos generaría mayores posibilidades de desarrollo y crecimiento, esto sumado a las alianzas que estratégicas que se plantea desarrollar con las principales clínicas a las que concurren los clientes de los sectores A y B a fin de contar con una amplia base de dato a la cual podremos ofrecerle soporte.

Se ha considerado realizar convenios con el Ministerio de Salud, para realizar la consulta online de atención en establecimientos psiquiátricos por parte de las nanas, con la finalidad de realizar un exhaustivo análisis de la cuidadora para brindarles seguridad y tranquilidad a nuestros clientes de que la niñera es una persona capacitada y apropiada para el cuidado de sus niños.

Finalmente, se recomienda efectuar la evaluación de los excedentes de fondos para que sean invertidos en instrumentos de corto plazo para generar mayor rentabilidad al proyecto, ello permitirá que la gestión empresarial del plan de negocio permita tener alternativas de rendimiento ante una posible disminución de la demanda.

Referencias

- Armstrong, C. (2017). *Running Lean Startup in the classroom: From idea to experiment in 1 week*. Journals Permissions. doi:10.1177/2379298116683215
- Euromonitor, I. (2020). *Las Diez Principales Tendencias de Consumo*. Santiago: Euromonitor, Internacional.
- FORBES, S. (2019). *Productividad Exponencial de Mamás Ejecutivas*. Madrid: Forbes. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/6-consejos-mujeres-poderosas-mama-exitosa/>.
- Fraser, SA, & Blaya, J. (2010). *Implementar sistemas de información médica en países en desarrollo, qué funciona y qué no*. Recuperado de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21346975/>
- Gallo, C. (2017). *Tiempo con los hijos: calidad y cantidad si importan*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/importancia-de-pasar-tiempo-con-los-hijos-158056>
- Gasca, Leticia (2018). *Claves para crecer de forma exponencial (al estilo Airbnb)*. En *Entrepreneur*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/308080>
- Indecopi (2019). *La pandemia no puede ser justificación para incumplir derechos de padres y alumnos en el servicio escolar privado*. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/notas-de-prensa/-/asset_publisher/A97k3Jah06e9/content/indecopi-la-pandemia-no-puede-ser-justificacion-para-incumplir-derechos-de-padres-y-alumnos-en-el-servicio-escolar-privado?inheritRedirect=false
- Instituto nacional de estadística e informática (INEI) (2020). *Más de 47 mil matrimonios inscritos en el Perú de enero a septiembre del 2021*. Recuperado de: <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/mas-de-47-mil-matrimonios-fueron-inscritos-en->

el-peru-de-enero-a-setiembre-de-2021-

13431/#:~:text=A1%20año%202020%2C%20la%20tasa,cada%2010%20mil%20perso
nas%2C%20respectivamente.

Ipsos (2018). *Estadística poblacional 2018*. Recuperado de

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-02/ipsos_estadistica_poblacional-vff.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) (2017). Mas del 60% de las madres

del país trabajan. Recuperado de: <https://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/mas-del-60-de-las-madres-del-pais-trabajan-9714/>

INEI. (2021). *Situación del Mercado Laboral de Lima Metropolitana*. Recuperado de:

<https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-mercado-laboral-nov-dic2020-ene2021.pdf>

INEI. (2020). *Estado de la Población Peruana 2020*. Recuperado de:

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf

Info Capital Humano. (2021). *En Julio empezará fiscalización laboral en agencias privadas*

de empleo. Recuperado de: <https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/en-julio-empezara-fiscalización-laboral-en-agencias-privadas-de-empleo/>

Llamas, F. & Fernández, J. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para

el emprendimiento. *Revista de Escuela de Administración de Negocios*, (84). doi:

10.21158/01208160.n84.2018.1918

Lozano, Israel. (2019) ¿Buscas niñera para tus hijos? Ten en cuenta estas recomendaciones.

La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/860566-buscas-ninera-para-tus-hijos-ten-en-cuenta-estas-recomendaciones/>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021) *Normas Reglamentarias para el funcionamiento de las agencias privadas de empleo. Agencias privadas de empleo en el periodo Enero Mayo*. Recuperado de: <https://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-serv-nac-emp/renape/>

Organización de las Naciones Unidas (2019, 30 de agosto). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pérez, Leda M. (2019) *La economía del cuidado, mujeres y desarrollo: Perspectivas desde el mundo y América Latina*. Fondo editorial Universidad del Pacifico.

ONU. (2019). *El Progreso de las Mujeres en el mundo*.

Sanjuro, B. (2004). *El cuidado de niños: un nicho laboral para las inmigrantes y un “deber moral” para los abuelos*.

Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL) (2019). *SUNAFIL continúa fiscalizando agencias de empleos en Lima Metropolitana*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/sunafil/noticias/217860-sunafil-continua-fiscalizando-agencias-de-empleos-en-lima-metropolitana>

Shepherd, D. & Gruber, M. (2020). *The Lean Startup framework: Closing the academic – practitioner divide*. *Journal*. doi: 10.1177/1042258719899415

APÉNDICE A

Apéndice 1 *Índice de Brecha de Género*



Fuente: *datosmacro.com*

Apéndice 2 *Población de Niños por Grupo de Edad en Miles, según Distritos de Lima Moderna 2017*

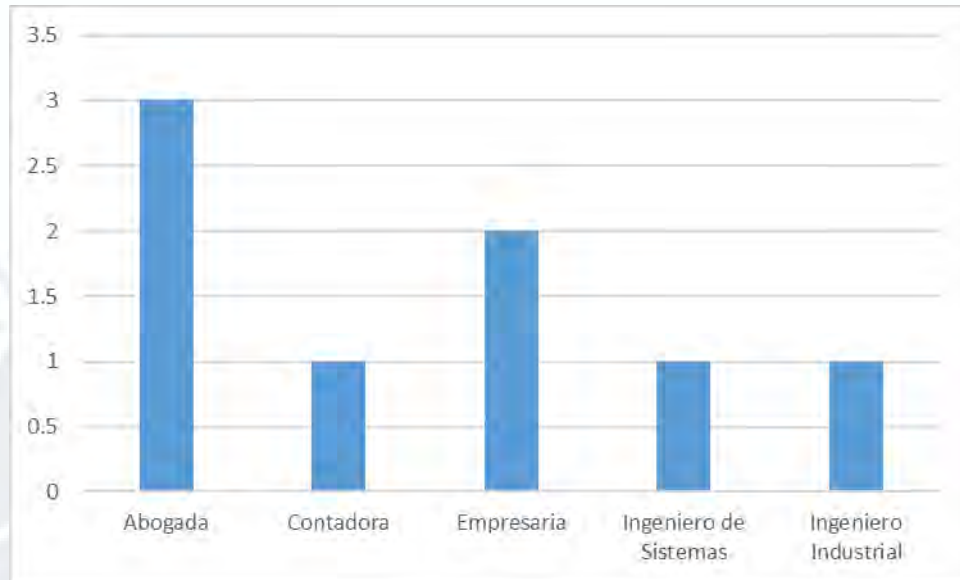
Distritos	Niños (00 - 05 años)	Niños (06 - 11 años)	Total
San Miguel	7.1	7.3	14.4
Pueblo Libre	6.1	6.5	12.6
Jesús María	5.7	5.9	11.6
Magdalena	6.6	6.8	13.4
Lince	5.8	6.2	12.0
San Isidro	5.1	5.4	10.5
Miraflores	4.9	4.9	9.8
Surquillo	7.6	7.5	15.1
San Borja	6.2	6.3	12.5
Barranco	6.4	7.0	13.4
Surco	7.3	7.8	15.1
La Molina	7.2	7.9	15.1
Total, Lima Moderna	76	79.5	155.5

Fuente: Universidad de Piura

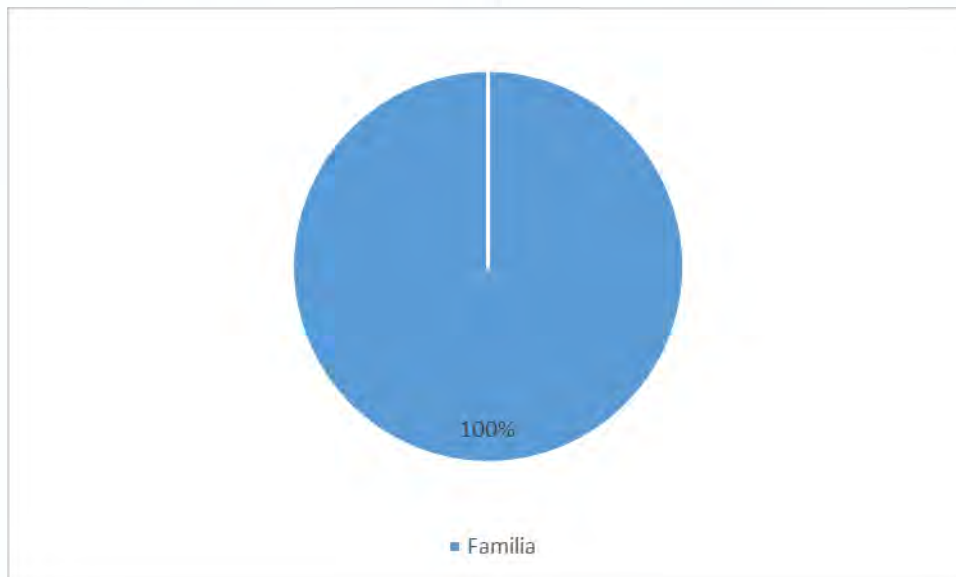
APÉNDICE B

Apéndice 3 *Investigación Cualitativa*

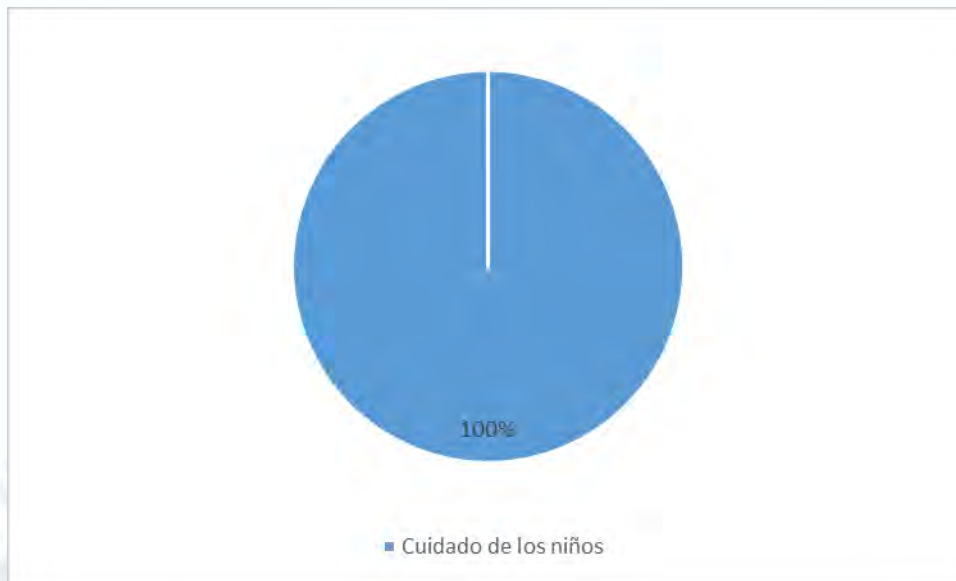
Investigación Cualitativa 1: Profesión de las madres de familia



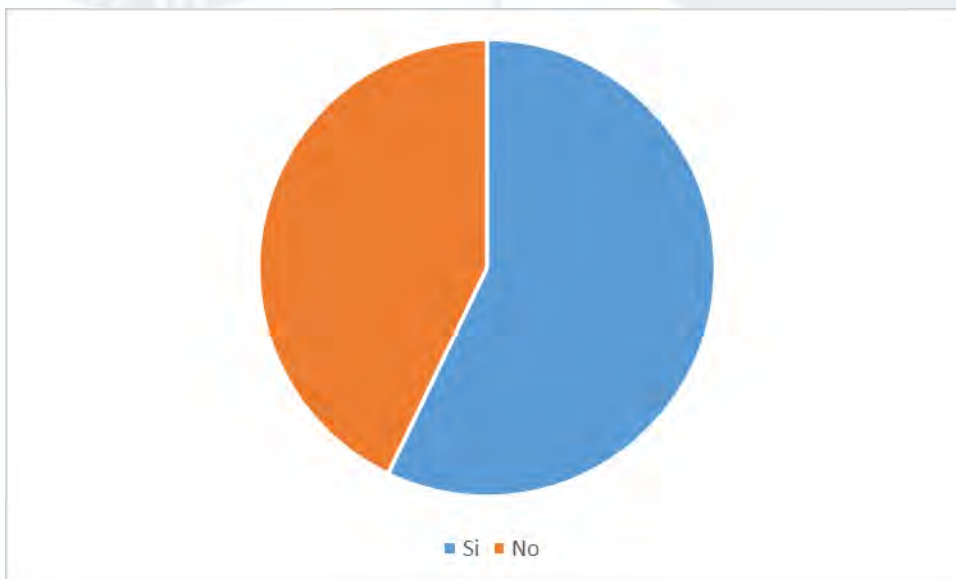
Investigación Cualitativa 2: Carga Familiar



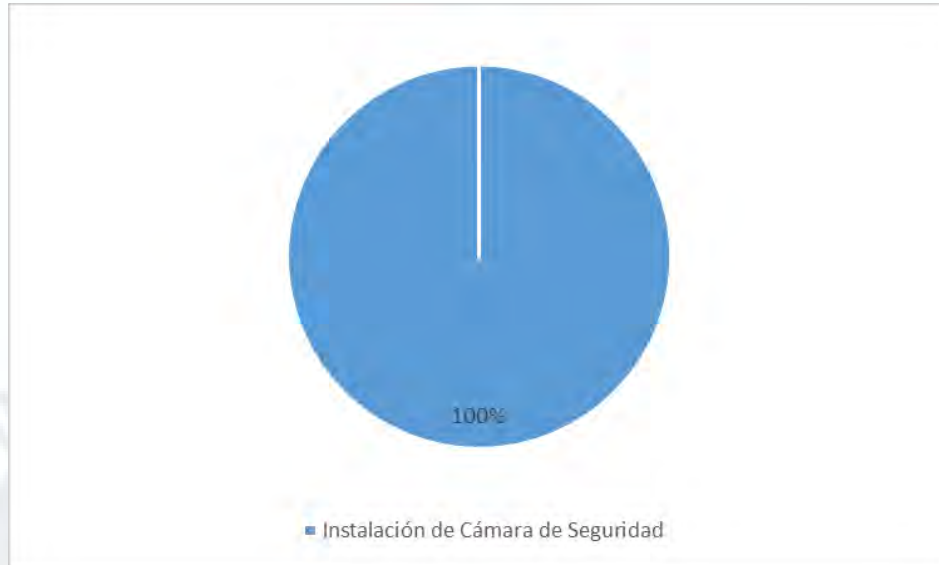
Investigación Cualitativa 3: Interés en el cuidado de niños



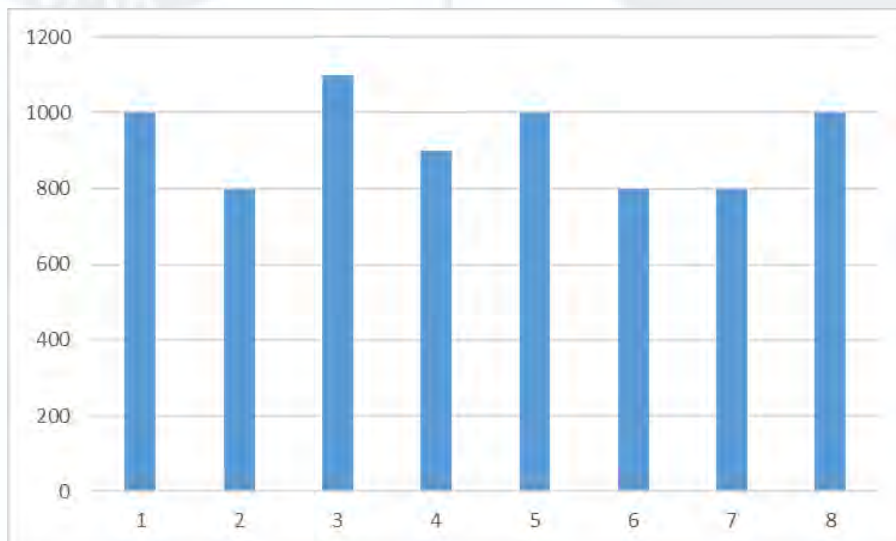
Investigación Cualitativa 4: Uso de agencia de empleos



Investigación Cualitativa 5: Necesidad de instalación de cámara de seguridad



Investigación Cualitativa 6: Estimación de pago por servicio

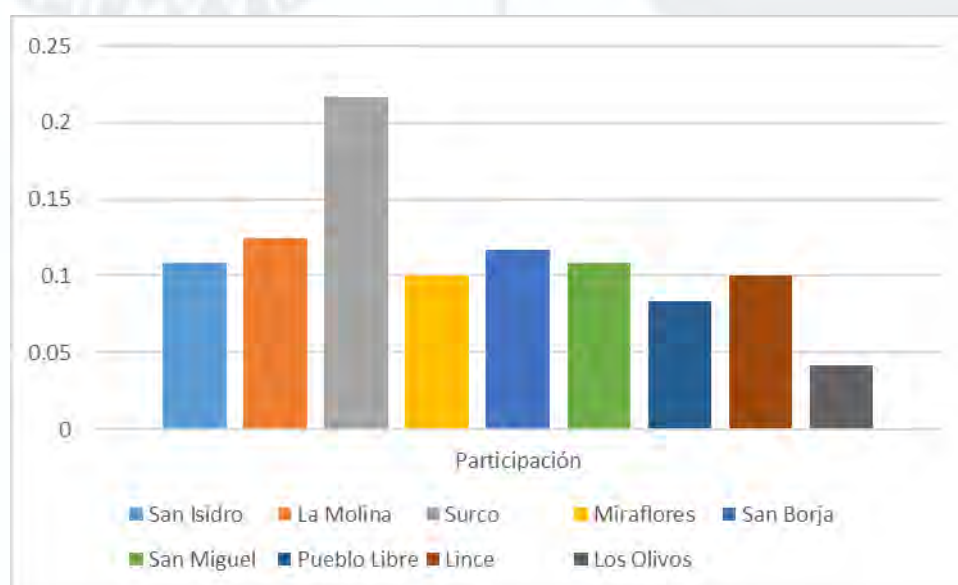


Apéndice 4 Investigación Cuantitativa

Investigación Cuantitativa 1: Distritos de procedencia

Distrito	Cantidad	Participación
San Isidro	13	10.83%
La Molina	15	12.50%
Surco	26	21.67%
Miraflores	12	10.00%
San Borja	14	11.67%
San Miguel	13	10.83%
Pueblo Libre	10	8.33%
Lince	12	10.00%
Los Olivos	5	4.17%
Total	120	100.00%

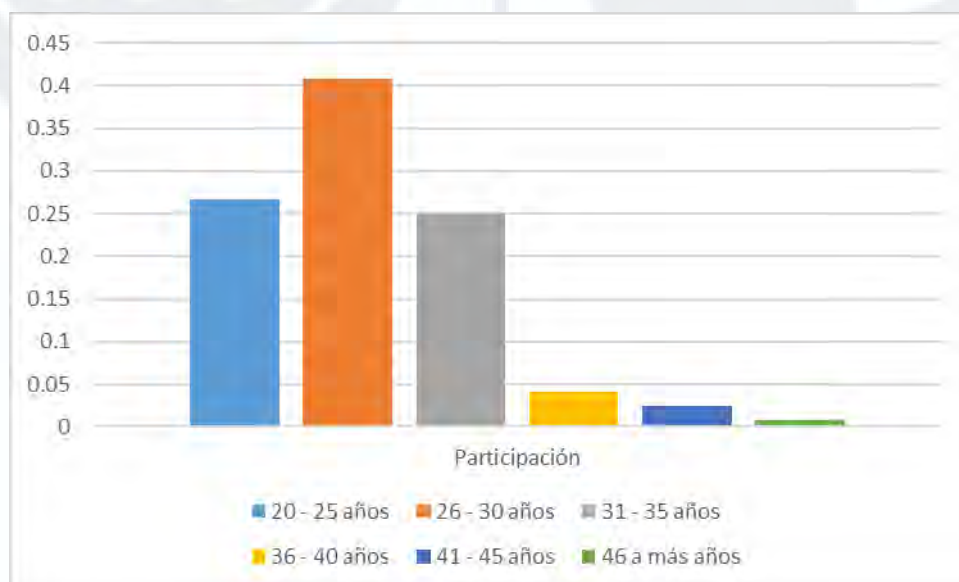
Investigación Cuantitativa 2: Distritos de Procedencia, porcentaje



Investigación Cuantitativa 3: Rango de edad

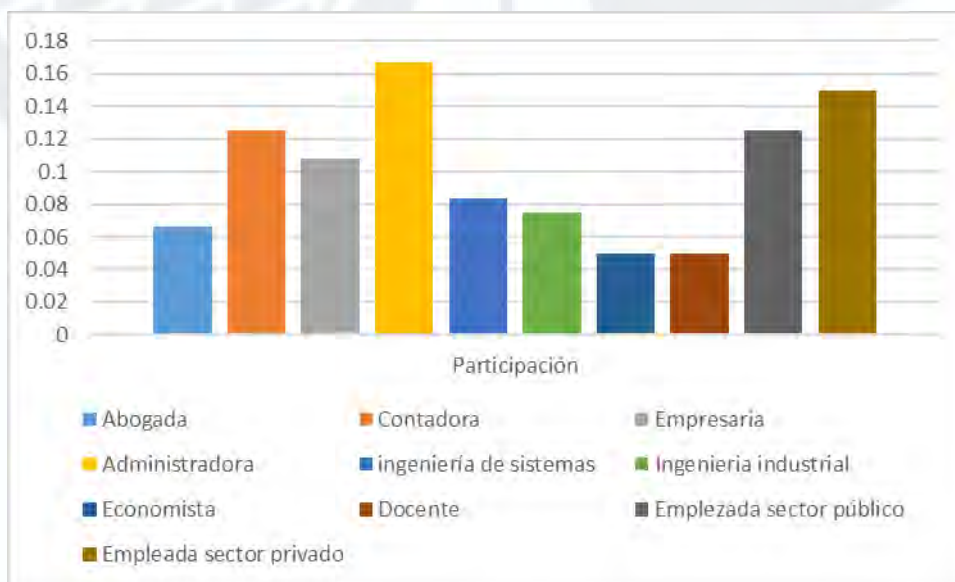
Rango de Edad	Cantidad	Participación
20 - 25 años	32	26.67%
26 - 30 años	49	40.83%
31 - 35 años	30	25.00%
36 - 40 años	5	4.17%
41 - 45 años	3	2.50%
46 a más años	1	0.83%
	120	100.00%

Investigación Cuantitativa 4: Rango de edad, porcentajes



Apéndice 5 Encuestas

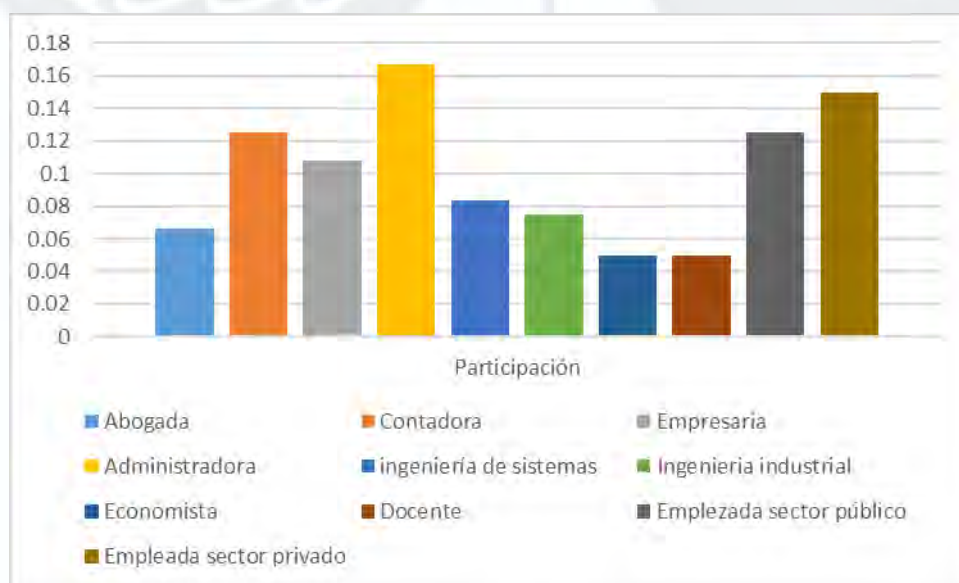
Profesión	Cantidad	Participación
Abogada	8	6.67%
Contadora	15	12.50%
Empresaria	13	10.83%
Administradora	20	16.67%
ingeniería de sistemas	10	8.33%
Ingeniería industrial	9	7.50%
Economista	6	5.00%
Docente	6	5.00%
Emplezada sector público	15	12.50%
Empleada sector privado	18	15.00%
	120	100.00%



Apéndice 6 Preguntas

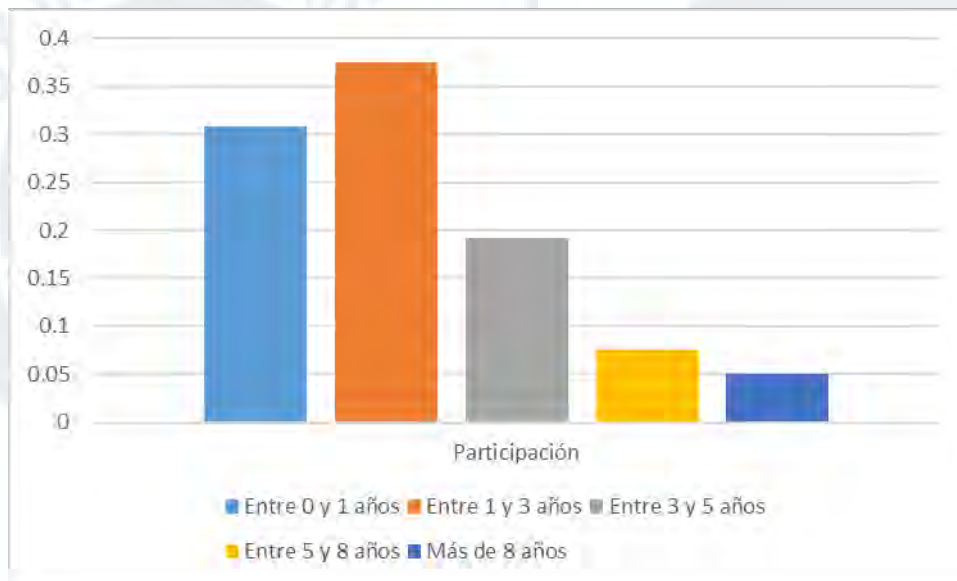
Pregunta 1 ¿A qué te dedicas?

Profesión	Cantidad	Participación
Abogada	8	6.67%
Contadora	15	12.50%
Empresaria	13	10.83%
Administradora	20	16.67%
ingeniería de sistemas	10	8.33%
Ingeniería industrial	9	7.50%
Economista	6	5.00%
Docente	6	5.00%
Empleada sector público	15	12.50%
Empleada sector privado	18	15.00%
	120	100.00%



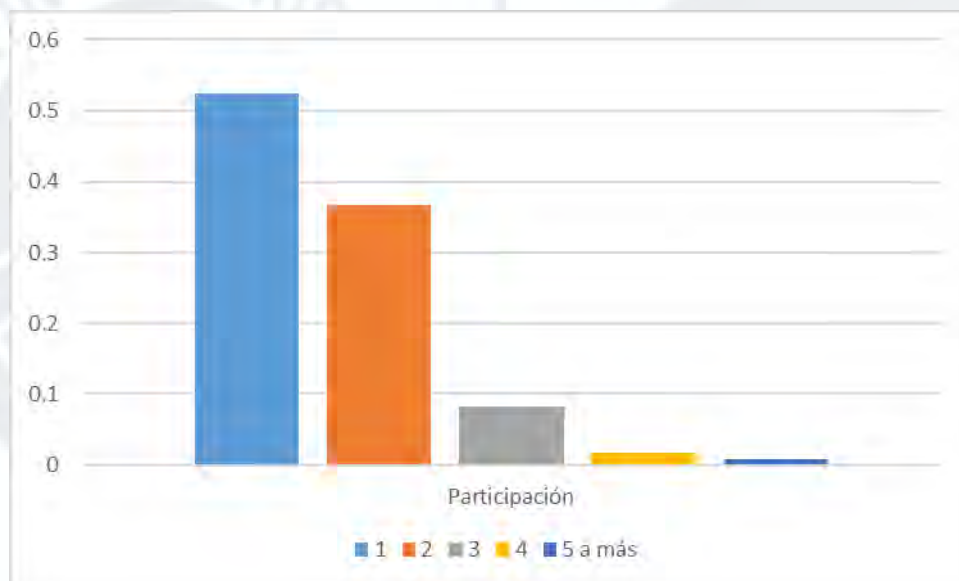
Pregunta 2 *Intervalo de edad de sus hijos*

Intervalo de Edad	Cantidad	Participación
Entre 0 y 1 años	37	30.83%
Entre 1 y 3 años	45	37.50%
Entre 3 y 5 años	23	19.17%
Entre 5 y 8 años	9	7.50%
Más de 8 años	6	5.00%
	120	100.00%



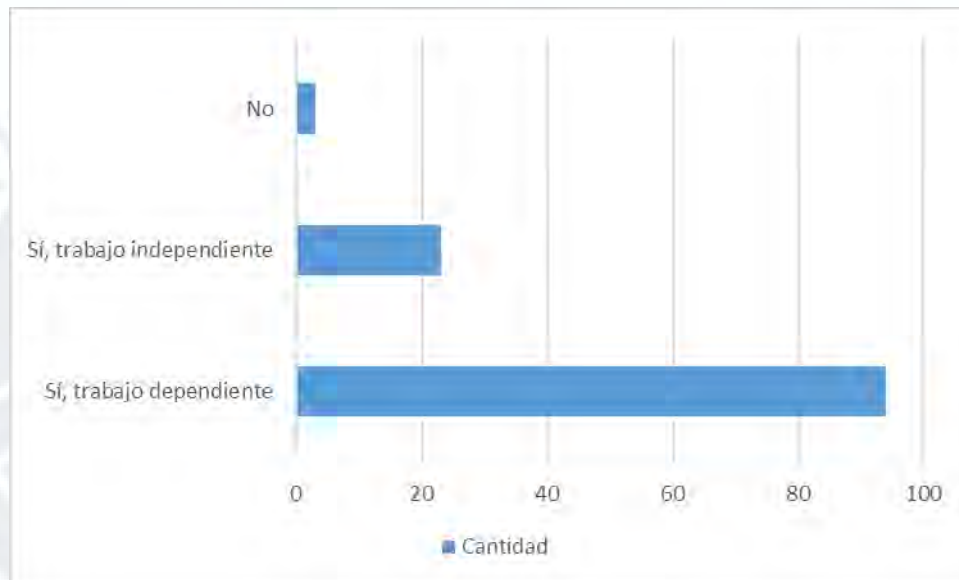
Pregunta 3 *Cantidad de Hijos*

Cantidad de Hijos	Cantidad	Participación
1	63	52.50%
2	44	36.67%
3	10	8.33%
4	2	1.67%
5 a más	1	0.83%
	120	100.00%



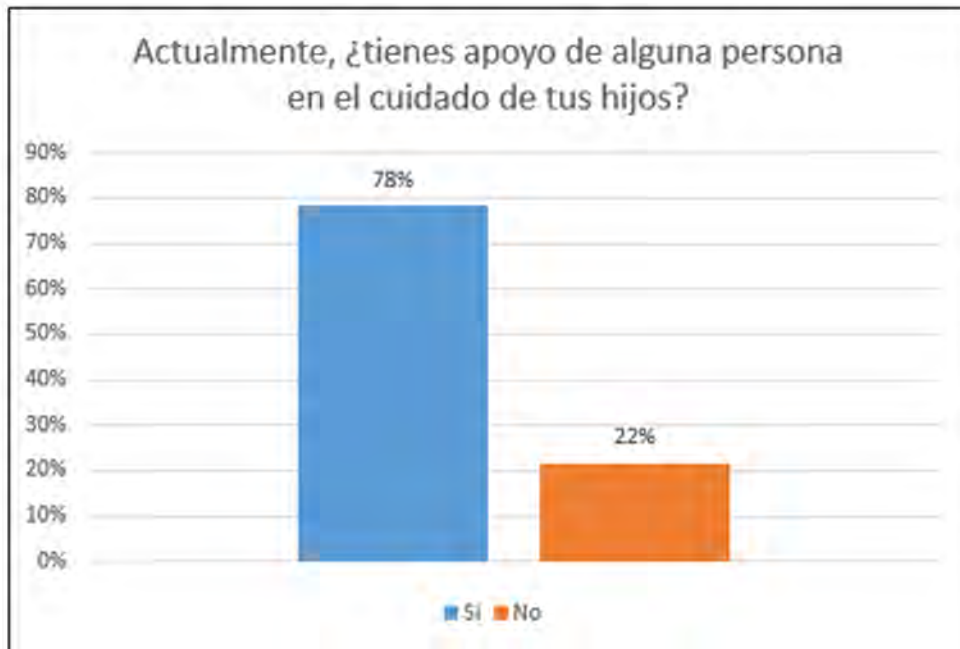
Pregunta 4 *Condición de trabajo*

Sí, trabajo dependiente	94	78.33%
Sí, trabajo independiente	23	19.17%
No	3	2.50%
	120	100.00%



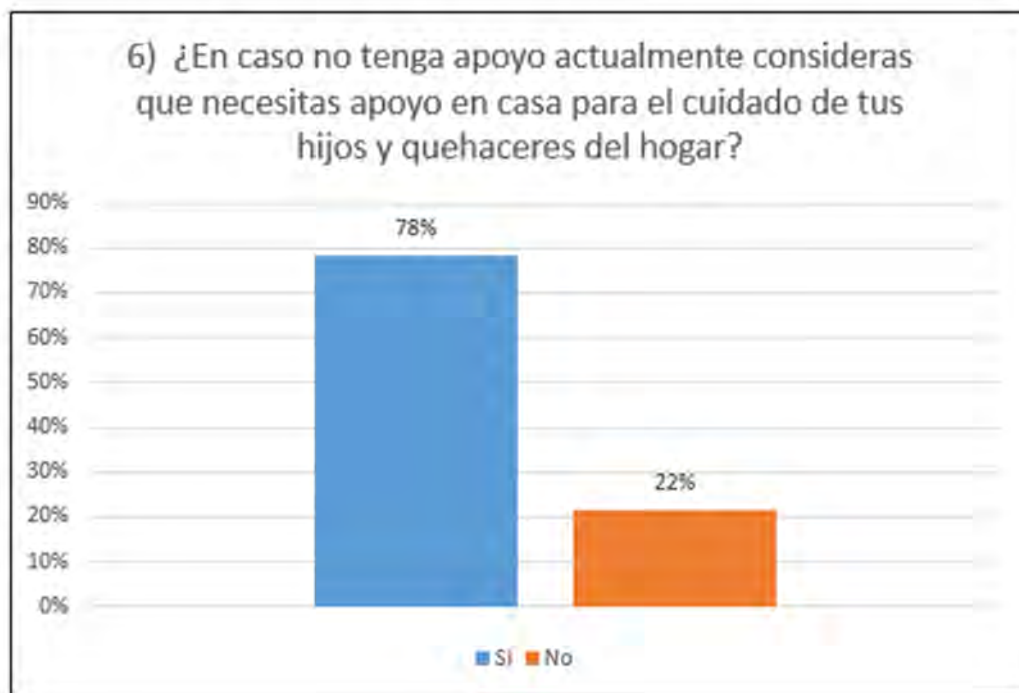
Pregunta 5 Actualmente ¿ tienes apoyo de alguna persona en el cuidado de tu hijo?

Si	94	78%
No	26	22%
	120	100%



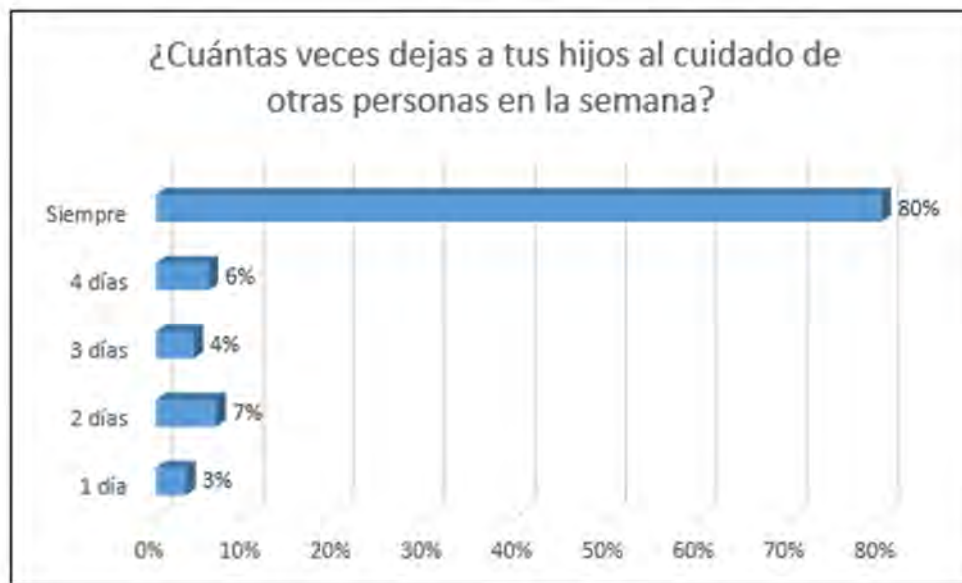
Pregunta 6 *¿Consideras que necesitas apoyo para el cuidado de tu hijo?*

Si	94	78%
No	26	22%
	120	100%



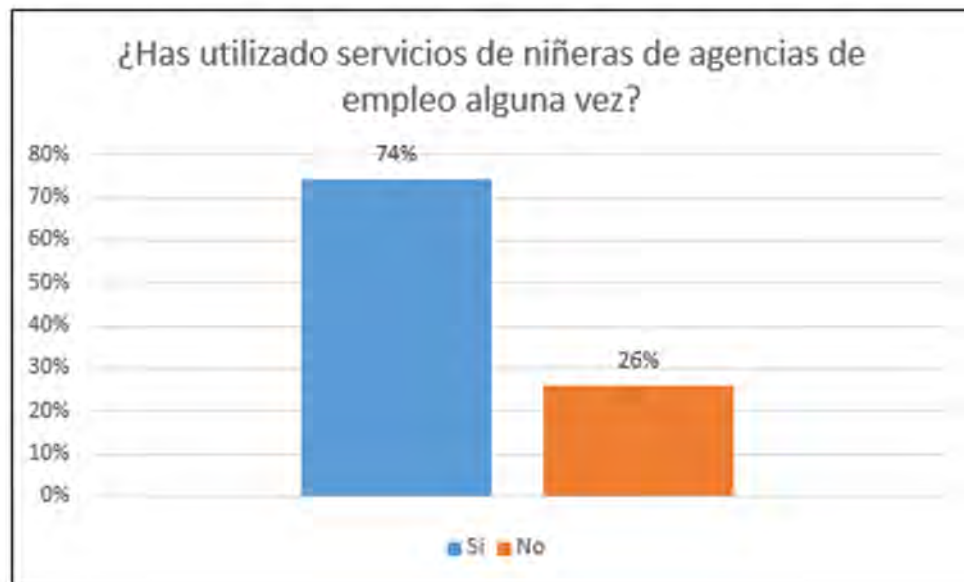
Pregunta 7 *¿Cuántas veces dejas a tus hijos al cuidado de otras personas?*

1 día	4	3%
2 días	8	7%
3 días	5	4%
4 días	7	6%
Siempre	96	80%
Total	120	100%



Pregunta 8 ¿Has usado alguna vez una agencia de niñeras?

Si	89	74%
No	31	26%
Total	120	100%



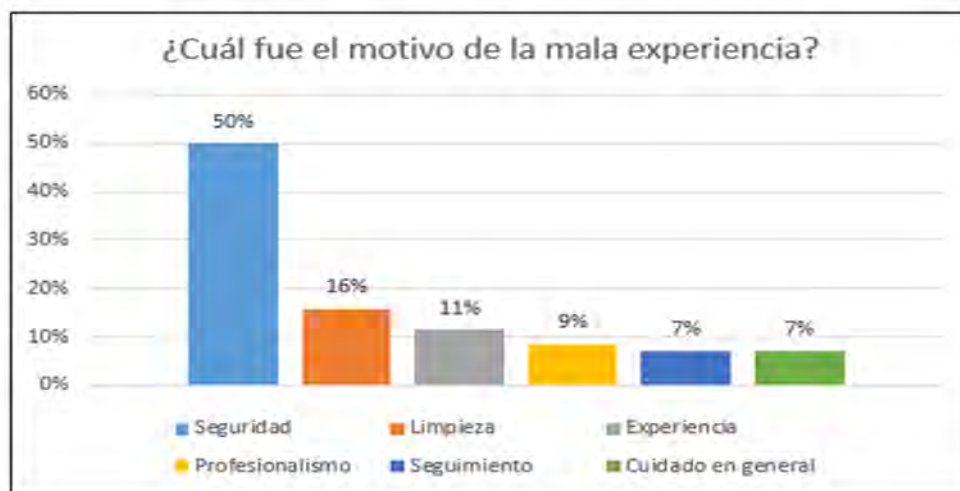
Pregunta 9 *¿Cómo fue tu experiencia con la agencia de empleo?*

Mala experiencia	70	79%
aceptable	10	11%
Buena experiencia	9	10%
Total	89	100%



Pregunta 10 : ¿Cuál fue el motivo de la mala experiencia?

Seguridad	35	50%
Limpieza	11	16%
Experiencia	8	11%
Profesionalismo	6	9%
Seguimiento	5	7%
Cuidado en general	5	7%
Total	70	77%



Pregunta 11 ¿Cuánto has pagado por el servicio?

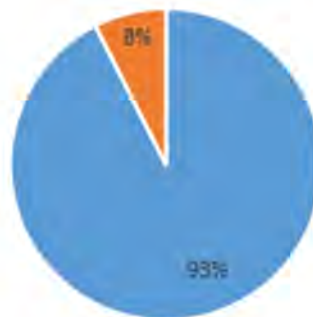
Menos de 500	1	1%
De 500 a 700	6	7%
700 a 1000	25	28%
Más de 1000	57	64%
Total	89	100%



Pregunta 12 ¿Te gustaría que te brinden un servicio de niñeras?

Si	111	93%
No	9	8%
Total	120	100%

¿Te gustaría que te brinden un servicio de cuidado de tus hijos con niñeras reconocidas, recomendadas, honestas y especialistas en trato de personas?



■ Si ■ No

Pregunta 13 ¿Cuáles son tus principales necesidades?

Respuesta rápida	8	7%
Confiabilidad	60	50%
Selección adecuada	25	21%
Capacitación adecuada	15	13%
Que entiendan mi necesidad	12	10%
Total	120	100%



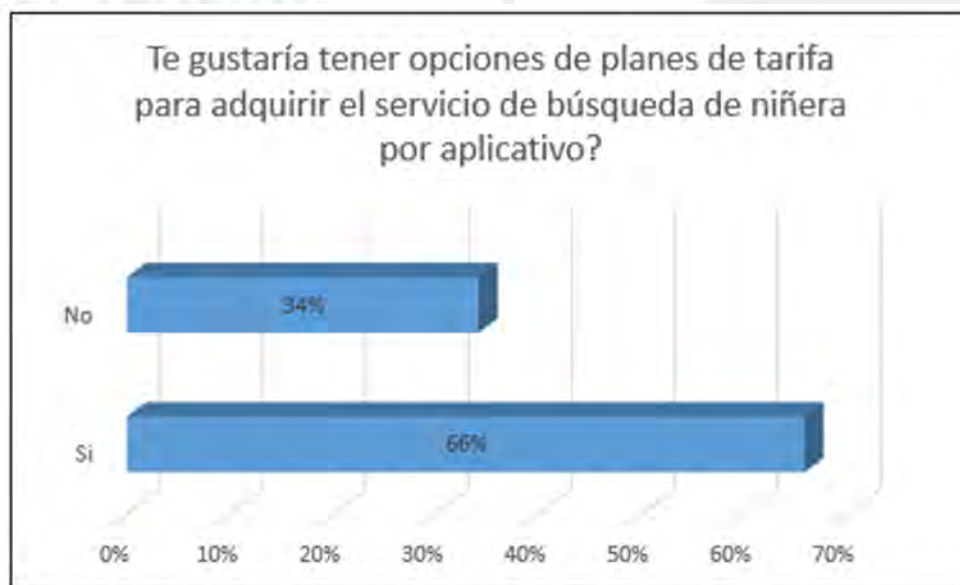
Pregunta 14 ¿Usarías un aplicativo para escoger a la niñera?

Si	84	70%
No	36	30%
Total	120	100%



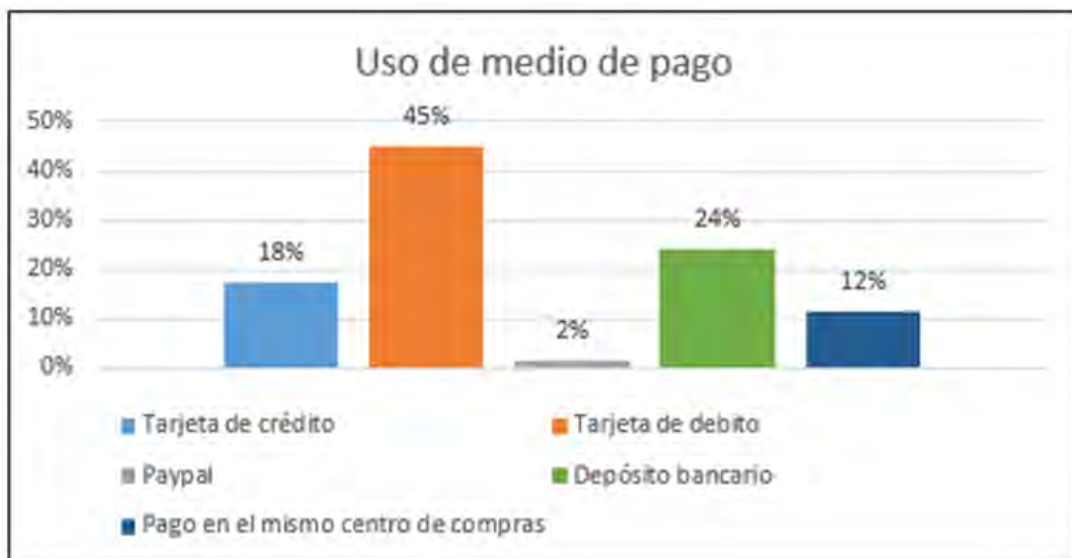
Pregunta 15 ¿Te gustaría tener opciones de tarifa?

Si	79	66%
No	41	34%
Total	120	100%



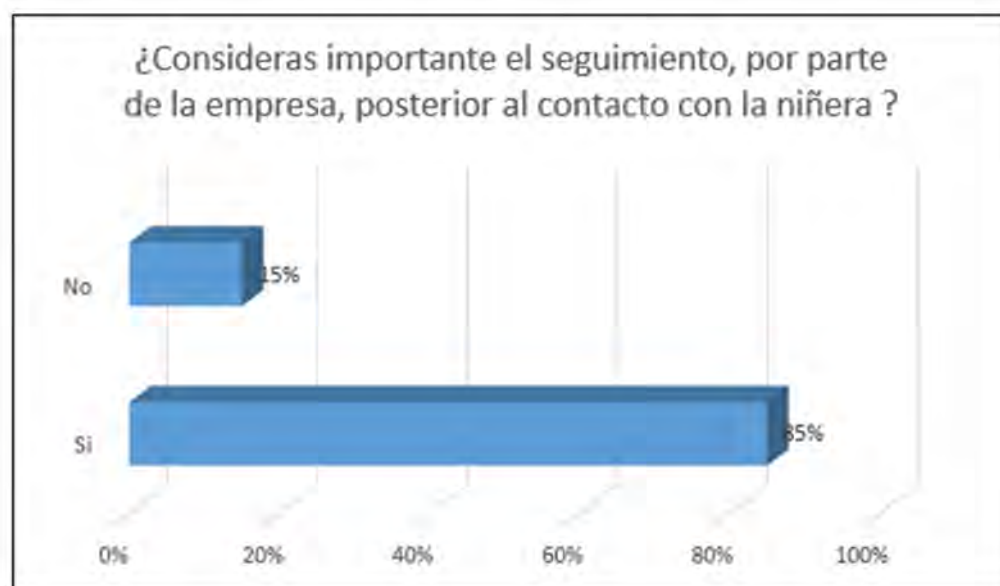
Pregunta 16 ¿Qué medio de pago utilizas?

Tarjeta de crédito	21	18%
Tarjeta de debito	54	45%
Paypal	2	2%
Depósito bancario	29	24%
Pago en el mismo centro de compras	14	12%
Total	120	100%



Pregunta 17 ¿Consideras importante el seguimiento por parte de la empresa?

Si	102	85%
No	18	15%
Total	120	100%



Pregunta 18 ¿Te gustaría tener la oportunidad de visualizar a tu hijo en tiempo real?

Si	95	79%
No	25	21%
Total	120	100%



APÉNDICE C

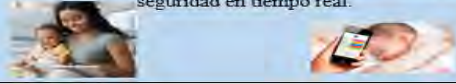



Apéndice 7 Lienzo 6x6 - Servicio Integral de Cuidado del Niño

Objetivo			Necesidades		
¿Cuál es el problema relevante que queremos solucionar?			¿Cuáles son las necesidades específicas del usuario?		
La falta de oferta laboral que experimentan las mujeres después del periodo de pandemia (usuario). La necesidad de contar con un servicio de cuidado del niño que brinde confianza y seguridad (cliente).			El cliente cuenta con la necesidad de acceder a un servicio integral de cuidado de niños para calmar sus preocupaciones al encontrarse fuera de casa principalmente por motivos laborales.		
Preguntas generadoras					
A partir de la necesidad plantear 6 preguntas generadoras			¿Cómo podríamos?		
¿Cómo podríamos lograr satisfacer la necesidad del cliente?	¿Cuál sería el servicio específico que sea más atractivo para el futuro cliente?	¿Cómo debería ser ofrecido este servicio al cliente?	¿Cómo podríamos encontrar y brindar el tratamiento adecuado al cliente?	¿Cómo podríamos cumplir con la necesidad de poder contar con un servicio completo de cuidado del niño?	¿Cómo podemos garantizar la satisfacción de los clientes?
Generando un medio de contacto permanente con la cuidadora encargada para saber la situación de su menor hijo.	Contar con la capacidad de contratar el servicio de niñera enfocado en el monitoreo del hogar, ante posibles amenazas.	Haciendo uso de publicidad en redes sociales como Facebook, Twitter, portal web, Instagram, ofreciendo el servicio mediante planes de pago, y la opción de un nutricionista virtual (opcional).	Ofrecer al cliente perfiles de contacto con profesionales preparados para brindar el servicio de cuidado de menores.	Ofreciendo un servicio que permita al cliente el poder disponer de las cuidadoras de menores cerca de su área de vivienda.	Implementar un sistema de llamadas que permitan el responder las preguntas frecuentes que tenga el cliente.
Crear un grupo entre clientes que genere retroalimentación de acuerdo con experiencias ante el cuidado del menor.	Brindar capacitaciones a los usuarios en el campo de cuidado del menor.	Promoviendo el servicio de monitoreo haciendo uso de un aplicativo móvil, buscando de este modo la comodidad del cliente.	Ofrecer al cliente el uso de medios de comunicación para buscar ayuda durante emergencias, que cuenten con la calidad esperada.	Comunicar mediante el uso de redes sociales el contacto con cuidadoras de menores y proporcionando el servicio de monitoreo.	Hacer uso de la herramienta de ChatBox para absolver las inseguridades de los clientes.
Hacer uso de las redes sociales para identificar mediante alertas cuando ocurran situaciones peligrosas	Contactar al usuario con servicios de cuidadores de menores que puedan suplir su necesidad.	Hacer uso de la internet para promover herramientas de cuidado del menor.	Facilitar la conexión entre el cliente con una agencia tercera que pueda brindarle los servicios de monitoreo de	Contar con un sistema de retroalimentación que permite el compartir las experiencias de los clientes, demostrando la calidad de nuestro	Brindar programas enfocados en la capacitación del uso del nuevo aplicativo y garantizar su calidad con el cliente.

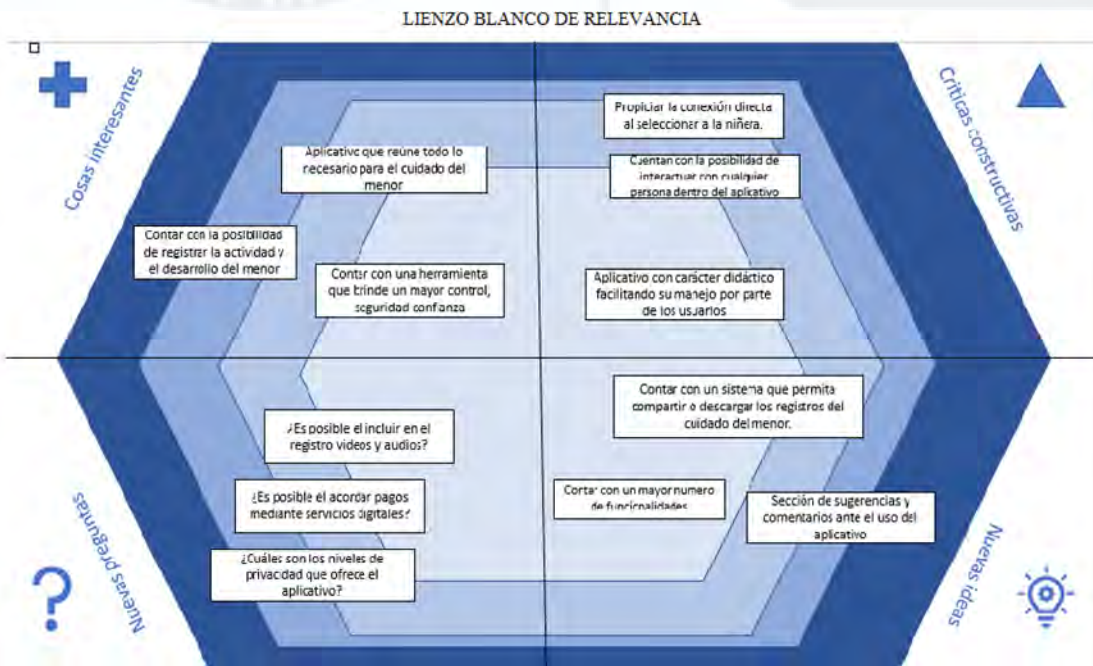
dentro del cuidado del menor.			menores.	servicio.	
Ofrecer al cliente la capacidad de poder monitorear al menor mediante el uso de un aplicativo que permita observar la habitación en donde este se encuentre.	Poder hacer uso del aplicativo para poder monitorear al menos donde se encuentre, a tiempo real mediante un sistema de cámaras.	Poder vincular a los clientes con un catálogo de cuidadoras de menores mediante el uso de un aplicativo móvil.	Integrando datos integrales frente al monitoreo de menores mediante el uso de cámaras, brindando la información mediante publicaciones en redes sociales.	El ofrecer al cliente un servicio de llamadas permitiéndoles contar con la información necesaria sobre los beneficios del servicio.	Hacer uso de las redes sociales para mejorar la campaña de marketing correspondiente.
Ofrecer al cliente un apartado donde pueda tener un registro de todas las actividades del bebé.	Sugerir a los clientes la posibilidad de contactar con las cuidadoras con un mecanismo de chat en tiempo real.	Promocionar el nuevo servicio mediante campañas y el uso de volantes.	Usar canales de comunicación que permitan la comunicación con cuidadoras, absolviendo las inseguridades que cuenten los clientes en los momentos que sean necesarios.	El hacer uso de las redes sociales para facilitar el contacto y observación de la disponibilidad del servicio.	Brindar descuentos y paquetes de ofertas para las primeras suscripciones del servicio.
Brindar la información correspondiente en una contratación de un tercero en el servicio de colocar cámaras.	Generar talleres que permiten calmar las dudas ante la contratación de personal encargado en el cuidado de los menores hijos.	Realizar una campaña de marketing del servicio enfocada en centros de salud (clínicas) buscando al público objetivo.	Poder ofrecer a los clientes un contacto con una línea de ayuda.	Brindar un sistema de calificación de los profesionales que permitan generar conciencia sobre los resultados del servicio.	Buscar que el servicio sea didáctico y fácil de entender, de esta manera asegurando la comodidad del cliente.
Ofrecer al cliente la capacidad de poder contratar un servicio integral para cuidados del menor mediante el uso de un solo aplicativo.	Poder hacer uso del aplicativo para poder monitorear al menos donde se encuentre, a tiempo real mediante un sistema de cámaras.	Promoviendo el servicio de monitoreo haciendo uso de un aplicativo móvil, buscando de este modo la comodidad del cliente.	Datos integrados frente al monitoreo de menores mediante el uso de cámaras.	Comunicar mediante el uso de redes sociales el contacto con cuidadoras de menores y proporcionando el servicio de monitoreo.	Brindar programas enfocados en la capacitación del uso del nuevo aplicativo y garantizar su calidad con el cliente.

Apéndice 8 *Lienzo Costo / Impacto - Sistema Integral de Cuidado del Be Niño*

Matriz de Costo / Impacto

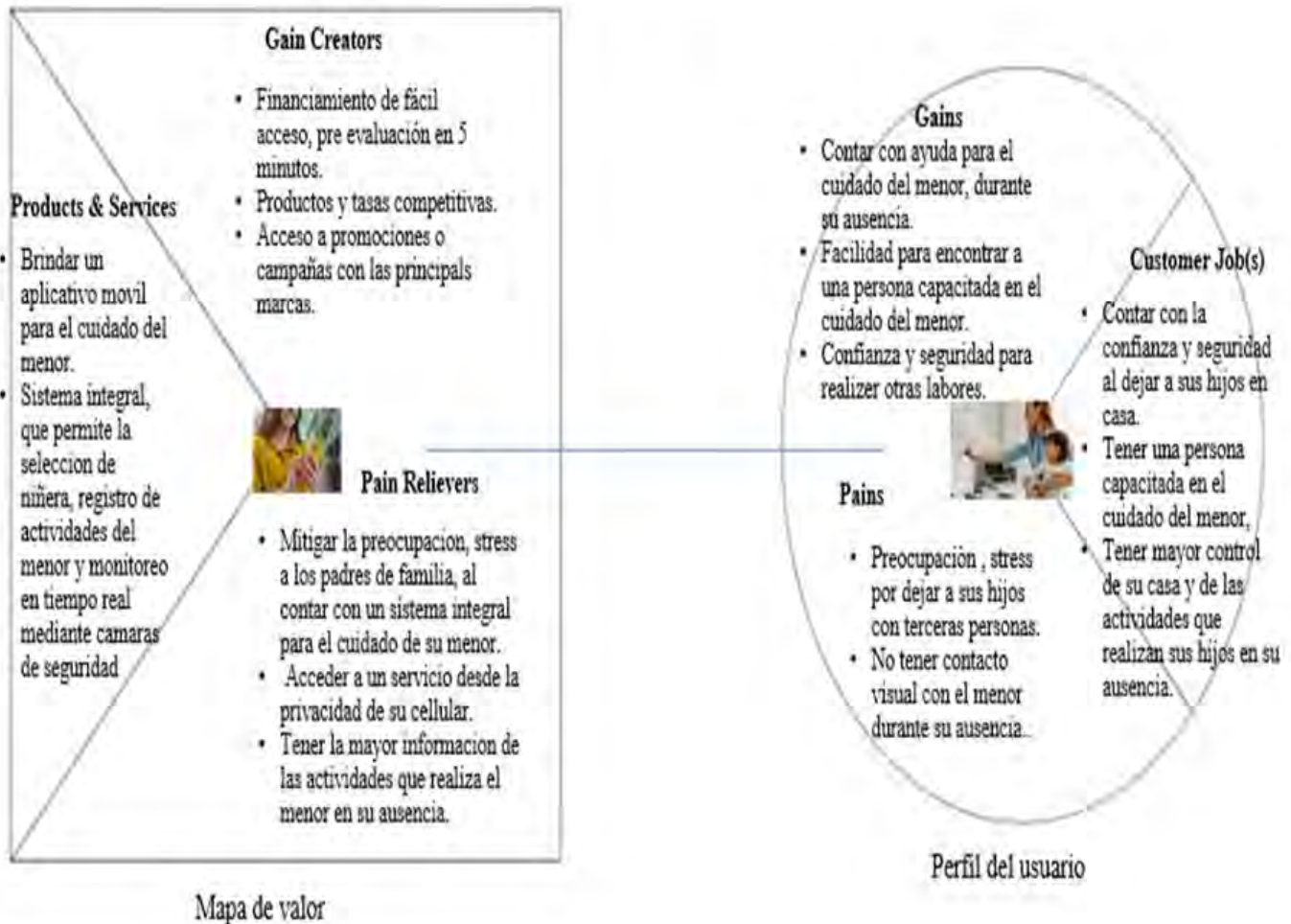
+	<p>Brindar un servicio integral mediante un aplicativo móvil para el cuidado del bebe, selección de niñera, registro de actividades del menor y monitoreo mediante cámaras de seguridad en tiempo real.</p> 	<p>Contar con la capacidad de monitorear los lugares mas frecuentes del bebe para supervisar sus cuidados.</p> <p>Crear un aplicativo que permita la mayor de fácil acceso para los usuarios.</p> 
-	<p>Permitir a los usuarios acceder a este servicio mediante el pago de una suscripción mensual, trimestral o anual dentro del aplicativo móvil.</p> 	<p>Brindar a los usuarios una herramienta integral que permita gestionar desde un solo ambiente, todos los cuidados de su bebe y monitoreo las 24 horas.</p> 

Apéndice 9 *Lienzo blanco de relevancia*



Apéndice 10 *Lienzo de la Propuesta de Valor*

Lienzo de la propuesta de valor – Sistema Integral para el cuidado del bebe



APÉNDICE D

Apéndice 11 *Plan de acción*

Temario Curso de Cuidadora de Niños (Mommy Pro)

Sesión N^o 1: Competencias de una cuidadora

Características y perfil competencial. Formación y experiencia requerida. Creatividad y juego. Control de ira.

Sesión N^o 2 Condiciones laborales

Aspectos generales. Condiciones laborales de las niñeras o cuidadoras de niños. Funciones del cuidador. Horarios. Salarios. Cualidades en un excelente cuidador de niños. Contrato: derechos y obligaciones.

Sesión N^o 3 Primeros auxilios

Los primeros años de vida del niño. Desarrollo físico. Características de los niños de uno a cinco años. Distracciones para niños. Cuidado de alta calidad para infantes y niños pequeños.

Sesión N^o 4 Alimentación

La alimentación en los niños. Alimentación al pecho materno. Los primeros alimentos. Enfermedades comunes en la niñez. Prevención de accidentes en el hogar. Juego y recreación. Cómo establecer límites.

Sesión N^o 5 Cuidado de niños especiales

Los niños con necesidades educativas especiales. Pautas para la observación del niño. Cómo documentar las observaciones. Preguntas a los padres. Cómo actuar ante cada niño con necesidades especiales.

Sesión N^o 6 Empoderamiento

Habilidades blandas. La relación de la familia y el Cuidador de Niños.

La enseñanza será presencial y/o remoto, teniendo en cuenta que su diseño es a partir de prácticos recursos tecnológicos y pedagógicos que fomenta la interacción tanto entre los participantes del curso, como entre los alumnos y tutores. Se usarán herramientas digitales que facilite la comprensión de los contenidos teóricos y prácticos del curso y enriquecer el perfil laboral de Las niñeras.

Se entregará el material al correo electrónico de la niñera.

Requisito es haber aprobado las etapas de selección para ser una niñera que ofrezca sus servicios mediante un aplicativo móvil.

La participante debe ser mayor de 18 años y haber finalizado la educación secundaria.

Requisito tecnológico, es contar con un dispositivo con conexión a Internet que sea superior a 1 MB de velocidad.

APÉNDICE E

Apéndice 12 *Lienzo Modelo de Negocio*

CADENA DE VALOR	ACTIVIDADES CLAVES	PROBLEMA IDENTIFICADO	RELACIONES	SEGMENTOS
Niñeras Inversionistas Proveedores	*Gestión del personal calificado *Monitoreo y almacenamiento del cuidado de los niños *Gestión de publicidad (marketing)	El no contar con alguien para el cuidado de los niños a su debido tiempo y la seguridad en que los datos y comportamiento de la niñera sean los correctos	*Seguridad y confianza en el personal seleccionado *Contacto mediante portal web y aplicativo	Padres de familia buscan seguridad y tranquilidad para poder realizar sus labores *Usuarios: seis meses a 5 años *Nivel socioeconómico A y B
	RECURSOS CLAVES Aplicativo móvil Inversión en equipos Constitución de la empresa	PROPOSITO Somos una empresa que brinda apoyo en el cuidado de sus niños mediante nanas contactadas por aplicativo debidamente verificadas PROPUESTA DE VALOR *Monitoreo del cuidado del niño mediante cámaras y aplicativo *Flexibilidad de atención por horas.	CANALES Aplicativo móvil portal web whatsapp	
ESTRUCTURA DE COSTOS Gastos administrativos Pago por mantenimiento del aplicativo y portal web Cámaras web (adquisición e instalación)		METRICAS DE IMPACTO Generar más empleo en niñeras otorgándoles la posibilidad de conseguir un trabajo que les otorgue seguridad y cumplimiento de los derechos laborales	FUENTES DE INGRESOS Cobro por membresía a los padres de familia Cobro por servicio de monitoreo a través del app Cobro por marketplace	

Apéndice 13 *Tarjetas de Usabilidad*

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad Prueba para validar la deseabilidad

Responsable Grupo 6

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚩 🚩 🚩)

Creemos que Los padres de familia o responsables de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contratarían un servicio de niñeras mediante el uso de una aplicación móvil.

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

Para verificarlo, nosotros Realizamos entrevistas y encuestas a los padres de familia o responsables de niños de 0 a 5 años, pertenecientes al segmento A y B.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido ⌚ ⌚ ⌚)

Además, mediremos La intención de contratar servicios complementarios de seguridad.

+ Paso 4: Criterio

Estamos bien si El 70% de los padres y responsables de niños de 0 a 5 años entrevistados o que respondan la encuesta es positiva o favorable.

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad Prueba para validar la deseabilidad

Responsable Grupo 6

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚫 ⚠️)

Creemos que Los padres de familia o responsables de niños de 0 a 5 años, perteneciente al segmento socioeconómico A y B contratarían los servicios adicionales como monitoreo de seguridad mediante el uso de una aplicación móvil

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 📊 📈)

Para verificarlo, nosotros Realizamos entrevistas y encuestas a los padres de familia o responsables de niños de 0 a 5 años, pertenecientes al segmento A y B.

⊕ Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒 🕒)

Además, mediremos La intención de contratar servicios complementarios registro de actividades del menor.

Paso 4: Criterio

Estamos bien si El 70% de los padres y responsables de niños de 0 a 5 años entrevistados o que respondan la encuesta es positiva o favorable.