



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA  
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**SERVICIO PERSONALIZADO DE NIÑERAS PROFESIONALES A  
DOMICILIO**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración  
de Negocios**

**MARIA CLAUDIA CHOQUEHUANCA LOPEZ  
(0000-0002-0628-9445)**

**SHIRLEY YENYTER VASQUEZ TORRES  
(0000-0002-9653-0262)**

**Lima - Perú  
2022**

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto se enfoca en atender la necesidad de un sector de la población caracterizado por madres que no disponen de tiempo para el cuidado y atención de sus hijos. Todos estos aspectos se han validado a partir del estudio de mercado con el método de investigación “Encuesta”. Al recopilar dicha información se obtuvo el perfil del cliente: madres que trabajan y toman la decisión de dejar a una persona al cuidado de sus hijos. Se aplicó la metodología Design thinking, al empatizar permitió conocer las necesidades de las madres. En el prototipo inicial se plantea la propuesta de valor mediante el lienzo Canvas y los recursos que el proyecto demanda, para mejorar la experiencia del cliente. Bajo el nombre de “Mommy Assistant”, la página web y redes sociales se convierten en los recursos claves. El servicio de niñeras validado cuenta con planes personalizados, de tutoría, actividades académicas y recreativas. Por otro lado, por efecto de la demanda se ha considerado un incremento del 2% anual para las ventas, que expresados en soles en el año 1 es de S/ 618, 690 y al año 5 669,258. A su vez los costos generados para este servicio ascienden a S/ 315,213 en el año 1 hasta S/ 406,142 en el año 5. A partir de los datos antes mencionados se obtiene un VANE de S/ 5, 243 y un TIRE de 25% comparado con un COK de 13% se valida la viabilidad del proyecto.

*A Dios por guiar y bendecir mis pasos, a mi madre, Felipe y Silvana  
mis hermanos por su incondicional paciencia y apoyo.*

*Shirley Yenyter Vásquez Torres*

## Índice general

<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>Capítulo 1: Identificación Del Problema y Oportunidad.....</b>	<b>13</b>
Selección del problema y necesidades .....	13
<i>Validación del problema.....</i>	<i>14</i>
<i>Método de investigación .....</i>	<i>14</i>
Descripción del cliente.....	25
El arquetipo de cliente .....	25
<b>Capítulo 2: Diseño del servicio innovador .....</b>	<b>27</b>
Aplicación de la metodología Design Thinking .....	27
<i>Empatizar.....</i>	<i>27</i>
<i>Preguntas realizadas en la entrevista.....</i>	<i>27</i>
<i>Definir.....</i>	<i>30</i>
<i>Idear.....</i>	<i>31</i>
<i>Prototipar.....</i>	<i>33</i>
Prototipo del servicio .....	33
<i>Evaluar.....</i>	<i>36</i>
Características del servicio innovador validado .....	37
<b>Capítulo 3: Elaboración del modelo de negocio .....</b>	<b>38</b>
Definición de la propuesta de valor del negocio.....	38
<i>Propuesta de valor.....</i>	<i>38</i>

<i>Segmento de clientes</i> .....	38
Elaboración del lienzo de modelo de negocio. ....	39
Descripción del prototipo de lanzamiento. ....	40
<b>Capítulo 4: Validación del modelo de negocio</b> .....	<b>44</b>
Aplicación de la metodología Lean Startup.....	44
<i>Diseño a escala</i> .....	44
<i>Eliminación de detalles y confección de métrica de muestra</i> .....	44
<i>Testeo</i> .....	44
<i>Malla receptora</i> .....	44
<i>Críticas constructivas</i> .....	45
<i>Prueba de concepto</i> .....	45
<i>Medir</i> .....	46
<i>Indicadores KPI</i> .....	47
<i>Aprender</i> .....	49
<i>Contraste de hipótesis</i> .....	50
Descripción del modelo de negocio validado .....	51
<b>Capítulo 5: Análisis de la rentabilidad</b> .....	<b>55</b>
Determinación del punto de equilibrio .....	55
<i>Planilla</i> .....	55
Costo de ventas .....	56
Precio de Venta .....	57
Punto de equilibrio en unidades – anual .....	58

Punto de equilibrio en unidades monetarias – anual.....	59
Ventas Proyectadas 5 años (Para el primer año mensual) .....	59
Proyección de ventas.....	60
Determinación de las necesidades de inversión.....	63
<i>Inversión Tangible</i> .....	63
<i>Inversión Intangible</i> .....	64
Capital de Trabajo.....	65
Distribución de la Inversión (Capital Propio y Deuda) .....	67
Estado de Situación Financiera de apertura .....	69
Estado de Resultados proyectado – 5 años .....	70
Flujo de Caja – 5 años.....	71
Evaluación económica y financiera .....	72
<i>Indicadores financieros (Ratios) – Liquidez, solvencia, rentabilidad</i> .....	72
WACC – Costo Promedio Ponderado de Capital .....	73
VAN Y TIR.....	74
B/C .....	74
<b>Capítulo 6: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>75</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>76</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>77</b>
Anexo 1. Procesos del servicio .....	77
<i>Proceso de selección del personal</i> .....	77
<i>Proceso de desarrollo del servicio</i> .....	77

Anexo 2. Encuesta aplicativa en el lean startup.....	78
Anexo 3. Clientes explorando la página web de mommy assistant.....	82
Anexo 4. Organigrama y perfil de puestos .....	83
Anexo 5. Determinación de la Muestra .....	86
<i>Población estimada por distrito y edades.....</i>	<i>87</i>
Anexo. 6 encuesta del mercado objetivo para lean startup.....	88
<i>Tabulación .....</i>	<i>89</i>
El cronograma de la deuda.....	91

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1. Pregunta 1.....</b>	<b>15</b>
<b>Tabla 2. Pregunta 3.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 3. Pregunta 5.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 4. Pregunta 6.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 5. Pregunta 7.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 6. Pregunta 8.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 7. Pregunta 9.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 8. Pregunta 10.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 9. Pregunta 11.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 10. Pregunta 12.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 11. Pregunta 13.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 12. Pregunta 14.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 13. Segmentación del cliente.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 14. Arquetipo del cliente.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 15. SCAMPER.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 16. Tabla de KPI's.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 17. Hipótesis de creación de valor .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 18. Planilla .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 19. Costos de ventas fijos y variables .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 20. Gasto administrativo .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 21. Determinación del precio de venta .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 22. Precio de venta .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 23. Punto de Equilibrio por unidades .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 24. proyección de ventas unidades año 1 .....</b>	<b>59</b>

<b>Tabla 25. Proyección de ventas año en unidades</b> .....	60
<b>Tabla 26. Proyección de ventas soles</b> .....	60
<b>Tabla 27. Proyección de demanda</b> .....	61
<b>Tabla 28. Inversión Tangible</b> .....	63
<b>Tabla 29. Inversión intangible</b> .....	64
<b>Tabla 30. Capital de trabajo</b> .....	65
<b>Tabla 31. Servicios Generales</b> .....	66
<b>Tabla 32. Financiamiento</b> .....	67
<b>Tabla 33. Cuadro de Servicio de la Deuda</b> .....	68
<b>Tabla 34. Situación Financiera</b> .....	69
<b>Tabla 35. Estado de resultados</b> .....	70
<b>Tabla 36. Flujo de caja</b> .....	71
<b>Tabla 37. Ratios de Rentabilidad</b> .....	72
<b>Tabla 38. Ratios de Solvencia</b> .....	73
<b>Tabla 39. Ratios de Liquidez</b> .....	73
<b>Tabla 40. Wacc , COK</b> .....	73
<b>Tabla 41. VAN Y TIR</b> .....	74
<b>Tabla 42. Beneficio / Costo</b> .....	74

## Índice de Figuras

<b>Figura 1. Pregunta 1 .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 2. Pregunta 3 .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 3. Pregunta 5 .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 4, Pregunta 6 .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 5. Pregunta 7 .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 6. Pregunta 8 .....</b>	<b>19</b>
<b>Figura 7. Pregunta 9 .....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 8. Pregunta 10 .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 9. Pregunta 11 .....</b>	<b>22</b>
<b>Figura 10. Pregunta 12 .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 11. Pregunta 13 .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 12. Pregunta 14 .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 13. Mapa de empatía .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 14. Lienzo propuesta de Valor.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 15. Prototipo de baja fidelidad .....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 16. Página web del servicio .....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 17. ítem inicio de la página web.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 18. Ítems servicio de la página web.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 19. Ítems contacto .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 20. Ítems chat .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 21. Lienzo modelo de negocio .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 22. Logo del servicio .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 23. Página principal de la web.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 24. Diseño de página web vista para celular .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 25. Fanpage de mommy assistant.....</b>	<b>42</b>

<b>Figura 26. Resumen del tráfico web del servicio</b> .....	48
<b>Figura 27. Resumen del trafico página web de Mommy Assistant</b> .....	49
<b>Figura 28. lean canvas</b> .....	51
<b>Figura 29. Página web mejorada</b> .....	52
<b>Figura 30. Sección de la página web</b> .....	53
<b>Figura 31. Video del servicio</b> .....	53
<b>Figura 32. Logo mejorado</b> .....	54
<b>Figura 33. Facebook mejorado</b> .....	54

## Introducción

Actualmente las mujeres han ido ocupando un lugar más equitativo en la sociedad peruana, cada vez un mayor porcentaje culmina los estudios universitarios y acceden con mejores opciones al mercado laboral.

Sin embargo, todavía hay camino por recorrer, aún sigue siendo difícil que las mujeres sean líderes en los diferentes campos profesionales. Uno de los aspectos que se presenta en la vida de toda mujer es la maternidad; esta puede ser un posible obstáculo más no una limitación para terminar la carrera profesional.

De acuerdo a nuestra sociedad, un poco tradicional, se cree que, para ser una buena madre, debe renunciar a su profesión y/o carrera, quedándose en casa con los hijos para desarrollar una mejor crianza; pero, no existe evidencia científica que demuestre que a los hijos les afecte que la madre deje de trabajar.

En los últimos dos años, a raíz de la pandemia, surgieron problemas emocionales en la sociedad como la ansiedad, depresión, autolesiones, obsesiones, miedos, intentos de suicidio, trastornos alimentarios, entre otros. Esto ha generado un fuerte impacto en cómo se debe desarrollar un equilibrio emocional dentro de la familia; por tal motivo, se presenta hoy una necesidad que debe ser atendida, y los padres se han dado cuenta que los hijos necesitan una mayor atención.

## Capítulo 1

### Identificación Del Problema y Oportunidad

#### Selección del problema y necesidades

Luego de la pandemia del COVID-19 ha afectado de alguna manera la calidad de vida, sobre todo dentro del hogar. En el mercado laboral se observa mayor participación de las mujeres, quienes también aportan económicamente.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática dio a conocer que en el país existen 8 millones 777,612 madres, que representan el 64.4% de la población femenina del país y del total de madres, el 66.5% integra la Población Económicamente Activa (PEA), de este porcentaje, participan en el mercado de trabajo en condición de ocupadas (95.6%) es decir, seis de cada diez mamás son económicamente activas en Perú. (INEI, 2022).

Solamente en Lima en el primer trimestre de análisis del año 2022, la PEA femenina aumentó en 7,9% y la masculina en 3,7%, lo que equivale en cifras absolutas a 183 mil 500 mujeres y 103 mil 200 hombres más en la PEA de Lima Metropolitana. (INEI, 2022)

En el informe “Rol de la mujer en la gran empresa” (Pizarro S., 2010) se menciona que la familia constituye un factor determinante para las mujeres ejecutivas, al punto de condicionarlas para optar o desechar un cargo de alta dirección, lo cual evidencia el carácter inclusivo que poseen las mujeres al considerar que ésta es una decisión familiar. Este mismo problema fue debatido en el evento “rol de la mujer peruana al 2030” donde Cecilia Zevallos Atoche, Gerenta de Gestión Educativa en Innova Schools hizo mención que una de las grandes trabas para la mujer peruana sucede cuando decide ser madre debido a una falsa disyuntiva entre el desarrollo profesional y la maternidad. (Cecilia., 2022)

Las madres profesionales que trabajan se enfrentan a una serie de limitaciones que involucran su integración social y su desarrollo personal, presentando problemas y dificultades como:

- Sobrecarga de las tareas domésticas, las responsabilidades en la educación y el peso de ser la fuente de ingresos de la familia.
- La situación anterior les impide dedicar un tiempo a la vida personal y social que les permita establecer relaciones de calidad como apoyo para ellas, y esto conlleva a su aislamiento que les genera sentimientos de soledad y abandono.

### ***Validación del problema***

Luego de haber identificado el problema para llevar a cabo un análisis de forma más clara y como parte de su validación. Tenemos la siguiente hipótesis:

**Hipótesis: Es posible que las madres tengan mayores oportunidades para trabajar y a su vez tener una atención adecuada para sus hijos.**

Cada vez hay más madres que deben trabajar y a la vez decidir quién cuidará a sus hijos, en la actualidad las mujeres buscan desarrollarse profesionalmente sin dejar de lado la responsabilidad de sus hijos, pero encontrar una persona que les genere confianza ha resultado cada vez más difícil. Es importante tener en cuenta que el crecimiento de los niños no debe ser descuidado, cada uno tiene su propia personalidad y deben tener una guía en todo momento.

### ***Método de investigación***

El tipo de metodología utilizada es la encuesta, orientada a identificar las necesidades, el comportamiento y actitudes de las madres profesionales. La encuesta se aplica ante la necesidad de probar la hipótesis y descubrir una solución al problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan

cumplir con el propósito, porque a pesar de existir algún conocimiento sobre las mujeres en su rol de madre y el trabajo, es necesario saber sus preferencias.

Se encuestó a mujeres, con hijos de edades 6 a 12, madres que que trabajan y que viven de la zona 7 de Lima Metropolitana, en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina, NSE B y los resultados fueron los siguientes:

#### 1. Edad:

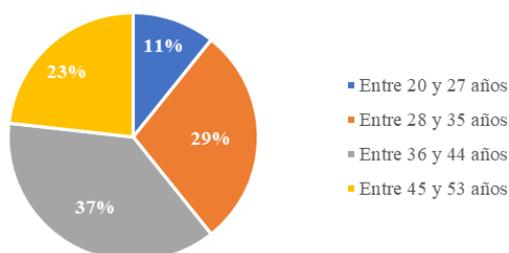
**Tabla 1. Pregunta 1**

¿Cuál es su edad?		
Entre 20 y 27 años	6	11%
Entre 28 y 35 años	16	29%
Entre 36 y 44 años	21	38%
Entre 45 y 53 años	13	23%
<b>Total, General</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Los padres tienen entre 36 y 44 años que representa un 38% mientras el segundo grupo de 28 y 35 años con un 29%. El rango de edades se considera desde los 20 a 53 años, siendo esta etapa en donde en su mayoría están constituidos por hijos en el hogar.

**Figura 1. Pregunta 1**



#### Interpretación

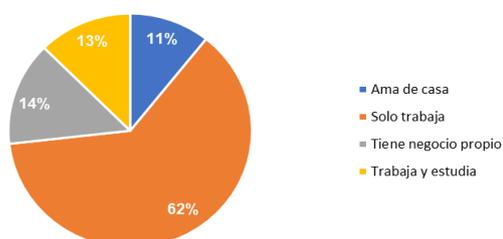
El 37.5% de los hogares está constituido por padres entre los 36 y 44 años y el 10.7% con padres de 20 a 27 años.

#### 2. ¿Cuál es su ocupación?

**Tabla 2. Pregunta 3**

<b>¿Cuál es su ocupación?</b>		
<b>En casa con deseo de trabajar</b>	6	11%
<b>Tiene Negocio Propio</b>	8	14%
<b>Solo Trabaja</b>	35	62%
<b>Trabaja y Estudia</b>	7	13%
<b>Total, General</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Las personas que solo trabajan representan el 63%. es decir 35 personas se dedican solo a trabajar.

**Figura 2. Pregunta 3****Interpretación:**

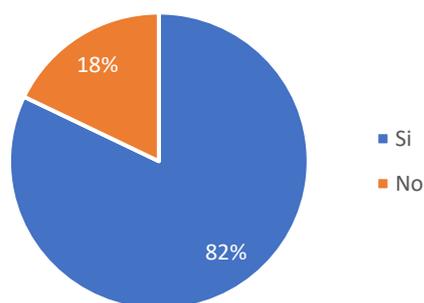
Al tener un hijo demanda más responsabilidad, los padres deben trabajar para el sustento del hogar y propiamente de los hijos. Los padres que trabajan representan el 62%, así como los estudian y trabajan con el 13%.

## 3. ¿Qué edad tienen sus hijos?

**Tabla 3. Pregunta 5**

<b>¿Tiene hijos en edades de 6 a 12 años?</b>		
<b>Si</b>	<b>46</b>	<b>82%</b>
<b>No</b>	<b>10</b>	<b>18%</b>
<b>Total, General</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

El 82% de los encuestados tienen hijos entre las edades de 6 a 12 años.

**Figura 3. Pregunta 5****Interpretación:**

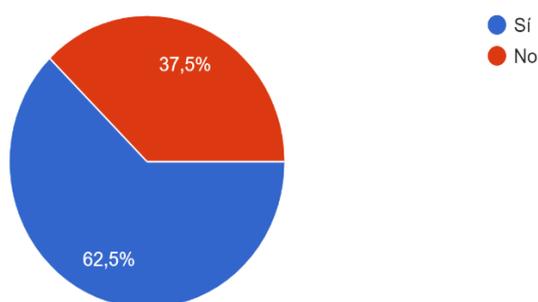
El 82% manifiestan que tienen hijos de 6 a 12 años se sume que esta etapa es donde están en su mayoría en el colegio, en donde además de los cuidados primordiales también necesitan acompañamiento académico.

4. ¿Su trabajo demanda tiempo fuera de casa?

**Tabla 4. Pregunta 6**

<b>¿Actualmente trabaja o siente el deseo de trabajar?</b>		
<b>No</b>	21	37%
<b>Si</b>	35	63%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 63% de encuestados trabajan o tiene el deseo de trabajar a que deben ir a sus centros de labores.

**Figura 4, Pregunta 6****Interpretación**

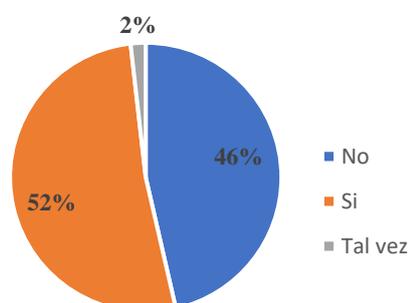
Hoy en día se necesita trabajar para generar ingresos económicos en cada hogar, sobre todo cuando se tienen hijos, el 62.5%.

5. ¿Considera que debido a sus actividades laborales pasa menos tiempo con sus hijos?

**Tabla 5. Pregunta 7**

¿Considera que debido a sus actividades laborales pasa menos tiempo con sus hijos?		
No	26	46%
Si	29	53%
Tal vez	1	1%
<b>Total, General</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

El 53% indica que pasan menos tiempo con sus hijos.

**Figura 5. Pregunta 7**

## Interpretación

Encontrar el equilibrio entre ser padres y trabajar puede ser complicado, sin embargo, cada padre hace su mayor esfuerzo de pasar el tiempo con sus hijos, aunque la mayoría de ellos reconoce que no comparte o acompaña a su hijo en su desarrollo siendo como resultado el 51.8%

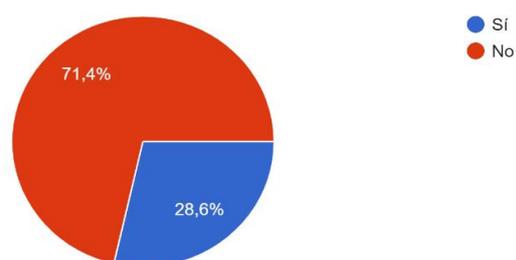
6. ¿Le ha sido fácil conseguir una persona de confianza para que cuide a sus hijos?

**Tabla 6. Pregunta 8**

<b>¿Le ha sido Fácil conseguir una persona de confianza para que cuide a sus hijos?</b>		
<b>No</b>	40	71%
<b>Si</b>	16	29%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 71% es decir 40 encuestados indican que no ha sido fácil conseguir a una persona de confianza.

**Figura 6. Pregunta 8**



## Interpretación

Como consecuencia de ser padre y trabajar no siempre es fácil conseguir una persona de confianza para el cuidado de los hijos, el 71% manifiesta que no tiene confianza en dejar a sus hijos con otras personas.

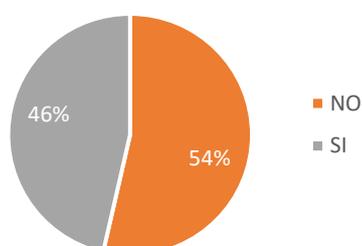
7. ¿Ha tenido la necesidad de encargar a sus hijos para que los cuiden?

**Tabla 7. Pregunta 9**

<b>¿Ha tenido la necesidad de encargar a sus hijos para que los cuiden?</b>		
<b>No</b>	30	54%
<b>Si</b>	26	46%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 54% no ha tenido a necesidad de encargar sus hijos alguien.

**Figura 7. Pregunta 9**



### **Interpretación**

Todos los niños de alguna manera deben estar cuidados y supervisados 53.6% considera que ha tenido la necesidad de encargar a sus hijos para ser cuidados.

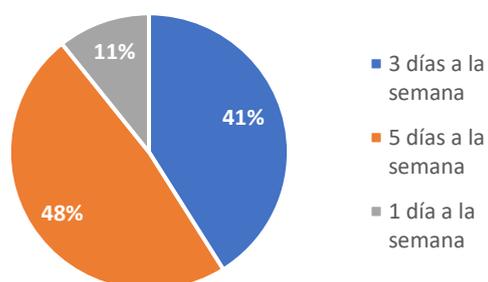
8. ¿A quién encarga el cuidado de sus hijos cuando realiza sus actividades laborales y académicas?

**Tabla 8. Pregunta 10**

<b>¿con que frecuencia deja a sus hijos al cuidado de otras personas?</b>		
<b>3 días a la semana</b>	23	41%
<b>5 días a la semana</b>	27	48%
<b>1 día a la semana</b>	6	11%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 48% deja a sus hijos 5 días a la semana para que sean cuidados por otras personas

**Figura 8. Pregunta 10**



### Interpretación

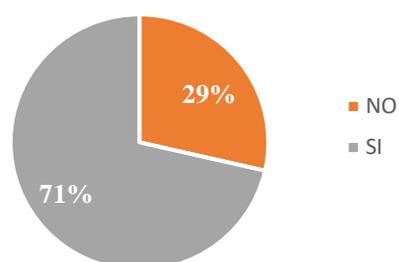
El 48% de los padres indica que debe encargar a sus hijos en la semana para que los cuiden porque ellos no pueden estar con ellos en estos días.

9. ¿Considera que el cuidado que sus hijos reciben contribuye con su desarrollo infantil?

**Tabla 9. Pregunta 11**

¿Considera que el cuidado que sus hijos reciben contribuye con su desarrollo infantil?		
NO	16	29%
SI	40	71%
<b>Total, General</b>	56	100%

En la tabla nos indica que un total de 56 encuestados nos demuestra que el 71% es decir 40 encuestados comentan que el cuidado que recibe sus hijos no contribuye a su desarrollo.

**Figura 9. Pregunta 11****Interpretación**

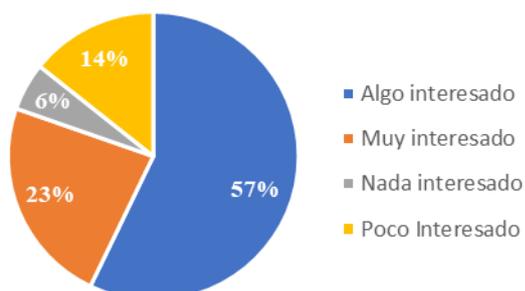
Muchas veces el cuidado de los hijos no ayuda con el desarrollo de los niños, no solo limitarse a ver que no se lastimen o que acaben la comida, los niños necesitan mucho más que eso. El 70% de los padres es consciente que no se contribuye con el desarrollo del niño.

10. ¿Cuán interesado estaría en adquirir un servicio de niñeras especializadas en el cuidado y desarrollo de los niños?

**Tabla 10. Pregunta 12**

<b>¿Cuán interesado estaría en adquirir un servicio de niñeras especializadas en el cuidado y desarrollo de los niños?</b>		
<b>Algo interesado</b>	32	57%
<b>Muy interesado</b>	13	23%
<b>Nada interesado</b>	3	5%
<b>Poco interesado</b>	8	14%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 58% se encuentra algo interesado en nuestro proyecto mientras el 22% se encuentra muy interesado.

**Figura 10. Pregunta 12****Interpretación**

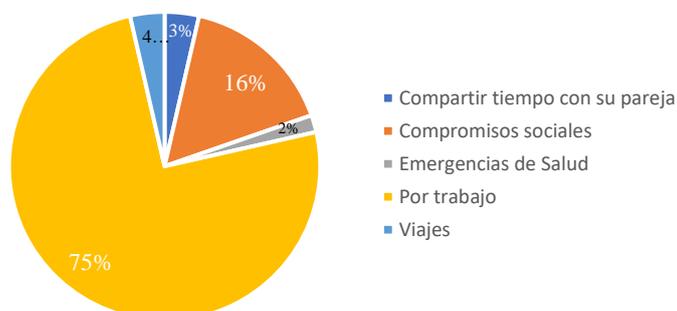
El 58 % de los padres se encuentra interesado en contratar una niñera especializada y que ayude en el desarrollo de sus hijos.

11. ¿En qué situaciones usted estaría dispuesto a contratar este servicio?

**Tabla 11. Pregunta 13**

¿En qué situaciones usted estaría dispuesto a contratar este servicio?		
<b>Compartir tiempo con su pareja</b>	2	4%
<b>Compromisos sociales</b>	9	16%
<b>Emergencias de Salud</b>	1	2%
<b>Por trabajo</b>	42	75%
<b>Viajes</b>	2	4%
<b>Total, General</b>	56	100%

El 75% estaría dispuesto a utilizar nuestro servicio por tema de trabajo mientras un 16% por compromisos sociales.

**Figura 11. Pregunta 13**

## Interpretación

La carga de trabajo y otras actividades que no es un ambiente para los infantes lleva consigo el interés de los padres en contratar el servicio de niñeras, siendo el más relevante en la respuesta que el 75% por motivo de trabajo.

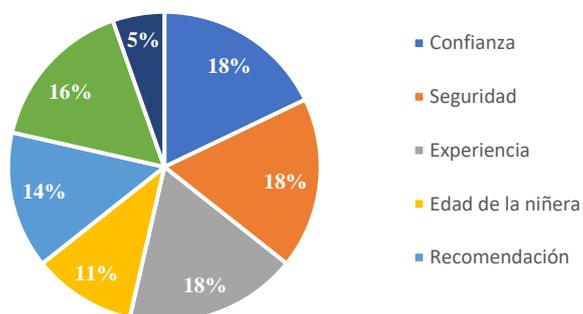
12. Escoja 3 atributos que considera importante al contratar el servicio de niñeras

**Tabla 12. Pregunta 14**

Escoja 3 atributos que considera importante al contratar el servicio de niñeras		
Confianza	10	18%
Seguridad	10	18%
Experiencia	10	18%
Edad de la niñera	6	11%
Recomendación	8	14%
Precio	9	16%
Educación de la niñera	3	5%
<b>Total, General</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

El 18% considera que los atributos que se considera para el servicio es confianza, seguridad, experiencia.

**Figura 12. Pregunta 14**



## Interpretación

Los atributos más valorados por los padres en el servicio de cuidado de niños, son la confianza, seguridad y experiencia con el 18%.

## Descripción del cliente

Mujeres madres de familia que tienen una vida profesional o sienten el deseo de trabajar, con edad de 36 y 44 años. Tienen hijos entre 6 a 12 años en etapa escolar y tiene la necesidad de encargar el cuidado de ellos. Es importante para las madres contar con una persona que le ayuda a cuidar, educar y enseñar a sus hijos.

Los atributos más valorados por las madres en el servicio de cuidado de niños, son la confianza, seguridad y experiencia.

**Tabla 13. Segmentación del cliente.**

<b>Segmentación Demográfica:</b>	<b>Edad: Entre 36 a 44 años</b>
	Género: mujer
	Ocupación: Trabajador dependiente, independientes o con deseos de trabajar
	NSE: B
<b>Segmentación Geográficas:</b>	Vivir en zona 7 de Lima Metropolitana
<b>Segmentación Conductual:</b>	Son influenciadas por las recomendaciones de amigos y familiares
	Miran la utilidad de un servicio para tomar decisiones de compra
	Personas que trabajan y buscan su desarrollo profesional
<b>Segmentación Psicográfica:</b>	Estilo de vida moderna y progresistas
	Madres que les preocupa la estabilidad de sus hijos

## El arquetipo de cliente

Se ha construido el perfil de cliente, que incluye características demográficas, de comportamiento y psicológicas. El objetivo del arquetipo de cliente es comprender cómo se comporta y cómo estos patrones de acción se reflejan en la relación con el servicio.

**Tabla 14. Arquetipo del cliente**

<b>ARQUETIPO DE CLIENTE</b>			
<p>Nombre: Erika Medina                      Género: Mujer                      Edad 38 años                      Ocupación: Asistente de contabilidad                      Nivel de Ingresos: S/3500.00</p>		<p>Lugar de residencia: Barranco                      Estado Civil: Casada                      Número de hijos: 1 hijo</p>	
			
<p><b>Metas</b>                      -Llevar una maestría y tener un emprendimiento.                      -Que su hijo sea un profesional, y sea una persona de bien.                      -Viajar en familia a conocer otros países.</p> <p><b>Valores</b>                      -Su familia es lo que más le importa                      -Responsable con su trabajo.</p>	<p><b>Retos</b>                      -Organizar su trabajo y las responsabilidades en casa.                      -Dedicar tiempo a su hijo                      Ganar una beca de estudios.</p> <p><b>Dolores</b>                      -Dejar a su hijo en casa de sus padres y que él no tenga ayuda con sus tareas                      -No poder postular a un ascenso porque demanda más responsabilidad.                      -Quedarse estancada profesionalmente</p>	<p><b>Fuentes de información</b>                      -Redes Sociales                      -Revistas                      -Conferencias                      -Blogs y youtube</p>	<p><b>Objeciones</b>                      -No cree encontrar una persona de confianza que la apoye cuidando a su hijo.                      -No puede estudiar porque las responsabilidades de madre son primero.                      -No tiene tiempo para disfrutar del crecimiento de su niño, por eso a veces es engreído.</p>

Fuente: Elaboración propia

Arquetipo del cliente

## Capítulo 2

### Diseño del servicio innovador

#### Aplicación de la metodología Design Thinking

##### *Empatizar*

Para entender las necesidades de las madres profesionales, es fundamental llevar a cabo un proceso de investigación con un estudio cuantitativo mediante entrevistas online, con duración de 30 minutos promedio. La recolección de datos va permitir diseñar un mapa de empatía, sobre el cuidado de sus hijos.

##### *Preguntas realizadas en la entrevista*

1. Nombre
2. Edad
3. Ocupación
4. ¿Cuántos hijos tiene y cuáles son sus edades?
5. ¿Sus hijos tienen alguna necesidad especial?
6. ¿Utiliza algún tipo de cuidado o programa educativo para sus hijos?
7. ¿Cuáles fueron los motivos más importantes por los que eligió el programa de cuidado?
8. ¿Sus hijos tienen apoyo en casa con sus tareas escolares?
9. ¿Toma en cuenta las recomendaciones para tomar una decisión?
10. ¿Se apoya en motores de búsqueda para contratar un servicio?

**Observación de cliente:** Sara Huamán

**Edad:** 43 años

**Ocupación:** Coordinadora académica Instituto Tecsup

**Instrumento:** Guía de observación y entrevista

**Fecha:** 01/ 06 /2022

**Observadores:** Choquehuanca López María

**Comentarios del cliente:** Tiene 2 hijas de 8, 10 y no tienen necesidades especiales. Sus hijas solo asisten a la escuela y mientras ella trabaja se quedan al cuidado de su abuela que tiene 89 años y cuenta con una señora que la ayuda con la limpieza y la preparación de los alimentos. En una oportunidad contrato una niñera porque no podía distribuir su tiempo entre la casa y el trabajo, pero tuvo una mala experiencia porque no se cumplía con las condiciones de higiene y alimentación de las niñas. Las niñas estudian en un colegio bilingüe, no tienen apoyo en casa con las tareas escolares hasta que mamá o papá lleguen del trabajo.

Considera importante las recomendaciones de sus amigos, porque les permite tener más confianza y seguridad para su anciana madre y sus hijas.

También se apoya por redes sociales y grupos de Facebook para buscar recomendaciones.

**Gestualidad:** Su postura fue bastante optimista y con buena disposición, además se le vio bastante entretenida en el tema y se explaya bastante contando las experiencias.

**Comportamiento:** Constantemente preocupada por el bienestar de sus hijas.

**Conclusiones:** La madre se preocupa por cumplir su rol profesional y maternal, pero esto puede llevar a un agotamiento físico y mental.

**Observación de cliente:** Carola Rosas

**Instrumento:** Guía de observación y entrevista

**Ocupación:** Analista de Innovación en la Universidad Peruano Alemana

Fecha: 01/06/2022

**Observadores:** Vasquez Torres Shirley

**Comentarios del cliente:** Tiene una hija de 9 años, no tiene necesidades especiales. Sobre el programa de cuidado o educación de su hija cuenta con el colegio y acompañamiento psicológico de manera particular por la separación de los padres. Su hija no tiene apoyo ni supervisión para que cumpla con sus actividades del colegio. Son sus ex suegros que la apoyan con el cuidado mientras trabaja, pero últimamente tiene constantes diferencias con la forma de cómo están cuidando a su hija. Si toma en cuenta las recomendaciones de sus amigos y familiares porque les inspira confianza, Utiliza mucho las redes sociales le agrada estar conectada.

**Gestualidad:** Se le veía muy segura de lo que quiere

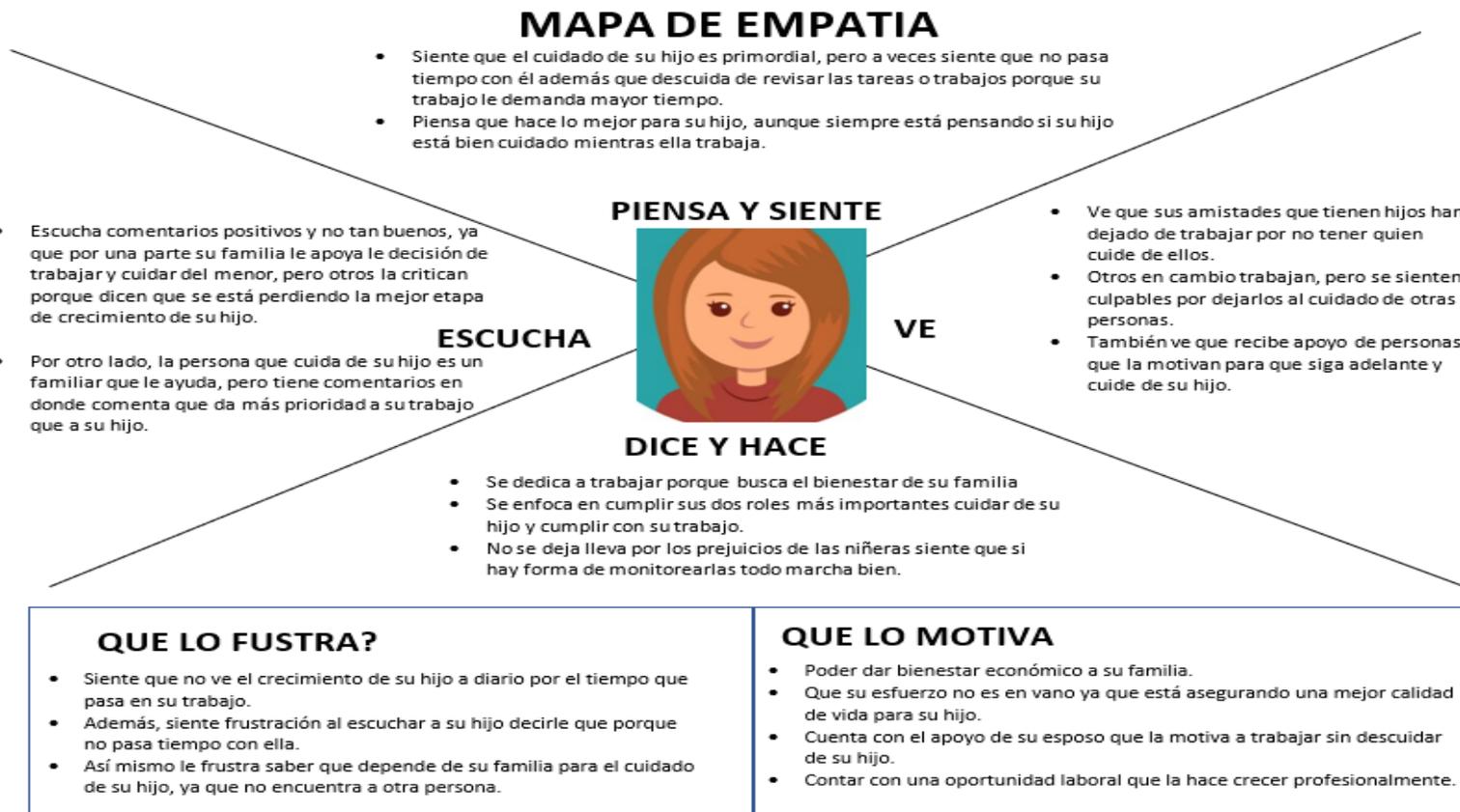
**Comportamiento:** Se notaba serena y atenta durante la entrevista.

**Conclusiones:** Su hija no tiene una formación y cuidado adecuado de acuerdo a su edad.

## Definir

La empatía hacia las madres es ese sentimiento que describe la habilidad de comprender el estado emocional de ellas al colocarse en su lugar, y que permite ver las situaciones sobre perspectivas diferentes, entender sus razones y necesidades.

Figura 13. Mapa de empatía



Mapa de empatía de las madres que trabajan

Los sentimientos más comunes de muchas madres que trabajan, es la culpa por dejar a sus hijos y mantener el equilibrio entre ser mujer y madre que a veces parece difícil; sin embargo, no es imposible. Como resultado de la fase se precisa que las madres priorizan el bienestar de sus hijos, en donde se les brinde un cuidado adaptado a sus necesidades. Se trasmite los valores familiares, se refuerce su aprendizaje y habilidades, así como también su desarrollo en un entorno seguro.

### ***Idear***

Para idear es necesario conocer cuáles son las tareas de una niñera común:

- Cuidar de la seguridad del niño, darle de comer, vigilar su higiene, participar en su rutina de descanso, Jugar con el niño, salir de paseo, ayudar en algunas tareas domésticas.

Existen empresas en Lima que brinda estos servicios algunas de ellas son:

1. La Casa de Panchita S.A.C – Av. Ignacio Merino 2618, Lince. Lima. Lima.
2. Nanas & Amas - Av. La Molina 2830 Centro Comercial Molicentro local A-9

Perfil de sus niñeras:

- Cuidado de recién nacidos
- Cuidado de niños 3-6 años
- Cuidado de niños 6-11 años
- Limpieza
- Cocina

Con el método SCAMPER tenemos el reto encontrar el mejor servicio para las madres que buscan un cuidado para sus hijos de 6 a 12 años mientras ellas trabajan.

Tabla 15. SCAMPER

<b>PASO</b>	<b>CAMBIOS POSIBLES</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>
<b>Sustituir</b>	Sustituir la rutina de solo ayudar a los niños sus tareas sino enseñar en valores.	Se realiza para que las madres pasen más tiempo con sus hijos después de largas horas de trabajo.
<b>Combinar</b>	Combinar la enseñanza con juegos educativos y didácticos que lo ayuden a devolverse menor.	Esta combinación ayudara que los niños puedan desarrollar formas de entretenimiento y educación, mejorando la idea del aprendizaje.
<b>Adaptar</b>	Adaptar a los niños la implementación de medios digitales para la búsqueda de conocimientos.	Ayudará a los niños a insertarse al mundo digital a través del uso correcto de los canales digitales
<b>Modificar</b>	Modificar el estilo de enseñanza dejando de ser monótona incluyendo al menor a que sea participe.	Esto permitirá ver como es el niño en habilidades interpersonales e intrapersonales y poder así ver la opción de buscar apoyo psicológico en caso sea requerido.
<b>Probar otros usos</b>	Contar con videos educativos sobre el tema de reforzamiento en donde el menor pueda interactuar a través de preguntas dadas por el expositor del video	Se realiza para poder mejorar el aprendizaje del menor a través de videos educativos ya que llamamos el interés del niño(a) en aprender.
<b>Eliminar</b>	Eliminar la idea que las niñeras solo están para cuidar del menor.	Esto es debido a que siempre se considera que la niñera es solo quien cuida del niño(a) sino que además ellas están capacitadas para brindar un apoyo en una enseñanza y educación de calidad.
<b>Rediseñar</b>	Rediseñar la forma de contratar a una niñera ya que no solo debe ser por la sugerencia de conocidos.	Ya que en la actualidad no solo deben basarse en amistades sino también en ver que la persona este certificada, contar con su hoja de vida y experiencias.

Se ha rediseñado el perfil de las niñeras convencionales, para aportar valor y mejorar la experiencia de las madres y sus hijos, con un concepto de niñeras profesionales, capacitadas en las necesidades que presentan los niños de 6 a 12 años en su entorno social, académico y familiar.

## Prototipar

Comenzamos el prototipado con dos aspectos clave: la propuesta de valor y su relación con los segmentos de clientes y su problema.

**Figura 14. Lienzo propuesto de Valor**



Lienzo de valor de las niñeras profesionales

## Prototipo del servicio

Como prototipo de baja fidelidad para incentivar a las clientas, se presenta el servicio de manera breve mediante un brochure que los direcciona a la página web.

Figura 15. Prototipo de baja fidelidad



Figura 16. Página web del servicio



Vista de inicio de la página web del servicio.

En la página web hay 3 ítems importantes que son:

- Ítems inicio: Se detalla el emprendimiento, su misión y visión

**Figura 17. ítem inicio de la página web**



- Ítems servicio: Se explica el servicio

**Figura 18. Ítems servicio de la página web**



- Ítems Contacto: El cliente podrá registrarse para solicitar más información y ser atendido por un asesor.

**Figura 19. Ítems contacto**

INICIO SERVICIOS CONTACTO

PONTE EN CONTACTO  
CON NUESTRO EQUIPO

Nombre \*

Ingresar tu nombre

Email \*

Ingresar tu email

Asunto

Escribir el asunto

Mensaje

Escribir tu mensaje aquí...

Enviar

- Ítems Chat: Mientras navegan en la página podrán hacer sus preguntas a través de un chat y ser atendidos por un bot programado para responder preguntas frecuentes.

**Figura 20. Ítems chat**

### ***Evaluar***

Se realizó la prueba del prototipo respecto al contenido del servicio de niñeras profesionales en la página web con algunas madres, sus comentarios fueron los siguientes:

- Agregar la calificación del servicio y testimonio de madres.
- La página no se puede visualizar bien desde el celular.
- Publicar el perfil de las niñeras y el acceso a los antecedentes psicológicos y penales.
- La página web deber ser más dinámica a través de videos.
- Dar a conocer el perfil y experiencia de las niñeras.

### **Características del servicio innovador validado**

- Niñeras capacitadas en el cuidado emocional y académico de los niños
- Las especialistas pasarán por un proceso de selección riguroso, tendrán un plan de capacitación y serán evaluadas para que finalmente puedan atender a los clientes.
- Cada niño tiene un plan de cuidado personalizado de acuerdo las necesidades personales y de su familia.
- Las especialistas tendrán constante comunicación con los padres, para informar sus avances o mejoras en relación a su educación.
- El canal de comunicación y contacto del servicio es a través de la página.

## Capítulo 3

### Elaboración del Modelo de Negocio

#### **Definición de la propuesta de valor del negocio.**

##### *Propuesta de valor*

El servicio de niñeras convencional, que hay en el mercado, se centra solamente en cuidar a los niños, alimentarlos y apoyar en las actividades domésticas. Actualmente optar por las niñeras profesionales es una buena opción para cuidar de los niños cuando las madres no puedan hacerlo.

El proyecto propone un servicio con niñeras que poseen un perfil profesional y están preparadas para todo tipo de situaciones y reaccionar de forma correcta. Personas capaces de dar y recibir cariño, así como demostrar empatía. Su preparación en educación infantil hace que estén perfectamente capacitadas para hacerse cargo de los niños. La niñera profesional, además de atender a los niños, ofrecerá un importante apoyo a la familia, ya que sabrá comunicarse con ella y transmitir a los pequeños los valores que quieran inculcarle sus padres. El servicio será elaborado mediante un plan de cuidado personalizado para cada niño.

##### *Segmento de clientes*

Edad: Entre 36 a 44 años

Género: Mujer

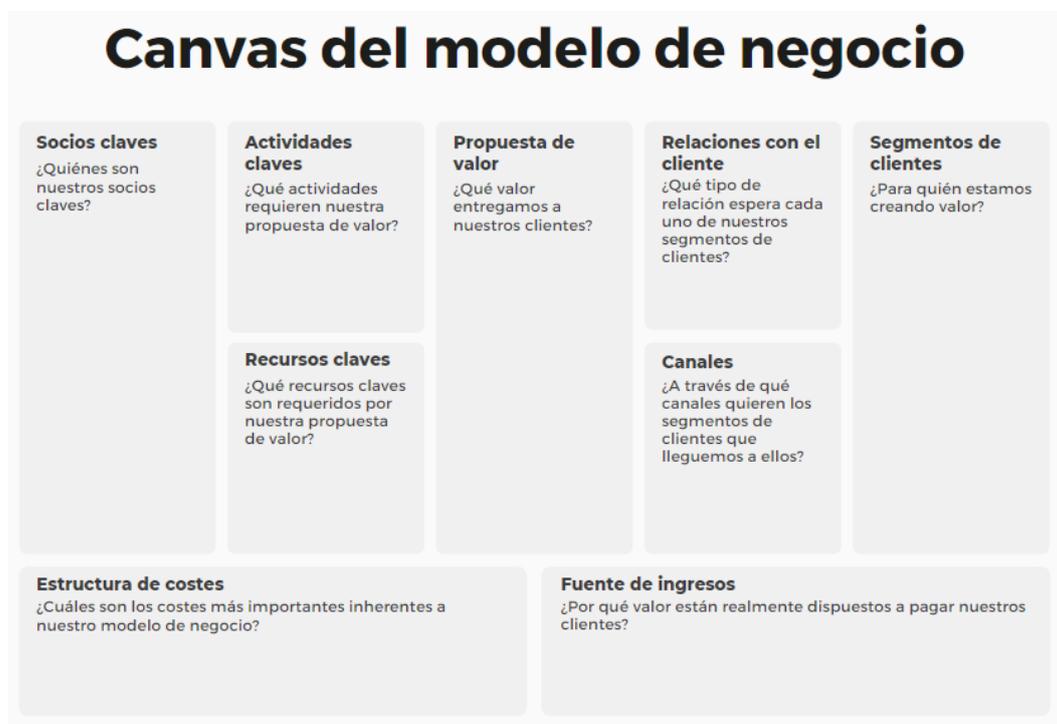
Madres con hijos de edades de 6 a 12 años.

Ocupación: Trabajador dependiente, independientes o que sienten el deseo de trabajar

Nivel Socioeconómico B

## Elaboración del lienzo de modelo de negocio.

Figura 21. Lienzo modelo de negocio



Lienzo del modelo de negocio

**Socios claves:** Son los proveedores y aliados que nos ayudarán a alcanzar los objetivos y metas del servicio, para ello contamos con profesionales especializados como:

- Psicólogos especialistas
- Niñeras profesionales

**Actividades clave:** Servicio estará disponible a través de la página web y redes sociales de apoyo, para poder captar la atención de los clientes interesados.

**Recursos Claves:** El recurso más importante es la página web, por ese medio se transmite la información del servicio y atracción de los clientes.

**Propuesta de valor:** El no solo se limita al cuidado del niño, se brinda un personal calificado que contribuya en el desarrollo educativo de los niños, con un plan personalizado de acuerdo a su crecimiento y necesidades.

**Relación con el cliente:** La página web cuenta con un chat en línea para atender todas las consultas relacionadas al servicio, así como también un landing page para la recolección de datos.

**Canales:** El canal a utilizar será la página web que contiene la información del servicio y las redes sociales donde se comparte contenido del servicio, para captar más seguidores.

**Segmento de clientes:** Los clientes son padres de familias entre 36 a 44 años, nivel socioeconómico B, que viven en la zona 7 de Lima Metropolitana, con trabajo dependiente o independiente y de ritmo de vida acelerado por la alta carga laboral que llevan.

**Fuentes de ingresos** Será a través del pago del servicio de las niñeras.

**Estructura de costos** Para el desarrollo del servicio, se hace un análisis de los precios, los métodos de pago, las relaciones con bancos además del dominio de la página web.

### **Descripción del prototipo de lanzamiento.**

El servicio es denominado Mommy Asssitant, ofrece un programa de trabajo elaborado por las niñeras profesionales de manera personalizada para el cuidado y desarrollo de los niños, se centra en representar la conexión de las madres con sus hijos, sin perder los valores y costumbres de cada hogar. Con niñeras profesionales se busca potenciar la creatividad y fortalecer la seguridad y autoestima en los niños.

El logotipo del servicio está representado por colores que se alinean con el respeto, y calidez del hogar para los niños.

**Figura 22. Logo del servicio**



Diseño de logo

El servicio será difundido por la página web creada para atraer clientes y generar ventas. La vista principal de la web tiene una frase de confianza y conexión con el usuario, en donde se hace énfasis en la educación como parte del cuidado del niño.

**Figura 23. Página principal de la web**



En página web se detalla el servicio mediante un ítem desplegable, la vista rápida le permite al cliente ingresar a ver más información.

La página le permite al cliente conocer al equipo de trabajo y está habilitada la opción de chat, en donde los interesados podrán solicitar más información.

Las madres podrán solicitar una entrevista a través de la viñeta “contáctanos”. La página web también contará con vista móvil porque se ha considerado que muchas personas usan más un dispositivo que una computadora.

**Figura 24. Diseño de página web vista para celular**

Únete a la Wix app

Nombre \*

Ingresar tu nombre

Email \*

Ingresar tu email

Asunto

Escribe el asunto

Mensaje

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

📞 ✉️ 📘 💬

Para complementar la página web con apoyo de las redes sociales como el Facebook donde se publicará información relacionada al cuidado de los niños para llegar a más clientes potenciales.

**Figura 25. Fanpage de mommy assistant**



En la ejecución del servicio, los padres serán evaluados por el especialista de mommy assistant y luego del diagnóstico previo, se le asignará la niñera.

La niñera profesional tendrá un primer contacto con niño y sus padres para determinar el plan de trabajo de acuerdo a su edad, sus necesidades y conocer posibles cuidados

especiales en alimentos o medicamentos. Se irá supervisando el progreso de acuerdo al tiempo servicio.

En situaciones de salud o algún fenómeno natural, las niñeras se encuentran capacitadas para la atención y cuidado en primeros auxilios pediátricos. En caso de una emergencia de salud, la niñera cuenta con un directorio de clínicas y/o médicos que pueda atender el niño. Ante un fenómeno natural las zonas de seguridad son identificadas desde el primer día por el personal.

**Pagos:** El pago se realiza al finalizar el servicio diario o semanal, por depósito bancario o se le genera un link de pago. Esto dependerá del cliente de acuerdo con sus posibilidades.

## Capítulo 4

### Validación del Modelo de Negocio

#### Aplicación de la metodología Lean Startup

En este capítulo se aplica la metodología Lean Startup para el servicio través de la página web el público objetivo podrá validar, si cumple con sus necesidades. Esta metodología permite rediseñar el servicio a través de la innovación continúa generando valor.

Para esta metodología se aplica tres fases que son de importancia para desarrollar el producto mínimo viable.

#### Diseño a escala

##### *Eliminación de detalles y confección de métrica de muestra*

En este punto, se realiza la malla receptora sobre el producto mínimo viable y así analizar las oportunidades de mejora.

#### Testeo

Después de mostrar la página web donde se informa a los clientes sobre el servicio y por medio de una encuesta los resultados son los siguientes, según la malla receptora.

#### Malla receptora

##### **Ideas interesantes brindadas por nuestros clientes**

- Las imágenes y logotipo deben estar acorde a la edad de los niños.
- Añadir un vídeo a la página con experiencias de padres utilizaron el servicio.
- Se debe especificar las experiencias y recomendaciones de padres que utilizaron el servicio.

### ***Críticas constructivas***

- No es muy amigable la presentación de la página web y línea gráfica.
- La Página tiene características y colores orientados a bebés.
- Incluir un vídeo informativo en el en vez poner mucho texto, ya casi nadie quiere leer en estas épocas
- Quitaría la misión y visión de la pantalla principal de la página web y hacerlo parte del menú.

### **Preguntas nuevas**

- ¿Qué cualidades tiene el servicio en particular?

### **Ideas nuevas**

Según las encuestas, los clientes quieren que el servicio tenga las siguientes opciones:

- Realizar tareas y repasar contenido escolar (tutorías)
- Asesoramiento psicológico, fortaleciendo la autoestima del niño.
- Cambiar la línea gráfica de la página web, orientado a niños de 6 a 12 años.

### **Prueba de concepto**

#### **Validación de funcionalidad**

El 80% de los encuestados se muestra interesado en adquirir el servicio, pero siempre hacen énfasis en que deben conocer todo el perfil de la persona a contratar, ya que está poniendo en sus manos el cuidado de sus hijos.

De alguna manera esto es importante considerar debido a que las madres deben cumplir con sus labores fuera de casa y la persona que contratan deben ser de su total confianza, siendo así el 60% indica que se sentiría seguro con una niñera especializada.

Las 3 opciones más relevantes que le gustaría encontrar en el servicio del cuidado son: el 90% indica que necesita conocer la hoja de vida de la niñera, el 60% que deben vivir cerca al lugar de su residencia, y el 40% tener acceso al historial de las recomendaciones de otros padres.

### **Validación de accesibilidad**

El 100% de los encuestados indica que pudo entrar a la Página Web desde el primer intento, sin necesidad de insistir en más de una ocasión.

El 80% de los encuestados considera que el diseño de la Página Web es lo suficientemente atractivo como para desear mantenerme en ella.

El 80% Los padres indican que encontraron la información que buscaban.

### **Validación de costo mínimo**

Según las encuestas realizadas (anexo 2) se tomará en cuenta los salarios del mercado laboral, así como también el valor agregado que ofrecen las especialistas. El 58% de las madres encuestadas consideran importante contar con una persona calificada.

### ***Medir***

#### **Confeción de métrica de medición**

**Tabla 22. Métrica de medición**

---

<b>Novedad</b>	Un 80% de las encuestadas consideran que el servicio negocio es nuevo para ellos y que en otras ocasiones no habían escuchado de algo similar.
----------------	--

---

---

<b>Validación</b>	El 60% de los encuestados presentan dudas, pero luego de escuchar las explicaciones les parece que el servicio es aceptable.
<b>Aceptación</b>	Un 58% opina que se siente seguro con una niñera especializada.
<b>Necesidad de Mercado</b>	El 80% las madres que trabajan mencionan que importante tener una persona de confianza en el cuidado de sus hijos.

---

Fuente: Elaboración Propia.

### Tabla de medición

#### Indicadores KPI

Al desarrollar una idea siempre genera incógnitas ya que depende del público y si no se maneja información en tiempo real no se puede tomar decisiones sobre los clientes presentes y futuros.

Los estudios de mercado en publicidad y en marketing son importantes, sin embargo, las empresas emergentes también se apoyan en las métricas en lugar de necesitar enormes inversiones en investigación. Con las métricas se puede rentabilizar acciones muy concretas, que se conviertan en grandes vías de información.

Actualmente al adquirir un dominio y hosting incluyen varios indicadores de medición, para la elaboración del prototipo de la página web se utilizó wix, este permitió tener acceso indicadores interesantes con la proyección de potenciarlos para tomar decisiones sobre la difusión del servicio.

Tabla 16. Tabla de KPI's

KPI's	JUSTIFICACIÓN
<b>Adquisición</b>	Este indicador permite centrar la eficacia y las herramientas de marketing para atraer a nuevos visitantes a la página web además poder identificar que sitios visitan el público objetivo y de que canales para promocionar el servicio de niñeras.
<b>Tasa de rebote</b>	Esta métrica permite medir el porcentaje de quienes ingresan a la web si hay interacciones con el contenido. Esto se revisa constantemente ya que indica que tanto interactúan con la página los visitantes.
<b>Fuente de Trafico</b>	Esta métrica permite identificar el comportamiento de los canales que llevan el tráfico a la web, identifica que canales permite la visita a la página y aumentar las visitas de forma directa, con una búsqueda orgánica.
<b>Engagement</b>	Esta métrica permite identificar que tan atraídos se sienten los clientes con el servicio esto permitirá saber si se logra captar y mantener la atención, familiarizar con el servicio se podrá medir a través de comentarios, compartiendo la página con familiares.
<b>Numero de leads</b>	Esta métrica permite saber que tan interesada esta la persona en adquirir el servicio a través de diferentes canales poder saber si termina siendo un cliente potencial o recurrente.

Figura 26. Resumen del tráfico web del servicio



Fuente: Wix de nuestra página web de mommy assistant

**Figura 27. Resumen del tráfico página web de Mommy Assistant**



Fuente: Wix de nuestra página web Mommy assistant

## ***Aprender***

### **a. Pivotear**

No será necesario pivotear

### **b. Perseverar**

En este caso se analizó que se debe perseverar para ser la mejor opción de compra en el mercado servicio de niñeras profesionales, a los clientes les gusta optar por una solución rápida y eso se dará a través de la accesibilidad para adquirir el servicio y solicitarlo a través una página web interactiva en donde se detalla la descripción del mismo.

### **c. Validado**

Se valida la hipótesis seleccionada a través de las encuestas con una aceptación de 75% sobre el servicio de niñeras personalizadas, esto permitirá continuar con el proyecto.

Según las encuestas se puede determinar que un 80 % de las madres encuestadas consideran que el servicio es de su interés, por otro lado, el 60% desconoce del tema al inicio de la presentación del negocio generando dudas las cuales al ser atendidas quedan resueltas y

por último se tiene el 90% de aceptación para adquirir el servicio esto motiva a seguir buscando la innovación además de proporcionar a los clientes un servicio que realmente cumpla con sus expectativas.

### *Contraste de hipótesis*

### *Hipótesis de creación de valor*

**Tabla 17. Hipótesis de creación de valor**

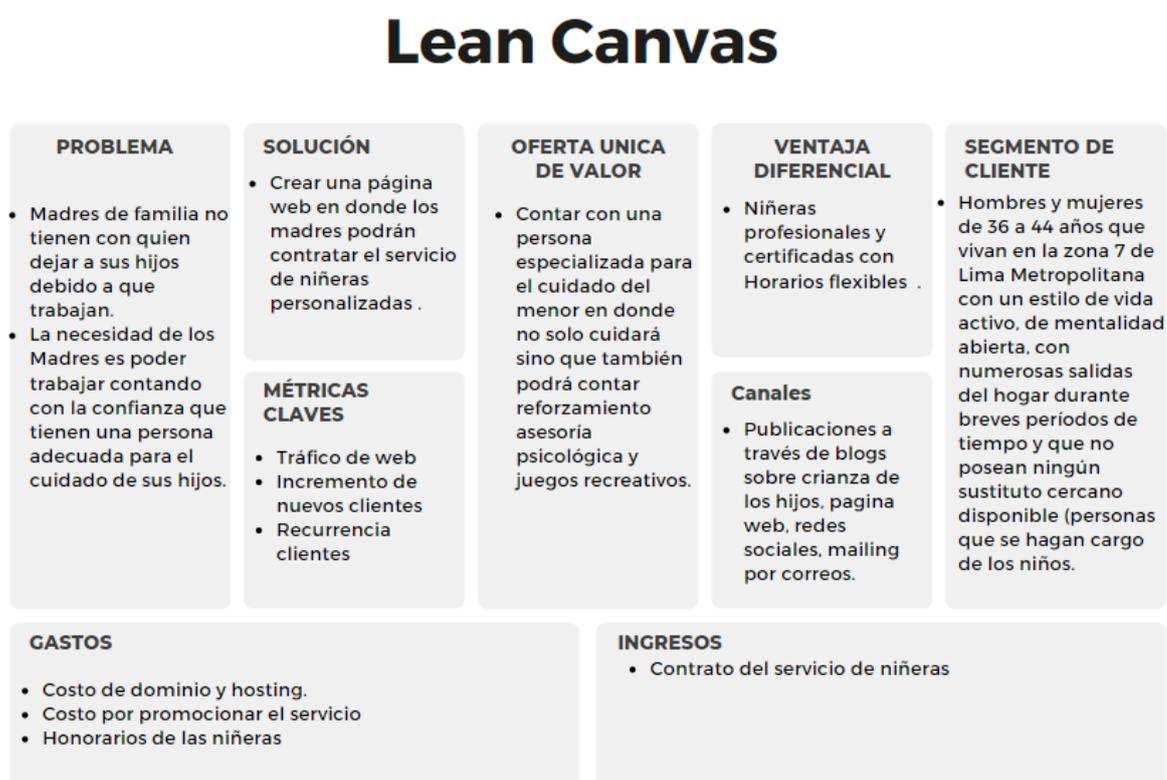
<b>Desarrollo de hipótesis de creación de valor</b>	
<b>hipótesis</b>	Brindar el servicio de niñeras profesionales donde les permita a las madres solicitar el cuidado de sus hijos mediante un plan personalizado. Contactando mediante la página web
<b>Cuadrante que valida</b>	Propuesta de valor
<b>métrica</b>	Cantidad de madres que ingresan a los diferentes canales para captar información del servicio de niñeras personalizadas.
<b>Aprendizaje</b>	Las herramientas digitales nos han permitido llegar a más personas, en donde nos permiten saber sus necesidades y tener una atención inmediata.

### *Crear*

Para la segmentación del mercado, se define las características del mercado objetivo. Los clientes son madres con 36 a 44 años, con hijos en un rango de edad de 6 a 12 años. Estratos socio-económicos B; ubicación geográfica, Zona 7 de Lima Metropolitana. Nivel de estudios profesional, estilo de vida activo, de mentalidad abierta, con numerosas salidas del hogar durante breves períodos de tiempo y que no posean ningún sustituto cercano disponible (personas que se hagan cargo de los niños: abuelos/as, sobrinos/as, tíos/as, vecinos/as, amigos/as).

En esta etapa se elaboró el Lean Canvas del proyecto para mostrar el modelo de negocio en etapa inicial y establecer con precisión al segmento de cliente y así dirigirse a ellos, con una oferta de valor y así confirmar si el prototipo es acorde a sus necesidades.

**Figura 28. lean canvas**



### Descripción del modelo de negocio validado

El servicio de Mommy assistant consiste en el cuidado de niños y niñas de edades entre 6 a 12 años, a modo de apoyo a los padres de familia en la crianza de sus hijos con profesionales capacitadas en el cuidado de menores, quienes brindarán un servicio completo ya que ayudarán al menor en el área académica, psicológico y social dependiendo de las edades de los niños a cuidar.

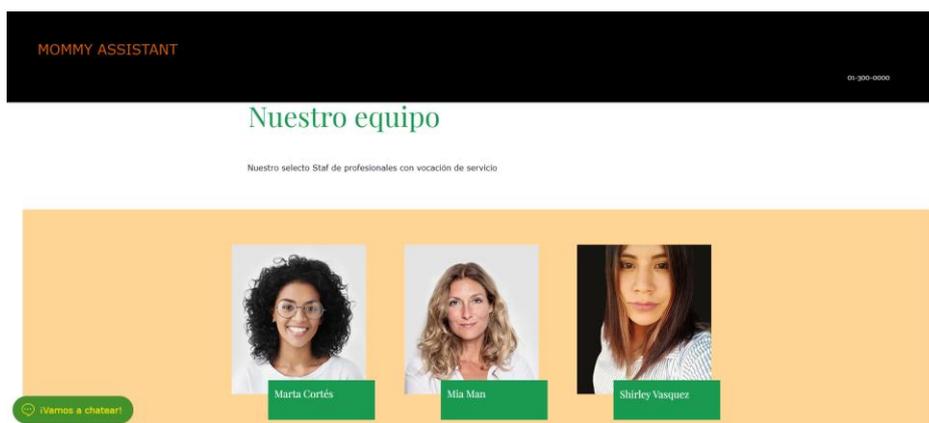
La duración es del servicio es de 4 horas cronológicas, tendrá un precio de 60 soles por día y si el cliente solicita más horas o tiene más de un niño se le cotizará de acuerdo a su necesidad.

**Figura 29. Página web mejorada**

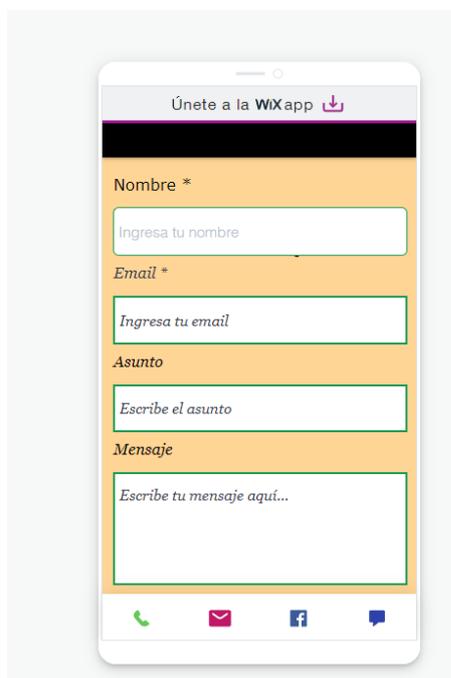


Dentro de la página web se encontrará la experiencia de la niñera, con una reseña de sus logros, y habilidades blandas.

**Figura 41. Perfil de las niñeras**



Los padres hacen énfasis en la seguridad y confianzas. Al adquirir el servicio podrán solicitar, documento de identidad oficial y certificado de antecedentes penales de las profesionales.

**Figura 30. Sección de la página web**

Únete a la Wixapp 

Nombre \*

Email \*

Asunto

Mensaje

Se ha incluido los videos explicativos del servicio. Debido a que los clientes querían tener una información más dinámica.

**Figura 31. Video del servicio**

 ¡Vamos a chatear!

Figura 32. Logo mejorado



Figura 33. Facebook mejorado



## Capítulo 5

### Análisis de la rentabilidad

#### Determinación del punto de equilibrio

#### *Planilla*

Tabla 18. Planilla

DATOS DE LA PLANILLA (COSTO) DE LOS TRABAJADORES POR RÉGIMENES LABORALES mype					
	VENTAS	hasta	150 UIT	4600	S/690,000.00
		Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL, ANUAL	
Costo Operativo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Gasto Administrativo	S/. 3,536.00	S/. 318.24	S/. 147.33	S/. 4,001.57	S/. 48,018.88
Gerente general	S/. 2,210.00	S/. 198.90	S/. 92.08	S/. 2,500.98	S/30,011.80
Asistente administrativo	S/. 1,326.00	S/. 119.34	S/. 55.25	S/. 1,500.59	S/18,007.08
Gasto de Ventas	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>	<b>S/. 3,536.00</b>	<b>S/. 318.24</b>	<b>S/. 147.33</b>	<b>S/. 4,001.57</b>	<b>S/48,018.88</b>

La planilla se encuentra bajo el régimen especial Mypes

## Costo de ventas

Tabla 19. Costos de ventas fijos y variables

<b>COSTO DE VENTAS</b>					
<b>COSTOS DE VENTAS FIJOS</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>MENSUAL</b>		<b>TOTAL, ANUAL</b>
<b>Mantenimiento de página web</b>	2	S/	600.00	S/	1,200.00
<b>Capacitaciones</b>	6	S/	100.00	S/	600.00
<b>Mantenimiento redes sociales</b>	4	S/	250.00	S/	1,000.00
<b>TOTAL, VENTAS FIJO</b>		<b>S/</b>	<b>950.00</b>	<b>S/</b>	<b>2,800.00</b>
<b>COSTOS DE VENTAS VARIABLE</b>					
<b>RRHH. Ser de niñeras</b>	17	S/	29,592.00	S/	506,763.00
<b>comisión por reclutamiento</b>	7	S/	725.76	S/	5,080.32
<b>TOTAL, VENTAS VARIABLE</b>		<b>S/</b>	<b>30,317.76</b>	<b>S/</b>	<b>511,843.32</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>		<b>S/</b>	<b>31,267.76</b>	<b>S/</b>	<b>514,643.32</b>

El Servicio será ejecutado por cuidadoras especializadas en donde se ha definido el costo por servicio. En ese sentido el costo es variable ya que va depender de la demanda.

Tabla 20. Gasto administrativo

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>MENSUAL</b>		<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Planilla</b>	12	S/	4,001.57	S/	48,018.88
<b>Servicios Generales</b>	12	S/	538.00	S/	6,456.00
<b>Amortización</b>	12	S/	376.26	S/	4,515.12
<b>depreciación de tangibles</b>	12	S/	40.83	S/	490.00
<b>amortizacion de intangibles</b>	12	S/	52.58	S/	631.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/</b>	<b>5,009.25</b>	<b>S/</b>	<b>60,111.00</b>

En los gastos administrativos han sido considerados los servicios generales, la amortización y la planilla de trabajadores.

### Precio de Venta

Tabla 21. Determinación del precio de venta

<b>Costo servicio de niñera</b>					
	<b>HORA</b>	<b>DURACION</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MENSUAL</b>	
<b>SERVICIO</b>	S/	4.00	S/	S/	
<b>DE LA</b>	18.00		72.00	1,728.00	
<b>NIÑERA</b>					

<b>costo mensual / la cantidad de servicios al mes</b>	<b>S/</b>	<b>94.89</b>
<b>= costo de servicio</b>		

Tabla 22. Precio de venta

<b>PRECIO DEL SERVICIO</b>								
COSTO			GANANCIA		Precio de venta		IGV	
			25%				18%	
<b>SERVICIO DE TUTORIA</b>	S/	94.89	S/	23.72	S/	118.62	S/	21.35

Punto de equilibrio en unidades – anual

Tabla 23. Punto de Equilibrio por unidades

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1</b>		
Precio de venta unitario		118.62
Costo variable unitario		94.89
		23.72
<b>CF</b>		60,111.00
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>CF</b>	<b>2,534</b>
	<b>% Mg contrib unit</b>	<b>Servicios</b>

El punto de equilibrio nos ha permitido determinar que necesitamos brindar 2534 servicios al año para poder cubrir nuestros costos, a partir del servicio 2535 estaríamos generando ganancias. Es importante contar con esta proyección porque nos brinda una mejor visión de cómo debemos impulsar nuestra fuerza de ventas.

### **Punto de equilibrio en unidades monetarias – anual**

Así como la cantidad de servicios, es importante saber determinar el punto de equilibrio en soles, para mantener nuestros costos sobre los ingresos y no llegar a pérdidas. En ese sentido nuestro proyecto deberá generar ingreso de 188 207.23 nuevos soles al año.

### **Ventas Proyectadas 5 años (Para el primer año mensual)**

**Tabla 24. proyección de ventas unidades año 1**

Proyección de Ventas (servicios)	AÑO 1 (unidades de compra promedio)												
SERVICIO TUTORIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
TOTAL	411	415	419	423	428	432	436	441	445	450	454	459	5213

La proyección de ventas para el año 1 se ha determinado de manera mensual para poder lograr estrategias de publicidad más específicas y con ellos podremos proyectarnos para los siguientes años.

**Tabla 25. Proyección de ventas año en unidades**

<b>Proyección de Ventas</b>	<b>Proyección</b>				
<b>PRODUCTOS A COMERCIALIZAR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SERVICIO TUTORIA</b>	5,213	5,265	5,317	5,370	5,424

**Proyección de ventas**

**Tabla 26. Proyección de ventas soles**

<b>Proyección de Ventas (soles)</b>	<b>Proyección</b>				
<b>PRODUCTOS A COMERCIALIZAR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SERVICIO TUTORIA</b>	S/618,291	S/624,474	S/630,718	S/637,026	S/643,396
<b>Precio de venta:</b>	<b>118.62</b>				

La proyección de ventas de anual del servicio.

Tabla 27. *Proyección de demanda*

<b>SEGMENTACIÓN</b>						
<b>PERFIL BASE</b>						
<b>Unidad de Investigación</b>	Mujer zona 7 NSE B					
<b>Población Total</b>	77,450					
<b>(Fuente: INEI)</b>						
<b>SEGMENTACIÓN BASE</b>						
<b>Criterios</b>	<b>Pesos</b>					
<b>PEA</b>	64.40%					
<b>Educación</b>	22.00%					
<b>Psicográficos</b>	36.00%					
	<b>3,950</b>					
<b>En Número de servicios</b>						
<b>Mercado Potencial</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	
<b>SERVICIOS</b>	692,769	710,781	729,261	748,222	767,676	
	446,143	457,743	469,644	481,855	494,383	
<b>DEFICIT M. POTENCIAL</b>	246,626	253,038	259,617	266,367	273,293	
<b>Mercado Disponible</b>	%	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>SERVICIOS</b>	100%	246,626	253,038	259,617	266,367	273,293
<b>Mercado Efectivo</b>	%	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>

<b>SERVICIOS</b>	94%	231,828	237,856	244,040	250,385	256,895
<b>Mercado Objetivo</b>	%	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>SERVICIOS</b>	90%	208,645	214,070	219,636	225,347	231,206
<b>Total</b>		<b>208,645</b>	<b>214,070</b>	<b>219,636</b>	<b>225,347</b>	<b>231,206</b>
<b>MARKET SHARE</b>		<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Cuota de alcance</b>		2.50%	2.46%	2.42%	2.38%	2.35%
<b>Pronóstico de ventas</b>		5,216	5,265	5,317	5,370	5,424

Proyección de la demanda en relación a la venta de servicios por año

## Determinación de las necesidades de inversión

### *Inversión Tangible*

**Tabla 28. Inversión Tangible**

INVERSIONES	Cant	Precio Unitario	Total (Soles)	Tasa de Depreciación %	Depreciación Anual 1	Depreciación Anual 2	Depreciación Anual 3	Depreciación Anual 4	Depreciación Anual 5
<b>Inversiones Tangibles</b>			<b>S/ ,900.00</b>		<b>S/ 980.00</b>				
<b>Maquinaria y Equipos</b>			<b>S/ ,900.00</b>	<b>%</b>	<b>S/ 980.00</b>				
<b>Laptop ASUS X515 512 GB SSD 11va Gen</b>	2	S/ 1,500.00	S/3,000.00	20%	S/ 600.00				
<b>Muebles de oficina (escritorio silla)</b>	2	S/ 500.00	S/1,000.00	20%	S/ 200.00				
<b>Samsung Galaxy A10s SM-A107FDS 32GB celular</b>	2	S/ 450.00	S/ 900.00	20%	S/ 180.00				

En este cuadro se muestra las inversiones tangibles que se da en nuestra empresa de servicios dado a que nos dedicamos al servicio a domicilio consideramos estos como herramienta indispensable para nuestro personal para que realicen las funciones.

*Inversión Intangible***Tabla 29. Inversión intangible**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (Soles)</b>	<b>Tasa de Amortización %</b>	<b>Amortización Anual 1</b>	<b>Amortización Anual 2</b>
<b>Inversiones Intangibles</b>			S/ 3,262.00	%		
<b>SUNARP</b>	1	S/ 22.00	S/ 22.00	50%	S/ 11.00	S/ 11.00
<b>Constitución de empresa</b>	1	S/ 320.00	S/ 320.00	50%	S/ 160.00	S/ 160.00
<b>Legalización de libros contables</b>	1	S/ 200.00	S/ 200.00	50%	S/ 100.00	S/ 100.00
<b>Registro electrónico de compras y ventas</b>	1	S/ 200.00	S/ 200.00	50%	S/ 100.00	S/ 100.00
<b>Búsqueda y registro de nombre</b>	1	S/ 20.00	S/ 20.00	50%	S/ 10.00	S/ 10.00
<b>Elaboración de minuta</b>	1	S/ 500.00	S/ 500.00	50%	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>Desarrollo de Pagina Web</b>	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	50%	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00

En este cuadro está representado las inversiones intangibles que se necesitara para dar inicio a nuestras operaciones como las constitución de la empresa así como la legalización de libros y registro de nuestro nombre del servicio ante la SUNARP así como también la elaboración de nuestra plataforma web que será indispensable para ofrecer a los clientes nuestro servicios así como detalles del servicios y otros, además se ha considerado la publicidad para poder captar clientes enfocando en el segmento que nos dirigimos.

## Capital de Trabajo

**Tabla 30. Capital de trabajo**

<b>Capital de Trabajo</b>				<b>S/ 6,539.57</b>
<b>Caja</b>	1	S/	2,000.00	S/ 2,000.00
<b>Servicios generales</b>	1	S/	538.00	S/ 538.00
<b>Mano de Obra / Planilla</b>	1	S/	4,001.57	S/ 4,001.57
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>				<b>S/ 14,701.57</b>

Realizamos el cálculo de la necesidad de capital de trabajo teniendo en cuenta, la caja, los servicios generales y la planilla, siendo un total de inversión de S/ 14,701.38. Podemos apreciar en este cuadro nuestro capital de trabajo, comenzando con caja que se está considerando para el primer de mes de trabajo debido a gastos corrientes y/o imprevistos que se pueda dar, además de servicios generales que estamos considerando el servicio de línea para los móviles para nuestros trabajadores, además de la planilla en donde se está considerando al personal administrativo.

Tabla 31. Servicios Generales

<b>SERVICIOS GENERALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL, MENSUAL</b>
<b>Plan Movistar total</b>	2	S/ 59.00	S/ 118.00
<b>Agua</b>	1	S/ 90.00	S/ 90.00
<b>Luz</b>	1	S/ 80.00	S/ 80.00
<b>Alquiler</b>	1	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 538.00</b>

### Distribución de la Inversión (Capital Propio y Deuda)

**Tabla 32. Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>	<b>S/ 14,701.57</b>	
<b>MI BANCO</b>		
<b>Capital Propio</b>	60%	S/8,820.94
<b>Terceros</b>	40%	S/5,880.63
	<b>100%</b>	<b>S/14,701.57</b>

Después de las proyecciones de ingresos y gastos, que se requiere un capital por S/14,701.57 para la puesta en marcha del proyecto. Siendo el 60% capital propio.

**Tabla 33. Cuadro de Servicio de la Deuda**

<b>Préstamo / Capital / Principal</b>	<b>S/5,880.63</b>
<b>TEA</b>	20%
<b>Tasa Mensual</b>	1.53%
<b>Tasa Costo Efectiva Mensual</b>	1.79%
<b>Seguro de Desgravamen</b>	0.26%
<b>Plazo</b>	18 meses
<b>Cuota</b>	S/376.26

- El 40% del requerimiento se financiará con el banco. Utilizamos 18 meses para el financiamiento. Podemos apreciar nuestro cuadro de deuda con una TEA del 20% con un plazo de 18 meses contando con una cuota mensual de S/376.26

## Estado de Situación Financiera de apertura

**Tabla 34. Situación Financiera**

<b>BALANCE GENERAL</b>				
<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>	
<b><u>Activo Corriente</u></b>			<b><u>Pasivo Corriente</u></b>	
<b>Caja</b>	S/	2,000.00	Obligaciones de Corto Plazo	S/3,739.26
<b>Provisionamiento de serv.</b>	S/	4,539.57		
<b><u>Activo No Corriente</u></b>			<b><u>Pasivo No Corriente</u></b>	
<b>Tangible</b>	S/	4,900.00	Obligaciones de Largo Plazo	S/2,141.37
<b>Intangible</b>	S/	3,262.00		
			<b><u>Patrimonio</u></b>	
			Capital	S/ 8,820.94
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>S/</b>	<b>14,701.57</b>	<b>TOTAL, PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>S/ 14,701.57</b>

En este cuadro se puede apreciar nuestro estado de situación financiera de apertura contando con nuestro total de activos de S/14 701.57 en donde figura caja inicial además de los activos tangibles e intangibles además de otros activos en donde se está considerando pagos diferidos a empresas para respaldar nuestro almacenamiento de datos de nuestros clientes, así como para el resguardo de nuestras corrientes ante cualquier ataque sistemático. Además de nuestro pasivo en donde se considera nuestras obligaciones de corto plazo (12 meses) así como de largo plazo (24 meses) además de nuestro capital que es dado por los socios del proyecto.

## Estado de Resultados proyectado – 5 años

Tabla 35. Estado de resultados

Estado de Resultados	Año 1 (2%)		Año 2 (2%)		Año 3 (2%)		Año 4 (2%)		Año 5 (2%)	
<b>Ventas</b>	S/	618,290.68	S/	630,656	S/	643,270	S/	656,135	S/	669,258
<b>Costo de Ventas</b>	S/	375,213.12	S/	382,717.38	S/	390,371.73	S/	398,179.16	S/	406,142.75
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/</b>	<b>243,077.56</b>	<b>S/</b>	<b>247,939.11</b>	<b>S/</b>	<b>252,897.89</b>	<b>S/</b>	<b>257,955.85</b>	<b>S/</b>	<b>263,114.96</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>S/</b>	<b>58,819.83</b>	<b>S/</b>	<b>59,408.02</b>	<b>S/</b>	<b>60,002.10</b>	<b>S/</b>	<b>60,602.13</b>	<b>S/</b>	<b>61,208.15</b>
<b>Planilla</b>	S/	48,018.88								
<b>Servicios Generales</b>	S/	6,456.00								
<b>Amortización deuda</b>	S/	3,739.26								
<b>Amortización intangible</b>	S/	115.68								
<b>Depreciaciones tangibles</b>	S/	490.00								
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>S/</b>	<b>31,324.17</b>	<b>S/</b>	<b>31,637.41</b>	<b>S/</b>	<b>31,953.78</b>	<b>S/</b>	<b>32,273.32</b>	<b>S/</b>	<b>32,596.05</b>
<b>Publicidad en Google AdWords</b>	S/	14,400.00								
<b>Publicidad en Facebook</b>	S/	14,400.00								
<b>Campaña de marketing</b>	S/	2,400.00								
<b>Amortización intangible</b>	S/	183.33								
<b>Depreciaciones tangibles</b>	S/	490.00								
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/</b>	<b>152,933.56</b>	<b>S/</b>	<b>156,893.67</b>	<b>S/</b>	<b>160,942.00</b>	<b>S/</b>	<b>165,080.40</b>	<b>S/</b>	<b>169,310.76</b>
<b>Gastos Financieros</b>		S/775.86	S/	116.19	S/	-	S/	-	S/	-
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>S/</b>	<b>152,157.71</b>	<b>S/</b>	<b>156,777.48</b>	<b>S/</b>	<b>160,942.00</b>	<b>S/</b>	<b>165,080.40</b>	<b>S/</b>	<b>169,310.76</b>
<b>Impuesto a la Renta</b>	S/	15,215.77	S/	15,677.75	S/	16,094.20	S/	16,508.04	S/	16,931.08
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>S/</b>	<b>136,941.94</b>	<b>S/</b>	<b>141,099.73</b>	<b>S/</b>	<b>144,847.80</b>	<b>S/</b>	<b>148,572.36</b>	<b>S/</b>	<b>152,379.69</b>

Podemos apreciar nuestro de estado de resultados proyectado por un periodo de 5 años contando con una tasa de crecimiento de 2% anual en nuestras ventas para así poder cubrir nuestros gastos

## Flujo de Caja – 5 años

**Tabla 36. Flujo de caja**

<b>Ingresos</b>											
<b>+ Ventas</b>		S/	618,290.68	S/	630,656.49	S/	643,270	S/	656,135	S/	669,258
<b>Egresos</b>											
<b>- Costos de Ventas</b>		S/	375,213.12	S/	382,717.38	S/	390,371.73	S/	398,179.16	S/	406,142.75
<b>- Gastos Administrativos</b>		S/	58,214.14	S/	59,408.02	S/	60,002.10	S/	60,602.13	S/	61,208.15
<b>- Gastos de Ventas</b>		S/	31,200.00	S/	31,637.41	S/	31,953.78	S/	32,273.32	S/	32,596.05
<b>- Impuesto a la Renta</b>		S/	15,215.77	S/	15,677.75	S/	16,094.20	S/	16,508.04	S/	16,931.08
<b>- Inversión Inicial</b>	S/ 14,701.57										
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-S/ 14,701.57</b>	<b>S/</b>	<b>138,447.64</b>	<b>S/</b>	<b>141,215.93</b>	<b>S/</b>	<b>144,847.80</b>	<b>S/</b>	<b>148,572.36</b>	<b>S/</b>	<b>152,379.69</b>
<b>Préstamo Bancario</b>	S/ 5,880.63										
<b>Amortización del Préstamo</b>		-S/	3,739.26	-S/	2,141.37	S/	-	S/	-	S/	-
<b>Intereses</b>		-S/	775.86	-S/	116.19	S/	-	S/	-	S/	-
<b>Escudo Fiscal</b>		S/	77.59	S/	11.62	S/	-	S/	-	S/	-
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-S/ 20,582.20</b>	<b>S/</b>	<b>142,885.18</b>	<b>S/</b>	<b>143,461.87</b>	<b>S/</b>	<b>144,847.80</b>	<b>S/</b>	<b>148,572.36</b>	<b>S/</b>	<b>152,379.69</b>
<b>Tasa de Impuesto a la Renta</b>			<b>10.00%</b>								

En este cuadro se muestra el flujo de caja económica y financiera con una proyección de 5 años en donde se aprecia que nuestro de flujo de caja tanto económico como financiero contamos con saldos positivos.

## Evaluación económica y financiera

### Indicadores financieros (Ratios) – Liquidez, solvencia, rentabilidad

Tabla 37. Ratios de Rentabilidad

<b>1. RATIOS DE RENTABILIDAD</b>			
<b>ROE</b>	UTILIDAD NETA/ PATRIMONIO	0.2224568	La empresa cuenta con una rentabilidad del 22% respecto al patrimonio o inversión
<b>ROA</b>	UTILIDAD OPERATIVA/ ACTIVO TOTAL	4.1753207	La empresa cuenta con una tasa de retorno de inversión de capital de un 89%
<b>ROI</b>	UTILIDAD NETA/ ACTIVO TOTAL		La inversión tiene una rentabilidad de 71%
<b>Margen Bruto sobre ventas</b>	<b>UTILIDAD BRUTA/ VENTAS NETAS</b>		Beneficio de la empresa respecto a las ventas. Por cada Nuevo Sol vendido obtenemos 0.95 céntimos el primer año, de margen bruto
<b>Margen Operativo</b>	UTILIDAD OPERATIVA/ VENTAS NETAS		Beneficio de la empresa respecto a las ventas. Por cada Nuevo Sol vendido obtenemos 0.05 céntimos el primer año, de margen operativo
<b>Neta sobre Ventas</b>	UTILIDAD NETA/ VENTAS NETAS		Beneficio de la empresa respecto a las ventas. Por cada Nuevo Sol vendido obtenemos 0.04 céntimos el primer año, de margen neto.

Tabla 38. Ratios de Solvencia

<b>2. RATIOS DE SOLVENCIA</b>		
<b>Endeudamiento</b>	PASIVO TOTAL /ACTIVO TOTAL	El aporte de fondos de los acreedores representa un 2,50 del total activo
<b>Estructura de capital</b>	PASIVO TOTAL/CAPITAL	El grado de endeudamiento representa solo un 0.67 del capital
<b>Estructura de patrimonio</b>	PASIVO TOTAL/PATRIMONIO	El grado de endeudamiento representa solo un 0.67 del patrimonio neto

En este cuadro se presenta las ratios de liquidez solvencia y rentabilidad en la cual podemos ver que contamos con liquidez para asumir nuestras obligaciones referentes en nuestra solvencia nuestro endeudamiento referente a nuestro patrimonio es de S/0.67 y referente a la rentabilidad la ROI nos registra un 21% de activos referente al patrimonio

Tabla 39. Ratios de Liquidez

<b>3. RATIOS DE LIQUIDEZ</b>	
AÑO 1	
<b>Margen Bruto sobre ventas</b>	0.978
<b>Margen Operativo</b>	0.020
<b>Neta sobre Ventas</b>	0.024

### WACC – Costo Promedio Ponderado de Capital

Tabla 40. Wacc , COK

<b>WACC (CPPC)</b>	<b>16.00%</b>
<b>% Deuda</b>	60%
<b>Kd</b>	20%
<b>Tasa de IR</b>	10.00%
<b>% Capital</b>	40%
<b>COK</b>	13.00%

## VAN Y TIR

**Tabla 41. VAN Y TIR**

<b>VANE</b>	<b>S/5,243</b>
<b>TIRE</b>	<b>25%</b>
<b>VANF</b>	<b>S/2,650.43</b>
<b>TIRF</b>	<b>19%</b>

Podemos apreciar que nuestro Valor Actual Neto Económico (VANE) es de S/2.650.43 por lo que nos indica que nuestro proyecto es viable, además contamos con una tasa de interna de retorno económico (TIRE) es de 25%.

## B/C

**Tabla 42. Beneficio / Costo**

<b>B/C =</b>	<b>VAN de los Ingresos / VAN de los Egresos + inversión</b>		
<b><u>RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (B/C)</u></b>			
<b>(En nuevos soles)</b>			
	<b>Salidas</b>	<b>Entradas</b>	<b>(B/C)</b>
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-22,183</b>	<b>27,425</b>	<b>1.24</b>

Podemos apreciar que nuestro beneficio costo es de 1,24 por lo que nuestro proyecto es financieramente viable.

## Capítulo 6

### Conclusiones y Recomendaciones

Luego de haber culminado la investigación en este proyecto se ha podido determinar que efectivamente existe un nicho de mercado para nuestro negocio en el rubro de cuidado de infantes y tutoría, a través de los diferentes métodos que se ha realizado en el presente proyecto como encuestas y entrevistas, las cuales han recopilado la información necesaria para poder cumplir las expectativas y dar solución a las necesidades de nuestro público objetivos que son madres de familia que no cuentan con un profesional capacitado para el cuidado de sus niños mientras están en el trabajo. Asimismo, poder tener un feedback sobre qué debemos reforzar para poder obtener un mejor posicionamiento en la mente de nuestros clientes y ser considerados como la primera opción.

Actualmente existen empresas que ofrecen un servicio similar referente al cuidado de niños, pero no cuentan con personal capacitado (y previamente evaluado), donde los precios son muy elevados; por lo que, aprovechamos esta brecha como una oportunidad para nuestro proyecto, donde otorgamos un servicio a un precio accesible y atractivo para que las personas puedan acceder a ella. Nuestro valor diferenciado se aprecia en el servicio de tutoría, el cual utiliza herramientas, métodos y procesos innovadores con un personal altamente capacitado que puede desenvolverse dentro de cualquier rango de edad y apoyará a todos los niños en su crecimiento psicomotriz. También brindarán asesorías que serán de gran ayuda para el desarrollo cognitivo hábitos de estudio y rendimiento académico de los menores, lo cual se verá reflejado en sus avances en el colegio.

## Referencias Bibliográficas

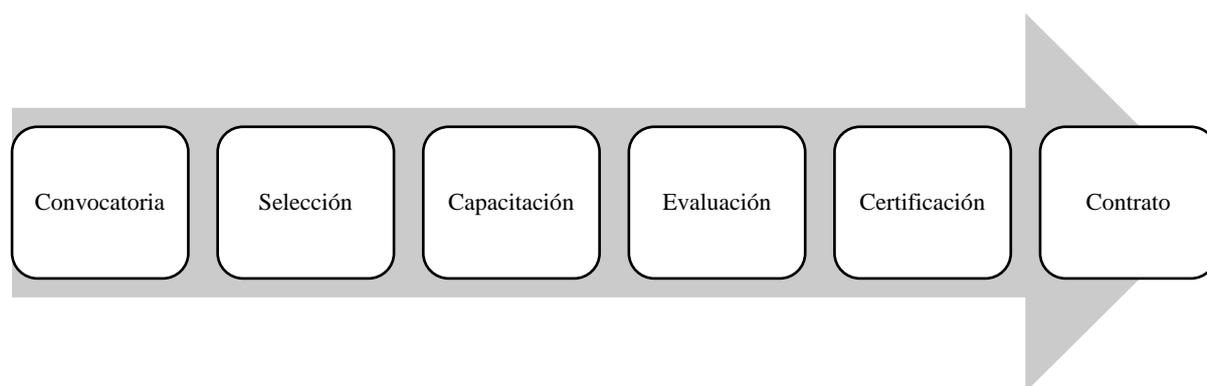
INEI. (2022). *Población Económica Activa*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>

## Anexos

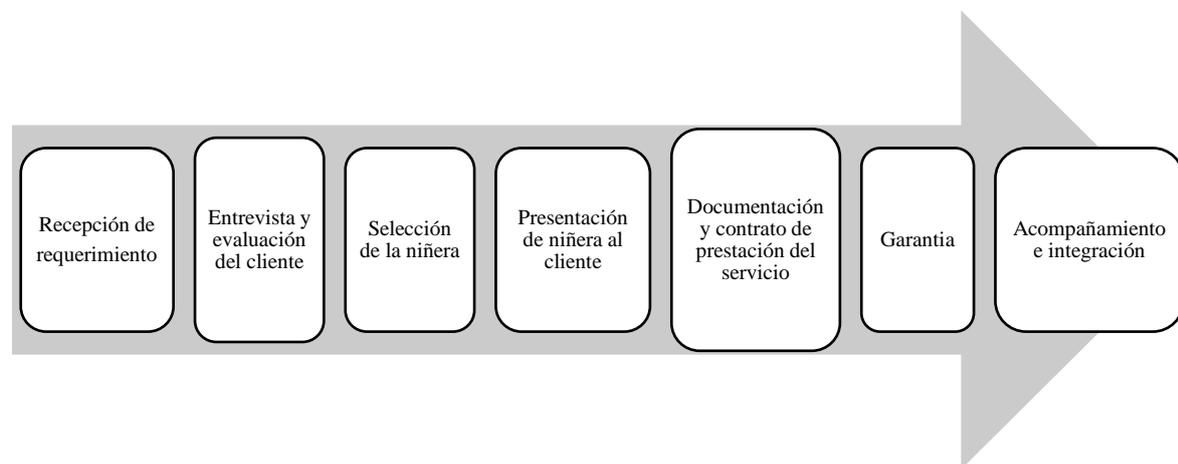
### Anexo 1. Procesos del servicio

En la propuesta de valor el servicio de cuidado y tutoría para niños de 6 a 12 años, tiene dos procesos muy importantes que son: el proceso de selección del personal y el proceso de desarrollo del servicio.

#### *Proceso de selección del personal*



#### *Proceso de desarrollo del servicio*



## Anexo 2. Encuesta aplicada en el lean startup

Formulario de Google Enlace: <https://forms.gle/CNDgfZxp6cTKTM49A>

### MOMMY ASSISTENT

Es una agencia de servicios de educación y cuidado infantil. Apóyanos con esta encuesta sobre el lanzamiento de nuestro servicio, revisando previamente nuestra pagina web <https://yenytervasquez.wixsite.com/website-1>

 sy.vasquez@up.edu.pe (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)



**\*Obligatorio**

¿El acceso a la página web fue fácil? \*

Sí

No

¿Pudo entrar a la Página Web desde el primer intento, sin necesidad de insistir en más de una ocasión? \*

Sí

No

Otro:

¿El diseño de la Página Web es lo suficientemente atractivo como para desear mantenerme en ella? \*

Totalmente de acuerdo

Acuerdo

Algo en desacuerdo

Totalmente en desacuerdo



¿Los procesos de búsquedas de información dentro de la Página Web, así como la navegación dentro de ella ocurren de manera rápida y ágil? \*

- Sí
- No

¿Encontró toda la información que buscaba? \*

- Sí
- No

¿Cómo evaluaría usted la Página Web? \*

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¿Qué podríamos mejorar? \*

Tu respuesta

¿Cuáles otras informaciones o servicios le gustaría encontrar en la Página? \*

Tu respuesta



¿Qué criterios te ayudarían a escoger a una niñera con mayor confianza? \*

- Documentación sin antecedentes policiales
- Certificada como niñera
- Recomendada por alguien en quien confías
- Otro:

¿Durante qué horario prefieres la ayuda de una niñera? \*

- Mañana
- Tarde
- Noche
- Otro:

¿Cómo te sentirías con la ayuda de una niñera especializada? \*

- Muy bien
- Segura
- No hace diferencia

¿Para qué tipo de situación prefieres utilizar el servicio de la niñera? \*

- Ayudar con los niños mientras completas tareas o trabajas desde tu hogar
- Quedarse con los niños mientras sales durante la noche
- Recoger los niños al colegio y llevarlos a actividades extracurriculares
- Realizar tareas y repasar contenido escolar (tutorías)
- Otro:



¿Además del cuidado de tus hijos te gustaría recibir los siguientes servicios? \*

- Tutor de estudio
- Reforzamiento
- Juegos de aprendizaje
- Ejercicios estimulación temprana
- Otro:

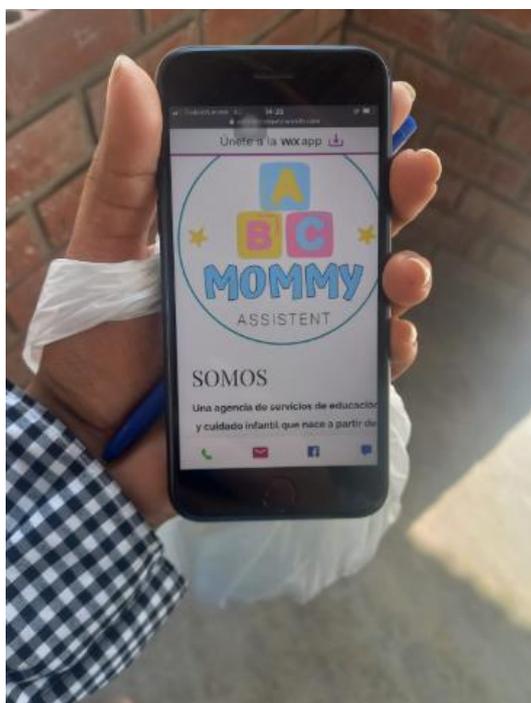
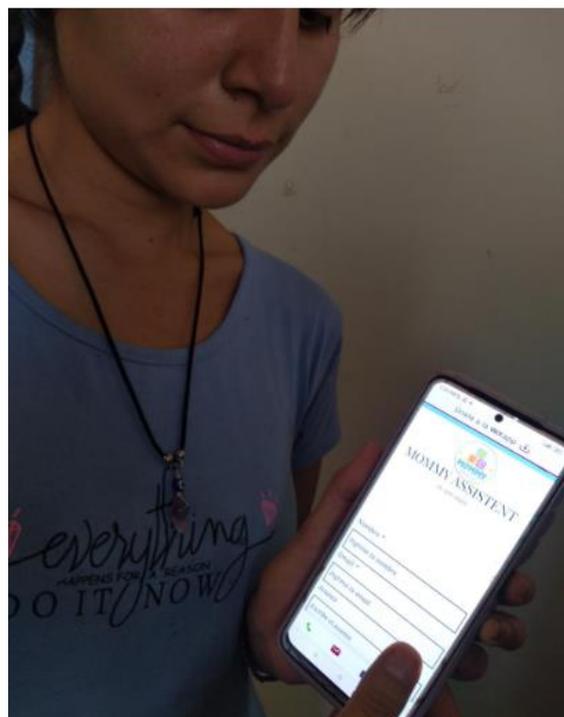
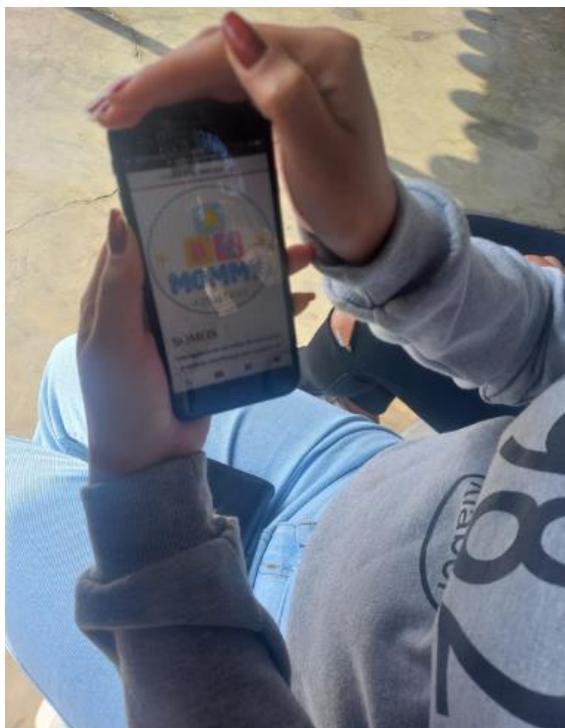
¿Cuán interesado estaría en adquirir este servicio? \*

- Muy interesado
- Algo interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

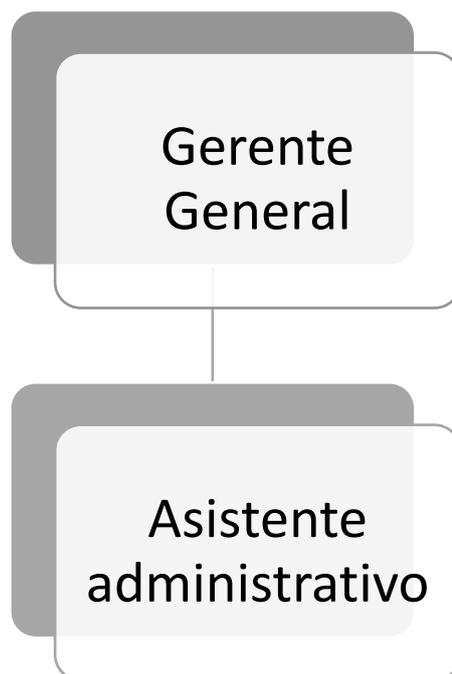
Elija 3 opciones que le gustaría encontrar en nuestro servicio del cuidado de sus hijos \*

- Videollamada con la niñera
- Hoja de vida de la niñera
- Cercanía al lugar de residencia
- Pago en línea
- Calificaciones del servicio
- Promociones
- Otro:

### Anexo 3. Clientes explorando la página web de mommy assistant



#### **Anexo 4. Organigrama y perfil de puestos**



#### **Funciones del Gerente General**

Será el encargado de supervisar el desarrollo de la empresa y el cumplimiento de los objetivos, lograr convenios estratégicos, y representar legalmente a la empresa en todo acto.

#### **Funciones del Asistente administrativo**

Gestionar solicitudes y consultas, Organizar y programar citas, Planificar reuniones y redactar informes para la gerencia, y coordinar el pago de planilla servicios y proveedores.

#### **Otro personal por Recibo por honorarios**

#### **Funciones del Especialista de Selección de personal**

Se solicita a una persona particular (prestadora del servicio de evaluación de personal) que evalúe y nos envíe candidatas según el perfil solicitado.

## **Las niñeras profesionales**

- Experiencia de educación en los niveles de inicial o primaria. (Practicante profesional, Técnico y/o estudiante).
- Conocimiento en técnicas de enseñanza para niños de 6 a 12 años.
- Habilidades Blandas: Compromiso, empatía, tolerancia e integridad.
- Haber aprobado el plan de capacitación de la empresa en: psicología infantil, nutrición infantil y cursos básicos del nivel primaria según el tipo enseñanza de los colegios particulares.

## **Régimen laboral**

Nuestro proyecto estará sujeto al régimen laboral especial para las micro y pequeñas empresas de acuerdo al Artículo 5 de la Ley N° 28015 (DS 013-2013-PRODUCE)

## **Sistema de remuneración**

Nuestro sistema de remuneraciones estará conformado como sigue:

**Planilla:** Estará conformada por el gerente general y el asistente administrativo quienes percibirán sueldos de S/.2, 500 y S/.1, 500 respectivamente.

**Recibo por Honorarios:** Las niñeras especialistas emitirán recibo por honorarios por sus servicios.

## Tarifas para inversiones intangibles

### Google Workspace Business Plus

Correo electrónico de empresa, de Google.

Todos los planes incluyen lo siguiente:



**Business Starter**

**\$5.40** USD  
₡62

por usuario al mes

[Comenzar](#)

- ✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro
- ✓ Videokonferencias de 100 participantes
- ✓ 30 GB de almacenamiento por usuario
- ✓ Controles de seguridad y administración
- ✓ Asistencia estándar

MÁS POPULARES

**Business Standard**

**\$10.80** USD  
₡124

por usuario al mes

[Comenzar](#)

- ✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro
- ✓ Videokonferencias de 150 participantes y función de grabación
- ✓ 2 TB de almacenamiento por usuario\*\*
- ✓ Controles de seguridad y administración
- ✓ Asistencia estándar (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia mejorada)

**Business Plus**

**\$18** USD

por usuario al mes

[Comenzar](#)

- ✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro, detección electrónica y retención
- ✓ Videokonferencias de 500 participantes, función de grabación y seguimiento de asistencia
- ✓ 5 TB de almacenamiento por usuario\*\*
- ✓ Controles de seguridad y administración mejorados, incluidos Vault y administración avanzada de extremos
- ✓ Asistencia estándar (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia mejorada)

**Enterprise**

Comuníquese con el equipo de Ventas para conocer los precios

[Comunicarse con Ventas](#)

- ✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro, detección electrónica, retención y encriptación S/MIME
- ✓ Videokonferencias de 500 participantes, función de grabación, seguimiento de asistencia, reducción del ruido y transmisiones en vivo para el dominio
- ✓ Todo el almacenamiento que necesite\*\*
- ✓ Controles de seguridad, administración y cumplimiento avanzados, incluidos Vault, DLP, regiones de datos y gestión de extremos empresariales
- ✓ Asistencia mejorada (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia mejorada)

#### Plan agresivo

	Publicidad display	Google adwords search	Facebook	Instagram
CPC	\$ 0.63	\$ 1.16	\$ 0.45	\$ 0.72
CPM			\$ 7.19	\$ 10.00
Impresiones x 1 día			\$ 1.00	
Interacciones x 1 día			\$ 5.00	

	Emailing
Hasta 1 000 000 x mes	\$ 65.00

#### Plan intermedio

	Publicidad display	Google adwords search	Facebook	Instagram
CPC	\$ 0.63	\$ 1.16	\$ 0.45	\$ 0.72
CPM			\$ 7.19	\$ 10.00

	Emailing
Hasta 100 000 x mes	\$ 25.00

## Anexo 5. Determinación de la Muestra

### CÁLCULO DE LA POBLACIÓN TOTAL

AÑOS DE PROYECCIÓN					
2021	2022	2023	2024	2025	2026
49,826	50,324	50,828	51,336	51,849	52,368

Fuente: REUNIS (Repositorio Único Nacional de Información Salud)

### CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA

<b>Margen de Error</b>	5.0%
<b>Población estimada</b>	49,826
<b>90%</b>	271
<b>95%</b>	381
<b>97%</b>	466
<b>98%</b>	537
<b>99%</b>	657

### POBLACION ESTIMADA 2022

<b>LIMA</b>	LA MOLINA	12550
<b>LIMA</b>	MIRAFLORES	3659
<b>LIMA</b>	SAN BORJA	6322
<b>LIMA</b>	SAN ISIDRO	2647
<b>LIMA</b>	SANTIAGO DE SURCO	24648
	<b>N</b>	<b>49826</b>

Fuente: REUNIS (Repositorio Único Nacional de Información Salud)

*Población estimada por distrito y edades*

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	EIDADES							TOTAL
			6	7	8	9	10	11	12	
LIMA	LIMA	LA MOLINA	1,805	1,797	1,788	1,771	1,817	1,778	1,794	12,550
LIMA	LIMA	MIRAFLORES	518	514	508	514	531	530	544	3,659
LIMA	LIMA	SAN BORJA	954	935	912	889	899	864	869	6,322
LIMA	LIMA	SAN ISIDRO	376	372	370	375	385	382	387	2,647
LIMA	LIMA	SANTIAGO DE SURCO	3,559	3,539	3,508	3,481	3,562	3,489	3,510	24,648
									TOTAL	49,826

(z)	(100-z)/z	coeficiente de confianza: z= x/2	probabilidad	Tabla
90	0.10	0.05	0.95	1.65
95	0.05	0.025	0.9750	1.96
95.50	0.05	0.0225	0.9775	2
96	0.04	0.02	0.98	2.6
97	0.03	0.015	0.985	2.17
98	0.02	0.01	0.99	2.33
99	0.01	0.005	0.995	2.58

TAMANO DE LA MUESTRA	
N	49826
Z	95%
e	5%
p	50%
q	50%
n	381

**Anexo. 6 encuesta del mercado objetivo para lean startup**

## ENCUESTA SOBRE EL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS, EMPRESA MOMMY ASISSTENT

1. ¿QUE LE PARECE NUESTRO PROYECTO DEL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS?

*Marca solo un óvalo.*

- Excelente  
 Muy buena  
 Buena  
 Pobre

2. ¿CUAN INTERESADO ESTARÍA EN ADQUIRIR ESTE SERVICIO DE CUIDADO?

*Marca solo un óvalo.*

- Muy interesado  
 Algo interesado  
 Poco interesado  
 Nada interesado

3. ¿POR CUANTAS HORAS NECESITARIA EL SERVICIO DE CUIDADO?

*Marca solo un óvalo.*

- 3 a 4 horas  
 5 a 6 horas  
 7 a 8 horas

7/8/22, 20:30

ENCUESTA SOBRE EL SERVICIO DE CUIDADO DE NIÑOS, EMPRESA MOMMY ASISSTENT

## 4. ¿CUANTAS VECES A LA SEMANA CONTRATARÍA EL SERVICIO DE CUIDADO?

*Marca solo un óvalo.* 2 a 3 veces 4 a 6 veces Todos los días

## 5. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE CUIDADO?

*Marca solo un óvalo.* 20 a 30 soles x hora 40 a 50 soles x hora 60 a 70 soles x hora

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

**Tabulación**

MUESTRA	380 padres					
<b>Pregunta 1</b>	Codificación	Xi	fi	hi	FI	HI
	1	112	112	30%		
	2	92	204	24%		
	3	167	372	44%		
	4	8	380	2%		
	TOTAL	380		100%		
<b>Pregunta 2</b>	Codificación	Xi	fi	hi	FI	HI
	1	118	118	31%		
	2	91	209	24%		
	3	91	300	24%		
	4	80	380	21%		

	TOTAL	380		100%		
<b>Pregunta 3</b>	Codificación	Xi	fi	hi	FI	HI
	1	103	103	27%		
	2	122	224	32%		
	3	156	380	41%		
	TOTAL	380		100%		
<b>Pregunta 4</b>	Codificación	Xi	fi	hi	FI	HI
	1	95	95	25%		
	2	239	334	63%		
	3	46	380	12%		
	TOTAL	380		100%		
<b>Pregunta 5</b>	Codificación	Xi	fi	hi	FI	HI
	1	133	133	35%		
	2	220	353	58%		
	3	27	380	7%		
	TOTAL	380		100%		

## El cronograma de la deuda

Número de Cuota	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo Final
1	S/5,880.63	S/286.23	S/90.03	S/376.26	S/5,594.40
2	S/5,594.40	S/290.61	S/85.65	S/376.26	S/5,303.79
3	S/5,303.79	S/295.06	S/81.20	S/376.26	S/5,008.72
4	S/5,008.72	S/299.58	S/76.68	S/376.26	S/4,709.14
5	S/4,709.14	S/304.17	S/72.09	S/376.26	S/4,404.98
6	S/4,404.98	S/308.82	S/67.44	S/376.26	S/4,096.16
7	S/4,096.16	S/313.55	S/62.71	S/376.26	S/3,782.61
8	S/3,782.61	S/318.35	S/57.91	S/376.26	S/3,464.26
9	S/3,464.26	S/323.22	S/53.04	S/376.26	S/3,141.03
10	S/3,141.03	S/328.17	S/48.09	S/376.26	S/2,812.86
11	S/2,812.86	S/333.20	S/43.06	S/376.26	S/2,479.66
12	S/2,479.66	S/338.30	S/37.96	S/376.26	S/2,141.37
13	S/2,141.37	S/343.48	S/32.78	S/376.26	S/1,797.89
14	S/1,797.89	S/348.74	S/27.52	S/376.26	S/1,449.15
15	S/1,449.15	S/354.07	S/22.19	S/376.26	S/1,095.08
16	S/1,095.08	S/359.49	S/16.77	S/376.26	S/735.59
17	S/735.59	S/365.00	S/11.26	S/376.26	S/370.59
18	S/370.59	S/370.59	S/5.67	S/376.26	S/0.00