

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



**Nanitas SOS, propuesta de implementación de servicios de contratación de nanas, cuyo propósito es contribuir con la independencia económica de mujeres otorgando un puesto de trabajo digno y formal.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN  
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

**OTORGADO POR LA  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**PRESENTADA POR**

**Diana Sofia, Berlanga Kevans - DNI 46002588**

**Lissett, Cerna Arévalo – DNI 45822063**

**Joanna Elena, Miranda Rivasplata - DNI 45813119**

**Sylvia Estefania, Riofrio Salas– DNI 44969114**

**Antonella Emeline, Sarmiento Peña de Ramírez – DNI 41302736**

**ASESOR:**

**Juan Pedro, Rodolfo Narro Lavi – DNI 43332232**

**ORCID: 0000 – 0002 – 1805 - 8484**

**JURADO:**

**Percy Samoel, Marquina Feldman**

**Sergio Andrés, Lopez Orchard**

**Juan Pedro Rodolfo, Narro Lavi**

**Surco, septiembre 2021**

## **Agradecimientos**

A nuestras familias, quienes nos brindan su comprensión y apoyo constante para lograr culminar satisfactoriamente nuestros objetivos profesionales y personales.

A cada uno de los profesores del MBA XXXV de CENTRUM PUCP Business School y EADA Business School, quienes nos compartieron sus conocimientos y experiencias profesionales para ser mejores profesionales. A nuestros amigos del MBA, por su interés y consejos con nuestro proyecto, han sido meses de muy buenas experiencias.

A nuestro asesor Juan Narro por su apoyo, colaboración y sugerencias a lo largo de este trabajo, y por la motivación para culminar el trabajo.

Agradecemos a las mujeres y madres por su buena labor, ser inspiración de superación, nuestra motivación y apoyo en cada una de las etapas de este proyecto.

CENTRUM PUCP Business School, por promover el desarrollo de competencias de gestión y humanísticas para brindar soluciones innovadoras, inclusivas, escalables, y con impacto social, ya sea como emprendedores o dentro de las empresas donde laboramos.

## Dedicatorias

A Dios, a mi madre que con su amor y ejemplo me muestra que no tenemos límites, a mi padre que me protege siempre. A mi pequeña Sofía por su amor y paciencia, a mis hermanos por siempre mantenerse cerca y a mi abuelita Igdegloria, con amor.

***Diana Berlanga.***

A mis padres, por su dedicación por impulsarme a ser mejor cada día y construir en mí la fe en Dios; les estaré siempre agradecida. A mi esposo y a mi hijo por ser mis aliados perfectos, ser mi soporte y llenarme de energía todos los días. A mi hermano por su apoyo incondicional.

***Lissett Cerna.***

Doy gracias a Dios por todo lo que me ha dado, a mi esposo, por creer siempre en mí, por su amor y apoyo incondicional, a mi hija Emilia por ser mi mayor motivación. A mis padres, por enseñarme a trabajar por mis sueños y estar siempre ahí para mí.

***Joanna Miranda.***

A mi hijo Sebastian, quien es motor de mi vida, por brindarme su amor y paciencia en este camino. A Dios y a mis padres, por ser mis soportes y guías, además de enseñarme que cuando uno quiere algo en esta vida, la base es la perseverancia y esfuerzo.

***Sylvia Riofrio.***

Agradezco a Dios, a mi esposo Edgar, mis hijos Doménica y Emiliano por su amor, motivación, apoyo y comprensión para culminar otro sueño más en mi carrera profesional. A mis padres y hermanas por apoyarme en cada logro de mi vida.

***Antonella Sarmiento.***

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo identifica el problema actual que sufren hoy en día los padres de familia en el cuidado de sus menores hijos. Por otro lado, la solución a este problema busca que los padres puedan tener acceso de manera segura y sencilla para obtener apoyo en esta área. A su vez, se busca fomentar mayor trabajo para las mujeres en igualdad de condiciones, generándoles la oportunidad de conseguir un trabajo digno.

La solución planteada es crear la empresa Nanitas SOS quien ofrecerá un servicio en línea de colocación de personal para el cuidado de niños, en el cual, el usuario podrá filtrar según sus necesidades específicas y acceder al perfil de las nanas y su documentación principal; tales como exámenes psicológicos, antecedentes y recomendaciones. Todo ello acompañado de un reporte de seguimiento del estatus del servicio cada seis meses. Nanitas SOS es una solución en la cual, un padre de familia desde la comodidad de su hogar puede realizar entrevistas con diversas alternativas de nanas ya evaluadas a detalle, este servicio brinda una suscripción anual, la misma que incluye beneficios adicionales.

Nanitas SOS es una empresa que está dirigida a los niveles socioeconómicos A y B de Lima Moderna, de los cuales, más del 95% cuentan con acceso a internet. (Asociación Peruana de Investigación de Mercados [APEIM], 2020) lo cual nos permite tener un mercado exponencial.

Por otro lado, Nanitas SOS es un modelo socialmente sostenible ya que se encuentra alineada con las ODS 5, 8 y 11, no solo buscando generar rentabilidad financiera sino poder brindar oportunidades a mujeres que desean acceder a un trabajo que les incluya todos sus beneficios sociales. A nivel económico es sostenible y viable, ya que proyecta el crecimiento exponencial de sus ventas. Se proyecta un VAN de S/. 4,428,195 y un TIR de 70.47% para los próximos 10 años.

## Abstract

The present business plan identifies an issue that mostly all parents go through: housekeeping and supervision of their children. The solution we introduce in this paper aims directly at the issue of finding help in a secure and simple manner, as well as providing employment opportunities.

We introduce this solution by Nanitas SOS, a new concept of hiring babysitters through an application, in which the user will be able to filter their needs according to a certain profile, recommendations, and other details such as psychological examinations and background checks. All of this will be possible from the comfort of user's houses, or anywhere with an internet connection and a smartphone. The service includes an annual subscription accompanied by additional benefits such as a babysitter replacement and different lessons.

Nanitas SOS is a company with a considerable expansion potential, due to its business model, which is directed to socioeconomic levels determined as "A" and "B", in which 95% of users have an internet connection. (Asociación Peruana de Investigación de Mercados [APEIM], 2020). Also, we view our company as a socially sustainable one. As well as making profits, we focus on aiding women in finding decent jobs, which include all benefits provided by law. We work according to SDGs 5, 8 and 11. Finally, Nanitas SOS is economically sustainable and feasible, given that it projects an increase in sales. For the next decade, we estimate an NPV of S/4,428,195 and an IRR of 70.47%.

## Tabla de contenido

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>ii</b>
<b>Dedicatorias .....</b>	<b>iii</b>
<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>v</b>
<b>Capítulo I: Definición del problema.....</b>	<b>16</b>
1.1 Contexto del problema a resolver.....	16
1.2 Presentación del problema a resolver.....	17
1.3 Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver.....	18
<b>Capítulo II: Análisis del mercado.....</b>	<b>19</b>
2.1 Descripción del mercado o industria.....	19
2.2 Análisis Competitivo detallado .....	21
<b>Capítulo III. Investigación del usuario .....</b>	<b>26</b>
3.1. Perfil del usuario .....	26
3.1.1 Encuesta y Resultados.....	26
3.1.2 Lienzo Meta usuario .....	29
3.1.3 Perfil del cliente usuario: .....	29
3.2. Mapa de experiencia de usuario .....	13
3.3. Identificación de la necesidad .....	14
<b>Capítulo IV. Diseño del producto o servicio.....</b>	<b>13</b>
4.1. Concepción del producto o servicio .....	13
4.2. Desarrollo de la narrativa (lienzos, narraciones, etc.).....	14
4.3. Carácter innovador o novedoso del producto o servicio.....	15
4.4. Propuesta de valor .....	16

4.5. Producto Mínimo Viable (PMV).....	19
<b>Capítulo V. Modelo de negocio .....</b>	<b>22</b>
5.1. Lienzo del modelo de negocio .....	22
5.2. Viabilidad del modelo de negocio.....	25
5.3. Escalabilidad/exponencialidad del modelo de negocio.....	25
5.4. Sostenibilidad del modelo de negocio.....	27
<b>Capítulo VI. Solución deseable, factible y viable .....</b>	<b>31</b>
6.1. Validación de la deseabilidad de la solución .....	31
6.1.1. Hipótesis para validar la deseabilidad de la solución.....	31
6.1.2. Experimentos empleados para validar las hipótesis.....	31
6.1.2.1. Experimento prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS:.....	32
6.2. Validación de la factibilidad de la solución .....	35
6.2.1. Plan de mercadeo .....	35
6.2.1.1 Objetivos y estrategia de marketing.....	35
6.2.1.2 Segmentación de cliente.....	36
6.2.1.3 Selección de Segmento de Mercado .....	36
6.2.1.4 Crecimiento de Ventas .....	38
6.2.1.5 Análisis de competidores .....	38
6.2.1.6 Marketing Mix .....	41
6.2.2. Plan de operaciones.....	44
6.2.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis de Factibilidad .....	48
6.2.3.1 Hipótesis sobre desempeño del plan de marketing: .....	48
6.3. Validación de la viabilidad de la solución .....	48
6.3.1. Presupuesto de inversión.....	49
6.3.2. Análisis Financiero .....	49

6.3.2.1 VAN Financiero.....	56
6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis de Viabilidad .....	57
6.3.3.1 Hipótesis sobre simulación del VAN:.....	57
6.4. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis.....	58
<b>Capítulo VII. Solución sostenible .....</b>	<b>60</b>
7.1. Relevancia social de la solución.....	60
<b>Capítulo VIII. Decisión e implementación.....</b>	<b>67</b>
8.1. Plan de implementación y equipo de trabajo .....	67
8.2. Conclusión.....	68
8.3. Recomendación .....	69
<b>Referencias.....</b>	<b>71</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>76</b>
Apéndice A: Formato de Encuesta.....	76
Apéndice B: Principales Resultados Encuesta.....	80
Apéndice C: Lienzo de dos dimensiones. ....	89
Apéndice D: Lienzo 6 X6.....	90
Apéndice E: Matriz Quick Wins .....	91
Apéndice F: Lienzo Blanco de Relevancia .....	92
Apéndice G: Lista de alianzas para capacitaciones.....	93
Apéndice H: Empresas con la que contamos con descuentos y convenios.....	95
Apéndice I: Contrato De Servicio Nanitas SOS.....	96
Apéndice J: Procedimiento para registrar a un Trabajador del Hogar .....	101
Apéndice K: Modelo referencial de contrato de trabajo del hogar. ....	107
Apéndice L: Lienzo Propuesta de Valor .....	110



Apéndice M: Visión, misión y valores de Nanitas SOS .....	111
Apéndice N: Tarjetas de Usabilidad.....	112
Apéndice O: Guión narrativo para la prueba de usabilidad .....	115
Apéndice P: Prototipo .....	118
Apéndice Q: Encuesta de satisfacción de la prueba de usabilidad.....	121
Apéndice R: Prueba de usabilidad – videos y detalle de resultados encuesta.....	122
Apéndice S: Cálculo de elasticidad.....	124
Apéndice T: Programa de influencers .....	125
Apéndice U: Service Blueprint .....	126
Apéndice V: Gastos preoperativos .....	127
Apéndice W: Estado Financiero - Balance General.....	128
Apéndice X: Cálculo de la Tasa de Descuento WACC .....	129
Apéndice Y: Desarrollo y análisis para el cumplimiento de las ODS .....	130
Apéndice Z: Detalle de cálculo de costos de emisión de CO2.....	133
Apéndice AA: Diagrama de Gantt .....	134

## Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Presentación del problema a resolver</i> .....	17
Tabla 2 <i>Cuadro comparativo entre principales competidores de Nanitas SOS</i> .....	22
Tabla 3 <i>Información relevante por categoría</i> .....	27
Tabla 4 <i>Exponencialidad - atributos Exocanvas</i> .....	27
Tabla 5 <i>Hipótesis H1 - Prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	32
Tabla 6 <i>Elementos preparativos para la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	33
Tabla 7 <i>Participantes de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	33
Tabla 8 <i>Videos de prueba usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	34
Tabla 9 <i>Resultados de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	34
Tabla 10 <i>Aprendizajes de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS</i> .....	35
Tabla 11 <i>Objetivos y estrategia de marketing</i> .....	35
Tabla 12 <i>Segmentación del cliente</i> .....	36
Tabla 13 <i>Selección del segmento del mercado</i> .....	37
Tabla 14 <i>Mercado Objetivo</i> .....	37
Tabla 15 <i>Mercado Efectivo</i> .....	37
Tabla 16 <i>Número de ventas por año – horizonte de 10 años</i> .....	39
Tabla 17 <i>Crecimiento de ventas – horizonte de diez años</i> .....	39
Tabla 18 <i>Sustento de crecimiento de ventas</i> .....	40
Tabla 19 <i>Cuadro comparativo de precios</i> .....	40
Tabla 20 <i>Lista de servicios</i> .....	41
Tabla 21 <i>Lista de precios</i> .....	42
Tabla 22 <i>Presupuesto de la mezcla de marketing (año 1 – año10), en soles</i> .....	44

Tabla 23 <i>Costos de Operaciones</i> .....	47
Tabla 24 <i>Validación operativa de tiempos de registro del aplicativo</i> .....	48
Tabla 25 <i>Análisis de Montecarlo sobre performance del presupuesto del Marketing EBITDA</i> .....	48
Tabla 26 <i>Presupuesto de inversión</i> .....	49
Tabla 27 <i>Proyección del Estado de resultados a diez años, en soles</i> .....	50
Tabla 28 <i>Proyección de FCL y evaluación financiera, en soles</i> .....	51
Tabla 29 <i>Resumen de las variables financieras en los diferentes escenarios</i> .....	52
Tabla 30 <i>Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario esperado</i> .....	53
Tabla 31 <i>Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario optimista</i> .....	54
Tabla 32 <i>Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario pesimista</i> .....	55
Tabla 33 <i>Flujo de caja del accionista – Equity Free Cash Flow</i> .....	56
Tabla 34 <i>VAN Financiera – accionista</i> .....	56
Tabla 35 <i>PayBack –Período de retorno de inversión</i> .....	56
Tabla 36 <i>Resumen de las variables aleatorias con distribución normal</i> .....	57
Tabla 37 <i>Estimación del riesgo</i> .....	57
Tabla 38 <i>Análisis de Montecarlo sobre performance del EBITDA</i> .....	58
Tabla 39 <i>Resultados de validar la hipótesis del negocio</i> .....	58
Tabla 40 <i>TSRI – Índice de relevancia específica de la meta</i> .....	60
Tabla 41 <i>Estimación del flujo de beneficios sociales</i> .....	64
Tabla 42 <i>Consolidado de emisión de CO2 y costo social total en soles</i> .....	65
Tabla 43 <i>Proyección Social Financiera de Nanitas SOS diez años</i> .....	65
Tabla P 1 <i>Video de prueba de usabilidad</i> .....	122
Tabla P 2 <i>Resultados de encuesta de satisfacción luego de la prueba</i> .....	123

Tabla Q 1 <i>Programa de influencers</i> .....	125
Tabla S 1 <i>Gastos Preoperativos</i> .....	127
Tabla T 1 <i>Balance General</i> .....	128
Tabla U 1 <i>Calculo de la tasa de descuento</i> .....	129
Tabla V 1 <i>ODS#5 Igualdad de género</i> .....	130
Tabla V 2 <i>ODS#8 Trabajo decente y crecimiento económico</i> .....	131
Tabla V 3 <i>ODS#11 Ciudades y comunidades sostenibles</i> .....	132
Tabla W 1 <i>Costo de emisión de CO2 - Energía eléctrica de laptop</i> .....	133
Tabla W 2 <i>Costo de emisión de CO2 - Energía eléctrica de smartphone Nanitas SOS</i> .....	133
Tabla X 1 <i>Diagrama de Gantt</i> .....	134

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Lienzo meta usuario.....	13
<i>Figura 2.</i> Mapa de experiencia de usuario.....	13
<i>Figura 3.</i> Ingreso de requerimiento y filtro Nanitas SOS.....	20
<i>Figura 4.</i> Perfil completo Nanitas SOS .....	21
<i>Figura 5.</i> Programación de entrevista, selección y confirmación de nana elegida y pago.....	21
<i>Figura 6.</i> Lienzo Modelo de Negocio.....	24
<i>Figura 7.</i> Proyección de crecimiento de ventas – EBITDA .....	26
<i>Figura B 1.</i> Edad de las Encuestadas.....	80
<i>Figura B 2.</i> Edad de los hijos.....	80
<i>Figura B 3.</i> Número de hijos. ....	80
<i>Figura B 4.</i> Padres que Trabajan .....	81
<i>Figura B 5.</i> Necesita apoyo en casa.....	81
<i>Figura B 6.</i> Necesita apoyo en casa.....	81
<i>Figura B 7.</i> Quien apoya actualmente .....	82
<i>Figura B 8.</i> Quien apoya actualmente. ....	82
<i>Figura B 9.</i> Facilidad de encontrar a una persona para el apoyo en el hogar.....	83
<i>Figura B 10.</i> Factores importantes en la selección.....	83
<i>Figura B 11.</i> Importancia de conocer el cuidado de los niños.....	83
<i>Figura B 12.</i> Documentos solicitados para contratar.....	84
<i>Figura B 13.</i> Utilización de realizar contratos.....	84
<i>Figura B 14.</i> Disposición para realizar contratos en el futuro.....	84
<i>Figura B 15.</i> Modalidad de contratación .....	85
<i>Figura B 16.</i> Medios por los que suelen conseguir sus nanas. ....	85

<i>Figura B 17.</i> Pago por servicio de la agencia .....	85
<i>Figura B 18.</i> Disposición de remuneración de nana.....	86
<i>Figura B 19.</i> Usuaría este aplicativo.....	86
<i>Figura B 20.</i> Valorar el servicio post venta.....	86
<i>Figura B 21.</i> Disposición para pagar por el servicio de Nanitas SOS.....	87
<i>Figura B 22.</i> Requisitos que brinde la empresa para la contratación. ....	87
<i>Figura B 23.</i> Valoración de los servicios adicionales de Nanitas SOS .....	88
<i>Figura C 1.</i> Lienzo de dos dimensiones. ....	89
<i>Figura D 1.</i> Lienzo 6 X6.....	90
<i>Figura E 1.</i> Criterios para priorizar acciones.....	91
<i>Figura E 2.</i> Matriz Costo vs. Impacto. ....	91
<i>Figura F 1.</i> Lienzo Blanco de Relevancia. Nanitas.....	92
<i>Figura J 1.</i> Lienzo de Propuesta de Valor. Nanitas SOS.....	110
<i>Figura K 1.</i> Misión, Visión y Valores de Nanitas SOS.....	111
<i>Figura L 1.</i> Tarjeta de Prueba H1 – Dimensión Eficiencia .....	112
<i>Figura L 2.</i> Tarjeta de Prueba H2 – Dimensión Eficiencia. ....	112
<i>Figura L 3.</i> Tarjeta de Prueba H1-4 – Dimensión Eficiencia .....	113
<i>Figura L 4.</i> Tarjeta de Prueba H1-3 – Dimensión Eficiencia.....	113
<i>Figura L 5.</i> Figura L6. Tarjeta de Prueba H1-6 – Dimensión Satisfacción Cliente. Tomado de Strategyzer (2020) .....	114
<i>Figura L 6.</i> Tarjeta de Prueba H1-5 – Dimensión Efectividad.....	114
<i>Figura M 1.</i> Imágenes prototipo Nanitas SOS.....	116
<i>Figura N 1.</i> Capturas de las interfases del Prototipo .....	120

*Figura O 1.* Imágenes de Encuesta de satisfacción de la prueba de usabilidad de la app

Nanitas SOS .....121

*Figura R 1.* Service Blueprint: Gastos Preoperativos.....126



## Capítulo I: Definición del problema

### 1.1 Contexto del problema a resolver

La familia sigue siendo el pilar y sustento de la sociedad, en la mayoría de los países de Latinoamérica las familias están conformadas por matrimonios, madres solteras y convivientes jóvenes. La inestabilidad familiar también afecta al Perú porque cuenta con un número decreciente de matrimonios, incremento de la convivencia y de las familias monoparentales.

Las familias peruanas cuentan con uno o más hijos, cada padre trabaja para mantener el hogar, se opta porque los hijos sean cuidados por personas externas o familiares cercanos. Los padres de familia no cuentan con tiempo suficiente para atender a sus hijos, debido a la gran carga laboral y estrés familiar. En la actualidad, se ve que el 51% de los padres se encuentran más involucrados en el cuidado de sus hijos (Diario Gestión, 2019), pero esto no es suficiente, ya que el rol de las madres ha cambiado en casa, cuentan con un papel mucho más activo en el campo laboral, esto perjudica el tiempo que pueden dedicar al cuidado de los hijos y quehaceres del hogar. Resolver el problema de quién puede ser una persona confiable y segura para el cuidado de los menores, se vuelve cada vez más preocupante.

Se considera importante hablar de la mujer como base familiar en Perú, actualmente muchas encabezan su hogar, cubren necesidades monetarias y personales dentro de su familia, esto hace que busquen trabajos dignos y equitativos para poder generar ingresos económicos. Hoy en día es muy difícil que lo encuentren, ya que en muchos casos no cuentan con estudios superiores y/o experiencia laboral.



## 1.2 Presentación del problema a resolver

Se han considerado factores importantes en el problema a resolver, siendo el más relevante la falta de oportunidad y fuerza en el cumplimiento de sus derechos como mujeres trabajadoras utilizando la necesidad de éstas para vulnerar la ley insertándose a un empleo informal, lo que les impide ser sostenibles en el mantenimiento de su hogar e impedir su crecimiento personal, metas a mediano y a largo plazo, poniendo en riesgo su condición actual a un nivel de pobreza emergente.

El Perú tiene una ocupación de mercado informal representado por un 56,8% de la población económicamente activa (PEA) donde tres de cada cuatro peruanos de la PEA tiene un empleo informal, dentro de este sector, según lo señala el informe “Evolución del empleo informal Instituto Nacional de Estadística Informática - INEI (2018)”.

Si bien la curva de la evolución de empleo informal va decreciendo, es fundamental incentivar el respeto y cumplimiento de las leyes del trabajador para contribuir con la sostenibilidad y crecimiento del trabajador por lo que este proyecto se concentrará en mujeres con estudios inconclusos hasta un grado de instrucción superior, ubicándose en un nivel socioeconómico C, D y E con menos oportunidades de empleo formal, de tal manera se expone el problema como se visualiza en la Tabla 1.

*Tabla 1*

### *Presentación del problema a resolver*

<b>Problema</b>	<b>Descripción</b>	<b>Resultados esperados</b>
Se desea que las mujeres que pertenecen a la clase social C, D y E con escasos recursos puedan obtener oportunidades de empleo formal remunerado	La informalidad es un aspecto importante en este mercado ya que cerca del 60% de mujeres ocupa esta economía informal exponiéndolas a un estado de pobreza a corto plazo y para ello se tiene como objetivo proponer una solución a través de la ODS Nro. 5.	El equipo desea reducir el impacto negativo que esto genera en la sostenibilidad no sólo de las mujeres sino del crecimiento del país fomentando el cumplimiento y respeto de las leyes laborales y una condición de trabajo justa que contribuya con el desarrollo personal del trabajador.

### **1.3 Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver**

Se considera relevante el problema a resolver por los siguientes factores: necesidad de oportunidades equitativas para las mujeres y reducir la informalidad laboral para este género.

Es un problema complejo para los padres, ya que suelen encontrar agencias de empleo informales con deficiencia en la información y evaluación a las nanas, lo que les ha generado malas experiencias y desconfianza a la hora de contratar a una persona que los apoye con el cuidado de sus hijos. La responsabilidad de cuidar a un niño es una labor que necesita ser atendida por una persona capacitada, y con experiencia para poder hacer el trabajo de manera adecuada y se cumpla con los cuidados en cada una de las etapas de crecimiento del niño.

Finalmente, se considera que tanto los padres quienes cuentan con dificultad de encontrar a personal adecuado, y las mujeres que buscan independencia y un trabajo digno, son los dos puntos importantes en el problema complejo y relevante.

## Capítulo II: Análisis del mercado

Este capítulo tiene como objetivo entender y analizar cómo se comporta el mercado al cual se orientará el proyecto y como objetivo principal busca encontrar el nicho de mercado a donde estará dirigido el proyecto. A la vez conocer los principales competidores que existen en el mercado y las leyes que los regulan.

### 2.1 Descripción del mercado o industria

El Perú tiene una población económicamente activa de alrededor 17.830,000 habitantes a nivel demográfico en todas sus regiones de acuerdo con el último estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2020). El 50% de la población son mujeres, las cuales en Lima representan 2 millones 300 mil mujeres en edad de ser madres, con un promedio de natalidad de entre dos y tres hijos por mujer (INEI, 2020).

De acuerdo con un informe recogido de la plataforma de Info Capital Humano (2021), existen 133 agencias de empleo privadas e inscritas en el Registro Nacional de las Personas (RENAPPE) que reclutan mujeres para el servicio en el hogar, tanto cama adentro como cama afuera. Sin embargo, existe una gran cantidad de agencias de empleo que trabajan en el mercado informal, existiendo abuso hacia las trabajadoras. Hoy en día hay un alto porcentaje de informalidad que daña la actividad económica del país. El mayor porcentaje de este trabajo está liderado por mujeres en todas las regiones del Perú. Existe mucha desinformación de los derechos laborales y beneficios que les otorga la ley a las trabajadoras del hogar y a su vez, desinterés de las instituciones públicas por crear conciencia en las empresas y familias para que contribuyan con el cumplimiento de esta ley.

- **Análisis del Mercado Informal**

Estas empresas informales no desarrollan estudios de mercado para enfrentarse a empresas del mismo rubro y conseguir ser sostenibles en el tiempo; en el ámbito social,

económico y ambiental. La principal intención es generar ingresos a costa de la necesidad de los empleados sin importar el abuso que éstas puedan ejercer sobre las trabajadoras, como retener sus documentos personales para tener la exclusividad de empleo, exigiendo un importe económico para obtener una vacante.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) defienden todas las obligaciones que tienen las empresas conforme a ley para que el trabajo que desempeña la mujer en el hogar sea digno, formal y remunerado, y que incentive un crecimiento económico inclusivo. La importancia de esta conciencia refuerza la responsabilidad en la constitución de agencias de empleo para nanas donde las propias trabajadoras exigen a la empleadora un trabajo y remuneración justa, aun cuando la agencia de empleo no lo comunica, por ello la importancia en aportar y dar a conocer sus derechos que les permita determinar el modelo de contrato que tendrá con el empleador que requiere sus servicios.

- Ley de los Trabajadores del Hogar

La insistencia de las trabajadoras que ejercen esta labor en las casas promovió y ayudó a que el 01 de octubre del 2020, en el diario oficial El Peruano, se oficializa la promulgación de la Ley 31047 denominada Ley de las Trabajadoras y Trabajadores del Hogar. Con el principal objeto de regular el vínculo laboral de todas las personas que realizan trabajo doméstico en las casas.

Esta norma establece a detalle los beneficios que tiene el trabajador al ser contratada(o) así como los beneficios que tienen al iniciar el vínculo entre trabajador y empleador para que se respeten de acuerdo con la ley y se promueva un trabajo digno que contribuya a la mejora en la calidad de vida de las personas, a su vez asegure el bienestar e integridad del trabajador.

## 2.2 Análisis Competitivo detallado

Para un adecuado análisis del entorno competitivo se utilizó el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, con este análisis lo que buscamos es llegar a establecer si la industria es atractiva o no e identificar cómo hacerla rentable.

- Rivalidad entre competidores:

Dentro del mercado de servicio de nanas para el hogar encontramos tres tipos de competidores directos: (a) las agencias de nanas, (b) las agencias de empleos y (c) las trabajadoras del hogar independientes. En este sector existe una rivalidad alta dado que existe mucha oferta de agencias tanto de servicios de empleos como de nanas con años de experiencia en el sector y reconocimiento, en adición a la alta informalidad que existe en este mercado y las recomendaciones que cada vez toman mayor importancia en el sector. El mercado de colocación de trabajadores del hogar ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años. Según un reporte del Registro Nacional de Agencias Privadas de Empleo (RENAPE, 2017) el 53% de las agencias de empleo han sido registradas a partir del 2011.

Así mismo según esta información se observa también que los últimos años existe una tendencia mayor a la creación de empresas exclusivas de cuidado de niños. Adicionalmente, existe una gran cantidad de agencias con reconocimiento entre las madres y bastante presencia en las redes sociales; sin embargo, estas agencias no se encuentran inscritas en el RENAPE o en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), lo que evidencia el crecimiento que existe en el mercado informal y más aún frente a la crisis económica que estamos pasando en donde muchas personas están buscando emprender.

En la Tabla 2, se observa a los principales competidores dentro del mercado de agencias de empleo en donde se comparan las empresas que cuentan con un modelo de negocio similar y van orientados al mismo público objetivo. Por otra parte, se puede apreciar

tanto agencias formales como informales, todas ellas tienen mucha presencia en el mercado y bastante experiencia. Se observan las diferentes empresas que están orientadas en todos los servicios de apoyo (empleadas del hogar y nanas, cuidado de adulto mayor; mientras que otras están especializadas exclusivamente en el cuidado de niños).

Tabla 2

## Cuadro comparativo entre principales competidores de Nanitas SOS

Nombre de Agencia	Tipo de Agencia	Servicios	Valor Agregado	Años de Experiencia
Nanas y Amas	Inscrita RENAPE	Empleadas del Hogar Niñeras y Nanas Cuidado Adulto Mayor Personal de limpieza por día.	Garantía de 3 meses o hasta 2 cambios Estricto proceso de selección. Capacitación en primeros Auxilio a las nanas Examen de Salud.	12
La casa de Panchita	Inscrita RENAPE	Empleadas del Hogar Niñeras y Nanas Cuidado Adulto Mayor Asistentas de Limpieza	3 servicios: sin garantía, 1 mes y 3 meses de garantía. Capacitaciones cursos y talleres: Atención eficiente, estimulación temprana, psicología infantil, nutrición infantil. Otros servicios adicionales: Orientación legal, cálculo de liquidaciones, formalización de contrato, verificación de datos.	14
Nanas de confianza Perú	Inscrita RENAPE	Empleadas del Hogar Niñeras y Nanas Cuidado Adulto Mayor	Garantía de 3 meses. Otros Servicios: Evaluación a trabajadoras del hogar, para el caso de las recomendaciones.	15
Casa y cuna	Inscrita RENAPE	Niñera y Nanas Empleadas del Hogar	Garantía 2 meses Capacitación en primeros auxilios. Examen de salud.	13
Baby Services	Inscrita RENAPE	Niñera y Nanas Empleadas del Hogar <i>Babysitters</i>	3 meses de garantía. Servicio de <i>Babysitters</i> por horas y para turistas Curso de Niñeras Certificadas	9
Niñeras Perú	Informal	Niñera y Nanas Empleadas del Hogar	4 meses de garantía	4
Home and Care	Informal	Niñera y Nanas Empleadas del Hogar	3 meses de garantía Proceso de selección exhaustivo.	3

En la mayoría de los casos los competidores directos orientan su servicio de manera presencial y dado a la actual coyuntura de la pandemia que enfrentamos muchos están reinventándose y atendiendo bajo una modalidad mixta presencial y online en partes iguales. La mayoría de estas agencias buscan garantizar la seguridad en la selección de nanas, ya que

toda mamá al optar por estos servicios busca tener personas que les generen la confianza y seguridad que necesitan. Todas estas agencias se caracterizan por usar filtros de seguridad como evaluaciones psicológicas hechas por un profesional y verificación de antecedentes. Así también, algunas de las agencias competidoras como “Nanas y Amas”, “La Casa de Panchita” y “Casa y Cuna” brindan capacitaciones en primeros auxilios a las nanas asociadas.

En lo que refiere al tipo de servicio que ofrecen, todas las agencias tienen personal que ofrece servicio exclusivo de nanas, nanas con ayuda en casa y personas de limpieza. Las agencias “La Casa de Panchita”, “Nanas & Amas” y “Nanas de Confianza” ofrecen atención a adultos mayores. En el caso de “*Baby Services*” son los únicos que cuentan con el servicio de *babysitters* por horas o días específicos. La modalidad de trabajo puede ser por cama adentro o cama afuera. En relación con las comisiones que cobran las agencias, van desde S/ 800 hasta S/ 1300 soles, esto varía dependiendo de la garantía que ofrece la empresa. Algunos competidores cuentan con dos o tres tipos de tarifas, dependiendo el tiempo de garantía (cobertura de cambio de nana por un tiempo estipulado o hasta un máximo de cambios establecidos) que ofrecen, el cual va desde la omisión de garantía hasta tres meses de garantía cubriendo hasta dos cambios.

- Poder de Negociación con Proveedores

Los principales proveedores en la empresa son las nanas, hoy en día existe gran cantidad de mujeres desempleadas, queriendo salir de la informalidad y dispuestas a prestar servicios de cuidado de niños y limpieza, buscando formalizar de alguna forma sus servicios para tener un sustento económico quienes en su mayoría no tienen un grado de instrucción superior. Otros proveedores importantes son las empresas que nos brindaran el servicio de revisión de antecedentes, tanto penales como policiales en donde el poder de negociación es bajo, ya que estas empresas ya cuentan con paquetes establecidos y sus precios fijos.

- Poder de Negociación de los consumidores

Tiene una tendencia alta, dado que existe una amplia oferta en el mercado como son las agencias de empleo tanto formales como informales, así mismo hoy en día no existe mucha diferenciación entre estas empresas por lo que en general la mayoría ofrecen los mismos servicios y hay un rango amplio de precios según cada una de las agencias. Por otro lado, el apoyo que existe de parte de los familiares para el cuidado de los niños, así como las guarderías y cunas hacen que muchas veces las madres no opten por contratar nanas por agencia, sino que se usen estos sustitutos.

- Barreras de entrada

Cuentan con dos aristas; la primera relacionada a los costos y la asignación del personal, en donde las barreras de entrada son consideradas bajas y la segunda está relacionada al cuidado de niños en donde las barreras son más altas ya que se brinda un servicio que cumpla con todos los estándares de calidad y filtros de seguridad para poder tener al personal adecuado que cuenten con las habilidades necesarias tanto técnicas como blandas y debidamente capacitado. Estos factores hacen que la búsqueda del personal sea más especializada y genere una nueva barrera de entrada. Por otra parte, si vemos la regulación, existen normas reglamentarias para el funcionamiento de las agencias de empleo, según el Decreto Supremo N ° 005-2003-TR. Así mismo para que las agencias privadas puedan funcionar estas deberán estar registradas en la RENAPE - Registro Nacional de Agencias Privadas de Empleo el cual está a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Productos Sustitutos

Aquí encontramos las cunas las cuales se encargan del cuidado de los niños y la educación inicial según el perfil del niño, además ofrecen servicios psicológicos y de



nutrición. Las cunas normalmente abren en horario extendido hasta las 17:00 horas, cuentan con dos turnos y atienden a niños desde los tres meses hasta los seis años en algunos casos.



### Capítulo III. Investigación del usuario

En este capítulo se encontrará elementos importantes para conocer el usuario objetivo del proyecto; el perfil del usuario, nivel socioeconómico, gustos y preferencias, alegrías y frustraciones. Así mismo se analizará los resultados que obtiene el usuario al satisfacer su necesidad.

#### 3.1. Perfil del usuario

Los servicios de Nanitas SOS son dirigidos a los padres de familia de un nivel socioeconómico A y B, que se encuentran en su mayoría en los distritos de Lima Moderna. Con el fin de conocer a profundidad a nuestro usuario, a través de la investigación de mercado, se aplicó la metodología *Design Thinking*, para ello, fue necesario identificar y comprender los trabajos, frustraciones y alegrías para clasificarlas en orden de prioridad, lo cual es importante, más allá de las características demográficas, y poder diseñar la propuesta de valor.

##### 3.1.1 Encuesta y Resultados

Con el objetivo de conocer la opinión y necesidades de las familias, en especial aquellos padres que trabajan y cuentan con poco tiempo para el cuidado de sus hijos, se elaboró una encuesta compuesta de 30 preguntas, de las cuales 24 eran para los padres y seis preguntas para el futuro usuario. La encuesta aplicada se muestra en el Apéndice A y se desarrolló utilizando la herramienta *Google Forms*, la cual se compartió mediante un enlace a correos electrónicos y a través de *WhatsApp*. Las respuestas detalladas se encontrarán en el Apéndice B.

Después de analizar todas las 60 respuestas de nuestros encuestados, encontramos que en su mayoría son mujeres de 25 a 45 años, que se concentran en los distritos de Barranco, La Molina, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, Santiago de Surco y Surquillo.

Tabla 3

*Información relevante por categoría*

N°	Categoría de información	Información más relevante de la categoría
1	Distrito	Barranco, La Molina, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, Santiago de Surco y Surquillo
2	Edad	26 a 44 años
3	¿A qué te dedicas?	Trabajadora dependiente e independiente y/o emprendedora.
4	¿Cuántos hijos tienes?	más de dos hijos
5	¿En qué rango de edad se encuentran tus hijos?	de cero a ocho años
6	¿Actualmente trabajas?	Si
7	¿Cuéntame cómo es tu día a día?	Tengo una rutina saturada, inicio el día preparo desayuno, almuerzo, conecto a los niños o los llevo al colegio, voy al trabajo, veo mi negocio, en la semana limpio, lavo la ropa, veo las tareas de mis hijos, los baño, alistó su ropa y los acuesto, luego en las noches trato de avanzar con trabajo o cosas pendientes que se hayan quedado.
8	¿Cómo son tus fines de semana?	Los fines de semana avanzó con las responsabilidades o tareas pendientes que no se pudo avanzar en la semana y puedo jugar con mis hijos, veo películas, avanzó también las tareas del colegio de la semana, trato de cocinar juntos, etc.
9	¿Cómo compartes el tiempo libre con tus hijos?	Trato de compartir mientras hago los quehaceres del hogar en casa, ya que en la semana el tiempo se va volando y hago lo posible por compartir más los fines de semana o por las noches cuando las tareas de la semana ya se terminaron.
10	¿Cómo haces para mantener la casa limpia y las tareas de tu día a día?	Si, tengo una persona que me ayuda, ella se encarga de la casa. Sin ayuda: Trato de organizarme y hacer lo necesario y/o prioritario durante las noches y los fines de semana hago la limpieza a profundidad.
11	¿Sientes que tienes mucho trabajo en casa con los quehaceres del hogar?	Si, habitualmente no me queda tiempo para mí, ni para estar con mi pareja a solas, o tener tiempo de calidad con mis hijos, siento que falta horas con mis hijos, siento cansancio y a veces recorro a un familiar o mi pareja para poder descansar y ayudarnos ambos con las tareas en casa.
12	¿Ha afectado tu salud todo el trabajo que tienes adicional con los quehaceres del hogar?	Sí, tengo altos niveles de estrés y a veces mi estado emocional no es adecuado para el trato con mi esposo o el resto de mi familia.
13	Si tuvieras una varita mágica. ¿Con qué te gustaría contar para solucionar algunos problemas en tu día a día?	Definitivamente tener una persona que me ayude con las tareas del hogar, cuidar a los niños, cocinar, limpiar la casa, planchar, etc. Puede ser cama adentro, cama afuera o por horas o quizá solo los fines de semana para limpieza, y las tareas que se presenten en casa.

Los encuestados tienen un promedio de dos a tres hijos entre las edades de cero a ocho años y de las cuales el 86.7% tienen actividades laborales y suelen estar diariamente con sobrecarga de trabajo por lo que sienten que pierden calidad de tiempo para pasar con sus hijos. El 93.3% consideran que necesitan de una ayuda en casa, para poder controlar las actividades diarias, la presión del trabajo, la rutina actual de las clases online de sus hijos, por lo que

actualmente recurren al apoyo de un familiar o una persona que brinde el servicio de atención y cuidado de los niños. También encontramos que la rotación de las asistentes del hogar por lo general es menor a un año, por lo que les genera cierta inestabilidad, y desconfianza.

Actualmente el 58.9% de los encuestados indican que les es difícil conseguir un personal de confianza, que les brinde seguridad, que puedan acceder a sus referencias laborales y personales, que tenga empatía y experiencia en el cuidado de niños, y cuando han logrado conseguirlas el 51.8% indica que no han sido experiencias satisfactorias sino regular o malas. De los 60 encuestados el 83.3% considera que es muy importante que la asistente del hogar tenga conocimiento y experiencia en el cuidado de niños, por lo que es necesario que tenga empatía con niños, buenas referencias y disponibilidad para trabajar, y para validar dicha información, como referencias constatables y confiables, antecedentes policiales y penales, documentos personales y por la actualidad debido al *Covid-19* certificados médicos de no portar el virus.

Otro punto importante para mencionar es que de los padres que han realizado contrataciones a través de agencias de empleo, el 61.4.% no han realizado contratos con su personal, sin embargo, el 81.5% está dispuesto a realizarlos en el futuro ya que no lo han realizado por desconocimiento y porque no se los solicitaban. Así mismo, encontramos que el 70% de los usuarios anteriormente pagaron entre S/ 500 y S/ 999 soles por conseguir un personal adecuado. Sin embargo, el 30% estaría dispuesto a pagar más de S/ 1,000 soles por obtener un servicio que le brinde seguridad, confiabilidad y documentación validable.

Una vez que se presentó la propuesta de servicio, el 86.4% estaría dispuesto a usar el aplicativo, de las cuales el 33.3% estaría dispuesto a pagar por el servicio S/ 1,000 soles a más. Por otra parte, en las entrevistas se identificó de que los usuarios cuentan con la necesidad del servicio de nanas por un día y están dispuestos a pagar una comisión de hasta S/ 60 soles por el servicio de colocación.

Todos ellos buscan confiabilidad de la información, una selección y capacitación adecuada, e incluso solicitaron nanas de reemplazo, así como la garantía como mínima de tres meses además de las asesorías legales.

### **3.1.2 Lienzo Meta usuario**

Gina representa a las madres trabajadoras con múltiples actividades, ella es una mujer de 32 años, luchadora y emprendedora, ella vive con su esposo y tiene dos hijos, un niño de cinco años y una niña de tres años.

La solución que busca Gina como se muestra en la Figura 1, es aliviar el estrés que es generado por el gran número de tareas diarias que tiene, además de la calidad de tiempo que dedica a cada una de sus actividades y responsabilidades como madre, esposa, empleada laboral y ama de casa. Su necesidad se basa en buscar tiempo con la familia, seguridad, tranquilidad y confianza para dejar a sus hijos al cuidado de una persona mientras ella puede dedicarse a sus actividades laborales; ayuda en las diferentes tareas del hogar, casa limpia y ordenada, en la que pueda obtener una persona de manera rápida sin tener que esperar tiempo para obtenerla, lo que haga que ella pueda tener un equilibrio personal y pueda lograr mayor éxito en las actividades que emprenda.

### **3.1.3 Perfil del cliente usuario:**

En el perfil del usuario, Gina se preocupa por el bienestar de cada uno de los miembros de su familia y por darles una mejor educación a sus hijos, anhela seguir creciendo de manera profesional, atender las necesidades de su familia y está orgullosa de su trabajo y las actividades que realiza, pero le apena no disfrutar como quisiera el tiempo con sus hijos debido a que el tiempo se le hace corto durante el día.

El tiempo para Gina es su principal beneficio, ya que la rutina que lleva diariamente hace que este beneficio sea muy requerido, con ello ella podría dedicarse al trabajo, continuar

estudiando, tener tiempo de calidad con la familia principalmente con su pareja e hijos. Para ella es un beneficio el poder trabajar o hacer sus actividades laborales de manera tranquila sabiendo que sus hijos están en buenas manos con personas responsables que puedan cuidarlos de la manera más adecuada, de esta manera ella también tendría tiempo para salir a reuniones laborales o familiares, tiempo para hacer deporte y dedicarse más a sí misma.

El servicio está enfocado a un perfil demográfico principalmente para mujeres, madres de niños de entre cero a diez años, que viven en los distritos de Lima Moderna, que en su mayoría poseen un ingreso familiar más alto que el promedio y por tanto pertenecen a los niveles socioeconómicos A y B. Cuentan con muy poco tiempo libre porque tienen muchas actividades en su vida diaria, debido a que trabajan de manera dependiente, independiente o son emprendedoras y tienen otras actividades de tipo sociales, culturales, etc.; les gusta ver su casa limpia y ordenada, pero destacan que es importante que tanto ella como su esposo tengan trabajo, sus hijos se eduquen y cuenten con salud.

Estas mujeres descritas en su mayoría cuentan con el rango de edad entre los 25 a 45 años, de acuerdo con el diario El Peruano, las estimaciones y proyecciones al 30 de junio del 2021 elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en la provincia de Lima existe 9 millones 847 mil habitantes, la cual tiene una representación del 29,8% de la “población nacional proyectada” (33 millones 35 mil habitantes). Según el sexo, el 52,2% de los habitantes de Lima son mujeres (5 millones 136 mil) y el 47,8% restante son hombres (4 millones 711 mil).

Además, se estima también que 45 de cada 100 habitantes de Lima son casados o convivientes. Con relación al estado civil de la población de la provincia de Lima, según los resultados preliminares del 2020 de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), el 44,5% está

casada o es conviviente; en tanto, el 40,0% son solteros, 10,2% separados, 4,2% viudos y 1,1% son divorciados.







Figura 1. Lienzo meta usuario



### 3.2. Mapa de experiencia de usuario

El mapa de la Figura 2, permite visualizar a profundidad el perfil psicológico de las madres, que buscan apoyo para el cuidado de sus niños. El problema seleccionado ocurre cuando el usuario observa y se da cuenta que no puede hacer las funciones de madre y trabajadora al mismo tiempo ya que los horarios no le permiten trabajar y cuidar a los niños a la vez. Esto le genera mucho estrés al no poder controlar esos momentos en los que los hijos empiezan a llamar su atención por berrinches o peleas de niños; sabe que controlar ese momento le va a tomar un tiempo y debe detener sus actividades para atenderlos hasta que se calmen. Sumado a eso, empiezan los dolores de cabeza y malestares corporales.

Principales experiencias positivas:

- Momento del desayuno, porque inicia el día muy temprano y tiene el tiempo controlado para que sus hijos y ella tomen desayuno antes de que inicien todas las actividades programadas del día.
- Momento de la cena o lonche, porque su esposo ya se encuentra en casa y le da un poco de calma, pueden cenar todos juntos y el esposo puede encargarse de los hijos.
- Momento después de la cena, porque la madre tiene un espacio para concentrarse en trabajar o hacer actividades diversas mientras su esposo juega con los niños y los cuida. Ese momento le genera tranquilidad porque sabe que los niños estarán bien con el papá.

Principales experiencias negativas:

- Momento en que los niños empiezan a discutir mientras juegan por querer utilizar el mismo juguete. Este momento sucede cuando termina el horario de clases de los niños y tienen un horario en la tarde para jugar. La mamá espera tomar un

descanso y aprovechar para realizar otras actividades, pero la discusión no la deja y termina por estresarla y molestarla.

- Momento en que los niños pequeños descansan y dejan la casa desordenada, deben poner las cosas en su lugar y dejar todo limpio para que sus hijos aprendan poco a poco que cada cosa tiene su lugar.
- Momento en que la niña no quiere hacer caso a las indicaciones de la mamá y empieza a hacer berrinches, la mamá se siente muy agotada, pierde la paciencia y vuelve a equilibrarse para calmar la situación y continuar con sus deberes en casa.

Pensamientos:

Luego de observar su rutina diaria, evidenciamos que la mayor parte del día el usuario presenta sentimientos de agotamiento, estrés, preocupación al no poder realizar con calma todas las actividades ya que la prioridad es siempre atender a sus hijos y que se encuentren bien, lo que la distrae en el resto de sus actividades por intentar tener el control de todo.

### **3.3. Identificación de la necesidad**

Después de haber identificado los puntos negativos en el mapa de experiencia del usuario, se identifica que los padres de familia cada vez más comparten su vida familiar con su vida laboral, viven en un estrés constante por las cargas laborales y por los quehaceres del hogar, muchas familias se encuentran en crisis debido a la desorganización que viven por no tener el tiempo suficiente para el cuidado de su hijos y su hogar, por lo que se ven en la obligación de tener una nana o niñera, aún en el caso de contar con el apoyo de algún familiar y/o hacer uso de guarderías. Sin embargo, las soluciones que brinda el mercado laboral como son las agencias privadas de empleo actuales no se caracterizan por ofrecer un servicio que brinde tranquilidad y seguridad a los padres, por lo que muchos optan en su mayoría por

pedir a sus conocidos recomendaciones de personas de confianza para el cuidado de sus niños.

Según la encuesta realizadas, las familias manifestaron que para ellos los aspectos más importantes para elegir una persona para el cuidado de sus niños son la confianza y la seguridad, luego la experiencia de la persona y las habilidades que esta pueda tener para el óptimo cuidado de sus hijos. Esta es una necesidad inminente que viven día a día, sobre todo las madres que trabajan, es un reto tener que encontrar a una persona de confianza, que brinde seguridad para dejar a sus hijos. En el mercado peruano donde prima la informalidad, los padres no encuentran un lugar seguro para atender esta necesidad.

Hoy en día, los padres buscan personal que pueda brindarle a sus hijos no solo el cuidado sino también enseñanzas que potencian las habilidades y las capacidades de los niños y que estos sean constantemente estimulados. Por otra parte, se identifica la necesidad que existe en la sociedad de que las mujeres de bajos recursos puedan encontrar trabajo ya que muchas veces les cuesta mucho colocarse en el mercado y/o encontrar trabajos dignos.

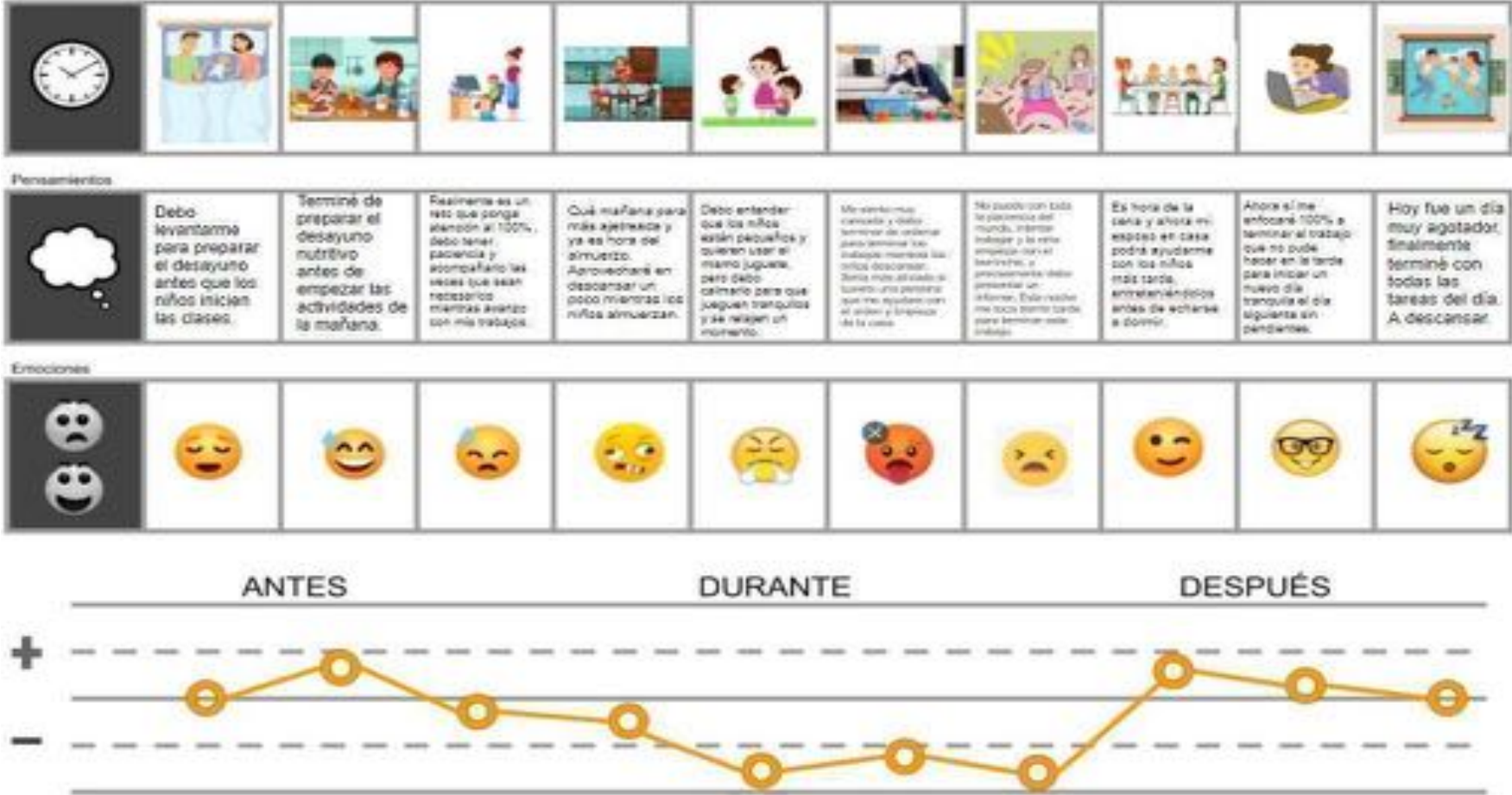


Figura 2. Mapa de experiencia de usuario

## Capítulo IV. Diseño del producto o servicio

En este capítulo se presentará la concepción del servicio de Nanitas SOS, así como sus principales características, adicionalmente, se explicará a detalle cómo fue realizada la ideación de la solución al problema planteado mediante los diferentes lienzos trabajados, y finalmente se explicará cómo se utilizó la metodología *Lean Startup* para la ideación del prototipo de Nanitas SOS.

### 4.1. Concepción del producto o servicio

Nanitas SOS es una empresa que ofrece servicios de colocación de nanas a los padres de familia, enfocándose en brindar confiabilidad, seguridad integral a sus clientes y asegurará una experiencia rápida y amigable. Cuenta con una red de nanas calificadas, las cuales han pasado por una serie de filtros de seguridad, filtros psicológicos y entrevistas por competencias para poder validar que estén aptas para el trabajo del cuidado de los niños.

Nanitas SOS ofrecerá dos tipos de servicios, el primero es nanitas a tiempo completo el cual ofrece el servicio de nanas con disponibilidad cama dentro o cama afuera aquí los usuarios pueden escoger el tiempo de trabajo que mejor se adapte a sus necesidades y el segundo servicio es de nanitas por un día donde se ofrecerá el servicio programado con anticipación por el tiempo de horas necesarias o el servicio de emergencia, el cual se puede agendar el mismo día.

La empresa contará con una aplicación y pagina web que permitirá seleccionar el tipo de servicio que necesitan, también te permitirá ver en tiempo real los perfiles de las nanitas con información completa y detallada, sus antecedentes penales y policiales, evaluaciones y perfil psicológicas, una breve reseña de su experiencia y la recomendación del servicio brindado por cada nana.

Ambos medios digitales funcionarán como medio de consulta, reserva, coordinación para la entrevista (presencial o virtual), calificación, recomendación y pago, Nanitas SOS será de fácil uso e intuitiva. Adicionalmente se dará un servicio de asesoría para poder comunicarse vía *WhatsApp* con un agente de atención al cliente que podrá asesorar a los padres en sus consultas. El servicio de Nanitas SOS aparte de la colocación de la nana ofrece una garantía de cuatro meses y una membresía anual para poder usar los beneficios adicionales.

Por otra parte, la empresa velará por buscar a nanas que cuenten con un perfil acorde a lo esperado en el mercado. Las principales características que tendrán estas nanas son: (a) estudios secundarios completos, (b) no cuenten con antecedentes, (c) pasar las pruebas psicológicas de manera correcta, (d) ser mayores de edad, (e) tengan experiencia previa, (f) sean proactivas y con iniciativa, (g) afinidad con los niños, entre otras.

#### **4.2. Desarrollo de la narrativa (lienzos, narraciones, etc.)**

Inicialmente se usó la metodología *Design Thinking*, en la etapa de empatizar, se dieron diferentes cuestionamientos sobre el problema, aquí se usó el lienzo de dos dimensiones para identificar y describir el problema, ver Apéndice C. En el lienzo se dieron diferentes hipótesis que cada miembro del equipo planteaba en el camino. A su vez, se preparó una guía de entrevistas en la cual se valida o modifica cada hipótesis. En la etapa de definir, se utilizó el lienzo meta usuario, en la Figura 1, donde ayudó a identificar diversos problemas, actividades, familia y círculo social. Con el lienzo mapa de experiencia del usuario, ver Figura 2, se identificaron diversas emociones como momentos de alegrías y dolor, a partir de aquí se dieron alternativas de solución naciendo Nanitas SOS.

Para identificar los momentos críticos y positivos del usuario se realizaron nuevas entrevistas para reflejar el resultado del nuevo mapa de la experiencia del usuario. En la fase

idear se utilizó el lienzo 6x6, ver Apéndice D, colocando todas las ideas potenciales y seleccionando las seis principales. Dichas soluciones se colocaron de acuerdo con prioridad y se colocaron las preguntas generadoras. Se realizó una lluvia de ideas, respondiendo a las preguntas y finalmente obteniendo diversas alternativas, seleccionando la mejor idea para cada solución, para luego desarrollar la matriz costo impacto, ver Apéndice E, y convertirse en *Quick Wins*.

Posteriormente, se realizó la aplicación de la metodología de *Lean Startup*. En la fase de crear, se decidió realizar una aplicación móvil que pudiera descargarse desde cualquier dispositivo *Android & IOS*, dando el nombre a Nanitas SOS, permitiendo encontrar a una niñera de manera fácil, segura y accesible, buscando asegurar el cuidado de los niños y hacer los días de las mamitas más fáciles. En la etapa de testeo, se evaluó opciones para desarrollar el primer prototipo el cual fue testeado con una persona, con esta información validada se pudo empezar a realizar la siguiente fase de medir en donde se hizo un segundo prototipo el cual fue testeado por más usuarios con la finalidad de que puedan probarlo y recibir un feedback. Esto se registró en el lienzo blanco de relevancia, que se muestra en Apéndice F. El prototipo inicial se detalla en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=idEvWdCKf28>

### **4.3. Carácter innovador o novedoso del producto o servicio**

El contexto actual y análisis internacional obliga a las empresas y familias a involucrarse en la tecnología para estar actualizados y poder realizar cualquier gestión a través de la tecnología. En la crisis sanitaria que hoy afecta al Perú, se han propuesto diversas estrategias en conjunto con el desarrollo tecnológico para sacar adelante sus negocios y mantenerse vigente en el mercado competitivo.

El servicio tiene como carácter innovador el brindar evaluaciones monitoreadas cada



60 días a las nanas previos a su contratación para asegurar que cuenten con un perfil adecuado. Este monitoreo va a permitir conocer cuál es el estado de salud emocional de la potencial nana, el cual aqueja a muchas personas por sus condiciones actuales o vivencias personales, así como conocer cuáles son sus gustos y las intenciones que tiene al trabajar en casa. Se puede visualizar e identificar si a la nana le gusta el trato con niños o por el contrario no es de su agrado, pero lo hace por necesidad económica. Permite evaluar el control de sus emociones debido a que tratar con niños pequeños no es una tarea fácil y requiere de mucha sensibilidad para no dañar o llegar a un maltrato físico o psicológico. La función de Nanitas SOS es facilitar la búsqueda correcta a los padres con una data previamente filtrada a través de estas evaluaciones, permitiendo a los padres de familia visualizar los resultados y recomendaciones con una especialista asignada.

A su vez, se realizará un seguimiento luego de adquirir el servicio por el personal encargado de atención al cliente, para evaluar el nivel de satisfacción del usuario el primer y luego al tercer mes, el seguimiento puede incluir una visita presencial, previa coordinación, para constatar las condiciones de trabajo y velar por la seguridad de la nana y la familia.

#### **4.4. Propuesta de valor**

La solución está orientada a padres de familia que carecen de tiempo para el cuidado de sus hijos, y las actividades del hogar, este servicio propone la facilidad para contratar una nana, teniendo el acceso de realizar su propio filtro, mediante información de su perfil, experiencia, antecedentes y recomendaciones en línea. A su vez, se busca generar trabajo para mujeres con experiencia en el cuidado de niños, y serán capacitadas para reforzar sus habilidades actuales.

El servicio que brinda Nanitas SOS se ofrece mediante una membresía anual, cuyo precio es equivalente a S/ 1,000 soles e incluye beneficios adicionales como:



- Nana de reemplazo (por un día de forma gratuita)
- Capacitaciones anuales a las nanas (cuatro capacitaciones: Primeros Auxilios, Estimulación Temprana, etc.) Se detalla en el Apéndice G.
- Activa tu garantía: En caso se desee cambiar a la nanita se activará la garantía durante los cuatro meses siguientes de la contratación.
- Seguimiento constante a la nana y al cliente, durante los primeros cuatro meses.
- Evaluaciones psicológicas a las nanas disponibles cada tres meses.
- Acceso a red de “Comunidad Nanitas”, donde se pueda socializar con otras madres que cuenten con el servicio.
- Beneficios de descuento adicionales (ver detalle de empresas en Apéndice H)

Nanitas SOS busca brindar oportunidades de trabajo digno a mujeres y fomentar el cumplimiento de sus derechos laborales. Para ello, al momento de adquirir el servicio, el usuario aceptará un contrato en línea en el cual se compromete al cumplimiento de términos y condiciones establecidos, ver Apéndice I. De igual manera, la empresa realizará un seguimiento los primeros cuatro meses para monitorear el bienestar de la nana mediante llamadas telefónicas realizadas por el personal de atención al cliente. En caso la nana sufra maltrato en el hogar o incumplimiento de sus derechos laborales, Nanitas SOS será una empresa encargada de orientar a las nanas a la institución respectiva para que reciba el apoyo necesario.

El lienzo propuesta de valor, ver Apéndice L, muestra lo que busca el usuario a analizar, los beneficios que obtendría al establecer la propuesta de valor, se detalla lo que busca, y sus frustraciones actuales al respecto, por otro lado, se muestra a nuestro producto

propuesto, creando emociones de alegría al usuario, así como aliviar sus frustraciones, además de los productos y servicios ofrecidos.

- Alegrías:

El mayor motivo que le genera alegría al usuario es el tiempo libre que tiene, es el beneficio que más valora, ya que la rutina que lleva diariamente hace que este beneficio sea muy requerido, con este tiempo libre el usuario podría desarrollar las actividades que lo llenen de alegría, realizar su trabajo de forma más exitosa, continuar estudiando, tener tiempo de calidad con su pareja e hijos. El realizar sus actividades laborales de manera tranquila sabiendo que sus hijos están en buenas manos con personas responsables que puedan cuidarlos de la manera más adecuada, le genera tranquilidad y alegría.

- Frustraciones:

Las frustraciones del usuario están alineadas a su responsabilidad como padre/madre, carga económica familiar y carga de trabajo diario. Por la sobrecarga de trabajo y cansancio que siente con las actividades diarias, no logra dedicarse a sus actividades laborales o de estudios como quisiera. Tampoco logra tener tiempo de calidad con su pareja e hijos, le preocupa no tener a la persona adecuada al cuidado de sus hijos o que pueda estar un tiempo corto para luego necesitarla nuevamente, quiere estabilidad laboral y financiera, así como tranquilidad en su hogar y mayor descanso.

- Solución:

La solución propuesta es otorgar un servicio que le permita acceder desde cualquier aplicativo con rapidez y confianza a un listado de posibles niñeras que puedan estar al cuidado de sus hijos, acceder a información veraz y validada, recomendaciones, antecedentes, exámenes psicológicos para que tenga la seguridad que cuidarán bien de sus hijos. Accederán

a una membresía anual que genera beneficios para el usuario, como: nanita por un día, capacitaciones, seguimiento continuo.

- **Generador de Alegrías:**

Esta solución reduce el estrés, genera bienestar y alegría a familia porque con ello, podrán tener más tiempo para dedicarle a sus actividades laborales, de estudios y/o recreativas. Con esta solución contarán con la seguridad de que sus hijos están siendo cuidados por personas profesionales y capacitadas.

#### **4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)**

Para poder llegar al Producto Mínimo Viable (PMV) se realizaron una serie de prototipos, en el primer prototipo, a pesar de que se entendía la idea de la solución, no expresaba mucho las funcionalidades ni cómo sería de manera tangible el aplicativo, motivo por el cual, cambiamos la forma de representarlo. En un segundo prototipo, se definió mejor la solución, ya que inicialmente estaba orientada a conseguir personal de apoyo en el hogar de manera general, sin embargo, después de conocer al meta usuario se determinó que el servicio debería centrarse en el servicio de nanas.

Por otra parte, hubo un *feedback* interesante sobre funcionalidades nuevas que podría tener el prototipo que agreguen mayor valor al servicio. Se obtuvo un 80% de validación, pero en repetidas ocasiones comentaron que el servicio que se ofrece debería ser más específico, así mismo, para los usuarios finales la aplicación era agradable y sencilla de utilizar, sin embargo, el contenido no era claro y no se entendía la propuesta de valor que Nanitas SOS ofrece. La aplicación te permitirá seleccionar el tipo de servicio que necesitan: nanita a tiempo completo o nanita por un día. También te permitirá ver en tiempo real los perfiles de las nanas con información completa y detallada, sus antecedentes penales y policiales, los perfiles con información real y actualizada, una breve reseña y la evaluación

del servicio a cargo de cada una.

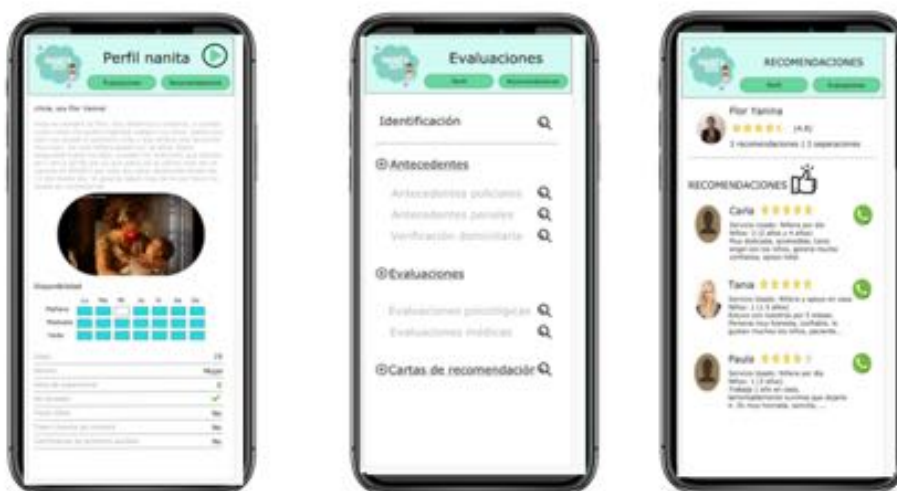
El procedimiento para el uso de la aplicación es el siguiente:

El cliente registra el requerimiento sobre el servicio y perfil que necesita: disponibilidad, rango de sueldo a pagar, entre otros. Después de realizado el registro el sistema filtrará a las niñeras que cumplan sus requerimientos y estén disponibles, la aplicación mostrará una breve descripción de la niñera, su edad, calificación y recomendaciones.



Figura 3. Ingreso de requerimiento y filtro Nanitas SOS

Una vez que el usuario revise todos los perfiles de manera preliminar y encuentre algunos atractivos, podrá visualizar el perfil completo de la nana junto a sus documentos, evaluaciones y las recomendaciones.



*Figura 4. Perfil completo Nanitas SOS*

Una vez elegidas las candidatas, el usuario la selecciona en la aplicación, posterior a eso se enviará un correo electrónico de Nanitas SOS indicando que, en un tiempo menor a 24 horas, el personal de atención al cliente se contactará con ellos para programar las entrevistas con las candidatas mediante una videollamada, con el fin de conocerlas, evaluarlas y aclarar cualquier duda.

Luego de las entrevistas el cliente elige a la nana finalista, se visualizará el contrato de servicio para su aceptación y finalmente, se procede al pago, esto lo conducirá a una plataforma de pagos en línea o *Paypal*. Una vez realizado el pago, la aplicación informará que el servicio ha sido contratado. Después de haber tomado el servicio de Nanitas SOS, se activan las opciones de “Beneficios Adicionales” donde tienes la oportunidad de poder usar los diferentes servicios que ofrece la aplicación de manera gratuita. Estos son servicios diferenciados, que buscan darle mayor atractivo a nuestra aplicación generando así un valor agregado a nuestro servicio.



*Figura 5. Programación de entrevista, selección y confirmación de nana elegida y pago*

Se facilita el enlace del prototipo <https://xd.adobe.com/view/b10c1c43-fdb2-4f45->

b926-0d7ddc953111-e45f/screen/bae6b133-0198-4f46-96bd-c0985df2364b

## **Capítulo V. Modelo de negocio**

En este capítulo se sustenta la viabilidad del proyecto considerando factores como el modelo de negocio, escalabilidad, exponencialidad y sostenibilidad.

### **5.1. Lienzo del modelo de negocio**

Nanitas SOS es una solución que busca facilitar a las familias la contratación del servicio de nanas brindándoles un canal digital para que puedan contactar de forma rápida y eficiente con las niñeras. Esta solución es disruptiva e innovadora; disruptiva porque busca hacer la contratación del personal de manera diferente, contando con la información de las nanas de manera inmediata, puesto que en la actualidad solo existe agencia de empleos que usan la modalidad tradicional, en donde los contactos son vía telefónica y personales, en su mayoría de veces no se cuenta con documentación al alcance, y tampoco con data accesible, existe desconfianza e inseguridad. La solución está al alcance de los usuarios, es de fácil uso y cuenta con acceso a la información en un solo lugar, es innovadora porque brinda una membresía anual con diferentes servicios como: capacitaciones para las nanas, monitoreo de evaluaciones y pruebas psicológicas, nana de remplazo y seguimiento posventa.

Asimismo, el modelo de negocio se enfoca en valorar el trabajo doméstico muchas veces no reconocido, busca generar más empleo a las asistentes del hogar brindándoles la posibilidad de poder conseguir seguridad y un trabajo digno; fomentando el cumplimiento de sus derechos laborales. Asimismo, la celebración del contrato debe ser por escrito y en duplicado. Es el empleador quien debe elevarlo a la plataforma del Ministerio de Trabajo en un plazo no mayor a tres días hábiles de celebrado.

Adicionalmente, la empresa busca desarrollar las capacidades e integrar nuevas habilidades a las nanas mediante capacitaciones, orientadas a brindar a un servicio de calidad. El lienzo de modelo de negocio se puede apreciar en detalle en la Figura 6.







Figura 6. Lienzo Modelo de Negocio



## **5.2. Viabilidad del modelo de negocio**

El modelo de negocio busca solucionar un problema relevante para los padres de familia a la vez que busca generar más oportunidades de empleo para las mujeres de bajos recursos que buscan encontrar un trabajo digno. Podemos ver que este modelo es financiera y socialmente viable pues los beneficios incrementales para la sociedad son altos.

Al realizar las proyecciones financieras vemos que se requiere una inversión inicial de 175,000 mil soles y con un aporte de capital propio del 71% el cual será otorgado por 5 socios inversionistas de S/.25,000 cada uno y un 29% financiado con un préstamo bancario. El costo de patrimonio ( $K_e$ ) es de 10.610 %, y una tasa WACC de 10.41% y un costo de deuda ( $K_d$ ) de 14.08%. Finalmente, tenemos que el valor actual neto (VAN) del proyecto es de S/. 4,428,195 soles, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 70.47%, por otro lado, el VAN Social proyectado es de S/. 2,838,952 todo este análisis lo podemos ver con más detalle en 6.3 y en el capítulo 7.

## **5.3. Escalabilidad/exponencialidad del modelo de negocio**

Nanitas SOS es un proyecto exponencial debido a que trabaja en la disminución del mercado informal y busca ofrecer mejores condiciones de vida a las nanas a través de un trabajo remunerado de acuerdo con ley. A la vez, ofrece confiabilidad a los padres de familia, quienes son los usuarios que se encuentran en la búsqueda de una persona para que cuide a los niños mientras ellos cumplen con sus obligaciones laborales recibiendo la tranquilidad que Nanitas SOS les ofrece. Por otro lado, es escalable ya que es un modelo que se puede adaptar a nivel nacional, pudiendo expandirse fuera del país, así como ofrecer variedad de servicios no solo orientado a los niños, sino también a los adultos mayores, cuidado del hogar, entre otros.

El modelo de Nanitas SOS es exponencial y escalable, pues debido a la nueva normalidad que ha traído consigo el cambio del ritmo de vida de muchas familias, muchos de los padres de familia se encuentran trabajando desde casa, los niños no están asistiendo a clases de manera presencial y en muchos casos las tareas del hogar se han incrementado. Por otro lado, la coyuntura ha llevado a que muchas personas se encuentren sin trabajo, buscando volver a colocarse en el mercado laboral, además de existencia de una constante en nuestra sociedad como lo es la violencia contra la mujer por ello hay un gran grupo de mujeres con el perfil que podrán unirse en pro de su crecimiento económico y bienestar emocional. La solución busca desafiar el statu quo de como hoy se buscan los servicios mencionados. Se analizaron los 13 atributos del *Exocanvas*, ver Tabla 4.

Asimismo, se hace referencia al EBITDA el cual se proyectó a diez años demostrando que a partir del quinto año empezaría el crecimiento exponencial de las utilidades y de la generación de valor económico.



Figura 7. Proyección de crecimiento de ventas – EBITDA

Tabla 4

*Exponencialidad - atributos Exocanvas*

Atributos	Análisis
Propósito transformador de mejorar la calidad de vida	Valorizar el rol de la mujer como asistente del hogar, a través de preparación, capacitación, y formación en valores.
Ampliar la oferta del servicio	Llegar a más personas de una manera más rápida, ofreciendo seguridad y transparencia de la información brindada del personal de servicio.
Personal bajo demanda	Para minimizar el personal a tiempo completo, se realizará la subcontratación de personal de capacitación, entrenamiento, desarrollo y mantenimiento para la aplicación móvil.
Tecnologías sociales	La comunicación del personal administrativo de Nanitas SOS contará con tecnologías colaborativas como <i>Zoom, Meet, Teams, Google Drive, OneDrive y WhatsApp</i> para repositorio de documentos.
Apoyo social y comunidad	En busca de ser una empresa autosostenible económicamente, se requiere conectar con entidades privadas y estatales como ONG con el fin de reclutar mujeres para ofrecer sus servicios, así como en recibir asesorías en el soporte psicológico a estas mujeres.
Activos apalancados	La mano de obra de las nanitas, sus capacitaciones y el soporte psicológico son los activos críticos de la operación. La contratación de los servicios se aprovecha por medios digitales, y sus domicilios para llevar a cabo el servicio.
Compromiso de Nanitas SOS	Se genera un compromiso con la comunidad en dos sentidos, la primera que el cliente se sentirá parte de la cadena de ayuda por la contratación de mujeres vulnerables que buscan superarse, y la segunda, ser parte de mejorar su calidad de vida al poder dedicar más tiempo a la familia y a ella misma.
Interfaces	El sistema de la aplicación Nanitas SOS contará con interfaces diseñados con altos estándares para el usuario (UI), así como una buena experiencia del usuario (UX), navegabilidad ágil, lenguaje sencillo, rápido, que cuente con la información requerida, de uso fácil e intuitivo, que dependa lo mínimo posible de un soporte para solicitar el pedido y logre experiencia de compra sea satisfactoria.
Controles Operativos	Se mantendrá un seguimiento de los pedidos atendidos, tiempos de respuesta y porcentaje de contratación.
Indicadores de Gestión	Se contará con el seguimiento del tiempo de atención promedio de los servicios, eficiencia del personal para generar la entrevista y ventas realizadas. Así como indicadores de solicitudes de servicio de zona geográfica y perfil del cliente, como también el reporte de ganancias generadas.
Indicadores claves de desempeño - KPIS	Se realizará la medición de servicio brindado de los primeros 4 meses de la Nanita SOS para actualizar su perfil y página de recomendación en nuestra base.
Actualización de necesidades del mercado	Se realizará anualmente la identificación de las nuevas demandas del mercado, servicios y necesidades de los clientes para implementar nuevos servicios, así como los requerimientos del personal, nuevas competencias, habilidades, para mejorar nuestro personal. Buscando interactuar con los clientes y satisfaciendo sus necesidades.
Autonomía	En Nanitas SOS se trabajará de manera ágil para lograr desarrollar soluciones, generando ideas a corto y mediano plazo con el fin de superar las expectativas del cliente y brindar el mejor servicio en el mercado.

#### 5.4. Sostenibilidad del modelo de negocio

El modelo de negocio propuesto por Nanitas SOS ha identificado aspectos relevantes en el enfoque social que serán evaluados periódicamente, debido a su impacto o influencia, los cuales servirán de base para formular políticas internas a largo plazo, que permitirán ser competitivos y sostenibles en el corto plazo. Por lo mencionado anteriormente Nanitas SOS

es sostenible porque aporta a la sociedad y el medio ambiente generando impactos positivos.

Se plantean los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenibles - ODS:

ODS 5 – Igualdad de género: En la actualidad, las trabajadoras del hogar trabajan de manera desproporcionada en mercados laborales inseguros. Por ello, Nanitas SOS se enfoca en reconocer y valorar el trabajo doméstico poco remunerado, así como las diferentes habilidades que las nanas hayan adquirido, promoviendo su reconocimiento y contribuyendo la participación de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en la vida económica de su familia, se busca acortar esa brecha impulsando a las colaboradoras a lograr un empoderamiento tanto emocional como económico, ofreciéndoles oportunidades de aprendizaje mediante capacitaciones en conocimientos técnicos. De esta manera, lograrán tener una igualdad de oportunidades y podrán sustentar su hogar sin depender de otras personas.

ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico: Nanitas SOS busca desarrollar las capacidades e integrar nuevas habilidades a las nanas, lo que contribuirá en el logro de una independencia económica e igualdad de derechos en la sociedad y un trabajo seguro. Esto permite colaborar con elevar la productividad del sector, generando puestos de trabajo decentes, estables y que cumplan las obligaciones y beneficios que la ley exige, así como incentivar la formalización y el crecimiento de la economía familiar del grupo de beneficiarios. Asimismo, se busca promover los derechos laborales, un entorno de trabajo seguro y disminuyendo los riesgos. Para ello se elaborará un contrato, ver Apéndice I, al adquirir el servicio, en el cual, el usuario se compromete a al cumplimiento de este. A su vez, se realizará un seguimiento del bienestar de las nanas, en el cual el personal de atención al cliente será el encargado de hacer seguimiento telefónico durante los primeros cuatro meses

## ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles:

Al contar con un modelo de negocio digital, se logra la reducción del impacto ambiental negativo en las ciudades, reducción del uso de papel, control de los costos de emisión CO2 por el uso de laptops y *smartphone*; transacción de pago por el servicio brindado. Generando la concientización y compromiso medioambiental en el cliente, y en los empleados de Nanitas SOS.

Para la implementación de las ODS 5, 8 y 11, se usa como guía el modelo G.R.I (*Global Reporting Initiative*) para lograr año a año actividades de sostenibilidad que permitan:

- Respetar las leyes y regulaciones a nivel laboral y contractual para el desarrollo de las actividades de acuerdo con el giro del negocio, conocer a tu empleador, contrato de trabajo con beneficios sociales y capacitaciones.
- Asegurar el cumplimiento del servicio ofrecido a través del servicio al cliente y postventa para conocer el nivel de satisfacción, así como las expectativas del usuario que adquiere el servicio de contratación de nana.
- Fomentar el crecimiento profesional de las nanas con descuentos en instituciones de educación superior.
- Implementar un comité de ética y cumplimiento que desarrolle política, códigos de conducta y cumplimiento en la organización con la finalidad de construir confianza en la responsabilidad ética y social de la empresa.
- Reducir el impacto ambiental a través del consumo de papel en la organización en un 85% en todas las etapas operacionales de Nanitas SOS.
- Implementar políticas de gestión ambiental sostenibles para promover el uso adecuado de los recursos y el menor impacto dañino ambiental.

- Realizar campañas digitales para la creación de conciencia y prevención de contaminación ambiental por medio de las redes sociales a su cliente interno y externo.
- Orientación a la nana en casos se detecte en las pruebas psicológicas de violencia doméstica en su hogar, derivándola a la institución correspondiente.
- Seguimiento, monitoreo y recomendaciones de sus empleadores por los primeros 4 meses.
- Programar y fomentar asistencia a capacitaciones con las instituciones y ONG'S en alianzas. Ver Apéndice G.
- Promover el liderazgo entre los colaboradores.
- Contribución al impulso de la economía en el Perú.
- Hacer uso de productos/insumos *eco-friendly* en la organización, reemplazando los convencionales por otros que sean sostenibles.
- Compromiso y transparencia. Generando identidad en nuestro equipo y enfocándonos en los valores de nuestra empresa “Nuestros colaboradores son agentes de cambio. Se comportan en correspondencia con los valores de la empresa Nanitas SOS” ver Apéndice M.

## **Capítulo VI. Solución deseable, factible y viable**

En este capítulo se obtienen los resultados de la validación de los componentes de la propuesta y el modelo de negocio.

### **6.1. Validación de la deseabilidad de la solución**

#### **6.1.1. Hipótesis para validar la deseabilidad de la solución**

Es de vital importancia para el éxito del negocio poder validar la experiencia del usuario con la finalidad de poder reducir la incertidumbre a la hora de lanzar la propuesta al mercado. Esta validación se realizó mediante pruebas de deseabilidad de la solución con los usuarios haciendo uso del prototipo de la aplicación y se les solicitó que realicen algunas tareas para validar su experiencia de uso.

Hipótesis 1 (H1): Los participantes entre 25 y 45 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la aplicación Nanitas SOS.

Hipótesis 2 (H2): Los participantes entre 25 y 45 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios adicionales que ofrece Nanitas SOS (nana por un día) con facilidad usando la aplicación Nanitas SOS.

Para este análisis y las posteriores evaluaciones se consideró validar la hipótesis H1, debido a su grado de criticidad para la validación de la deseabilidad de la aplicación Nanitas SOS. Ver tarjetas de prueba de usabilidad en el Apéndice N.

#### **6.1.2. Experimentos empleados para validar las hipótesis**

Se realizó un experimento para validar la hipótesis H1, en donde se le pidió a las potenciales usuarias que interactúen con el prototipo y que puedan realizar cuatro tareas ("tarea 1 - registro de usuario", "tarea 2 - ingresar requerimiento", "tarea 3 - solicitar entrevista", tarea 4 – “contratar nana”) con la finalidad de validar la prueba de usabilidad y la

eficiencia del aplicativo, posteriormente se validó la efectividad de las tareas solicitadas teniendo como indicador que puedan realizarse bien al primer intento. Con todas estas pruebas se solicitó a los entrevistados que califiquen a través de una encuesta de nivel de satisfacción del cliente *Net Promoter Score* con sus siglas en inglés NPS, buscando que este sea mayor o igual a 80%, de esta manera comprobaremos que el prototipo es aceptado y aprobado por los usuarios.

### 6.1.2.1. Experimento prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS:

Presentamos en la Tabla 5 el alcance de la prueba en donde detallamos las dimensiones, métricas y criterios de validación de la usabilidad de la aplicación.

Tabla 5

#### *Hipótesis H1 - Prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS*

Hipótesis	Prueba	Dimensión	Métrica	Criterio
Los participantes entre 25 y 45 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la aplicación Nanitas SOS.	Para verificarlo se solicitó a los participantes que realicen una solicitud de contratación de servicio de Nanas a través de su <i>smartphone</i> y <i>iPhone</i> accediendo al prototipo usable de Nanitas SOS.	Eficiencia	Se medirá el tiempo total para realizar el registro del usuario.	El tiempo total para registro de usuario debe ser menor de un minuto 30 segundos.
			Se medirá el tiempo para realizar la solicitud de servicio de nanas con la opción "ingresar requerimiento", "solicitar entrevista" y "contratar nana".	El tiempo para "solicitar el requerimiento" del servicio de nana debe ser menor de tres minutos.  El tiempo para proceder al requerimiento "solicitar entrevista" debe ser menor de 30 segundos.  El tiempo para proceder con el servicio "contratar nana " debe ser menor de tres minutos.
		Efectividad	Se medirá el porcentaje de tareas realizadas con éxito al primer intento ("tarea 1 - registro de usuario", "tarea 2 - ingresar requerimiento", "tarea 3 - solicitar entrevista", tarea 4 - contratar nana")	El porcentaje de tareas con éxito al primer intento es mayor a 80%.
		Satisfacción	Se medirá el punto de satisfacción del cliente (NPS) a través de una encuesta final.	Si el NPS es mayor o igual a 80%.

Se prepararon tres elementos previos los cuales ayudaron a iniciar la prueba de usabilidad, ver en la Tabla 6.



Tabla 6

*Elementos preparativos para la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS*

#	Eficiencia	Efectividad	Satisfacción
1	Guión narrativo para la usabilidad	Dirigida por el facilitador, consta de tres etapas: 1) presentación, propósito de la prueba y obtención de información general. 2) visualización del conjunto de pantallas de la aplicación para la observación 3) Solicitud de ejecución de 4 tareas con el prototipo. 4) llenado de la encuesta de satisfacción.	Se utiliza al inicio de la entrevista, ver Apéndice O.
2	Prototipo de la aplicación Nanitas SOS	Se desarrolló el prototipo con visualización para <i>Android</i> y <i>IPhone</i> , se les brindó el link a los usuarios antes de iniciar la prueba.	Se utiliza para las pruebas de solicitud y requerimientos realizadas, ver Apéndice R.
3	Encuesta de Satisfacción	Formulario que recoge las preguntas de usabilidad y satisfacción del cliente respecto al aplicativo de Nanitas SOS luego de haber realizado las pruebas.	Se utiliza luego de la interacción con la aplicación. Ver Apéndice Q.

La prueba de usabilidad se realizó mediante entrevistas a seis usuarios. El detalle de los participantes, las grabaciones de las pruebas y los resultados lo podremos ver en las tablas Tabla 7, Tabla 8 y Tabla 9.

Tabla 7

## Participantes de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS

Nº	Nombres	Apellidos	Ocupación	NSE	Edad	Nº de Hijos
1	Betsy	Romero Villacriz	Odontóloga	B	27 años	2
2	Milagros	Reyes Angulo	Administrador	B	32 años	2
3	Fabiola	Gonzales Veliz	Administrador	B	32 años	1
4	Brenda	Anaya Lopez	Hotelera	B	37 años	1
5	Heysoll	Álvarez Murillo	Contador	A	39 años	2
6	Celeste	Aparicio Portugal	Hotelería y Turismo	A	40 años	1

Tabla 8

*Videos de prueba usabilidad de la aplicación Nanitas SOS*

Participante	Edad	NSE	Medio	Link Entrevista	Detalle Videos
6 Participantes	27 a 40 años	A y B	Entrevista Zoom	<a href="https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ctDksLIPN2-cBVNPEgTE5x9E7Ucrmkj2">https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ctDksLIPN2-cBVNPEgTE5x9E7Ucrmkj2</a>	Ver Apéndice R

Tabla 9

*Resultados de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS*

Participante	Eficiencia				Efectividad				Satisfacción	
	Tiempo total para registro de usuario (seg.)	Tiempo de solicitar requerimiento (seg.)	Tiempo de solicitar entrevista (seg.)	Tiempo de contratar nana (seg.)	para registro de usuario 1er. Intento	Solicitar requerimiento 1er. Intento	Solicitar entrevista 1er. Intento	Contratar nana 1er. Intento	% Tareas completas 1er intento (de 4)	Escala de Satisfacción (1 - 5)
Betsy	71	140	27	87	1	1	1	1	100%	4.5
Milagros	83	118	26	76	1	1	1	1	100%	4.7
Fabiola	97	116	33	83	1	1	1	1	100%	4.6
Brenda	105	130	24	74	1	1	0	1	83%	4.7
Heysoll	77	138	35	87	1	1	1	1	100%	4.6
Celeste	89	146	23	73	1	1	1	1	100%	4.2
Prom.	87	131	28	80	6 de 6	6 de 6	5 de 6	6 de 6	97%	4.6
Prom (min)	1min 27 seg.	2 min 11 seg.	28 seg.	1 min 20 seg.						
NPS									91%	

Hallazgos: las métricas de eficiencia, efectividad y satisfacción cumplieron los criterios de aceptación por lo cual la evidencia apoya y valida la hipótesis H1.

Aprendizajes: las seis participantes coincidieron que la aplicación de Nanitas SOS es fácil de usar, amigable y con colores que les genera tranquilidad y seguridad, por lo cual se considera valioso crear una experiencia de usuario optima. Adicionalmente, se recogen otros aprendizajes ver Tabla 10.

## 6.2. Validación de la factibilidad de la solución

### 6.2.1. Plan de mercadeo

En este punto se observará las estrategias de marketing a implementar, así mismo se verá la segmentación de cliente y la selección del mercado.

Tabla 10

#### *Aprendizajes de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS*

Eficiencia	Efectividad	Satisfacción
Por las recomendaciones de nuestras entrevistadas, hemos visto necesario aumentar la posibilidad de entrevistas físicas adicionales a las virtuales, las cuales hemos propuesto en lugares públicos para lograr cumplir la necesidad de nuestros usuarios, y adicionar esa opción en la parte de "generar entrevista virtual o física".	Revisar la forma de descargar la información y antecedentes de una nana. Validar la forma adecuada de comunicar y firmar el contrato del servicio en línea.	Incluiremos en nuestro servicio, nuestra política de empresa, visión, misión, valores y nuestra responsabilidad social, así como detallaremos los avances que se han logrado en el tiempo para generar concientización al usuario, y hacerlo participe de esto, ya que en las entrevistas se notó interés por estos temas importantes.

#### 6.2.1.1 Objetivos y estrategia de marketing

Los objetivos de marketing para los primeros cinco años se observan en la tabla 11:

Tabla 11

#### *Objetivos y estrategia de marketing*

Objetivos	
1	Tener una tasa de crecimiento de ventas promedio de 35% los primeros cinco años.
2	Posicionarse dentro del "Top of Mind" de las agencias de colocación de nanas al quinto año y al mismo tiempo alcanzar un nivel de ventas de S/800 mil soles.
3	Invertir en una campaña de marketing en el año cuatro con la finalidad de incrementar las ventas en un 30% en promedio en los siguientes dos años.
4	Lograr una cobertura de la demanda del 1% del mercado efectivo, ofreciendo el servicio en los distritos de Lima moderna para los niveles socioeconómicos A y B.
5	Contar con un nivel de satisfacción al cliente (NPS) mínimo del 80%.

La estrategia de Nanitas SOS es llegar a posicionarse en la mente de su mercado objetivo buscando la recordación de marca. Así mismo, busca lograr la satisfacción del cliente en el uso y experiencia del servicio mediante la diferenciación buscando resaltar frente a otras agencias por contar con una membresía anual la cual otorga beneficios adicionales, por el seguimiento que se

hacen a las nanas y los exhaustivos exámenes psicológicos generando una clara diferenciación de servicios respecto a los competidores y brindando la confianza, garantía, respaldo y seguridad que sus clientes necesitan.

### 6.2.1.2 Segmentación de cliente

Como se mencionó en el *Business Model Canvas*, el segmento de cliente al que nos dirigimos es el de padres de familia entre 25 y 45 años con hijos de cero a 10 años del sector socioeconómico A y B. Hemos dividido el mercado de clientes considerando las variables geográficas, demográficas y socioeconómicas.

Tabla 12

#### *Segmentación del cliente*

Segmentación	Detalle	2019 (En Miles)
Número de hogares	Lima Metropolitana	2,720
Grupo de edad del jefe del hogar	Menor de 20 años	27.0
	De 20 a 29	308.7
	De 30 a 49	1,160.5
	De 50 a 59	523.5
	De 60 y más años	701.2
Nivel Socioeconómico	A/B	759.1
	C	1,123.7
	D	663.9
	E	174.1

Nota. Tomado de Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (2019), Recuperado de:

[http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacional\\_peru\\_201905.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf); Instituto Nacional de Estadística e Informática

(2017). Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf)

### 6.2.1.3 Selección de Segmento de Mercado

La selección de mercado se realizó tomando en cuenta las variables geográficas, demográficas, socioeconómicas y psicográficas detalladas en la Tabla 13 y así mismo, se identificó el mercado objetivo como se muestra en la Tabla 14. A partir del mercado disponible se define el mercado efectivo, ver Tabla 15, para cada tipo de servicio que ofrece Nanitas SOS, en relación con los resultados obtenidos de encuesta para usuarios del Apéndice A y los resultados de las encuestas de cambio de conducta, ver Apéndice B.

Tabla 13

*Selección del segmento del mercado*

Variables	Descripción
Geográfica	Lima Moderna (12 distritos de la capital, ubicados al sureste de la zona metropolitana: Barranco, Jesús María, La Molina, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Surco y Surquillo)
Demográfico	Un 58 % de la población de Lima Metropolitana se concentra entre los 18 y 55 años repartiéndose en un 32% en generación Y y un 26% en generación X. Además, el 54.5% de personas de la población ocupada o con empleo se encuentra entre los 25 años y más. (1)
Socioeconómico	Según APEIM, el 70% de la población de Lima Moderna está en el NSE A y B manteniendo un nivel adecuado de vida. El 85% de la generación Y son digitales versus la generación X en un 72%. A su vez, el 84% de ambas generaciones trabaja.
Psicográfica	Según IPSOS, la generación Y realizan 3 de cada 5 compras por internet y uso de aplicaciones móviles. A su vez, 6 de cada 10 se encuentran bancarizados. En el caso de la generación X, 2 de cada 5 dejarían los productos o servicios que usan por otras promociones y 5 de cada 10 se encuentran bancarizados.

Nota. (1) Tomado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf)  
 Asociación Peruana de Empresas Inteligencia de Mercados (2020) Recuperado de: <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>  
 IPSOS (2019). Recuperado de: <https://www.ipsos.com/es-pe/gen-x-perfil-del-adulto-del-peru-urbano-2019>  
<https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru>

Tabla 14

*Mercado Objetivo*

Tipo de Mercado	Características	Cliente Hogares A/B
Mercado Total	Clientes de los NSE A y B que se encuentran en Lima Moderna entre 25 y 45 años pertenecientes a las generaciones Y y X, con la necesidad de solicitar servicios de cuidados de niños.	759.1
Mercado Potencial	Según Ipsos el 32.2% de usuarios del sector A/B, de la muestra compran productos y/o servicios por internet	242.88
Mercado Disponible	89% de los usuarios está dispuesto a solicitar los servicios mediante la aplicación móvil (Pregunta N° 26 Encuesta a Usuarios N°1)	216.16

Nota. Tomado de Asociación Peruana de Empresas Inteligencia de Mercados (2020)  
 Recuperado de: <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

Tabla 15

*Mercado Efectivo*

Tipo de Servicio	Tipo de Mercado	Características	Cliente Hogares A/B
Cuidado de niños	Mercado Efectivo	Según APEIM 2020, los usuarios que cuentan con servicio doméstico son un 77.7% del NSE A y 14.1% del NSE B. Un 89.5% de los encuestados estarían dispuestos a usar la aplicación Nanitas SOS para adquirir el servicio.	192,830
	Mercado Efectivo para cama dentro	59% de nuestros encuestados indica que tomaría los servicios de cama adentro (pregunta N° 20 del a encuesta Apéndice A)	113,770
	Mercado Efectivo para cama fuera	41% de nuestros encuestados indica que tomaría los servicios de cama afuera. (pregunta N° 20 de la encuesta Apéndice A)	79,060

Como se puede observar en la Tabla 14, el mercado objetivo son los padres de familia del nivel socioeconómico A y B, que frecuentemente realizan compras por internet. Así también, según lo visto en la Tabla 15, se cuenta con un mercado efectivo de más de 192,830 hogares. La tabla 16 muestra el número de ventas anuales en un horizonte de 10 años y se determina la participación porcentual por año en el total de las ventas proyectadas.

#### **6.2.1.4 Crecimiento de Ventas**

La Tabla 17 muestra el crecimiento de ventas donde se identifica que el servicio de contratación de nanas in house inicia con 300 clientes por año, y el servicio de contratación de nanas por un día inicia con 90 clientes el primer año. El crecimiento promedio de los primeros cinco años será de 35,27% para el servicio de contratación de nanas in house y para el servicio de contratación de nanas por un día crecerá en 35,29%. A partir del sexto año se prevé un crecimiento promedio del 15% para ambos servicios.

De acuerdo con el análisis del crecimiento de ventas anual que se visualiza en la tabla 17, Nanitas SOS desde el inicio de sus operaciones hasta el año 10 proyecta un mercado efectivo de 5196 familias en el servicio de contratación de nanas *In House* y un mercado efectivo de 4524 en el servicio de contratación de nanas por un día. La proyección obtenida en un escenario conservador para la contratación calculada en un periodo de 10 años equivale al 0.07% de la suma de la población clase A y B.

#### **6.2.1.5 Análisis de competidores**

Precios: Las empresas de nanas y servicios de ayuda en el hogar, en su mayoría determinan sus precios en función a la garantía que ofrecen y de la necesidad del usuario, por lo cual, ofrecen paquetes de diferentes modalidades y opciones e incluso sin brindar garantía.

A continuación, se presenta el cuadro comparativo de precios en la Tabla 19 recolectados en la investigación:

Tabla 16

*Número de ventas por año – horizonte de 10 años*

Tipo de Servicio	Total de servicios proyectados en 10 años	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
		%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios	%	N° de servicios
N° de clientes servicios <i>in house</i>	11.184	2,68%	300	3,76%	420	5,26%	588	6,33%	708	8,91%	996	11,16%	1.248	12,88%	1.440	14,81%	1.656	16,31%	1.824	17,92%	2.004
N° de clientes servicios por un día	3.354	2,68%	90	3,76%	126	5,25%	176	6,32%	212	8,91%	299	11,15%	374	12,88%	432	14,82%	497	16,31%	547	17,92%	601

Tabla 17

*Crecimiento de ventas – horizonte de diez años*

Tipo de Servicio	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	%	N° de servicios por año	
N° de clientes servicios <i>in house</i>	300	40,00%	420	40,00%	588	20,41%	708	40,68%	996	25,30%	1.248	15,38%	1.440	15,00%	1.656	10,14%	1.824	9,87%	2.004	
N° de clientes servicios por un día	90	40,00%	126	39,68%	176	20,45%	212	41,04%	299	25,08%	374	15,51%	432	15,05%	497	10,06%	547	9,87%	601	

Tabla 18

*Sustento de crecimiento de ventas*

Indicadores	Sustento
Clase Socioeconómico 2020	De acuerdo con un informe del instituto peruano de economía la clase media (con ingresos diarios entre US\$12,4 y US\$62) estuvo formada por 42,9% de la población, y suma cinco años seguidos de expansión, consolidándose como la más numerosa y la clase alta (más de US\$62 diarios per cápita) ocupa por tercer año consecutivo el 1,6% de la población.
Características de la población peruana	El instituto Nacional de Estadística e Informática en su último informe basado en el censo realizado el año 2017 reporta una población total de 32,52 millones de peruanos, distribuidos de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lima concentra el 32,3% de la población</li> <li>- Piura concentra el 6,3% de la población</li> <li>- La Libertad concentra el 6,1% de la población</li> <li>- Arequipa concentra el 4,7% de la población</li> <li>- Cajamarca concentra el 4,6% de la población</li> </ul>

*Nota. (1)* Tomado de Instituto Peruano de Economía, Informe (2020). Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/los-cambios-socioeconomicos-clase-media>; Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf)

Tabla 19

*Cuadro comparativo de precios*

	Encuesta a usuarios	Nanitas SOS	NDC Perú	Home and Care	Nanas & Amas	La Casa de Panchita	Baby Sitters
Membresía	S/700 a S/1,000	S/1,000	S/700 a S/1,000	S/1,000	S/1,000	S/700 a S/1,200	S/1,000
Garantías	Mínimo 3 meses	4 meses	1 mes y/o 1 reemplazo o 3 meses y/o 2 reemplazos	3 meses	3 meses y/o 2 reemplazos	7 a 60 días	3 meses
Sin Garantía	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	S/700	n/a
Entrevistas	n/a	n/a	n/a	n/a	S/99	n/a	n/a
Gastos administrativos	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	S/100	n/a
Capacitaciones anuales		4	4	4	no precisa	4	no precisa
Evaluaciones psicológicas monitoreadas		Sí	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Información actualizada en línea		cada 2 meses	al solicitarla	al solicitarla	al solicitarla	al solicitarla	al solicitarla

En este cuadro se puede observar los cinco principales competidores de Nanitas SOS donde se observa que el precio promedio del servicio va de S/1,000 a S/1,200, cuentan con



garantías hasta tres meses. Una de ellas tiene la opción de no considerar garantía por un precio menor. Así mismo en cuanto a costos dos de las competidoras cobran gastos administrativos o gastos por entrevistas, fuera del costo del servicio. Finalmente, todas brindan capacitaciones en un promedio de 4 al año.

#### 6.2.1.6 Marketing Mix

El siguiente marketing mix ha sido elaborado en función a la información obtenida en la investigación cualitativa y cuantitativa de mercado, enfocado a que Nanita SOS ingrese al mercado efectivo, supere las expectativas de los clientes y se posicione como empresa que brinda un servicio de alta calidad, confiable e innovadora.

**Producto/Servicio:** el servicio será brindado por personal seleccionado, previa validación de información personal, evaluado psicológicamente y capacitado debidamente para realizar un servicio óptimo. El aplicativo permitirá elegir un profesional del servicio que se encuentre disponible y que cubra con el requerimiento solicitado por el usuario. Ver prototipo Nanitas SOS en Apéndice P y detalle en la Tabla 20:

Tabla 20

#### *Lista de servicios*

Servicio	Descripción
Nanas cama adentro	El cliente podrá seleccionar según su necesidad la persona que desea que trabaje en su casa a través de realizar su propio filtro, podrá seleccionar el horario que necesita para el servicio, escoger los días de descanso, si fuesen de lunes a viernes o fines de semana, podrá visualizar el perfil, así como las recomendaciones de la candidata de anteriores empleadores.
Nana cama fuera	El cliente podrá seleccionar según su necesidad la persona que desea que trabaje en su casa a través de realizar su propio filtro, podrá seleccionar el horario que necesita para el servicio, podrá visualizar el perfil, así como las recomendaciones de la candidata de anteriores empleadores.
Nanas por un día	Contaremos también con servicio de nanas por un día (8 horas como máximo), con la misma información disponible para su elección.

**Precio:** para establecer la lista de precios se consideraron los siguientes criterios: el estilo de vida de los NSE de los futuros usuarios; la percepción del consumidor, cuánto está

dispuesto a pagar por el servicio según la encuesta realizada, ver Apéndice B la inflación del país; la estructura de costos de la empresa y la elasticidad del precio.

Con referencia a la elasticidad del precio se ve que la cantidad demanda aumenta en menor proporción de lo que baja el precio, por consiguiente, disminuyen los ingresos dando como resultado una demanda inelástica, el cálculo de la elasticidad del precio se observa en el Apéndice S.

Por todos estos factores y en base a los resultados de deseabilidad de los usuarios en las entrevistas y encuestas, se determinaron las tarifas para los servicios según lo mostrado en la Tabla 21. Es importante considerar que el empleador define el salario de la nana y el pago se realiza de manera directa entre ambas partes.

Tabla 21

*Lista de precios de los servicios*

Servicio	Planes	Tarifa	Incluye
Membresía Anual Nanitas SOS	12 meses	S/1,000.00	Garantía de 4 meses, para realizar cambio de personal hasta 2 cambios de nanas, capacitaciones cada 2 meses para la nana, evaluación psicológica previa selección, gratis una nanita x 1 día durante los 12 meses, máximo 8 horas, club de nanas.
Nanita por un día	Individuales	S/50	Comisión por el servicio de colocación de nana por un día.

Plaza: Los canales que usará Nanitas SOS son los siguientes, el aplicativo móvil, con el cual los clientes podrán solicitar el servicio y ver las opciones de que nanitas pueden ser contratadas, de igual forma se contará con una página web con la misma información del aplicativo, también se usará *WhatsApp* como soporte de servicio, donde se atenderá a los clientes. El último medio de comunicación es el teléfono, donde se brindará el apoyo de soporte.

Promoción: Nanitas SOS contará con un lanzamiento en redes sociales donde se contará con *influencers*, ver Apéndice T. Precio: para establecer la lista de precios se

consideraron los siguientes criterios: el estilo de vida de los NSE de los futuros usuarios; la percepción del consumidor, cuánto está dispuesto a pagar por el servicio según la encuesta realizada, ver Apéndice B la inflación del país; la estructura de costos de la empresa y la elasticidad del precio.

Con referencia a la elasticidad del precio se ve que la cantidad demanda aumenta en menor proporción de lo que baja el precio, por consiguiente, disminuyen los ingresos dando como resultado una demanda inelástica, el cálculo de la elasticidad del precio se observa en el Apéndice Q.

Por todos estos factores se determinaron los siguientes precios para nuestros servicios según lo que muestra la Tabla 21. que promocionen el servicio en la etapa de marca blanca y lanzamiento, se buscará que estas personas mencionan los beneficios y bondades del servicio. También se contará con publicidad dentro de *Facebook*, *Instagram* y *Google Adwords*. En la tabla 22, se puede observar cómo está compuesto el presupuesto de marketing; en el año 4 se hará inversión más fuerte en la campaña de marketing invirtiendo tanto en medios digitales, como en BTL y en una agencia de publicidad; esto con la finalidad de posicionar la marca en el mercado y poder de subir las ventas en los siguientes años.

Tabla 22

*Presupuesto de la mezcla de marketing (año 1 – año 10), en soles*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Producto										
Desarrollo de aplicación	S/ 30,000			S/ 5,000						
Mantenimiento de la plataforma		S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600
Plaza Marketing Digital										
Instagram	S/ 4,320	S/ 6,480	S/ 9,720	S/ 17,496	S/ 20,995	S/ 25,194	S/ 30,233	S/ 36,280	S/ 43,536	S/ 52,243
Google Adwords	S/ 3,600	S/ 5,400	S/ 8,100	S/ 14,580	S/ 17,496	S/ 20,995	S/ 25,194	S/ 30,233	S/ 36,280	S/ 43,536
Facebook	S/ 3,240	S/ 4,860	S/ 7,290	S/ 12,393	S/ 14,872	S/ 17,846	S/ 21,415	S/ 25,698	S/ 30,838	S/ 37,005
Influencer	S/ 10,000	S/ 15,000	S/ 15,000	S/ 22,000	S/ 20,000	S/ 20,000	S/ 20,000	S/ 20,000	S/ 20,000	S/ 20,000
Página web	S/ 5,000			S/ 1,200			S/ 1,200			S/ 1,200
BTL				S/ 20,000						
Agencia de Publicidad				S/ 20,000						
<b>Total</b>	<b>S/ 56,160</b>	<b>S/ 35,340</b>	<b>S/ 43,710</b>	<b>S/ 116,269</b>	<b>S/ 76,963</b>	<b>S/ 87,635</b>	<b>S/ 101,642</b>	<b>S/ 115,811</b>	<b>S/ 134,253</b>	<b>S/ 157,584</b>

### 6.2.2. Plan de operaciones

Para el año cero, se realizarán gastos preoperativos, a su vez, los socios tomarán membresías de oficinas *coworking* de la empresa Regus, con seis ubicaciones en los distritos de Santiago de Surco y San Isidro, en donde el personal administrativo podrá asistir diariamente y les incluirá un espacio trabajo compartido, recepción para recibir invitados y clientes, además de acceso a internet y café ilimitado. El *coworking* brindará una dirección comercial para Nanitas SOS, de igual manera, realiza capacitaciones de diversos temas de interés en donde el personal administrativo podrá asistir.

Nanitas SOS realizará la contratación de un administrador, quien a su vez será responsable de comunicar a los socios el estatus de la empresa, contratación de personal, entre ellos, psicólogas, reclutadores de campo y personal de atención al cliente. Será también el encargado de enviar los modelos de contratos, ver Apéndice I y Apéndice K, la documentación requerida al cliente y a la nana, y verificar la inscripción del contrato de la

nana al Ministerio de Trabajo, para ello se dará al cliente un plazo de hasta 15 días para el envío del sustento, ver Apéndice J, caso contrario perdería los beneficios del servicio adquirido. También coordinará con las psicólogas, quienes serán las encargadas de realizar las evaluaciones psicológicas a las nanas.

Además se contará con reclutadores de campo, su función principal será la captación de nanas y se harán cargo del reclutamiento presencial y mediante canales digitales. Por último, se contará con personal encargado de atención al cliente, quienes serán las personas que coordinarán las entrevistas de los posibles clientes con las nanas, además de realizar seguimiento del servicio y cualquier requerimiento o consulta que puedan tener los usuarios.

Las nanas que se tengan en cartera contarán con los siguientes beneficios en el tiempo de espera, (a) Acceso a los descuentos educativos, (b) Capacitaciones frecuentes de formación y (c) Libre acceso al mercado de colocación de nanas.

Todo el personal administrativo, se le asignará un teléfono celular con plan post pago con internet ilimitado y una laptop portátil. En los años posteriores, según el crecimiento de ventas, se realizará compras adicionales de laptops y equipos móviles. Un personal encargado de TI de la empresa proveedora de la aplicación, *Workana*, será quien realice la implementación del aplicativo móvil y página web en coordinación con el administrador, manteniendo constantemente informado a los socios. La empresa proveedora del servicio, contará con un jefe de desarrollo encargado de dirigir el proyecto del aplicativo y página web hasta su implementación, realizando la estructura, soporte, canales de comunicación y cualquier requerimiento técnico que pueda necesitar hasta su funcionamiento sin errores y pueda realizarse el lanzamiento oficial. Los siguientes años, se requerirá mayor personal de TI por parte de la empresa proveedora para el correcto funcionamiento de la aplicación y página web.

Para el mantenimiento de la aplicación, se recibirá por parte del proveedor soporte mensual, actualizaciones en comunicación con el administrador encargado para evitar errores de funcionamiento y fallas técnicas. Se detalla costos de operaciones en Tabla 23.

### *Service BluePrint*

Se puede visualizar el *Service Blueprint* en el Apéndice U, donde se describe el desarrollo y pasos de cada proceso cuando el usuario inicia la interacción con el aplicativo Nanitas SOS este desarrollo presenta tres etapas que inicia con la descarga del aplicativo, seguido del proceso de selección finalizando con la contratación del servicio. La única evidencia física de este proceso es el aplicativo de Nanitas SOS, además se visualizan las acciones del cliente desde que descargada la aplicación y se registra, las acciones visibles para el usuario desde que inicia la ruta con la aplicación y se muestran las acciones no visibles para el cliente donde el equipo y sistema de trabajo hacen su función de manera interna para que se realicen los procesos de manera adecuada y el cliente logre satisfacer su necesidad en la búsqueda de una nana. Finalmente, se muestran los procesos de soporte o apoyo que lograrán que el aplicativo y la interacción con el usuario sea siempre amigable, intuitivo y se encuentre actualizado acorde a las necesidades del cliente y competencia en el mercado.

Se puede concluir que para el registro mensual del servicio de contratación de nanas por membresía se observa un tiempo de registro estimado de 36 minutos para los primeros 12 meses. El tiempo promedio de registro fue tomado de la Tabla 7 resultados de prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS. De la misma forma el tiempo estimado de servicio de contratación de nanas por un día se estima un tiempo de 12 minutos para el primer año. Asimismo, en un escenario optimista la aceptación del servicio después de concluir con la entrevista debe ser entre uno y tres días.

Tabla 23

*Costos de Operaciones*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Costos de funcionamiento</b>										
Línea telefónica	S/ 7,200	S/ 8,640	S/ 8,640	S/ 10,080	S/ 12,960	S/ 14,400	S/ 15,840	S/ 15,840	S/ 18,720	S/ 18,720
Coworking	S/ 3,840	S/ 7,680	S/ 7,680	S/ 7,680	S/ 11,520	S/ 15,360	S/ 15,360	S/ 15,360	S/ 19,200	S/ 19,200
Evaluaciones psicológicas	S/ 11,232	S/ 15,725	S/ 22,015	S/ 26,508	S/ 37,290	S/ 46,725	S/ 53,914	S/ 62,001	S/ 68,291	S/ 75,030
Antecedentes	S/ 6,084	S/ 8,518	S/ 11,925	S/ 14,358	S/ 20,199	S/ 25,309	S/ 29,203	S/ 33,584	S/ 36,991	S/ 40,641
Referencias laborales/domiciliarias	S/ 5,616	S/ 7,862	S/ 11,007	S/ 13,254	S/ 18,645	S/ 23,363	S/ 26,957	S/ 31,000	S/ 34,145	S/ 37,515
Licencia IOS		S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400	S/ 400
Licencia <i>PlayStore</i>		S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120	S/ 120
Hosting		S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960	S/ 960
Licencia de <i>Zoom</i>	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596	S/ 596
Licencias Correo @naitasos.com	S/ 450	S/ 540	S/ 540	S/ 630	S/ 810	S/ 900	S/ 990	S/ 990	S/ 1,170	S/ 1,170
Costos asesorías legales	S/ 2,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500
Costos de beneficios por membresía	S/ 16,500	S/ 23,100	S/ 32,340	S/ 38,940	S/ 54,780	S/ 68,640	S/ 79,200	S/ 91,080	S/ 100,320	S/ 110,220
Total gastos funcionamiento		S/ 54,018	S/ 75,641	S/ 97,723	S/ 115,026	S/ 159,780	S/ 198,273	S/ 225,040	S/ 253,431	S/ 282,413
Administrador	S/ 43,500	S/ 43,500	S/ 43,500	S/ 60,900	S/ 60,900	S/ 60,900	S/ 60,900	S/ 60,900	S/ 60,900	S/ 60,900
Psicóloga	S/ 34,800	S/ 34,800	S/ 69,600	S/ 69,600	S/ 104,400	S/ 139,200	S/ 139,200	S/ 139,200	S/ 174,000	S/ 174,000
Reclutador campo	S/ 41,760	S/ 41,760	S/ 41,760	S/ 41,760	S/ 62,640	S/ 62,640	S/ 83,520	S/ 83,520	S/ 83,520	S/ 83,520
Atención al cliente	S/ 17,400	S/ 17,400	S/ 17,400	S/ 34,800	S/ 34,800	S/ 34,800	S/ 34,800	S/ 34,800	S/ 52,200	S/ 52,200
Contador	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800	S/ 10,800
Medios escritos (Reclutamiento)	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600	S/ 21,600
Total, gastos administrativos	S/ 169,860	S/ 204,660	S/ 204,660	S/ 239,460	S/ 295,140	S/ 329,940	S/ 350,820	S/ 350,820	S/ 403,020	S/ 403,020
<b>Total, G+C</b>	<b>S/ 223,878</b>	<b>S/ 280,301</b>	<b>S/ 302,383</b>	<b>S/ 354,486</b>	<b>S/ 454,920</b>	<b>S/ 528,213</b>	<b>S/ 575,860</b>	<b>S/ 604,251</b>	<b>S/ 685,433</b>	<b>S/ 709,092</b>

La Tabla 24 muestra los tiempos estimados mensuales (expresados en minutos).

Tabla 24

*Validación operativa de tiempos de registro del aplicativo*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de transacciones por membresía registrados (mensual)	25	35	49	59	83	104	120	138	152	167
Número de transacciones por servicios adicionales nana por un día (mensual)	8	11	15	18	25	31	36	41	46	50
Tiempo estimado de registro mensual de usuarios (minutos)	36	51	71	86	120	151	174	200	220	242
Tiempo estimado de registro mensual de usuarios (minutos)	12	16	22	26	36	45	52	59	67	73
Tiempo estimado de registro de requerimiento para solicitud de membresía (minutos)	55	76	107	129	181	227	262	301	332	365
Tiempo estimado de registro de requerimiento para solicitud de nana por un día (minutos)	17	24	33	39	55	68	79	90	100	109

### 6.2.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis de Factibilidad

#### 6.2.3.1 Hipótesis sobre desempeño del plan de marketing:

Se evaluó el desempeño del plan de marketing con una simulación de Montecarlo con esta se analizó el impacto del EBITDA con respecto a las inversiones en marketing. Se estimó el riesgo de que el proyecto genere utilidades operativas, estimando para ello la probabilidad de un EBITDA negativo que se muestra en la tabla 25. Con excepción del primer año, en los siguientes años se estima con casi total certeza que el negocio generará utilidades operativas.

Tabla 25

*Análisis de Montecarlo sobre performance del presupuesto del Marketing EBITDA*

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Probabilidad de EBITDA Negativo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Probabilidad de EBITDA Positivo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

### 6.3. Validación de la viabilidad de la solución

Para determinar la viabilidad financiera del modelo de negocio si el modelo de se realizaron proyecciones de ingresos, costos y gastos. Los resultados obtenidos fueron



evaluados con indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Plazo de Recuperación (PAYBACK) y el Índice de Rentabilidad (IR).

### 6.3.1. Presupuesto de inversión

La inversión inicial que necesitamos para empezar a implementar el negocio es de S/168,333 soles. Esta inversión inicial está compuesta por los activos fijos como la compra de laptops y creación de aplicación y los gastos preoperativos de operación, administración y marketing, el detalle de estos gastos los podemos ver en el Apéndice V. El presupuesto de inversión está siendo financiado al 71% con capital propio, considerando un aporte de capital de cada socio por S/125,000, repartido en 5 aportes de S/25,000 cada uno y en un 29% con financiamiento bancario desde el año cero.

Tabla 26

#### *Presupuesto de inversión*

Inversión Inicial	Montos	Capital Propio
Activos fijos	S/ 10,000	
Gastos preoperativos	S/ 158,333	
Capital de trabajo	S/ 6,667	
<b>Total</b>	<b>S/. 175,000</b>	
<b>Préstamos de socios</b>	Montos	Deuda
Préstamos de socios	S/. 25,000	S/. 50,000
Préstamos de socios	S/. 25,000	
Préstamos de socios	S/. 25,000	
Préstamos de socios	S/. 25,000	
Préstamos de socios	S/. 25,000	
<b>Total</b>	<b>S/. 125,000</b>	<b>S/. 50,000</b>
Estructura	%	
Deuda	29%	
Capital propio	71%	

### 6.3.2. Análisis Financiero

Se realizaron los estados financieros proyectados para un periodo de 10 años, el detalle de estos lo podemos ver en el Apéndice W. Para el cálculo del Flujo de caja en primer lugar se proyectó el estado de resultados anual tal y como se puede observar en la Tabla 27, de esa proyección, se extrajo el EBIT que son las siglas del *Earnings Before Interest And*

*Taxes*. Como se puede ver luego en la Tabla 28, se obtiene el NOPAT, que son las siglas del *Net Operating Profit After Taxes*, se le agrega la depreciación, la inversión en capital de trabajo (NOWC de las siglas *Net Operating Working Capital*) y el CAPEX.

Se asume que la empresa opera a perpetuidad, es por eso por lo que en el año 11 se calcula el valor terminal, que es el valor presente de los flujos proyectados del periodo doce en adelante teniendo como referencia el modelo de Gordon-Shapiro usando un supuesto de crecimiento de los FCL de 2.57%.

Tabla 27

*Proyección del Estado de resultados a diez años, en soles*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Ventas	258,051	361,271	505,780	609,000	856,729	1,073,492	1,238,644	1,424,441	1,568,949	1,723,780
Costo de ventas	-45,778	-64,102	-82,816	-97,479	-135,407	-168,028	-190,712	-214,772	-239,333	-259,383
<b>Utilidad bruta</b>	<b>212,273</b>	<b>297,169</b>	<b>422,964</b>	<b>511,521</b>	<b>721,322</b>	<b>905,463</b>	<b>1,047,933</b>	<b>1,209,669</b>	<b>1,329,616</b>	<b>1,464,397</b>
Gastos de operación										
Gastos publicidad	-17,932	-29,949	-37,042	-98,533	-65,223	-74,267	-86,138	-98,145	-113,774	-133,546
Gastos Administrativos	146,613	181,413	181,413	216,213	-271,893	-306,693	-327,573	-327,573	-379,773	-379,773
<b>EBITDA</b>	<b>47,728</b>	<b>85,807</b>	<b>204,509</b>	<b>196,775</b>	<b>384,207</b>	<b>524,504</b>	<b>634,222</b>	<b>783,952</b>	<b>836,070</b>	<b>951,079</b>
Depreciación	-1,695	-1,695	-1,695	-1,695	-2,034	-1,017	-1,017	-1,017	-1,017	-1,695
Amortización	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418	-13,418
<b>Utilidad Operativa (EBIT)</b>	<b>32,615</b>	<b>70,694</b>	<b>189,396</b>	<b>181,662</b>	<b>368,755</b>	<b>510,069</b>	<b>619,787</b>	<b>769,517</b>	<b>821,635</b>	<b>935,966</b>
Gastos financieros	-7,040	-5,611	-3,981	-2,121						
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>25,575</b>	<b>65,083</b>	<b>185,415</b>	<b>179,541</b>	<b>368,755</b>	<b>510,069</b>	<b>619,787</b>	<b>769,517</b>	<b>821,635</b>	<b>935,966</b>
Impuesto	-9,621	-30,476	-81,442	134,406	-243,189	-150,470	-182,837	-227,007	-242,382	-276,110
<b>Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio</b>	<b>15,954</b>	<b>34,607</b>	<b>103,973</b>	<b>45,135</b>	<b>125,566</b>	<b>359,598</b>	<b>436,950</b>	<b>542,509</b>	<b>579,253</b>	<b>659,856</b>

Tabla 28

*Proyección de FCL y evaluación financiera, en soles*

<i>Free Cash Flow</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>	<i>Año 6</i>	<i>Año 7</i>	<i>Año 8</i>	<i>Año 9</i>	<i>Año 10</i>	<i>V. Terminal</i>
EBIT(1-t)		22,994	49,839	133,524	128,072	259,972	359,598	436,950	542,509	579,253	659,856	
(+) D&A		15,113	15,113	15,113	15,113	15,452	14,435	14,435	14,435	14,435	15,113	
(-) D NOWC	-6,667	-4,091	1,204	907	2,162	617	1,733	1,138	1,166	1,381	972	
(-) CAPEX	168,333			-2000	-2000	-4000	-10000	-2000	-2000	-6000	0	
FCL	175,000	34,015	66,157	147,544	143,347	272,041	365,767	450,523	556,110	589,069	675,941	8,846,553
WACC-Tasa de descuento												10.414%
Crecimiento perpetuidad - (g)												2.57%
VAN soles												4,428,195
TIR												70.47%
Periodo de recuperación (años)												2.507
Periodo de recuperación descontado (años)												2.820

Como podemos observar en la Tabla 29, el proyecto genera un valor para los inversionistas por un monto de S/ 4,428,195 a una tasa de descuento (WACC) de 10.414%,. Se obtiene una rentabilidad igual a 70.47%. Sin considerar el valor del dinero en el tiempo, la inversión inicial se recupera en un periodo de 2.507 años y si se considera el valor del dinero en el tiempo, la inversión inicial se recupera en un periodo de 2.820 años.

Para la estimación del costo de capital promedio ponderado (WACC), se asumió como tasa libre de riesgo el promedio del periodo 2001-2020 de la tasa de los bonos emitidos por el tesoro de Estados Unidos con vencimiento a 10 años. Para el rendimiento de mercado se asumió el promedio del periodo 2001-2020 del portafolio S&P 500 de Estados Unidos. Para el crecimiento de largo plazo se asume el promedio de la tasa de inflación del Perú del periodo 2001-2020. Se asume el valor riesgo país al cierre del 2020. El detalle del cálculo del WACC lo vemos en el Apéndice X.

Los resultados financieros anteriormente presentados son parte de un escenario de crecimiento esperado, adicionalmente se estimaron las variables financieras para un escenario pesimista y optimista el cual se presentan en la Tabla 29.

Tabla 29

*Resumen de las variables financieras en los diferentes escenarios*

Escenarios	VAN (Soles)	TIR	Periodo de recuperación (años)	Periodo de recuperación descontado (años)
Optimista	6,156,703	76.26%	2.497	2.808
Esperado	4,428,195	70.47%	2.507	2.820
Pesimista	2,656,228	60.49%	2.817	3.257

Después de realizar este análisis podemos concluir que el proyecto es rentable en cualquiera de los escenarios presentados con un TIR superior al 60% y un periodo de recuperación descontado promedio de 2.961. El nivel de flujo de efectivo de toda empresa garantiza su normal funcionamiento, por ello, en la Tabla 30 se presenta el Flujo de Efectivo proyectado en el escenario esperado, en la Tabla 31, el escenario optimista y en la Tabla 32, el pesimista.

Tabla 30

*Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario esperado*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>											
Cobranza a los clientes		258,051	361,271	505,780	609,000	856,729	1,073,492	1,238,644	1,424,441	1,568,949	1,723,780
Costos de ventas		- 45,778	- 64,102	- 82,816	- 97,479	- 135,407	- 168,028	- 190,712	- 214,772	- 239,333	- 259,383
Marketing Digital		- 17,932	- 29,695	- 36,788	- 96,866	- 64,968	- 74,013	- 85,883	- 97,891	- 113,520	- 133,291
Gastos Administrativos		- 146,613	- 181,413	- 181,413	- 216,213	- 271,893	- 306,693	- 327,573	- 327,573	- 379,773	- 379,773
Pago de cuentas por pagar			- 2,576	- 3,780	- 4,687	- 6,849	- 7,466	- 9,199	- 10,337	- 11,503	- 12,885
Pago de tributos			-	- 44,960	- 66,519	- 71,550	- 115,742	- 147,627	- 171,377	- 198,576	- 217,646
Pago de impuestos a la renta		- 9,621	- 30,476	- 81,442	- 134,406	- 243,189	- 150,470	- 182,837	- 227,007	- 242,382	- 276,110
IGV de Ingresos		46,449	65,029	91,040	109,620	154,211	193,228	222,956	256,399	282,411	310,280
IGV de costos		- 10,921	- 16,180	- 20,633	- 34,182	- 34,582	- 41,713	- 47,691	- 53,936	- 60,876	- 67,838
IGV de gastos		- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888
IGV de Inversiones		- 25,678	- 5,963								
<b>Total Actividades de Operación</b>	<b>- 25,678</b>	<b>66,360</b>	<b>101,496</b>	<b>145,533</b>	<b>69,562</b>	<b>185,826</b>	<b>407,652</b>	<b>476,273</b>	<b>585,309</b>	<b>614,140</b>	<b>696,848</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>											
Compra de activo fijo	- 8,475	-	-	-	- 1,695	- 3,390	-	-	-	- 5,085	-
Gastos preoperativos	- 134,180										
<b>Total Actividades de Inversión</b>	<b>- 142,655</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 1,695</b>	<b>- 3,390</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 5,085</b>	<b>-</b>
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>											
Aporte de capital de los socios	125,000										
Préstamo	50,000										
Amortización de deuda		- 10,148	- 11,577	- 13,207	- 15,067						
Pago de intereses		- 7,040	- 5,611	- 3,981	- 2,121						
Pago de dividendos a los accionistas		- 15,156	- 32,876	- 98,775	- 42,878	- 119,288	- 341,618	- 415,103	- 515,384	- 550,290	- 626,863
<b>Total Actividades de Financiamiento</b>	<b>175,000</b>	<b>- 32,344</b>	<b>- 50,065</b>	<b>- 115,963</b>	<b>- 60,066</b>	<b>- 119,288</b>	<b>- 341,618</b>	<b>- 415,103</b>	<b>- 515,384</b>	<b>- 550,290</b>	<b>- 626,863</b>
Aumento (disminución) de Efectivo	6,667	34,016	51,431	29,570	7,801	63,148	66,034	61,170	69,925	58,765	69,985
Efectivo al inicio del año		6,667	40,683	92,114	121,684	129,485	192,633	258,667	319,837	389,762	448,528
<b>SALVO FINAL DE CAJA</b>	<b>6,667</b>	<b>40,683</b>	<b>92,114</b>	<b>121,684</b>	<b>129,485</b>	<b>192,633</b>	<b>258,667</b>	<b>319,837</b>	<b>389,762</b>	<b>448,528</b>	<b>518,513</b>

Tabla 31

*Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario optimista*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>												
Cobranza a los clientes		258,051	361,271	505,780	660,610	959,949	1,248,966	1,496,695	1,796,034	1,971,508	2,167,627	
Costos de ventas		- 45,320	- 63,461	- 81,988	-103,121	-147,286	- 188,844	- 221,887	- 260,263	- 288,548	- 313,691	
Marketing Digital		- 17,753	- 29,398	- 36,420	- 95,898	- 64,319	- 73,273	- 85,025	- 96,912	- 112,384	- 131,958	
Gastos Administrativos		-146,613	-181,413	-181,413	-216,213	-271,893	- 306,693	- 327,573	- 327,573	- 379,773	- 379,773	
Pago de cuentas por pagar			- 2,550	- 3,742	- 4,640	- 7,101	- 8,032	- 10,197	- 11,837	- 13,697	- 15,257	
Pago de tributos			-	- 44,960	- 66,519	- 79,706	- 132,053	- 175,356	- 212,155	- 257,296	- 281,260	
Pago de impuestos a la renta		- 9,809	- 30,942	- 82,261	-149,076	-284,997	-196,314	- 250,020	- 323,497	- 346,954	- 391,418	
IGV de Ingresos		46,449	65,029	91,040	118,910	172,791	224,814	269,405	323,286	354,872	390,173	
IGV de costos		- 10,806	- 16,180	- 20,633	- 35,316	- 36,850	- 45,570	- 53,362	- 62,102	- 69,723	- 77,592	
IGV de gastos		- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	
IGV de Inversiones		- 25,678	- 6,077									
<b>Total Actividades de Operación</b>		<b>- 25,678</b>	<b>66,784</b>	<b>101,959</b>	<b>145,904</b>	<b>110,300</b>	<b>244,481</b>	<b>529,060</b>	<b>650,378</b>	<b>834,539</b>	<b>869,121</b>	<b>979,186</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>												
Compra de activo fijo		- 8,475	-	-	- 1,695	- 3,390	-	-	-	- 5,085	-	
Gastos preoperativos		-134,180										
<b>Total Actividades de Inversión</b>		<b>-142,655</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 1,695</b>	<b>- 3,390</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 5,085</b>	<b>-</b>	
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>												
Aporte de capital de los socios		125,000										
Préstamo		50,000										
Amortización de deuda		- 10,148	- 11,577	- 13,207	- 15,067							
Pago de intereses		- 7,040	- 5,611	- 3,981	- 2,121							
Pago de dividendos a los accionistas		- 15,583	- 33,328	- 99,135	- 73,547	-166,963	- 445,698	- 567,629	- 734,448	- 787,704	- 888,651	
<b>Total Actividades de Financiamiento</b>		<b>175,000</b>	<b>- 32,771</b>	<b>- 50,516</b>	<b>-116,324</b>	<b>- 90,736</b>	<b>-166,963</b>	<b>- 445,698</b>	<b>- 567,629</b>	<b>- 734,448</b>	<b>- 787,704</b>	<b>- 888,651</b>
Aumento (disminución) de Efectivo		6,667	34,013	51,442	29,580	17,870	74,128	83,361	82,749	100,091	76,333	90,535
Efectivo al inicio del año		6,667	40,680	92,122	121,702	139,572	213,700	297,061	379,809	479,900	556,233	
<b>SALVO FINAL DE CAJA</b>		<b>6,667</b>	<b>40,680</b>	<b>92,122</b>	<b>121,702</b>	<b>139,572</b>	<b>213,700</b>	<b>297,061</b>	<b>379,809</b>	<b>479,900</b>	<b>556,233</b>	<b>646,768</b>

Tabla 32

*Proyección de Flujo de Efectivo en soles escenario pesimista*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>											
Cobranza a los clientes		258,051	340,627	443,847	536,746	753,508	939,305	1,032,203	1,135,424	1,197,356	1,259,288
Costos de ventas		- 46,236	- 62,043	- 75,544	- 89,004	-123,261	-152,158	- 165,618	- 179,118	- 193,124	- 201,225
Marketing Digital		- 18,112	- 29,992	- 37,156	- 97,835	- 65,618	- 74,753	- 86,742	- 98,870	- 114,655	- 134,624
Gastos Administrativos		-146,613	-181,413	-181,413	-216,213	-271,893	-306,693	- 327,573	- 327,573	- 379,773	- 379,773
Pago de cuentas por pagar			- 2,601	- 3,687	- 4,341	- 6,459	- 6,886	- 8,440	- 9,132	- 9,786	- 10,658
Pago de tributos			-	- 41,698	- 56,733	- 60,133	- 99,430	- 126,423	- 138,754	- 152,904	- 158,926
Pago de impuestos a la renta		- 9,434	- 24,717	- 59,449	- 93,308	-175,031	-115,348	- 129,086	- 151,976	- 146,058	- 155,848
IGV de Ingresos		46,449	61,313	79,893	96,614	135,632	169,075	185,797	204,376	215,524	226,672
IGV de costos		- 11,035	- 15,727	- 19,272	- 32,594	- 32,313	- 38,764	- 43,154	- 47,584	- 52,710	- 57,630
IGV de gastos		- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888	- 3,888
IGV de Inversiones	- 25,678	- 5,848									
<b>Total Actividades de Operación</b>	<b>- 25,678</b>	<b>65,937</b>	<b>84,989</b>	<b>105,718</b>	<b>44,221</b>	<b>157,174</b>	<b>318,643</b>	<b>335,951</b>	<b>392,435</b>	<b>370,383</b>	<b>394,183</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>											
Compra de activo fijo	- 8,475	-	-	-	- 1,695	- 3,390	-	-	-	- 5,085	-
Gastos preoperativos	-134,180										
<b>Total Actividades de Inversión</b>	<b>-142,655</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 1,695</b>	<b>- 3,390</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 5,085</b>	<b>-</b>
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>											
Aporte de capital de los socios	125,000										
Préstamo	50,000										
Amortización de deuda		- 10,148	- 11,577	- 13,207	- 15,067						
Pago de intereses		- 7,040	- 5,611	- 3,981	- 2,121						
Pago de dividendos a los accionistas		- 14,729	- 20,407	- 67,389	- 20,395	- 96,897	-261,879	- 293,069	- 345,036	- 331,602	- 353,827
<b>Total Actividades de Financiamiento</b>	<b>175,000</b>	<b>- 31,918</b>	<b>- 37,596</b>	<b>- 84,577</b>	<b>- 37,584</b>	<b>- 96,897</b>	<b>-261,879</b>	<b>- 293,069</b>	<b>- 345,036</b>	<b>- 331,602</b>	<b>- 353,827</b>
Aumento (disminución) de Efectivo	6,667	34,019	47,393	21,141	4,943	56,886	56,765	42,883	47,399	33,697	40,356
Efectivo al inicio del año		6,667	40,686	88,080	109,221	114,163	171,050	227,814	270,697	318,096	351,793
<b>SALVO FINAL DE CAJA</b>	<b>6,667</b>	<b>40,686</b>	<b>88,080</b>	<b>109,221</b>	<b>114,163</b>	<b>171,050</b>	<b>227,814</b>	<b>270,697</b>	<b>318,096</b>	<b>351,793</b>	<b>392,149</b>

### 6.3.2.1 VAN Financiero

Para calcular la VAN Financiero se realiza el *Equity free cash flow* (EFCL) o flujo de caja del accionista en base al estado de resultados y se descuentan los flujos de caja a la tasa del costo de patrimonio con un  $K_e$  igual a 10.610%.

Tabla 33

#### *Flujo de caja del accionista – Equity Free Cash Flow*

<i>Equity Free Cash Flow</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>	<i>Año 6</i>	<i>Año 7</i>	<i>Año 8</i>	<i>Año 9</i>	<i>Año 10</i>	<i>V. Terminal</i>
EBIT(1-t)	0	22,994	49,839	133,524	128,072	259,972	359,598	436,950	542,509	579,253	659,856	
(+) D&A	0	15,113	15,113	15,113	15,113	15,452	14,435	14,435	14,435	14,435	15,113	
(-) D NOWC	-6,667	-4,091	1,204	907	2,162	617	1,733	1,138	1,166	1,381	972	
(-) CAPEX	168,333	-	-	-	-2000	-4000	-10000	-2000	-2000	-6000	0	
(-) Intereses(1-t)		-4,963	-3,956	-2,807	-1,496		0	0	0	0	0	
(+) Préstamos de	50,000											
(-) Amortización		-10,148		-13,207	-15,067		0	0	0	0	0	
(-) Aporte Cap.			11,577									
EFCL	125,000	18,904	50,624	133,530	126,784	272,041	365,767	450,523	556,110	589,069	675,941	10,287,528

Tabla 34

#### *VAN Financiera – accionista*

Costo de Patrimonio - $K_e$	10.610%
Crecimiento perpetuidad - (g)	2.57%
<b>VAN Financiero soles</b>	<b>4,828,836</b>
<b>TIR financiero</b>	<b>78.438%</b>

Para el tiempo de recuperación de la inversión se calcula el *PayBack* sobre FCL acumulado, como se puede apreciar en la Tabla 35 el periodo de retorno de la inversión es de 3.53 años.

Tabla 35

#### *PayBack – Período de retorno de inversión*

<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>	<i>Año 6</i>	<i>Año 7</i>	<i>Año 8</i>	<i>Año 9</i>	<i>Año 10</i>
-125,000	18,904	50,624	133,530	126,784	272,041	365,767	450,523	556,110	589,069	675,941
<b>PAYBACK</b>	<b>3.5340 años</b>									



### 6.3.3. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis de Viabilidad

#### 6.3.3.1 Hipótesis sobre simulación del VAN:

La expectativa de los inversionistas es que el proyecto genere un valor mínimo de S/3,500,000. Con el fin de estimar el riesgo de no alcanzar esta meta, se empleó un modelo de simulación, considerando las variables aleatorias de la tabla 36, asumiendo una distribución normal:

Tabla 36

*Resumen de las variables aleatorias con distribución normal*

	Media	Desviación estándar
Crecimiento de las ventas año 2-3	40%	3%
Crecimiento de las ventas año 4	20%	2%
Crecimiento de las ventas año 5	41%	3%
Crecimiento de las ventas año 6	25%	2%
Crecimiento de las ventas año 7-8	15%	2%
Crecimiento de las ventas año 9-10	10%	1%
Variación del costo de ventas	100%	1%

En base al modelo de simulación se estimó el riesgo igual a 0.2% de no alcanzar la meta de que el proyecto cree un valor como mínimo igual a S/3,500,000. Este nivel de riesgo se considera aceptable.

Tabla 37

*Estimación del riesgo*

VAN promedio	4,445,065
Desviación estándar	364,973
Van mínimo	3,432,508
Van máximo	5,709,814
Riesgo: Probabilidad VAN <300000	0.2%

Se estimó el riesgo de que el proyecto genere utilidades operativas, estimando para ello la probabilidad de un EBITDA negativo que se muestra en la Tabla 27. Con excepción del primer año, en los siguientes años se estima con casi total certeza que el negocio generará utilidades operativas.

#### 6.4. Simulaciones empleadas para validar las hipótesis

Para terminar el capítulo de solución deseable, factible y viable se resumen las pruebas que se usó para validar las diferentes hipótesis realizadas en la tabla 37.

Tabla 38

##### *Análisis de Montecarlo sobre performance del EBITDA*

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Probabilidad de EBITDA Negativo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Probabilidad de EBITDA Positivo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 39

##### *Resultados de validar la hipótesis del negocio*

Dimensión	Hipótesis	Prueba	Resultado	Se Acepta
Deseabilidad	Los participantes entre 25 y 45 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la aplicación Nanitas SOS.	Prueba 1: realizar el registro del usuario.	Tiempo de tarea realizada promedio es de un minuto 27 segundos.	Si
		Prueba 2: Ingresar requerimiento de solicitud de nana	Tiempo de tarea realizada promedio es de dos minutos 11 segundos.	Si
		Prueba 3: Solicitar una entrevista	Tiempo de tarea realizada promedio es de 28 segundos.	Si
		Prueba 4: Contratar a una nana	Tiempo de tarea realizada promedio es de un minuto 20 segundos	Si
		Prueba 5: Nivel de Satisfacción del cliente (NPS)	El Nivel de Satisfacción del cliente (NPS) promedio es de 91%.	Si
Factibilidad	El presupuesto de marketing nos ayudará a conseguir los objetivos de crecimiento y de rentabilidad deseados	Prueba 6: Simulación de Monte Carlo con 1000 escenarios	Los resultados fueron muy similares a los vistos en la proyección financiera. Se puede ver más detalle en la Tabla 25.	Si
		Prueba 7: Validación operativa de tiempos de registro del aplicativo	Los resultados fueron positivos, si es viable en términos de tiempo que se puedan tomar todos los requerimientos de nanas registrados en la aplicación. Mas detalle de los resultados en la Tabla 24.	Si
Viabilidad	El VAN será mayor a S/2,500,000	Prueba 8: Viabilidad financiera del proyecto en tres diferentes escenarios.	Los resultados para los tres escenarios son positivos y se detallan en la Tabla 30	Si
		Prueba 9: Simulación de Monte Carlo con 1000 escenarios	Los resultados fueron positivos y vistos en la proyección financiera esperada. Mas detalles lo veremos en la Tabla 38	Si
	La probabilidad de obtener una VAN menor a S/3,500,000 soles sea menor al 1%.			

Como se puede observar, se obtuvieron resultados positivos de todas las pruebas realizadas, con ello podemos ver que el negocio de Nanitas SOS es deseable teniendo un nivel de satisfacción del cliente promedio de 92%, es factible en cuanto a la validación de los tiempos de registro y la efectividad de la estrategia de marketing para el logro de objetivos de crecimiento y finalmente, es viable por tener resultados mayores a S/2,500,000 en los tres escenarios con un riesgo menor al 1%.



## Capítulo VII. Solución sostenible

En el presente capítulo se explican los diferentes elementos del modelo de negocio próspero, así como la rentabilidad social de la solución.

### 7.1. Relevancia social de la solución

Nanitas SOS tiene tres objetivos de desarrollo sostenible ODS 5, 8 y 11 por lo que para determinar la relevancia social de la solución se calcula según *Betti, Consolandi and Eccles (2018)* como índice secundario, el Índice de relevancia específica de la meta (TSRI), que es la relación entre el número de metas de las ODS impactadas por la solución entre el total de metas de las ODS, ver el detalle en el Apéndice Y, obteniendo los resultados a continuación en la Tabla 40:

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

Tabla 40

*TSRI – Índice de relevancia específica de la meta*

ODS	# de metas de la ODS	# de metas de la ODS impactadas	TSRI
ODS 5	6	3	<b>50.00%</b>
ODS 8	10	7	<b>70.00%</b>
ODS 11	7	1	<b>14.29%</b>

Podemos observar en la Tabla 40, el resultado que determina la proporción de participación de las metas de la propuesta sobre el total de metas de las ODS, por lo que se concluye que Nanitas SOS es una empresa sostenible y responsable tanto social como ambiental.

El siguiente Lienzo de modelo de negocio próspero, Figura 8, se describirá las áreas más relevantes de la empresa, incluyendo aspectos medioambientales.

<b>Medioambiente</b>	Actualmente debido a la pandemia mundial COVID 19, se observa mayor conciencia en relación con la preservación del medioambiente para un mundo más sostenible					
<b>Sociedad</b>	Los NSE A y B en edades de 25 a 45 años del segmento de Lima Moderna, con necesidades de solicitar servicios nanas de manera segura, eficaz y sencilla a través de medios digitales.					
	En la actualidad, Perú está en una grave crisis política, económica y de salud, a pesar de ello, los ciudadanos están realizando más transacciones desde aplicaciones móviles y páginas web, valorando su practicidad de uso.					
<b>Existencias Biofísicas</b>	<b>Procesos</b>	<b>Valor</b>	<b>Personas</b>	<b>Actores del ecosistema</b>		
Emisiones de CO2 de laptops Emisiones de CO2 de <i>smartphone</i> de Nanitas SOS y cliente final.	<b>Recursos</b> - Aplicativo móvil - Página web - Administrador - Nanitas - Psicólogos - Personal de atención al cliente - Reclutadores de campo - Inversión - Equipos telefónicos - Constitución de la empresa - Marca y licencia	<b>Alianzas</b> - Alianzas con marcas de ropa para bebés y niños con marcas socialmente responsables. - Alianza con ONGs - Alianza con capacitadores	<b>Co-creación del valor</b> - Ofrecer servicios de solución para el cuidado de los niños, generando confianza, seguridad a los padres a través del acceso de información en línea sobre el perfil completo de las nanas. - Realizar monitoreo y seguimiento para evaluar y velar por el bienestar de los padres y de las nanas.	<b>Relaciones</b> - Evaluaciones y monitoreo psicológico a las nanas - Alianzas con instituciones y ONGS - Relación post venta con clientes y nanas. - Alianzas con empresas socialmente responsables	<b>Actores claves</b> - Clientes de NSE A y B que adquieran los servicios para cuidado de los niños. - Nanas que busquen un trabajo que busquen salir del mercado informal. - Psicólogos - Capacitadores - Inversionistas - Entidades financieras	- Padres de familia - Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo - Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - Ministerio del Ambiente - Gobierno del Perú - Registro Nacional de Agencias Privadas de Empleo - Pasarela de pagos
<b>Servicios Ecológicos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Gobernanza</b>	<b>Destrucción del valor</b>	<b>Canales</b>	<b>Necesidades</b>	
- Uso reducido de energía en oficinas <i>coworking</i> . - Disminución del uso de papel, ya que en su mayoría se usarán medios digitales.	- Desarrollo de la aplicación móvil y página web. - Reclutamiento de nanas - Evaluaciones psicológicas - Programar entrevistas de padres con posibles nanas - Monitoreo post venta. - Desarrollo de plan de marketing - Coordinación de capacitaciones	- Junta de socios - Administrador - Empleados	- Costos sociales por emisión de CO2 por laptops y <i>smartphones</i>	- Aplicación móvil - Página web - <i>Smartphones</i> - <i>WhatsApp</i> - <i>Facebook</i> - <i>Instagram</i> - <i>Influencer</i>	- Padres de familias con necesidades de apoyo para el cuidado de niños - Mujeres en búsqueda de un trabajo formal y digno.	
<b>Costos:</b> Costos preoperativos y operativos, activos fijos, costos administrativos, costos de intangibles, costos financieros, costos por las emisiones de CO2 de los equipos tecnológicos (laptops y <i>smartphones</i> )	<b>Metas:</b> Fomentar que las nanas tengan un trabajo digno con todos sus derechos laborales. Sobrepasar las proyecciones de ventas establecidas.	<b>Beneficios</b> Disminución del tiempo para los padres de familia al momento de seleccionar una nana. Brindar un medio seguro y confiable para elegir a un personal. Conciencia social sobre los derechos de las nanas.				

Figura 8. Lienzo de modelo de negocio próspero.

## 7.2. Rentabilidad social de la solución

Lo que se busca con Nanitas SOS no es solo generar rentabilidad financiera, sino que el modelo de negocio tenga un impacto positivo en la sociedad y pueda llegar a generar una rentabilidad social óptima. Para llegar a ello se calculó el valor actual de la proyección de los beneficios y costos que impactará a la sociedad.

Para el cálculo de los beneficios sociales se consideró el ingreso adicional que las nanas estarían recibiendo por ser parte de la red de Nanitas SOS, este ingreso adicional se calcula mediante la diferencia del sueldo mínimo que recibirían las nanas al buscar empleo de manera independiente frente a un sueldo promedio más alto que nuestro público objetivo estaría dispuesto a pagar. Así mismo se consideró como beneficio el costo del tiempo ahorrado por el cliente y por la nana en ir y venir a la agencia de empleos, para estos criterios se utilizaron el indicador del valor social del tiempo por modo de transporte urbano, siendo en el caso del costo ahorrado por el cliente de S/ 7.83 y el de la nana de S/6.50; ambos datos fueron extraídos de los Parámetros de Evaluación Social de la Directiva General del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, publicado por el MEF. Otro criterio que se consideró fue el del costo de combustible ahorrado en transporte de clientes por no movilizarse, el cual fue de S/ 3.29, la información base para el cálculo de este indicador se extrajo de Osinergmin su página web Facilito. Finalmente, se consideró el costo del ahorro promedio del pasaje de las nanas al no movilizarse a la agencia por un monto de S/ 2.5. Más detalle de los beneficios para la sociedad se puede observar en la Tabla 41.

Conforme a la información dispuesta en Sendeco2 se utilizó el costo de 56,7 euros, convertidos a soles con un tipo de cambio de 4,1 obteniendo como resultado el costo de emisión de CO<sub>2</sub> por Kg en S/ 0,28. El detalle de la estimación se puede visualizar en el Apéndice Z con el cálculo y conversiones para hallar el costo de emisión de CO<sub>2</sub> de la energía eléctrica por cada

laptop en un periodo de 10 años, así mismo, el costo de energía eléctrica del smartphone que será la vía telefónica para Nanitas SOS.

En resumen, se puede visualizar el resultado de ambos en la Tabla 42 proyectando un consolidado de costo de emisión de CO2 con un impacto mínimo del año 1 al año 10 convirtiendo el proyecto en sostenible y socialmente responsable con el medioambiente.



Tabla 41

*Estimación del flujo de beneficios sociales*

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cantidad de Servicios	390	515	671	733	1,030	1,295	1,420	1,560	1,638	1,716
Ingreso de sueldo adicional por estar en la red de Nanitas SOS	500	500	400	400	400	350	350	350	350	350
Ingreso adicional de sueldo por estar en la red de Nanitas SOS	195,000	257,400	268,320	293,280	411,840	453,180	496,860	546,000	573,300	600,600
Costo hora ahorrada por el cliente	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Valor de tiempo ahorrado en ida y vuelta de la agencia	3,054	4,031	5,252	5,741	8,062	10,138	11,115	12,215	12,826	13,436
Costo de combustible ahorrado en transporte de clientes por km	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Valor de combustible ahorrado en transporte de clientes	10,254	13,535	17,637	19,277	27,070	34,043	37,324	41,015	43,066	45,117
Valor Total de los beneficios sociales del cliente	13,308	17,566	22,889	25,018	35,132	44,181	48,439	53,230	55,892	58,553
Costo hora ahorrada por la nana	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Valor de tiempo ahorrado en ida y vuelta de la agencia	2,543	3,356	4,374	4,780	6,713	8,442	9,256	10,171	10,680	11,188
Costo de transporte publico ahorrado por las nanas	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Valor ahorrado en el transporte de ida y vuelta de las nanas	975	1,287	1,677	1,833	2,574	3,237	3,549	3,900	4,095	4,290
Valor del tiempo ahorrado por las nanas	3,518	4,643	6,051	6,613	9,287	11,679	12,805	14,071	14,775	15,478
<b>Valor total de los beneficios sociales</b>	<b>211,825</b>	<b>279,609</b>	<b>297,260</b>	<b>324,912</b>	<b>456,259</b>	<b>509,040</b>	<b>558,104</b>	<b>613,301</b>	<b>643,966</b>	<b>674,631</b>

## Consideraciones

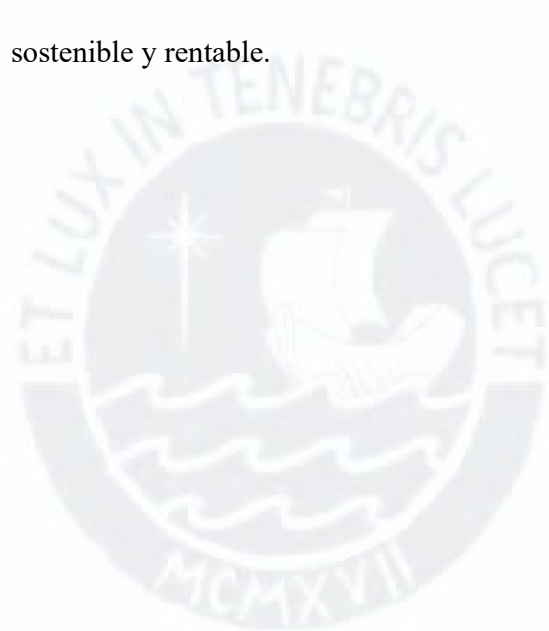
- Ingreso de sueldo adicional por estar en la red de nanitas SOS: se consideró la diferencia del sueldo mínimo y el sueldo promedio de S/1,500.
- Costo de tiempo ahorrado del cliente por hora: S/ 7.83 Se utilizó el VST por modo de transporte urbano – Transporte privado Urbano de Lima
- Costo de tiempo ahorrado del cliente por hora: S/ 6.52 Se utilizó el VST por modo de transporte urbano – Transporte público Urbano de Lima
- Tiempo ahorrado en ida y vuelta a la agencia de empleo: 60 min
- Costo de combustible por km, ahorrado en transporte de cliente en auto: S/3.29, se consideró como referencia el costo promedio de la gasolina de 95 por galón de S/15.20 y que el trayecto a la agencia consumía en promedio 8 km por servicio.
- Costo de transporte público ahorrado por las nanas: se consideró el pasaje promedio de ida y vuelta de S/2.5.





Finalmente, ya habiendo proyectado los beneficios y los costos sociales se calculará el VAN social para 10 años, para ello se descontarán los flujos de beneficios sociales menos los flujos de costos sociales proyectados con la tasa social de descuento (TSD) de 8%, la cual fue dada por Seminario (2017) como se observa en la Tabla 14.

En la Tabla 43, se puede observar que el VAN social calculado asciende a S/2,838,952 soles. Con este resultado podemos decir que el proyecto de Nanitas SOS es una solución social sostenible y rentable.



## Capítulo VIII. Decisión e implementación

De acuerdo con lo anteriormente presentado se realizó un plan de ejecución e implementación, en este capítulo se detalla cual es el plan y en qué plazo establecido se llevará a cabo.

### 8.1. Plan de implementación y equipo de trabajo

El plan de implementación se llevará a cabo en el año 2022, durante los meses de julio a diciembre, se planea un lanzamiento de ejecución en los primeros días de enero 2023, el detalle de las fases y actividades se puede encontrar en el Apéndice AA. Las personas encargadas de llevar a cabo la ejecución de dicho proyecto son: Diana Berlanga (DB), Lissett Cerna (LC), Joanna Miranda (JM), Sylvia Riofrio (SR) y Antonella Sarmiento (AS). El plan se ha estructurado en seis fases:

Fase 1 – Inicio: se realizarán actividades como revisión de recursos, definición de los puestos organizacionales, la creación legal de la empresa con un capital social de S/125,000 y un préstamo de S/ 50,000 en el año cero.

Fase 2 – Diseño: creación de la versión final del prototipo, construcción de la aplicación. Se iniciará las operaciones en las oficinas *coworking*. Se contratará al personal comercial y reclutamiento.

Fase 3 – Validación: Se reclutará a 35 nanas que puedan ser elegibles para 5 familias. En paralelo se buscará 10 familias que prueben el prototipo y nos den los alcances necesarios para la mejora del prototipo.

Fase 4 – Desarrollo de la aplicación en versión Beta: se contará con un equipo de desarrollo software y de almacenamiento, creación de página web, contratación del equipo de servicio al cliente y alianzas con empresas de beneficios.

Fase 5 – Marcha blanca: Inicio de operaciones con 30 nanas. A su vez, en esta fase se comprobará la confiabilidad al sistema y se entrenará al personal. Se realizará una campaña

de medios digitales, que contará con la participación de reconocidas *influencers*. Además, se inicia la afiliación de más nanas, y los preparativos previos al lanzamiento con la creación de un *fanpage* tanto en *Facebook* como *Instagram*.

Fase 6 – Lanzamiento: será el inicio de operación en los primeros días de enero 2023. El presupuesto total del plan de implementación asciende a S/ 168,333

## 8.2. Conclusión

Se concluye a partir de la investigación realizada, que existe un mercado conformado por padres de familia del sector A y B en la ciudad de Lima que no consiguen encontrar a una persona fuera del entorno familiar y de confianza para poner al cuidado de sus hijos al acudir a alguna agencia de empleo para nanas sin poder obtener el beneficio o satisfacción que necesitan al contratarla encontrando deficiencias, entre ellas la evaluación inconsistente y desactualizada, perdiendo así la confianza. A su vez, encuentran muchas agencias informales que compiten entre sí lo que les genera aún más desconfianza debiendo utilizar sus propios recursos para validar que la información que se brinda en cualquier caso sea veraz. En la actualidad, existen agencias de empleo formales en Lima que promocionan sus servicios, pero la calidad de este como el beneficio de éste es sumamente débil para su mercado objetivo. En otros casos, no logran satisfacer la demanda para este sector por falta de recursos; como consecuencia son evaluaciones fuera de fecha, ausencia de recomendaciones, expedientes incompletos como desactualizados y respuesta tardía debido a la débil inversión de acuerdo con el avance tecnológico para responder de manera inmediata a los clientes. Esto se debe a la falta de recursos tecnológicos a nivel de sistema y registro que administre la información completa del seguimiento a la nana obteniendo un reporte de estos de manera periódica que sirva como monitoreo en la evaluación permanente que servirá como informe que genere un análisis de resultados para el usuario exigente que busca este servicio. A nivel de factibilidad, se concluye que los resultados obtenidos a través de las tarjetas de

usabilidad desde el prototipo del aplicativo Nanitas SOS indica que el usuario puede acceder de manera satisfactoria para registrarse al ingresar a la aplicativo, registrar su requerimiento, solicitar entrevista con la nana, contratar a la nana y medir el punto de satisfacción a través de una encuesta, cada una de ellas cumpliendo con las métricas mínimas establecidas para la satisfacción del usuario al adquirir el servicio de Nanitas SOS. Se concluye con la viabilidad del negocio al detectar que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar el precio de la membresía anual, así como el servicio de nanitas por un día siempre que se le brinde el servicio diferenciado a través del seguimiento y monitoreo constante a la nana, evaluaciones, recomendaciones y antecedentes, como respuesta rápida y servicio postventa para asegurar la satisfacción del usuario como el testimonio de experiencia de la nana trabajando en Nanitas SOS.

Finalmente, se concluye que se pudo evidenciar el beneficio económico que se ofrece a las nanitas al darle la posibilidad de generar mayores ingresos que al trabajar en Nanitas SOS que hacerlo de manera independiente, así mismo vemos reflejado el bajo costo social que produce la operación de Nanitas SOS respecto a la emisión de CO<sub>2</sub> para brindar el servicio. Nanitas SOS es un negocio con rentabilidad ya que tiene un VAN social de S/2,838,952 convirtiéndolo en un negocio sostenible y socialmente responsable con el medio ambiente ya que contribuye con los ODS 5, 8 y 11.

### **8.3. Recomendación**

Se debe poner en marcha el proyecto Nanitas SOS, ya que es un negocio rentable el cual no solo genera valor económico y rentabilidad si no valor social.

Realizar acompañamiento adecuado a las nanas para saber cuáles son sus necesidades y requerimientos para tener un servicio más personalizado.

Evaluar y analizar otros segmentos donde se pueda aplicar este modelo de negocio y de esta manera beneficiar a otros emprendedores de diversos segmentos.

Buscar alianzas con otros rubros en el sector infantil para generar un ganar- ganar, con estas alianzas se puede obtener una gran base de datos de posibles clientes.

Evaluar el ingreso al mercado de las provincias más representativas como Piura, La Libertad, Arequipa y Cajamarca. Analizar el ingreso al segmento C emergente.

Evaluar la opción de un nuevo préstamo financiero para la expansión a nuevos mercados.



## Referencias

Asociación Peruana de Empresas Inteligencia de Mercados. (2020). *Niveles Socioeconómicos*.

Recuperado de:

<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

Blank, S. (2013). *Why the Lean Start-Up Changes Everything*. *Harvard Business Review*.

91(5), 63–72. Recuperado de:

<http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&d>

Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública. (2019). *Perú: Población*

2019. Recuperado de:

[http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacional\\_peru\\_201905.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf)

Comercio Electrónico. (2020). *La industria de mayor crecimiento en Perú*. Recuperado de:

<https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2021/crecimiento-del-comercio-electronico-en-peru.html>

Diario El Peruano. (2012). *Autorizan al Ministerio del Ambiente a efectuar pago de cuotas correspondientes a los años 2011 y 2012 a diversas entidades Normas legales*.

Recuperado de:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-normas-reglamentarias-para-el-fu-decreto-supremo-n-020-2012-tr-883943-12/>

Diario El Peruano (2020). *INEI: Lima tiene casi 10 millones de habitantes*. Recuperado de:

<https://elperuano.pe/noticia/113626-inei-lima-tiene-casi-10-millones-de-habitantes>

Diario El Peruano. (2021). *INEI: Lima tiene casi 10 millones de habitantes*. Recuperado de:

<https://elperuano.pe/noticia/113626-inei-lima-tiene-casi-10-millones-de-habitantes>

Diario Gestión. (2019). *El 51% de los padres peruanos ya participa del cuidado de sus hijos.*

Recuperado de:

<https://gestion.pe/economia/empresas/51-padres-peruanos-participa-cuidado-hijos-270217-noticia/>

López, María Alejandra. (2020). *Estudios: Perfil del consumidor peruano en estos tiempos*

(2020). Recuperado de: <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-perfil-del-consumidor-peruano-en-estos-tiempos/>

Eric Ries. (2019). *El método startup*. Recuperado de:

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

Gómez, M. E., & Botero, J. C. (2016). *Startup y spinoff: Una comparación desde las etapas*

*para la creación de proyectos empresariales. Revista Ciencias Estratégicas, 24(36), 365-378.* doi: <http://dx.doi.org.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/rces.v24n36.a7>

Ideas para tu empresa. (2019). *eCommerce: ¿Cómo es el perfil del consumidor online?*

Recuperado de:

<https://ideasparatuempresa.vodafone.es/e-commerce-como-es-el-perfil-del-consumidor-online>

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-fiscalizacion-laboral-en-agencias-privadas-de-empleo/>

INEI. (2013). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). “Condiciones de Vida en el Perú”.*

*Abril-Mayo 2013.* Recuperado de:

<http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/17168.pdf>

INEI. (2017). *Características de la población.* Recuperado de:



[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf)

INEI. (2019). *Producción y empleo informal en el Perú*. Recuperado de:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1701/ibro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1701/ibro.pdf)

INEI. (2020). *Perú – Informe técnico comportamiento de los indicadores de mercado laboral Trimestre Julio – Agosto -Setiembre 2020*. Recuperado de:

<http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-empleo-nacional-jul-ago-set-2020.pdf>

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

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf)

INEI. (2020). *Perú – Informe técnico situación del mercado laboral peruano en Lima Metropolitana*. Recuperado de:

<http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-mercado-laboral-oct-nov-dic-2020.pdf>

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

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

IPSOS. (2019). *Gen X: Perfil del adulto del Perú urbano 2019*. Recuperado de:

<https://www.ipsos.com/es-pe/gen-x-perfil-del-adulto-del-peru-urbano-2019>

IPSOS. (2019). *Generaciones en el Perú*. Recuperado de:

<https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru>

Luis Heraso. (2020). *¿Qué es una aplicación Móvil?*. Recuperado de:

<https://anincubator.com/que-es-una-aplicacion-movil/>

Mayorga Gutiérrez, D., & García Vega, E. (2010). *La innovación empresarial en Perú*.

*INCAE Business Review*, 1(10), 20–26. Recuperado de:

<http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=73387390&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2017). *Anexo N° 11 Parámetros de Evaluación Social*.

*Directiva para la Formulación y Evaluación en el Marco del Sistema de*

*Programación Multianual y Gestión de Inversiones. Perú*. Recuperado de:

[https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/anexos/anexo11\\_directiva001\\_2019\\_EF6301.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/anexos/anexo11_directiva001_2019_EF6301.pdf)

Nielsen, J. (2000). *Why you only need 5 users*. Recuperado de:

<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

Organización de las Naciones Unidas. (2021). *Objetivos de desarrollo sostenibles*.

Recuperado de:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

Schwarz, M. (2018). *Reflexiones sobre la Naturaleza de Informalidad Empresarial Peruana*.

Recuperado de:

[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6229/Schwarz\\_Max\\_informalidad\\_empresarial\\_%20peruana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6229/Schwarz_Max_informalidad_empresarial_%20peruana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Seminario de Marzi, Luis. (2017). *Actualización de la Tasa Social de Social de Descuento*.

*Ministerio de Economía y Finanzas Perú*. Recuperado de:

[https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/parametros\\_evaluacion\\_social/Tasa\\_Social\\_Descuento.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/parametros_evaluacion_social/Tasa_Social_Descuento.pdf)

Veiga, L. (2016). *What Is Disruptive Innovation? Una revisión crítica de la teoría de la*

*innovación disruptiva*. *IEEM Revista de Negocios*, 19(3), 60–62. Recuperado de:

<http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=119444255&lang=es&site=eds-live&scope=site>



## Apéndices

### Apéndice A: Formato de Encuesta

Conteniendo las siguientes preguntas:

1. Correo
  - 4
2. Nombre y apellido
  - 5 a más
3. Distrito
4. Edad
  - de 20 a 25 años
  - de 26 a 30 años
  - de 31 a 35 años
  - de 36 a 40 años
  - de 41 a 45 años
  - de 46 a más años
5. ¿A qué te dedicas?
6. ¿En qué rango de edad se encuentran tus hijos?
  - Entre 0 y 1 años
  - Entre 1 y 3 años
  - Entre 3 y 5 años
  - Entre 5 y 8 años
  - Más de 8 años
7. ¿Cuántos hijos tienes?
  - 1
  - 2
  - 3
8. ¿Actualmente trabajas?
  - Sí, trabajo dependiente
  - Si, trabajo independiente
  - No
9. ¿Consideras que necesitas apoyo en casa para el cuidado de tus hijos y quehaceres del hogar?
  - Si
  - No
  - Tal vez
10. En caso de no tener nana cuales son los motivos
  - No encuentro a nadie apta
  - Confianza
  - Se queda con un familiar
  - Seguridad
  - Otro
11. ¿Quién te apoya actualmente en casa?
  - Asistente en el hogar / nana
  - Esposa(o) se queda en casa

- Otro familiar
  - Otro
12. En caso tengas una persona que te asiste en el hogar o nana, ¿Cuánto tiempo tiene trabajando contigo?
- Menos de un año
  - De 1 a 2 años
  - De 3 a 5 años
  - Más de 5 años
13. ¿Cómo han sido tus experiencias con las personas que te han apoyado en el hogar?
- Excelente
  - Buena
  - Regulares
  - Malas
  - Muy malas
14. ¿Ha sido fácil conseguir una persona adecuada para el apoyo en el hogar?
- Si
  - No
15. ¿Qué factores consideras más importante para seleccionar una persona de apoyo en casa?
- Buenas Referencias
  - Nivel de educación
  - Experiencia cuidando niños
  - Antecedentes
  - Disposición para el trabajo
  - Empatía con los niños
16. ¿Es importante que la persona de apoyo tenga experiencia en el cuidado de niños?
- Si
  - No
17. ¿Qué documentos solicitas antes de contratarla?
- Curriculum
  - Documentos
  - Antecedentes Policiales y Penales
  - Referencias
  - Certificados Médicos
  - Certificados de Estudios
  - Otros
18. ¿Has utilizado contratos a tu personal de apoyo?
- Si
  - No

19. En caso no contrates a tu personal, ¿estarías dispuesto hacerlo en el futuro?
- Si
  - No
20. ¿Qué tipo de modalidad de contratación prefieres?
- Cama adentro
  - Cama afuera
21. ¿Cuáles son sus días de descanso?
- Sábados y Domingos
  - Domingos
  - Algún día de semana
22. ¿Cuánto es el dinero asignado a la remuneración de tu nana?
- Sueldo mínimo
  - De 1000 a 1299
  - De 1300 a 1499
  - De 1500 a 1799
  - Más de 1800
23. ¿Por qué medios sueles consigues a tus nanas?
- Agencia
  - Referidos
  - Diarios
  - Redes sociales / web
24. ¿Cuánto has pagado por el servicio brindado en la agencia?
- Menos de 500
  - De 500 a 700
  - 700 a 1000
  - Más de 1000
25. Servicio Nanita SOS

Considerando que se va a lanzar al mercado una aplicación que permita encontrar a una persona de apoyo en casa de manera rápida y segura con todos los filtros de seguridad requeridos, la cual permita interactuar de manera directa con las candidatas, la aplicación contará con un perfil detallado y validado de cada candidata en donde se apreciará las experiencia y recomendaciones de anteriores empleadores, permitiendo elegir a los candidatos que más se adecuen a sus necesidades. Al contratar el servicio, tienes una membresía por un año la cual te

genera beneficios adicionales como garantía por tres meses, una nana de reemplazo gratuita, una capacitación a la nana, asesoría en temas laborales, descuentos exclusivos.

26. ¿Usarías este aplicativo?

- Si
- No

Más de 1000

27. ¿Qué requiere de la empresa con respecto a la selección de la persona que quiere contratar?

- Respuesta rápida
- Selección adecuada
- Capacitación adecuada
- Confiabilidad
- Que entiendan mi necesidad

28. ¿Consideras importante, el servicio de seguimiento post venta?

- Sí
- No

29. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este servicio, teniendo como referencia el costo promedio de una agencia de empleos tradicional?

- Menos de 500
- De 500 a 700
- 700 a 1000

30. ¿Qué servicios adicionales valoras de este servicio?

- Nana de reemplazo
- Garantía de tres meses
- Capacitaciones a la nana
- Asesorías Legales
- Confianza y Seguridad
- Otros

## Apéndice B: Principales Resultados Encuesta

### Edad de las encuestadas

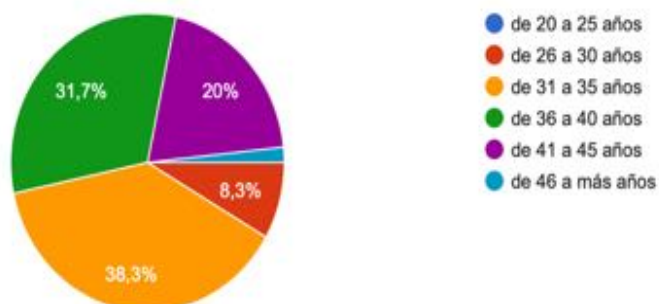


Figura B 1. Edad de las Encuestadas

El 38.3% de las mujeres encuestadas pertenecen al grupo de 31 a 35 años, el 20% a mujeres de 41 a 45 años, 31.7% a mujeres de 36 a 40 años y el 8.3% a mujeres de 26 a 30 años.

### ¿En qué rango de edad se encuentran tus hijos?

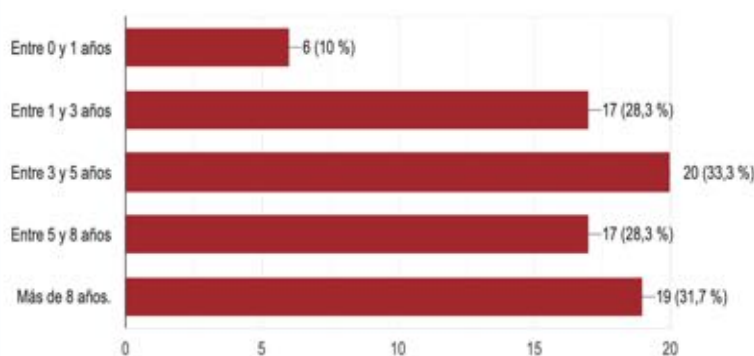


Figura B 2. Edad de los hijos

El 28.3% tienen hijos entre las edades de uno a tres años, el 33.3% de tres a cinco años, el 28.3% entre los cinco y ocho años, y el 10% de cero a un año.

### ¿Cuántos hijos tienes?

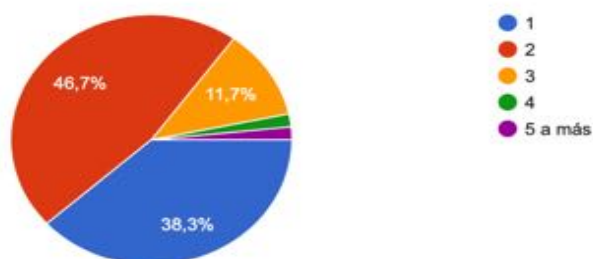
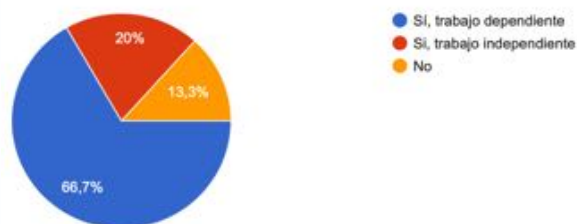


Figura B 3. Número de hijos.

El 46.7% de las mujeres y madres tienen dos hijos, el 38.3% 1, el 11.7% 3 hijos y el 3.3% tienen cuatro hijos.



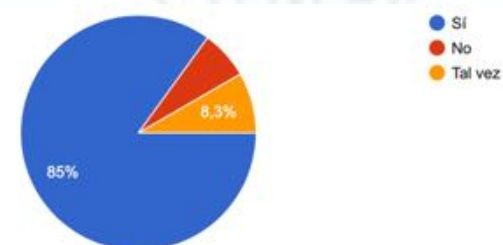
### ¿Actualmente trabajas?



El 66.7% de las mujeres y madres encuestadas trabajan de manera dependiente, el 20% de manera independiente y el 13.3% no están laborando actualmente.

Figura B 4. Padres que Trabajan

### ¿Consideras que necesitas apoyo en casa para el cuidado de tus hijos y quehaceres del hogar?



El 85% de las mujeres y madres encuestadas consideran que necesitan ayuda con el cuidado de sus hijos y los quehaceres del hogar, el 8.3% consideran que tal vez si necesitan ayuda en el hogar.

Figura B 5. Necesita apoyo en casa

### En caso de no tener nana cuales son los motivos

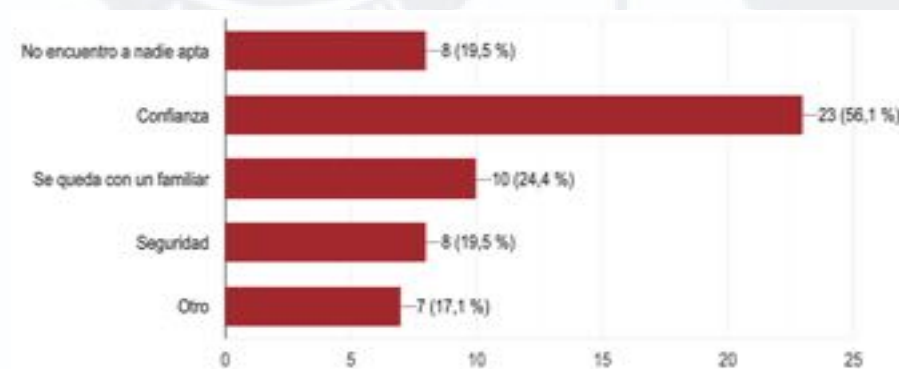


Figura B 6. Necesita apoyo en casa

### ¿Quién te apoya actualmente en casa?

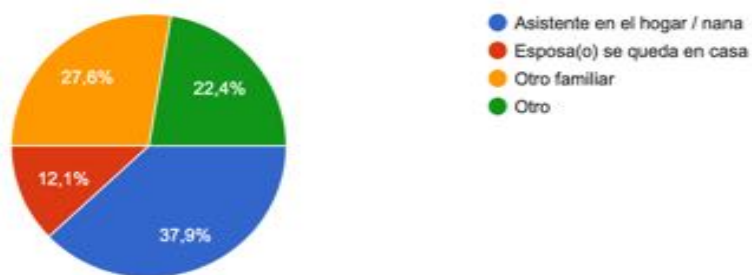


Figura B 7. Quien apoya actualmente

El 56.1% busca tener confianza en su personal de servicio, actualmente por ello el 24.4% busca un familiar para el cuidado de sus hijos, pues de las 60 encuestadas el 37.9% tiene como ayuda en casa a una asistente del hogar o nana, mientras que el 27.6% tiene un familiar ayudando en casa, o su esposo con 12.1% del total de encuestadas.

### En caso tengas una persona que te asiste en el hogar o nana, ¿Cuánto tiempo tiene trabajando contigo?

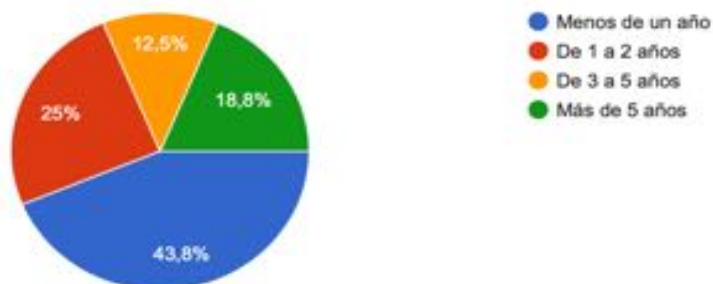
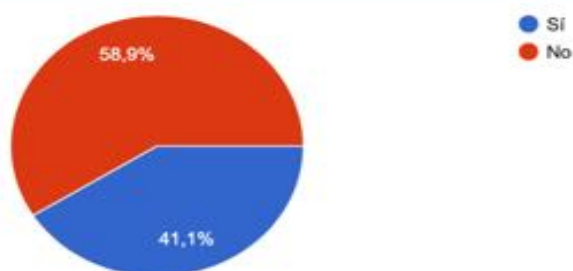


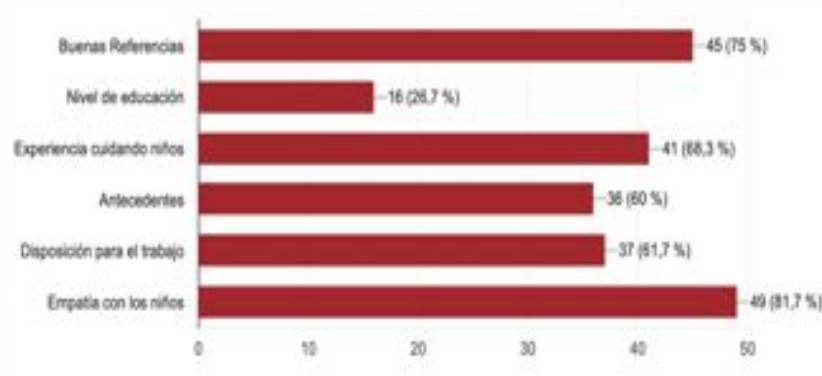
Figura B 8. Quien apoya actualmente.

### ¿Ha sido fácil conseguir una persona adecuada para el apoyo en el hogar?



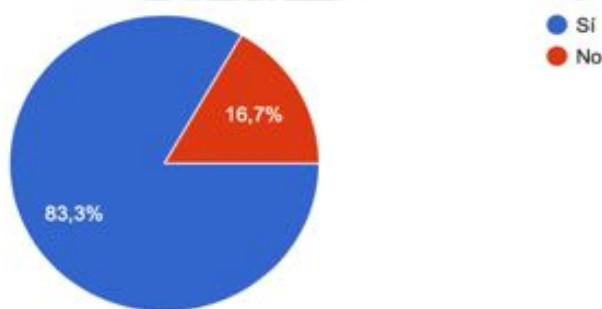
*Figura B 9.*Facilidad de encontrar a una persona para el apoyo en el hogar

El 43.8% de las mujeres y madres encuestadas, comenta que sus asistentes del hogar o nanas tienen menos de un año laborando en casa, por otro lado, el 18.8% tiene más de cinco años con el personal en casa. Asimismo, el 58.9% indica que le ha sido difícil conseguir una persona en casa. ¿Qué factores consideras más importante para seleccionar una persona de apoyo en casa?



*Figura B 10.*Factores importantes en la selección.

¿Es importante que la persona de apoyo tenga experiencia en el cuidado de niños?



*Figura B 11.*Importancia de conocer el cuidado de los niños.

Para el 81.7% de mujeres y madres, indica que es primordial la empatía con los niños, así como el 75% indica que es importante las buenas referencias que pueda tener el personal, además el 83.3% considera que es importante la experiencia en el cuidado de niños.

### ¿Qué documentos solicitas antes de contratarla?

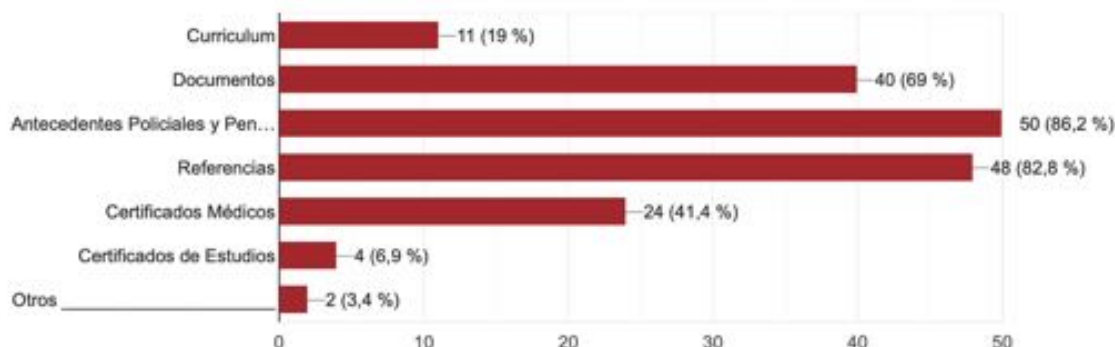


Figura B 12. Documentos solicitados para contratar.

Para el 86.2% de mujeres y madres, considera que es importante solicitar antecedentes policiales y penales, el 82.8% considera que las referencias son importantes, el 69% documentos importantes necesarios mientras que por la actualidad respecto al Covid-19, el 41.4% solicitaría certificados médicos.

### ¿Has utilizado contratos con tu personal de apoyo?

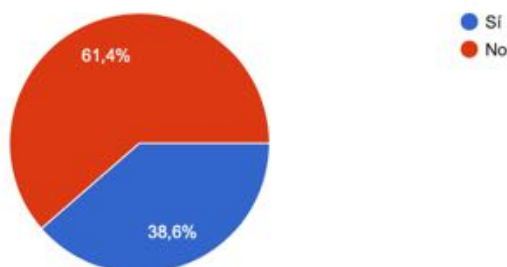


Figura B 13. Utilización de realizar contratos.

### En caso no contrates a tu personal, ¿estarías dispuesto hacerlo en el futuro?

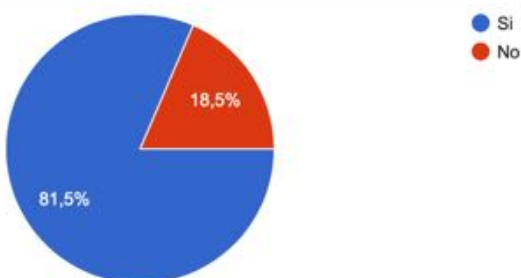


Figura B 14. Disposición para realizar contratos en el futuro.

El 61.4% de encuestadas no realiza contratos a su personal de apoyo, sin embargo, el 81.5% considera que si pudiese hacerlo en el futuro.

### ¿Qué tipo de modalidad de contratación prefieres?

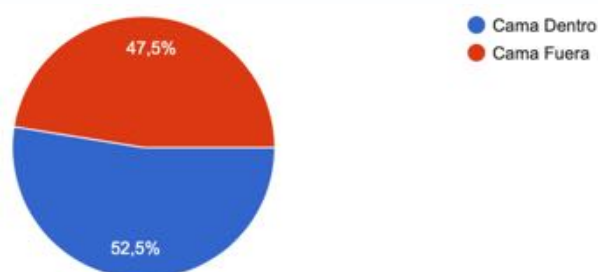


Figura B 15. Modalidad de contratación

El 52.5% prefiere una modalidad de servicio cama adentro, mientras que el 47.5% prefiere una modalidad cama afuera.

### ¿Por qué medios sueles consigues a tus nanas?

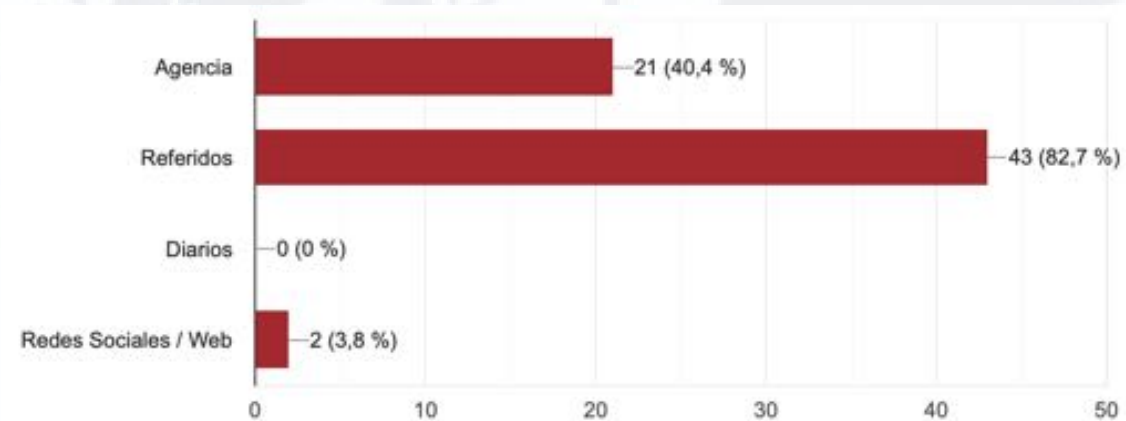


Figura B 16. Medios por los que suelen conseguir sus nanas.

El 82.7% de familias contrataron a su personal a través de referidos y el 40.4% a través de agencias presencialmente.

### ¿Cuánto has pagado por el servicio brindado en la agencia?

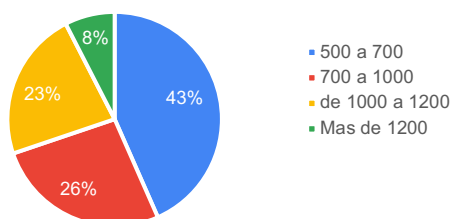


Figura B 17. Pago por servicio de la agencia

### ¿Cuánto es el dinero asignado a la remuneración de tu nana?

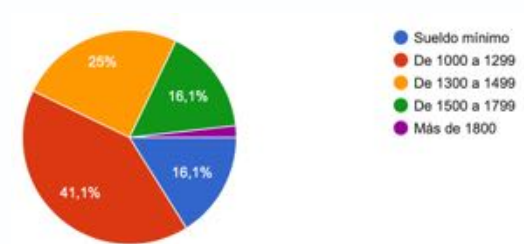


Figura B 18. Disposición de remuneración de nana.

El 40% ha realizado el pago de menos de S/ 500 soles y 8.6% está dispuesto a pagar más de S/ 1,000 soles por conseguir a su personal de servicio. Por otro lado, el 16.1% considera pagar a su nana más de S/ 1,500 soles y el 1.7% considera pagar más de S/ 1,800 soles.

### Sobre el servicio propuesto, Nanitas SOS: ¿Usarías este aplicativo?

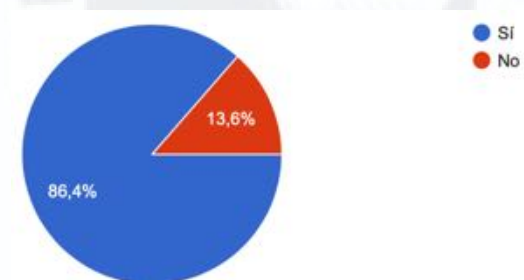


Figura B 19. Usaria este aplicativo.

### ¿Consideras importante, el servicio de seguimiento post venta?



Figura B 20. Valorar el servicio post venta.

**¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este servicio, teniendo como referencia el costo promedio de una agencia de empleos tradicional?**



*Figura B 21.* Disposición para pagar por el servicio de Nanitas SOS

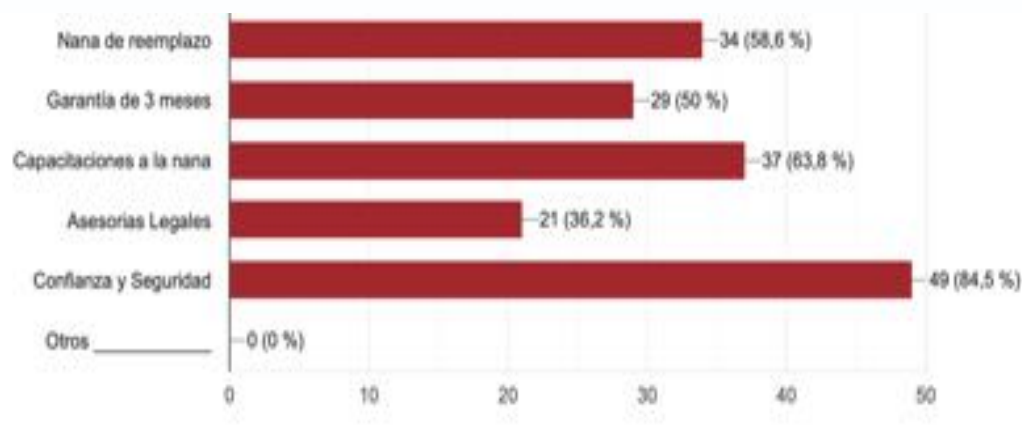
El 86.4% de las mujeres y madres encuestadas, usaría el aplicativo Nanitas SOS, de las cuales el 33.33% podrían pagar S/ 1,000 soles o más por el servicio brindado para contratar una nana.

**¿Qué requiere de la empresa con respecto a la selección de la persona que quiere contratar?**



*Figura B 22.* Requisitos que brinde la empresa para la contratación.

### ¿Qué servicios adicionales valoras de este servicio?



*Figura B 23.* Valoración de los servicios adicionales de Nanitas SOS

De las 60 mujeres y madres encuestadas, consideran atributos importantes para la contratación como confiabilidad, buena selección del personal, capacitación, así como valoran la seguridad y confianza, contar con nanas de reemplazo y que la empresa brinde capacitaciones a la nana.







### Apéndice E: Matriz Quick Wins

Rótulo	Acción / Variable	Costo	Impacto	Mediana
V01	Pedir ayuda, ya sea a su esposo o a su familia o contratar a alguien.	1	25	5.5
V02	Levantarse temprano antes de que los niños se despierten para poder realizar su deporte favorito.	2	13	5.5
V03	Solicitar cambio de horario para trabajar más horas y poder dedicar tiempo a las actividades de monitoreo con sus hijos.	5	7	5.5
V04	Contratar a una persona de agencia de empleos que mantenga su casa limpia y ordenada.	4	20	5.5
V05	Contratar una nana mediante una app de calidad que ayude a cuidarlos y estimularlos, haciendo desarrollar sus talentos, pintando, haciendo manualidades.	2	30	5.5
V06	Organizar a su familia para que cada uno tenga un rol de limpieza y orden para mantener la casa ordenada.	6	5	5.5

Figura E 1. Criterios para priorizar acciones

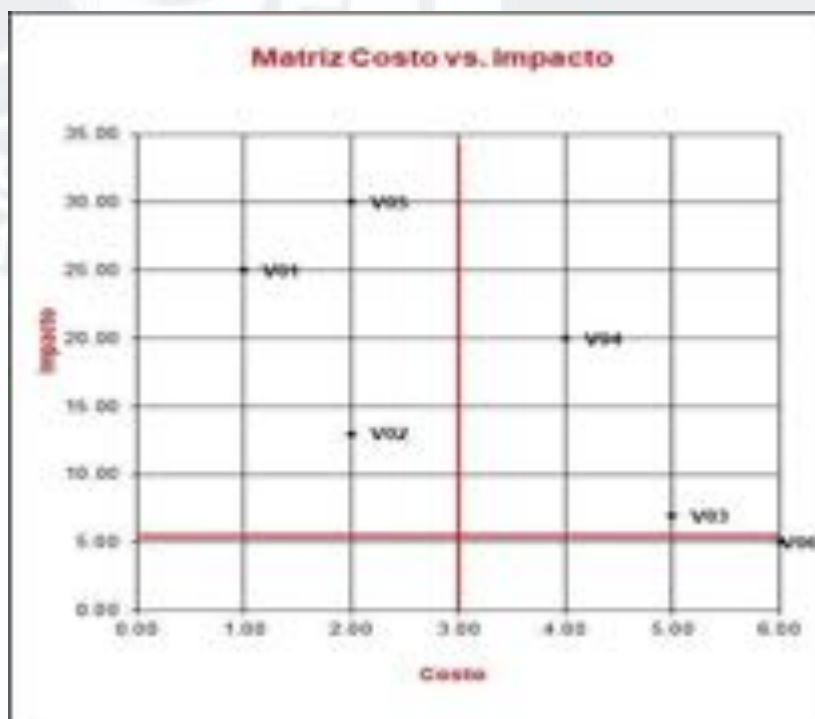


Figura E 2. Matriz Costo vs. Impacto.

Apéndice F: Lienzo Blanco de Relevancia

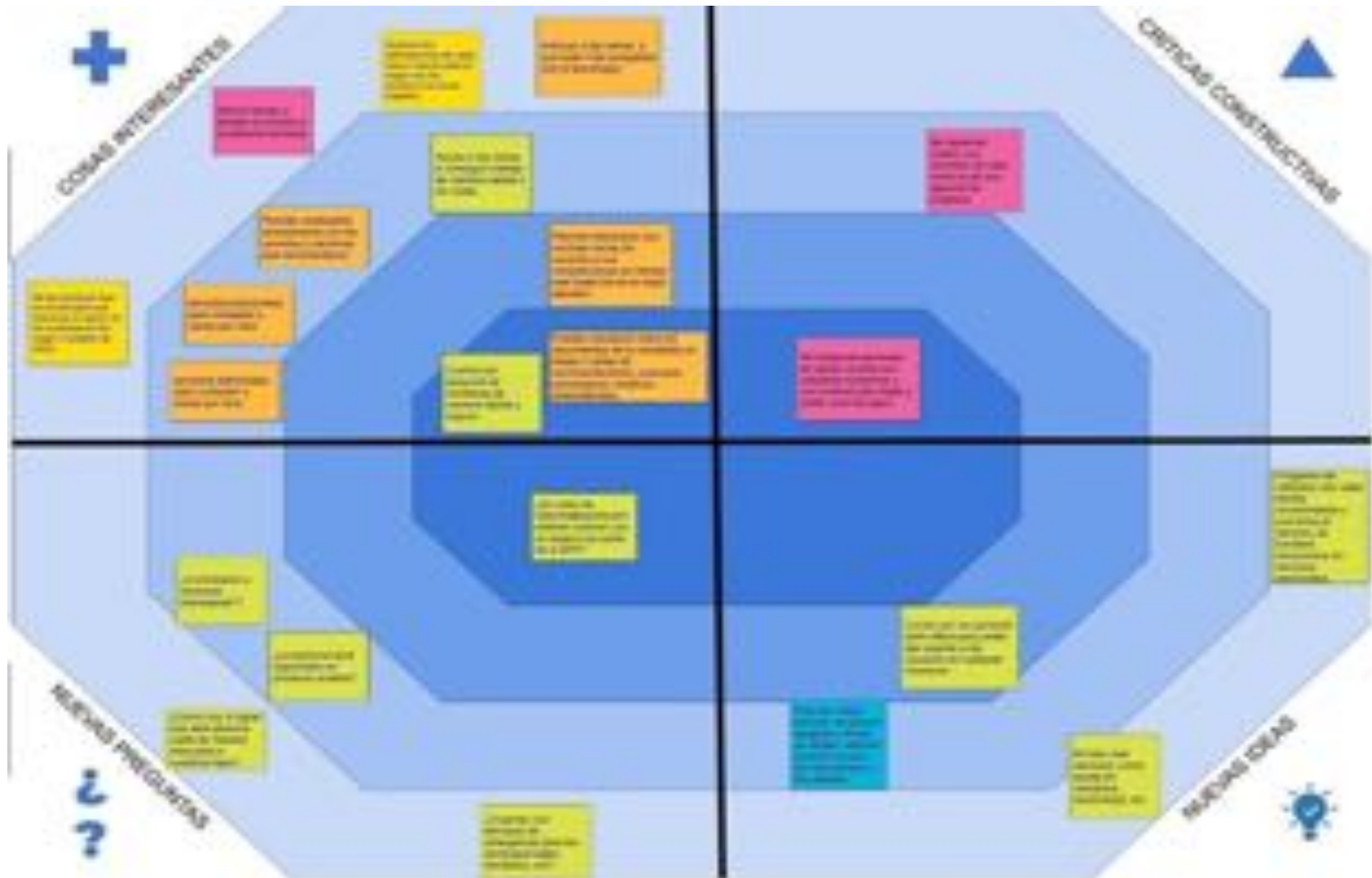


Figura F 1. Lienzo Blanco de Relevancia. Nanitas

## Apéndice G: Lista de alianzas para capacitaciones

### Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

- ✓ Derechos fundamentales, seguridad y salud en el trabajo y formalización laboral.
- ✓ Derechos de las trabajadoras en el hogar.
- ✓ Capacitación de trabajadoras del hogar, medidas para evitar la propagación del Covid-19.

### Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

- ✓ Capacitación para prevenir la violencia de género.
- ✓ ¿Qué hacer en caso de violencia familiar?

### ONG'S

- ✓ Fundación social mujeres en acción, madres cabeza de familia.
- ✓ Asociación madre coraje.
- ✓ Asociación proderecho humanos.
- ✓ Asociación por la cultura y educación digital.
- ✓ Fundación Calma. (Programa contigo empresas).

### Institutos de educación superior (Para las nanas)

- ✓ IDAT 20% de descuento en la mensualidad de carreras técnicas.
- ✓ CEO Las Mercedarias, descuento del 100% en la matrícula
- ✓ Instituto Pedagógico Claridad, 100% de descuento en la matrícula.

### Cuerpo general de Bomberos Voluntarios del Perú

- ✓ Capacitaciones de primeros auxilios


### Escuela nacional de capacitación, Cruz Roja Perú



- ✓ Brinda cursos y talleres de Primeros Auxilios, RCP, Inyectoterapia, Cuidados de Lactantes y Niños, Cuidados en el Adulto Mayor, Técnicas de Masoterapia, Fisioterapia Integral.



## Apéndice H: Empresas con la que contamos con descuentos y convenios

Cocomama 


- ✓ Marca de ropa para bebés cuya meta es proveer productos muy cómodos para los bebés, y a la vez, prácticos para los padres. Adicionalmente, donan parte de su utilidad a Casa Mantay; albergue para madres adolescentes
- ✓ Beneficio: 15% de descuento para los usuarios de Nanitas SOS

• Puriy 

- ✓ Empresa social que confecciona zapatitos de bebé (mocs) y accesorios de cuero y a su vez capacitamos en costura a mujeres que han pasado por violencia en Villa el Salvador, en conjunto, trabajamos con la ONG PADMA, la cual da acompañamiento emocional a nuestro equipo ayudándolas a fortalecerse.
- ✓ Beneficio 10% de descuento para los usuarios de Nanitas SOS

• Las polleras de Agus 

- ✓ Marca de moda étnica que genera empleo co-creando con los artesanos en zonas vulnerables de diferentes provincias del Perú. Así mismo trabaja con la organización Vidawasi en donde por cada compra dona ladrillos para la construcción de un hospital en Urubamba para niños con cáncer.
- ✓ Beneficio 10% de descuento para los usuarios de Nanitas SOS

• Höség 

- ✓ Primera marca de ropa *outdoors* del Perú, ha diseñado y creado su marca de ropa bajo el modelo de que por cada prenda de abrigo que vendiera entregaría otra a un niño en necesidad en los andes.
- ✓ Beneficio: 15% de descuento solo en la categoría niños.



**Apéndice I: Contrato De Servicio Nanitas SOS**  
**NANITAS SOS - AGENCIA DE NANAS**

**MODELO DE CONTRATO DE SERVICIO**

Conste por el presente documento el contrato privado que celebra de una parte la agencia de empleos **Nanitas SOS**, representada por su Gerente General, Sr. Gabriel Castañeda Marín, identificada con R.U.C 20514212059, y domicilio en Jr Millet, 179 San Borja, a quien en adelante se le denominará **LA AGENCIA**; y de la otra parte el (la) Señor(a) xxxxxx Identificado(a) con DNI/RUC xxxxxxxx con domicilio en xxxxxxxxxxxxxx

A quien en adelante se le denominará **EL EMPLEADOR** en los términos siguientes:

**ANTECEDENTES:**

**LA AGENCIA** es una empresa de intermediación laboral y ofrece a sus clientes el servicio de colocación de personal calificado para realizar funciones según el puesto requerido.

**OBJETO DE CONTRATO:**

**PRIMERO: LA AGENCIA** ofrece el servicio de un(a), Empleado(a) XXXXXXXX Identificado(a) con DNI XXXXXXXX, que se desempeñará como NIÑERA Y APOYO EN EL HOGAR, cuyas funciones a realizar serán CUIDADO INTEGRAL DE NIÑA, COCINA, LIMPIEZA, LAVADO. Persona que ha sido debidamente evaluado(a) y capacitado(a). El empleado(a) trabajara bajo la modalidad de CAMA ADENTRO. En adelante se le denominará **LA EMPLEADA**,

**SEGUNDO: EL EMPLEADOR** se compromete a proporcionar los documentos al administrador de Nanitas SOS, que constate la inscripción ante el Ministerio de Trabajo por contratación de la nana en un plazo de 15 días desde que contrató el servicio, en el caso que el empleador no realizará dicha inscripción pierde el servicio contratado. Si el empleador no estuviera de acuerdo con la persona que se le proporciona por razones justificadas, o **LA EMPLEADA** tuviera que ausentarse por motivos personales de su centro de trabajo, **LA AGENCIA** se compromete a proporcionar una nueva empleada a la brevedad posible (Dependiendo del personal disponible que hubiese en ese momento). La garantía por reposición es de 4 meses y se puede efectuar hasta 2 cambios, vencido este plazo si la contratante desea efectuar un cambio de personal se elaborará un nuevo contrato. El cambio se realizará en las mismas condiciones que se efectuó el primer contrato.

No se efectuará cambios cuando:



- **LA EMPLEADA** se retire de su centro de trabajo por faltas graves a su persona, como: maltratos físicos, verbales, mala alimentación, retraso o faltas en los pagos u otra acción de parte de los contratantes que le afecten directamente.

#### **NANITAS SOS - AGENCIA DE NANAS**

- Cuando **EL EMPLEADOR** culpe a su trabajador sobre un delito sin pruebas.
- Cuando **EL EMPLEADOR** no haya efectuado el pago correspondiente a los días trabajados de **LA EMPLEADA**, proporcional al sueldo ofrecido.
- Cuando **EL EMPLEADOR** no haya cumplido con las condiciones ofrecidas en el presente contrato.

Estas situaciones deben estar debidamente comprobadas

**TERCERO:** Si **EL EMPLEADOR** no desea continuar con el contrato debe comunicar a su trabajador 15 días antes.

**CUARTO:** **EL EMPLEADOR** abonará a **LA AGENCIA** el valor de S/. 1000.00 (mil soles y 00/100 nuevos soles) por los servicios de colocación de personal, este pago se realiza por única vez a la firma del presente contrato.

Este servicio incluye los siguientes beneficios:

- ✓ Selección y colocación del personal
- ✓ Servicios de evaluación psicológicas, antecedentes policiales y penales, validación de referencias laborales y domiciliarias.
- ✓ Seguimiento y monitoreo postventa constante al EMPLEADO y al EMPLEADOR, durante los primeros 4 meses.
- ✓ Membresía por un año con beneficios adicionales:
  - (1) Servicio gratuito de nana de reemplazo por un día
  - Garantía por cuatro meses o hasta dos cambios.
  - (4) Cuatro capacitaciones gratuitas al año a EL EMPLEADO
  - Descuentos corporativos con marcas aliadas.
  - Acceso a red de “Comunidad nanitas”, donde se pueda socializar con otras madres que cuenten con el servicio.

#### **DE LOS PERMISOS E INASISTENCIAS:**

**QUINTO:** Será potestad de **EL EMPLEADOR** permitir o negar el ingreso de **LA EMPLEADA** en caso infrinja la tolerancia horaria establecida para el inicio de sus labores, especificándose que las faltas no justificadas serán sujetas a llamadas de atención o suspensión económica.

La inasistencia para que se considere justificada, obligatoriamente deberá ser amparada con el certificado médico; de no ser así **EL EMPLEADOR** no se verá en la obligación de pagar la remuneración por el día que no trabajó, se considerará como una falta injustificada.

### **OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR:**

**SEXTO: LA EMPLEADA** se compromete a cumplir sus obligaciones con lealtad y eficiencia aplicando para tal fin toda su experiencia y capacidad, y velando por el interés de **EL EMPLEADOR**.

#### **NANITAS SOS - AGENCIA DE NANAS**

Así mismo, deberá ejercer las funciones propias a su cargo con la mayor eficiencia y responsabilidad.

**LA EMPLEADA** tiene la obligación de avisar a **LA AGENCIA** 15 días antes de decidir retirarse no pudiendo abandonar su centro de trabajo hasta esperar que llegue su reemplazo.

### **FALTAS GRAVES:**

**SÉPTIMO:** Se considera faltas graves la realización de las siguientes acciones por parte de **LA EMPLEADA:**

- El abandono de trabajo sin previo aviso, ausencias injustificadas.
- La apropiación ilícita de bienes de propiedad de **EL EMPLEADOR**.
- La impuntualidad reiterada en la asistencia al trabajo.
- La negativa injustificada a someterse a exámenes médicos requeridos según la naturaleza del trabajo.
- El incumplimiento injustificado de las obligaciones del trabajo resistencia a las órdenes de **EL EMPLEADOR** relacionados con las labores encomendadas.
- La utilización o disposición de bienes o servicios del centro de trabajo en beneficio propio o de terceros.
- Faltas de respeto, violencia física o verbal al menor o algún integrante de la familia
- La concurrencia en estado de embriaguez o bajo influencias de drogas.
- Los actos graves de indisciplina y falta de respeto ya sea de manera verbal o escrita en agravio **EL EMPLEADOR**  
(a) o de sus compañeros de trabajo.

**PARÁGRAFO:** Cualquiera de las faltas anteriormente expuesta, serán únicamente y responsabilidad de **LA EMPLEADA**, sin perjuicio a lo anterior **LA AGENCIA** brindará toda la información que tenga a su alcance para que **EL EMPLEADOR** surta las acciones pertinentes.

### **CONDICIONES DEL TRABAJO:**

**OCTAVO:** El haber mensual que percibirá **LA EMPLEADA** deberá ser pactado y acordado de manera voluntaria por **EL EMPLEADOR Y LA EMPLEADA**.

**EL EMPLEADOR** se deberá comprometer en ofrecer un sueldo justo cumpliendo con los beneficios sociales que exige la ley. Adicionalmente, los pagos por horas extras por días no laborables serán cubiertos por cuenta de **EL EMPLEADOR** en el caso que corresponda.

**NOVENO:** El día de descanso semanal de **LA EMPLEADA** será **DOMINGO** Pudiendo cambiarse por acuerdo de ambas partes en casos excepcionales.

**DECIMO: EL EMPLEADOR** se compromete a proporcionar los ambientes adecuados para  
**NANITAS SOS - AGENCIA DE NANAS**

el funcionamiento normal de la actividad de **LA EMPLEADA**, así como una zona de descanso confortable, también deberá proporcionarle los artículos básicos de higiene, alimentación adecuada, y respetar sus descansos (en la modalidad cama adentro).

**UNDECIMO:** Las labores de **LA EMPLEADA** que se contrata no la obligan a realizar trabajos adicionales para la cual no ha sido contratada, salvo mutuo acuerdo de ambas partes.

**DUODÉCIMO:** El presente contrato tiene una validez indefinida mientras **EL EMPLEADOR** y **LA EMPLEADA** estén de acuerdo y será rescindido en forma automática en caso de que se produzca alguna falta en los acuerdos de este contrato ya sea total o parcial.

**DECIMOTERCERO:** A efectos del presente contrato se consideran como días feriados los señalados en la actividad privada. Asimismo, le corresponde a **LA EMPLEADA** 30 días de vacaciones una vez cumplido un año de trabajo, un sueldo completo de gratificación en julio y diciembre, considerando la fecha de inicio de la labor y un sueldo completo cumpliendo cada año de servicio (CTS), el cual se abonará de manera cancelatoria por cada año cumplido o al término de su relación laboral, según **D.L. 31047**, promulgado el 01 de octubre del 2020. **(DIARIO EL PERUANO)**. \*No se aplica para trabajo por días.

**DECIMOCUARTO: LA AGENCIA** no se responsabiliza por pérdidas o robo ocurridos en el hogar, pero sí de colaborar en las investigaciones proporcionando información necesaria para esclarecer los hechos. Asimismo, garantiza la investigación de referencias que confirman la idoneidad del personal que refiere.

A la suscripción del presente documento **LA EMPLEADA** declara bajo juramento tener la solvencia moral para no afectar el patrimonio de su empleador incurriendo en delitos de sustracción de bienes ajenos.

UNA VEZ CELEBRADO EL CONTRATO NO HABRA DEVOLUCION DEL DINERO POR MOTIVO ALGUNO, PERO SI DEL SERVICIO CUANDO LO REQUIERA EL EMPLEADOR.

En señal de conformidad las partes suscriben el presente contrato en la ciudad de Lima a los xx Del mes de xxxxx del 2021.



.....  
LA AGENCIA

.....  
LA EMPLEADA

.....  
EL EMPLEADOR

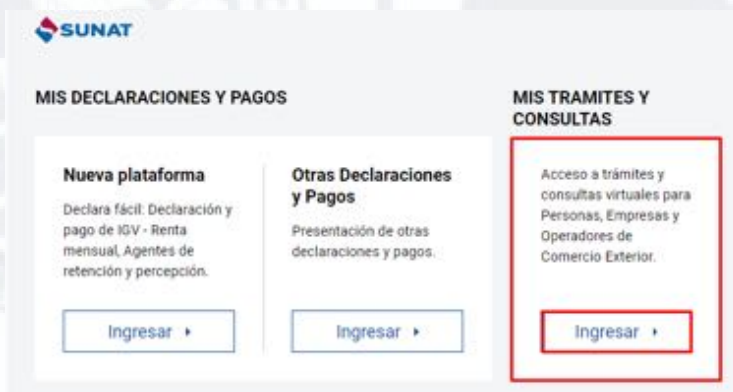


## Apéndice J: Procedimiento para registrar a un Trabajador del Hogar

1. Ingresar a [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), seleccionar la opción “SUNAT Operaciones en línea (SOL)”.



2. Luego, seleccionar “Ingresar” de la opción MIS TRAMITES Y CONSULTAS.



3. A continuación, deberá consignar el número de RUC, o consignar el Código de Inscripción del Empleador (CIE) en el rubro “RUC”, así como el Usuario y la Contraseña de acceso a SUNAT Operaciones en Línea, en los campos correspondientes. Hacer clic en “No soy un robot” e “Iniciar sesión”.



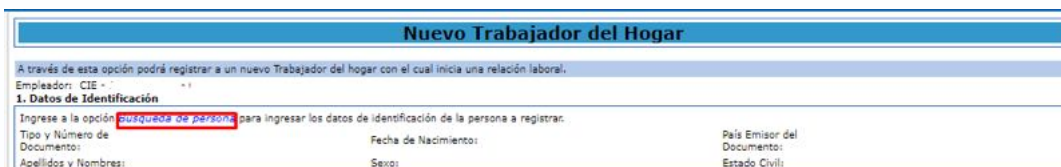
- Ingresar a la opción “Personas” / Mi RUC y Otros Registros/ Registro del Trab. Del Hogar y sus derechohabientes/ Reg. del Trab. del Hogar (TH)/ Reg. del Trab. del Hogar (TH).



- Hacer clic en “Nuevo TH”.



- Registrar los datos de Identificación: ingresar al hipervínculo “Búsqueda de persona”.



Los datos a consignar para realizar la búsqueda son:

- Tipo y número de documento de Identidad
- Fecha de Nacimiento
- País emisor del documento

Cuando el tipo de documento sea DNI, los datos de identificación se validarán con la información de RENIEC.

- En caso el tipo de documento sea diferente a DNI, se habilitarán las casillas para que se registren los datos, según el documento de identidad del trabajador del hogar.
- De tratarse del DNI, Carné de Extranjería, Carné PTP o Carné de Solicitante de Refugio el aplicativo consignará en automático el valor “Perú”.
- De tratarse de Pasaporte, deberá seleccionar el país que corresponda, no pudiendo registrar como país emisor del documento “Perú”.

#### 7. Registrar datos complementarios:

- Nacionalidad:

De tratarse del DNI, el aplicativo consignará en automático el valor “Perú”.

De tratarse de Carné de Extranjería, Carné PTP, Carné de Solicitante de Refugio o Pasaporte, deberá seleccionar el país que corresponda, no pudiendo registrar como país de nacionalidad “Perú”.

- Correo electrónico del trabajador del hogar (Dato opcional).



Se deberá consignar el correo electrónico con el símbolo “@” y un punto antes del dominio. Ejemplo: correo@micorreo.com.

- Teléfono fijo del trabajador del hogar (Dato opcional).

Se deberá seleccionar el código de larga distancia nacional y consignar el número de teléfono.

- Teléfono móvil del trabajador del hogar (Dato opcional).

Se deberá consignar el número de teléfono móvil, pudiendo incluir un asterisco (\*) o un numeral (#).

- Teléfono fijo del Centro Laboral (Dato opcional).

Se deberá seleccionar el código de larga distancia nacional y consignar el número de teléfono.

2. Datos complementarios

Nacionalidad:  Como electrónico del TH:

Teléfono del TH: Cód. Ciudad  Número  Celular del TH:

Teléfono del Centro Laboral: Cód. Ciudad  Número

Dirección del domicilio del TH:

Dirección del Centro Laboral:

Otra dirección para adscripción a EstSalud:

Referente para Centro Asistencial:

- Dirección del domicilio del trabajador del hogar

De tratarse del DNI, la dirección del trabajador del hogar será la registrada en RENIEC y que obre en poder de la SUNAT.

En caso la información de RENIEC no obre en poder de la SUNAT o cuando el tipo de documento sea diferente a DNI, se habilitarán las casillas para que se registren los datos, ingresando al hipervínculo “Modificar”.

- Dirección del Centro Laboral



Para registrar la información se deberá ingresar al hipervínculo “Modificar” momento en el cual el aplicativo consultará ¿El domicilio registrado para el empleador es también la dirección del Centro laboral?

De indicar “Si”: se consignará la dirección que figure como domicilio fiscal en el registro del empleador.

De indicar “No”: se habilitarán los campos para que se consigne una dirección diferente.

Dirección del domicilio del TH:

Dirección del Centro Laboral:

Otra dirección para adscripción a EsSalud:

Referente para Centro Asistencial:

Modificar

Modificar

Mensaje

¿El domicilio fiscal declarado es la dirección del Centro laboral?.

SI NO

- Otra dirección para adscripción en EsSalud

Solo si se requiere considerar otra dirección distinta a las dos direcciones antes mencionadas, para efectos de la atención del trabajador del hogar en EsSalud, se registrará una dirección adicional ingresando al hipervínculo “Modificar”. Luego de consignar la dirección, hacer clic en “Grabar”.

Dirección del domicilio del TH:

Dirección del Centro Laboral:

Otra dirección para adscripción a EsSalud:

Referente para Centro Asistencial:

Modificar

Modificar

Otra Dirección para Adscripción en EsSalud

Departamento: Provincia: Distrito:

Tipo de Vía: Nombre de Vía: Número de Vía: Dpto.: Interior: Manzana: Lote: Km.: Block: Etapa:

Tipo de Zona: Nombre de Zona:

Referencia:

Grabar Limpiar Restorar

- Referente para Centro Asistencial

Se deberá señalar cuál de las direcciones que registra el trabajador del hogar será considerada como referente para centro asistencial. De existir información de “Otra dirección para adscripción en EsSalud”, ésta será la considerada como referente. Si posteriormente se elige otra dirección como referente, se mostrará una alerta informando que se procederá a eliminar la información de "Otra dirección para adscripción en EsSalud”.

## 8. Registrar datos Laborales y de Seguridad Social:

### Periodo Laboral

Se indicará la fecha de inicio la cual puede ser anterior a la fecha en la cual se realiza el registro, pero no mayor en 30 días a ésta última.

### Régimen de Salud

El aplicativo considera por defecto como Régimen de Salud: “ESSALUD – SEGURO REGULAR”, dato que no podrá ser modificado. Culminado el ingreso de la información, se procederá al registro presionando para ello el botón “Grabar”.

3. Datos Laborales y de Seguridad Social

Periodo Laboral:	Fecha de Inicio (dd/mm/aaaa)
Régimen de Salud:	ESSALUD - SEGURO REGULAR

Recuerde que no debe existir relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo grado de afinidad inclusive, entre el Trabajador del Hogar declarado y usted, así como tampoco con su cónyuge. La SUNAT podrá verificar la información declarada.

A continuación, se generará el CIR del Alta, que podrá ser descargado, impreso o enviado a una dirección de correo electrónico.

## Apéndice K: Modelo referencial de contrato de trabajo del hogar.



DATOS DE EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR			
NOMBRE	N° DNI/CE	NACIONALIDAD	
DOMICILIO DE EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR			
Calle/Avj./Jr. N°	DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO
DATOS DE EL/LA EMPLEADOR/A			
NOMBRE	N° DNI/CE	NACIONALIDAD	
DOMICILIO DE EL/LA EMPLEADOR/A			
Calle/Avj./Jr. N°	DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO
FECHA DE INICIO DE LA RELACIÓN LABORAL			
		____/____/____	
		DIA	MESES AÑO

EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR y EL/LA EMPLEADOR/A, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley N° 27986, Ley de los Trabajadores del Hogar, modificada por el Decreto Legislativo N° 1499, y su Reglamento, celebran el presente contrato y acuerdan formalizarlo con las siguientes cláusulas:

### **PRIMERA.- LUGAR DE TRABAJO**

EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR realizará las labores acordadas en la cláusula segunda en el siguiente domicilio \_\_\_\_\_, el cual constituye la residencia o casa-habitación del empleador y/o de sus familiares.

### **SEGUNDA.- LABORES A REALIZAR**

EL/LA EMPLEADOR/A contrata los servicios de EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR para que realice las labores de \_\_\_\_\_ y demás labores propias del cuidado de una residencia o casa-habitación, y que no importan lucro o negocio para EL/LA EMPLEADOR/A.

EL/LA EMPLEADOR/A se obliga a facilitar a EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR las condiciones, herramientas y materiales necesarios para el adecuado y cabal desarrollo de sus labores.

### **TERCERA.- MONTO Y MODALIDAD DE LA REMUNERACIÓN**



PERÚ

Ministerio de Trabajo  
y Promoción del Empleo

**EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** recibirá una remuneración bruta ascendente a S/ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ y 00/100 Soles) que será pagada con la periodicidad y bajo la modalidad que se indican a continuación:

- Semanal (Días de pago: \_\_\_\_\_)
- Quincenal (Días de pago: \_\_\_\_\_)
- Mensual (Días de pago: \_\_\_\_\_)
- Efectivo
- Transferencia bancaria
- Banco: \_\_\_\_\_
- Número de cuenta: \_\_\_\_\_
- CCI: \_\_\_\_\_

**EL/LA EMPLEADOR/A** deberá emitir una boleta de pago conforme a la normativa vigente en la materia, como constancia del pago realizado conforme a lo establecido en la presente cláusula.



#### **CUARTA.- JORNADA, HORARIO DE TRABAJO Y DESCANSO SEMANAL**

La jornada ordinaria de trabajo de **EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** es de \_\_\_\_\_ horas al día / semana, la cual se cumplirá en el horario de \_\_\_\_\_.

**EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** disfrutará de su descanso semanal obligatorio el/los día/s \_\_\_\_\_.

#### **QUINTA.- MODALIDAD DE TRABAJO**

Marcar con X la modalidad de trabajo a la que corresponda el presente contrato:

- CAMA ADENTRO**  
Bajo esta modalidad **EL/LA EMPLEADOR/A** está obligado a proporcionar a **EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** de un alojamiento y alimentación de acuerdo con el nivel económico del centro de trabajo.
- CAMA AFUERA**  
Bajo esta modalidad, **EL/LA EMPLEADOR/A** está obligado a proporcionar a **EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** alimentación de acuerdo con el nivel económico del centro de trabajo y con el horario y jornada de trabajo.

#### **SEXTA.- PROVISIÓN DE IMPLEMENTOS DE PROTECCIÓN Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

**EL/LA EMPLEADOR/A** tiene la obligación de proveer a **EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR** de equipos de protección, herramientas para la ejecución del servicio, y demás implementos necesarios para garantizar condiciones de seguridad y salud en el trabajo.

**SÉPTIMA.- APLICACIÓN SUPLETORIA**

En todo lo no previsto por el presente contrato, se aplica lo dispuesto en la Ley N° 27986, Ley de los Trabajadores del Hogar, su reglamento y normas complementarias, y de forma supletoria las disposiciones del régimen laboral de la actividad privada.

Firmado en la ciudad de \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

**EL/LA EMPLEADOR/A****EL/LA TRABAJADOR/A DEL HOGAR**

(\*) Si alguna de las partes no supiera firmar, colocará su huella digital.







## Apéndice M: Visión, misión y valores de Nanitas SOS

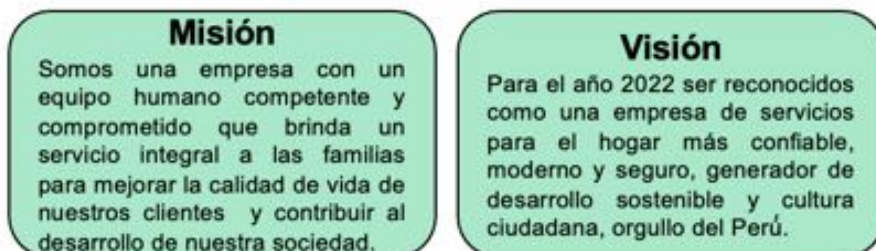


Figura K 1. Misión, Visión y Valores de Nanitas SOS

## Apéndice N: Tarjetas de Usabilidad

**Tarjeta de Prueba H1 -1 (Strategyzer)**

**Actividad** Prueba de usabilidad  
Tarea 1: Registro de usuario

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\times \times \times$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS.

**Paso 2: Prueba (Confiabledad de los datos  $\square \square \square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square \square \square$ )**

**Además, mediremos** El tiempo total para realizar el Registro de un nuevo usuario en el app.

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** el tiempo total para realizar el registro De usuario sea menor a 1 min con 30 seg.

Figura L 1. Tarjeta de Prueba H1 – Dimensión Eficiencia

**Tarjeta de Prueba H1 -2 (Strategyzer)**

**Actividad** Prueba de usabilidad  
Tarea 2: Ingresar requerimiento

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\times \times \times$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS.

**Paso 2: Prueba (Confiabledad de los datos  $\square \square \square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square \square \square$ )**

**Además, mediremos** El tiempo total para realizar la solicitud con la opción "Ingresar requerimiento".

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** el tiempo total para completar el registro de la contratación del servicio de nana " solicitar requerimiento" sea menos de 3 minutos.

Figura L 2. Tarjeta de Prueba H2 – Dimensión Eficiencia.



### Tarjeta de Prueba H1 -3 (Strategyzer)

**Actividad** Prueba de usabilidad  
Tarea 3: Solicitar entrevista con la nana

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\times$   $\times$   $\times$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS

**Paso 2: Prueba (Confiabledad de los datos  $\square$   $\square$   $\square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square$   $\square$   $\square$ )**

**Además, mediremos** El tiempo total para realizar la solicitud de servicio de nanas con la opción "solicitar entrevista con la nana".

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** el tiempo total para completar la contratación del servicio de nana "solicitar entrevista" sea menos de 30 segundos.

Figura L 4. Tarjeta de Prueba H1-3 – Dimensión Eficiencia.

### Tarjeta de Prueba H1 - 4 (Strategyzer)

**Actividad** Prueba de usabilidad  
Tarea 4: Contratar Nana

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\times$   $\times$   $\times$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS

**Paso 2: Prueba (Confiabledad de los datos  $\square$   $\square$   $\square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square$   $\square$   $\square$ )**

**Además, mediremos** El tiempo total para realizar la solicitud de servicio de nanas con la opción "contratar nana".

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** el tiempo total para completar el la contratación del servicio de nana "contratar nana" sea menos de 3 minutos.

Figura L 3. Tarjeta de Prueba H1-4 – Dimensión Eficiencia

### Tarjeta de Prueba H1 - 5 (Strategyzer)

**Actividad** Prueba de usabilidad

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\frac{10}{100}$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS

**Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos  $\square \square \square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square \square \square$ )**

**Además, mediremos** El porcentaje de tareas realizadas con éxito al primer intento.

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** El % de efectividad sea mayor a 80%.

Figura L 6. Tarjeta de Prueba H1-5 – Dimensión Efectividad.

### Tarjeta de Prueba H1 - 5 (Strategyzer)

**Actividad** Prueba de usabilidad

**Responsable** Grupo 8

**Paso 1: Hipótesis (Riesgo  $\frac{10}{100}$ )**

**Creemos que** Creemos que los participantes entre 25 y 55 años de los niveles socioeconómico A y B pueden contratar los servicios de colocación de nanas a tiempo completo usando la app Nanitas SOS

**Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos  $\square \square \square$ )**

**Para verificarlo, nosotros** Solicitamos a los padres que realicen una solicitud del servicio de contratación de nana a través de su smartphone accediendo al prototipo del app Nanitas SOS.

**Paso 3: Métrica (Tiempo requerido  $\square \square \square$ )**

**Además, mediremos** el punto de satisfacción del (NPS) a través de una encuesta final.

**Paso 4: Criterio**

**Estamos bien si** si el NPS es mayor o igual a 80%

Figura L 5. Tarjeta de Prueba H1-6 – Dimensión Satisfacción Cliente. Tomado de Strategyzer (2020)

## Apéndice O: Guión narrativo para la prueba de usabilidad

Hola (Nombre de usuario potencial), mi nombre es (Nombre del entrevistador), te brindaré el alcance de la reunión que tenemos programada para este momento. Hemos solicitado tu colaboración para la prueba y uso del aplicativo móvil Nanitas SOS.

De antemano, te agradecemos la disposición para la reunión el día de hoy, la información que nos brindes será de gran utilidad para evaluar y mejorar el uso del aplicativo si fuera necesario con tus comentarios. Mi equipo de trabajo se encontrará presente para anotar los detalles el tiempo que dure el proceso.

Para iniciar, te haré algunas preguntas como datos principales, posteriormente te mostraré el aplicativo y necesitaré que realices algunas actividades y funciones de exploración de la app. Terminaremos con algunas preguntas relacionadas a tu experiencia en el uso de la app Nanitas SOS. Esta sesión puede durar entre 15 a 20 minutos como máximo.

Antes de iniciar, te agradezco que tengas total confianza de hacer las preguntas o dudas que tengas ahora o durante el proceso para ayudarte de inmediato, estaremos pendientes de ello. No obstante, es importante para nosotros tu interacción con la aplicación el mayor tiempo que sea posible. El objetivo de esta sesión es probar la aplicación y encontrar oportunidades de mejora a nivel de funcionalidad o uso amigable del mismo, por lo que tus apreciaciones serán de mucho valor para nosotras.

### Parte 1:

- a. ¿Qué edad tienes?
- b. ¿En qué distrito vives?
- c. ¿A qué te dedicas?
- d. ¿Cuántos hijos tienes? ¿Edades?
- e. ¿Consideras que necesitas apoyo en casa para el cuidado de tus hijos y quehaceres del hogar? En caso sí, ¿ha sido fácil conseguir una persona adecuada para el apoyo en el hogar?

**Parte 2:**

Vamos a visualizar un conjunto de pantallas que te mostraré ahora, ¿Puedes decirme de qué trata la aplicación? ¿Qué puedes conseguir?



Figura 01. Imágenes prototipo Nanitas SOS

Ahora te voy a presentar la aplicación Nanitas SOS, aquí podrás encontrar a una persona de apoyo en casa de manera rápida y segura con todos los filtros de seguridad



requeridos, la cual permite interactuar de manera directa con las candidatas, la aplicación contará con un perfil detallado y validado de cada candidata en donde se apreciará las experiencias y recomendaciones de anteriores empleadores, permitiendo elegir a los candidatos que más se adecuen a sus necesidades. Al contratar el servicio, tienes una membresía por un año la cual te genera beneficios adicionales como garantía por cuatro meses, una nana de reemplazo gratuita, capacitaciones a la nana, asesoría en temas laborales, descuentos exclusivos. Cabe mencionar que todas las nanitas que encontrarás disponibles pasaron por pruebas, evaluaciones psicológicas monitoreadas, filtro de antecedentes actualizados, experiencia y recomendaciones.

Ahora imagínate que has decidido solicitar un servicio de nana través de tu *smartphone* o *iPhone* y para ello ya descargaste la aplicación Nanitas SOS, por favor ayúdanos con las siguientes tareas:

Tarea 1:

Regístrate como usuario para usar el App.

Tarea 2:

Ingresa al App y genera una solicitud de servicio.

Tarea 3:

Ingresa al App y genera una solicitud de entrevista.

Tarea 4:

Ingresa al App y finaliza la solicitud del servicio indicando contratar nana.

Parte 3:

Por favor llenar esta encuesta de satisfacción:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSchlE2Krac6BCsALC037Ypoe8CoBxPI9VvrU8LHSTu7NiY6UA/viewform>

Muchas gracias.

## Apéndice P: Prototipo



Pantalla inicial

← NANITA SOS

**NANITA SOS**

Regístrate para contar con las mejores nanitas del Perú

Nombres \_\_\_\_\_

Correo \_\_\_\_\_

DNI / Pasaporte \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

**REGISTRAR**

Ficha de registro



Confirmación de registro

**NANITA SOS**

**¡Te damos la bienvenida!**

Regístrate para contar con las mejores nanitas del Perú

Usuario

Contraseña

¿Olvidaste tu contraseña?

**INGRESAR**

Si no tienes una cuenta REGÍSTRATE

Inicio de sesión



Pantalla de servicios



Descripción del servicio



Pantalla de búsqueda



Nanas disponibles



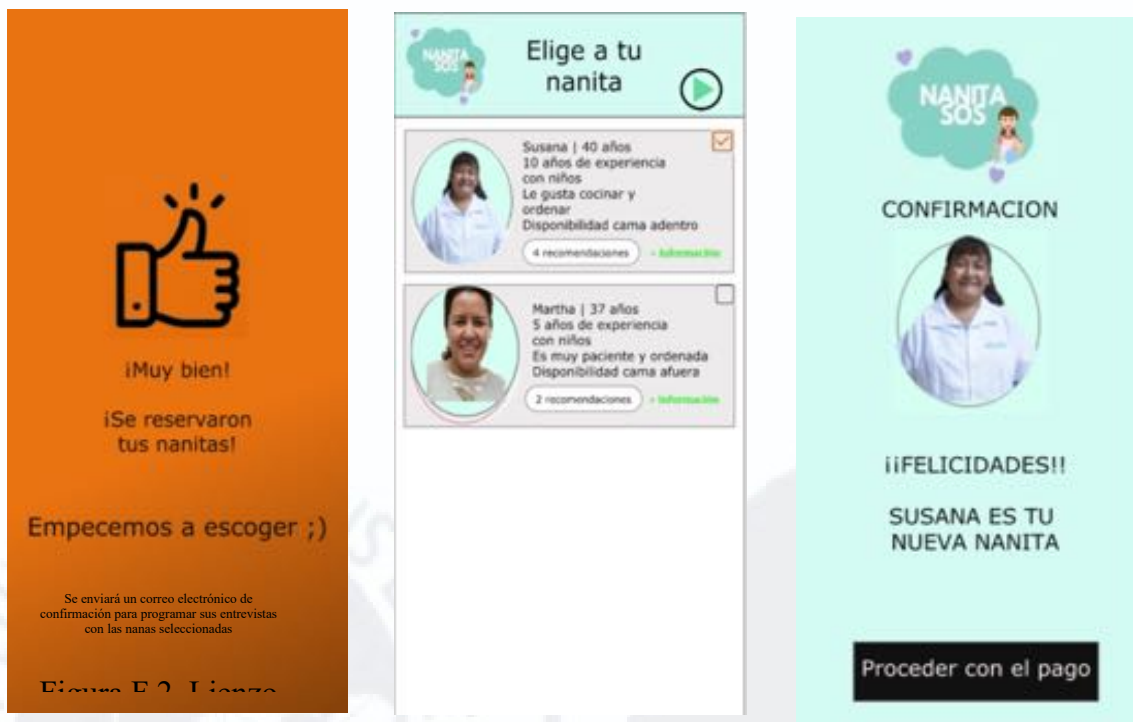
Visualización del Perfil



Visualización de Perfil de Nana



Reserva para entrevistas



Confirmación de reserva

Selección de nana

Confirmación de nana

Figura P 1. Capturas de las interfases del Prototipo



## Apéndice Q: Encuesta de satisfacción de la prueba de usabilidad

**Encuesta de satisfacción de la prueba de usabilidad**

Esta encuesta tiene la finalidad de conocer la satisfacción de uso de la aplicación Nanitas SOS.

Link del APP:  
<https://xd.adobe.com/view/b10c1c43-fdb2-4f45-b928-0d7d0c953111-e45f/>

---

¿Cómo calificas la usabilidad de Nanitas SOS?

1 2 3 4 5

Muy difícil      Muy fácil

---

¿Cómo te sentiste con la aplicación Nanitas SOS?

1 2 3 4 5

Inseguro      Muy seguro

---

¿Recomendarías a Nanitas SOS a tus amigos, familiares, etc.?

1 2 3 4 5

Definitivamente NO      Si lo recomendaría

---

¿Utilizarías Nanitas SOS con frecuencia?

1 2 3 4 5

Nunca      Siempre

---

¿Qué te pareció el diseño de Nanitas SOS?

1 2 3 4 5

No me gustó      Está super bien

---

¿Cómo calificarías el nivel de detalle de los datos que se pide completar al momento de solicitar el servicio?

1 2 3 4 5

No necesario      Muy necesario

---

¿Te parece útil la información encontrada en Nanitas SOS?

1 2 3 4 5

Muy poco útil      Muy útil

---

¿Te pareció sencillo el proceso para generar la entrevista y seleccionar a la nana?

1 2 3 4 5

Muy difícil      Muy sencillo

---

¿Cómo consideras el tiempo que te tomaría realizar una solicitud del servicio?

1 2 3 4 5

Mucho tiempo      Poco tiempo

---

¿Qué cambiarías de Nanitas SOS?

Tu respuesta

---

¿Esperabas algo de otra manera?

Tu respuesta

Figura Q 1. Imágenes de Encuesta de satisfacción de la prueba de usabilidad de la aplicación Nanitas SOS

## Apéndice R: Prueba de usabilidad – videos y detalle de resultados encuesta

Tabla R 1

*Video de prueba de usabilidad*

N°	Participante	Edad	NSE	Ocupación	Medio	Link de la entrevista
1	Betsy	27 años	B	Odontologa	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1CVRiao_g2_WeNPBV1VRAR30ep8RO_9FD/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1CVRiao_g2_WeNPBV1VRAR30ep8RO_9FD/view?usp=sharing</a>
2	Milagros	32 años	B	Administrador	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1sbF7IPj0yVZ9z1OJwhda5tvVvEXFOnoT/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1sbF7IPj0yVZ9z1OJwhda5tvVvEXFOnoT/view?usp=sharing</a>
3	Fabiola	32 años	B	Administrador	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1SeA18BSg0ovJ2OjFIUaaGN10hxGeywNe/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1SeA18BSg0ovJ2OjFIUaaGN10hxGeywNe/view?usp=sharing</a>
4	Brenda	37 años	B	Hotelera	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1GoGejwDGX-saVIdili6LBQTo9IkZGLCy/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1GoGejwDGX-saVIdili6LBQTo9IkZGLCy/view?usp=sharing</a>
5	Heysoll	39 años	A	Contador	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1mPnqOO26CIDSjymUUXsywBIS4BNDGeB9/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1mPnqOO26CIDSjymUUXsywBIS4BNDGeB9/view?usp=sharing</a>
6	Celeste	40 años	A	Holeteria y Turismo	Zoom	<a href="https://drive.google.com/file/d/1rr15gVAfZj32mgjdt5DenZWC1vyD5Z2D/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1rr15gVAfZj32mgjdt5DenZWC1vyD5Z2D/view?usp=sharing</a>

Tabla R 2

*Resultados de encuesta de satisfacción luego de la prueba*

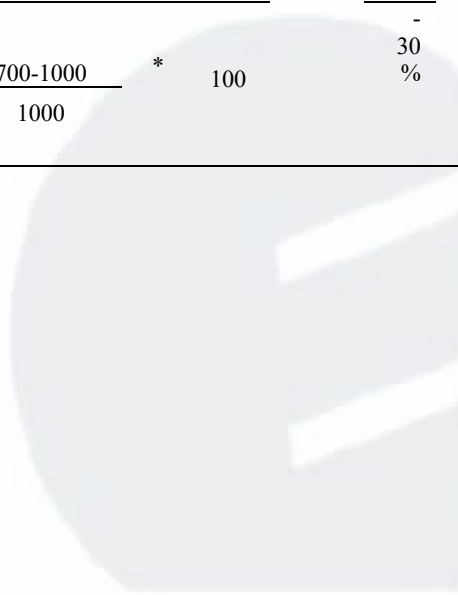
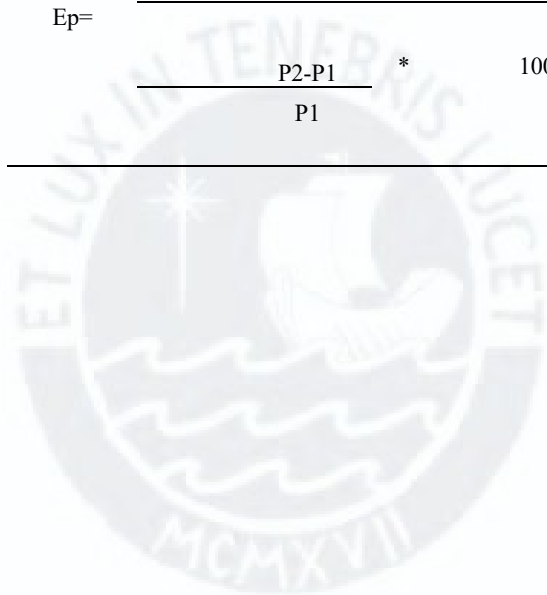
	Betsy	Milagros	Fabiola	Brenda	Heysoll	Celeste
¿Cómo calificas la usabilidad de Nanitas SOS?	5	5	4	4	4	5
¿Cómo te sentiste con la aplicación Nanitas SOS?	5	5	5	5	5	4
¿Recomendarías a Nanitas SOS a tus amigos, familiares, etc.?	5	5	5	5	5	5
¿Utilizarías Nanitas SOS con frecuencia?	5	5	5	4	4	5
¿Qué te pareció el diseño de Nanitas SOS?	5	5	5	5	4	5
¿Cómo calificarías el nivel de detalle de los datos que se pide completar al momento de solicitar el servicio?	5	5	5	5	5	5
¿Te parece útil la información encontrada en Nanitas SOS?	5	5	5	5	5	5
¿Te pareció sencillo el proceso para generar la entrevista y seleccionar a la nana?	1	5	4	5	5	1
¿Cómo consideras el tiempo que te tomaría realizar una solicitud del servicio?	5	3	4	5	5	3
¿Qué cambiarías de Nanitas SOS?	Tal vez que muestre la experiencia y comentarios de usuarios en la primera página, para dar mayor seguridad			Dar conocimiento de la confidencialidad de información.	Por ahora nada	Aumentar las opciones, de otros, del sueldo mayores opciones, beneficios especificar que es el reemplazo gratuito por membresía una vez al año.
¿Esperabas algo de otra manera?	Algo más convencional, la app me gustó mucho			Es de fácil uso	Me parece una buena solución.	Está bien. no, supero mis expectativas.

### Apéndice S: Cálculo de elasticidad

*Cálculo de elasticidad*

	Unidades	Precio
X1	300	P1 S/ 1,000
X2	384	P2 S/ 700

$$E_p = \frac{\frac{X_2 - X_1}{X_1} * 100}{\frac{P_2 - P_1}{P_1} * 100} = \frac{\frac{300 - 384}{300} * 100}{\frac{700 - 1000}{1000} * 100} = \frac{-28\%}{-30\%} = 0.93$$



### Apéndice T: Programa de influencers

Tabla T 1

Programa de influencers

<i>Influencer</i>	Nombre	# de hijos	Seguidores	Segmentación	Objetivo	Medio	Formato	Motivo	Fecha inicio	Fecha fin	Inversión Soles	
Mamiscool	Kristin Morris	2	35.7 mil	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	<i>Brand Awareness</i>	Instagram	<i>Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento	1/12/2022	7/12/2022	Gratuita	
Ideas de mamá blog	Joanma	3	35.1 mil	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	Brand Awareness	Instagram	<i>Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento	1/12/2022	7/12/2022	Gratuita	
onceuponamom	Karina Calvo	1	28.7 mil	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	<i>Brand Awareness</i>	Instagram	<i>Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento	10/12/2022	17/12/2022	Gratuita	
Ximeylos5	Ximena Espinosa	5	23 mil	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	<i>Brand Awareness</i>	Instagram	<i>Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento	10/12/2022	17/12/2022	Gratuita	
Paloma Derteano	Paloma Derteano	1	151 mil	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	<i>Views</i>	Instagram	<i>Video / Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento/ Lanzamiento	17/12/2022	8/01/2023	S/. 18,450.00	
Mama partida doble	Andrea San Martin	2	1 millón	Perú / HM / Padres/ 25-45 años	<i>Views</i>	Instagram	<i>Video / Stories / Images</i>	Pre-Lanzamiento/ Lanzamiento	17/12/2022	8/01/2023	S/. 36,900.00	
										<b>Total</b>	<b>S/</b>	<b>55,350</b>

## Apéndice U: Service Blueprint

	Descarga del App			Proceso de Selección							Contratación del servicio					
Evidencia Física	Celular con aplicación móvil													Contrato legalizado firmado por ambas partes	Nanita trabajando en el hogar del cliente	
Acciones del Cliente	Descarga del App Nanitas SOS disponible en App Store, Play Store y AppGallery	Reconocimiento / Tutorial del funcionamiento del App	Inicia Sesión	Elección de perfil: "Estoy Buscando Nanita"	Ingresar el formulario de requerimiento sobre el perfil que necesitas				Revisión y/o exploración de los perfiles (Inf. De perfil, exámenes, antecedentes, referencias)	Seleccionas a las nanitas posibles y las envías a tus favoritos	Entrevistas virtuales o presenciales a las candidatas potenciales	Selección del candidato	Procede con el pago y firma de contratación		Requerimiento de un servicio adicional dentro del año de contratación	
			Registrar y llenar datos como nuevo usuario	Elección de perfil: "Soy nanita"	Completa perfil y adjunta documentos, exámenes, antecedentes policiales, referencias.					Agenda las entrevistas solicitadas en App	Atiende las entrevistas solicitadas con calidad de servicio	Acepta oferta laboral	Acepta pago y procede con firma contrato		Se instala en hogar el cliente	
Acciones Visible	Activación de cuenta via correo electrónico	Checkbox consentimiento de datos personales				Lista de candidatas filtrados según tu requerimiento	Visualización de perfiles completos de las candidatas	Descarga de antecedentes e historial de trabajo				Checkbox Acepto contrato/firma electrónica y se envía por correo electrónico		Se habilitan los beneficios adicionales	Personal de apoyo de lunes a viernes como soporte y solución de problemas	Entrevista personal o virtual para validar la satisfacción del servicio.
Acciones No Visible	Desarrollo del tutorial de funcionamiento del APP	Levantamiento de perfiles y filtros de nanas	Base de datos de clientes potenciales	Contratación del personal que brindará capacitaciones a las nanitas.	Revisión del formularios llenados, para validar el tipo de nanita que buscan los clientes.	Solicitud de acceso a Reniec; antecedentes penales y policiales	Posibilidad de antecedentes policiales no verídicos; segunda validación de datos.	Validación de referencias laborales (recomendaciones)	Ingreso y carga en el perfil de las nanitas información y documentos	Se agenda la entrevista con la posible nanita.	En la llamada deberá participar la asistente de soporte	Elaboración del Contrato de Servicio	Se brinda los datos personales de la nanita	Envío de modelo de contrato para inscripción de nanas	Personal da soporte constante a clientes y help desk	Reporte de satisfacción para mejora continua.
Procesos de Soporte o Apoyo	Actualización y mantenimiento periódico del APP		Sistema de registro en la nube	Capacitación a nanitas	Actualización constante de data para la búsqueda de nanas.		Acceso a Reniec para validación de datos	Proveedores de validación de información.				Asesoría legal para la elaboración del contrato	Sistema de pago			Plan de marketing y publicidad

Figura U 1. Service Blueprint

## Apéndice V: Gastos preoperativos

Tabla V 1

### Gastos Preoperativos

<b>Operación</b>	<b>Monto con IGV</b>	
Administrador	S/	3,625
Psicóloga	S/	17,400
Reclutador campo	S/	20,880
Atención al cliente	S/	1,450
Servicios honorarios - contador	S/	900
Medios escritos (Reclutamiento)	S/	2,880
Evaluaciones psicológicas	S/	840
Antecedentes	S/	455
Referencias laborales/Domiciliarias	S/	420
<b>Administración</b>	<b>Monto con IGV</b>	
Coworking Alquiler	S/	320
Licencia IOS	S/	400
Licencia PlayStore	S/	120
Hosting	S/	960
Licencias Correo @nanitassos.com	S/	30
Licencia Zoom	S/	56
Línea telefónica	S/	975
<b>Marketing</b>	<b>Monto con IGV</b>	
Creación del aplicativo móvil	S/	30,000
Creación de página web	S/	5,000
Lanzamiento de marca	S/	70,000
<b>Constitución de la empresa</b>	<b>Monto con IGV</b>	
Registros públicos	S/	939.80
Legalización de Libro de Planillas	S/	50.74
Patente	S/	631.30
<b>Total de gastos preoperativos</b>	<b>S/</b>	<b>158,333</b>
<b>Total de gastos preoperativos sin igv</b>	<b>S/</b>	<b>134,180</b>





### Apéndice X: Cálculo de la Tasa de Descuento WACC

Tabla X 1

*Cálculo de la tasa de descuento*

Tasa libre de riesgo	5.22%	Datos de Damoran (Prom 2001 -2020)
Tasa de rendimiento de mercado	8.94%	Datos de Damoran (Prom 2001 -2020)
Beta no apalancado	0.85	
Tasa de impuestos	29.5%	
Beta apalancado	1.094	
Riesgo país	1.32%	
Costo del patrimonio	10.610%	
Costo de deuda	14.08%	
WACC	10.41%	
Crecimiento largo plazo	2.57%	

## Apéndice Y: Desarrollo y análisis para el cumplimiento de las ODS

Tabla Y 1

### ODS#5 Igualdad de género

Nº	Objetivos de ODS #5	Evaluación
5.1	Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo	Si
5.2	Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación	Si
5.3	Eliminar todas las prácticas nocivas, como el matrimonio infantil, precoz y forzado y la mutilación genital femenina	No
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	Si
5.5	Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública	No
5.6	Asegurar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva y los derechos reproductivos según lo acordado de conformidad con el Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, la Plataforma de Acción de Beijing y los documentos finales de sus conferencias de examen	No

*Nota. Fuente de Programa de las Naciones de las Naciones Unidas para el desarrollo. Objetivo ODS#5*

Tabla Y 2

*ODS#8 Trabajo decente y crecimiento económico*

N°	Objetivos de ODS #8	Evaluación
8.1	Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados	Si
8.2	Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra	Si
8.3	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.	Si
8.4	Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficiente de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados	No
8.5	De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor	Si
8.6	De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación	Si
8.7	Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas.	No
8.8	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	Si
8.9	De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales	No
8.10	Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos	Si

*Nota. Fuente de Programa de las Naciones de las Naciones Unidas para el desarrollo. Objetivo ODS#8*

Tabla Y 3

*ODS#11 Ciudades y comunidades sostenibles*

N°	Objetivos de ODS #11	Evaluación
11.1	De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales	No
11.2	De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad	No
11.3	De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países	No
11.4	Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo	No
11.5	De aquí a 2030, reducir significativamente el número de muertes causadas por los desastres, incluidos los relacionados con el agua, y de personas afectadas por ellos, y reducir considerablemente las pérdidas económicas directas provocadas por los desastres en comparación con el producto interno bruto mundial, haciendo especial hincapié en la protección de los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad	No
11.6	De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo	Si
11.7	De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad	No

*Nota. Fuente de Programa de las Naciones de las Naciones Unidas para el desarrollo. Objetivo ODS#11*

## Apéndice Z: Detalle de cálculo de costos de emisión de CO2

Tabla Z 1

### *Costo de emisión de CO2 - Energía eléctrica de laptop*

Años de operación		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nro de Laptop	und	5	6	6	7	9	10	11	11	13	13
Consumo energético teórico diario (jornada 8 horas) x laptop	kwh/día	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Días de operación	días	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Consumo energético anual total	kwh/año	4015	4818	4818	5621	7227	8030	8833	8833	10439	10439
Factor emisión CO2-energía eléctrica	kgCO2/kwh	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41
Huella de carbono - E. Eléctrica laptop	kgCO2/año	1653,78	1984,53	1984,53	2315,29	2976,80	3307,56	3638,31	3638,31	4299,82	4299,82
Costo emisión de CO2	soles/kg	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28
<b>Costo de emisión de CO2 - energía eléctrica de laptop</b>	<b>soles año</b>	<b>455</b>	<b>546</b>	<b>546</b>	<b>637</b>	<b>819</b>	<b>910</b>	<b>1001</b>	<b>1001</b>	<b>1183</b>	<b>1183</b>

Tabla Z 2

### *Costo de emisión de CO2 - Energía eléctrica de smartphone Nanitas SOS*

Años de operación		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nro de celulares operativos	und	5	6	6	7	9	10	11	11	13	13
Consumo energético diario de recarga de celular	kwh/día	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Horas de operación anual cuando se recargan 2 veces al día x 2 horas	Hrs/año	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460
Consumo energético anual total	kwh/año	146	175,2	175,2	204,4	262,8	292	321,2	321,2	379,6	379,6
Factor emisión CO2-energía eléctrica	kgCO2/kwh	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41
Huella de carbono - E. Eléctrica celular	kgCO2/año	60,14	72,16	72,16	84,19	108,25	120,27	132,30	132,30	156,36	156,36
Costo emisión de CO2	soles/kg	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28
<b>Costo de emisión de CO2 - energía eléctrica de laptop</b>	<b>soles año</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>43</b>	<b>43</b>

