

UNIVERSIDAD ESAN



Plan de negocio para evaluar la viabilidad económica de la plataforma de intermediación de servicios de limpieza, CleanApp, para clientes particulares.

Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

por:

Cesar Augusto Bellota Leon

Frederick Anthony Chavez Acero

Luis Enrique Paraguay Arzapalo

Julieta Valenzuela Granda

Christian Alfredo Vera Contreras

Programa de la Maestría en Dirección de Tecnologías de Información

Lima, 30 de marzo del 2023

G05_Tesis_Entrega Final

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

hdl.handle.net

Internet Source

4%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

Este trabajo de investigación

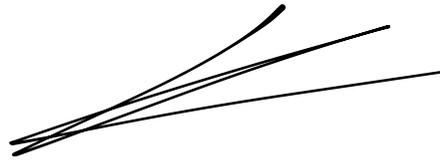
Plan de negocio para evaluar la viabilidad económica de la plataforma de intermediación de servicios de limpieza, CleanApp, para clientes particulares

ha sido aprobada.

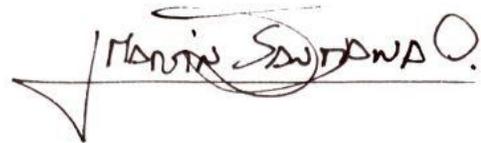


.....
Esteban Rafael Estrada Hora (Jurado)

.....
Jose Luis Iglesias Martinez (Jurado)



.....
Raul Gonzalez Punzano (Jurado)



.....
Jorge Martin Ramon Santana Ormeño (Asesor)

Universidad ESAN

2023

DEDICATORIAS

A mi familia por ser un ejemplo constante y razón para seguir adelante.

Bellota Leon, Cesar Augusto

Agradezco a Dios por el don de la vida, por guiarme y acompañarme siempre. Gracias a mi mamá Celia, a mi papá Gerald, a mi hermano Sergio y a toda mi familia por el cariño, paciencia, consejo, motivación y apoyo incondicional. Finalmente agradecer al asesor Martin Santana, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo del presente trabajo, y a través de él a todos los profesores que he tenido.

Chavez Acero, Frederick Anthony

A mis padres, abuelos y hermanos, por ser mi motivación diaria, ejemplo de perseverancia y su apoyo incondicional desde que nací. A mi familia en general, porque con su sabiduría, supieron aconsejarme para mi desarrollo personal. A todos mis profesores, ya que sin su guía no estaría aquí.

Paraguay Arzapalo, Luis Enrique

A mis padres quienes con su paciencia, amor y esfuerzo me han permitido cumplir con mis sueños, gracias por inculcar en mí el ejemplo de valentía y esfuerzo. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Valenzuela Granda, Julieta

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto, dándome la salud necesaria para lograr mis objetivos. A mis Padres, Nisida C. y Alfredo V. por ser el pilar fundamental en mi vida; y a mis hermanos, Julio V.C. y Claudia V.C. por depositar toda su confianza en mí y ser uno de mis principales motivos para realizarme como profesional y persona.

¡Gracias a cada uno de ustedes por su apoyo incondicional!

Vera Contreras, Christian Alfredo

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Problemática.....	1
1.2 Identificar una necesidad insatisfecha.....	3
1.3 Objetivo General	4
1.4 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL.....	6
2.1 Mercado de Dos Caras	6
2.2 Servicio de Limpieza.....	7
2.2.1 Características	7
2.2.2 Consideraciones	8
2.3 Plataforma Digital	8
2.4 Regulaciones a las plataformas digitales.....	9
CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL	12
3.1 Análisis Macroentorno – PESTEL.....	12
3.1.1 Político.....	12
3.1.2 Económico	13
3.1.3 Socio – Cultural	18
3.1.4 Tecnológico.....	23
3.1.5 Ecológico	24
3.1.6 Legal	25
3.2 Análisis de las cinco fuerzas competitivas.....	29
3.3 Análisis Benchmarking	33
3.3.1 Benchmarking – Competidores Locales y Extranjeros.....	33

3.3.2	Análisis Comparativo.....	35
CAPÍTULO 4: MODELO DE NEGÓCIO		37
4.1	Value Proposition Canvas – Usuario Final	37
4.1.1	Propuesta de Valor – Usuario Final	39
4.1.2	Lean Canvas – Usuario Final.....	40
4.1.2.1	Análisis del Lean Canvas – Usuario Final	41
4.2	Value Proposition Canvas – Socio.....	46
4.2.1	Propuesta de Valor – Socio.....	47
4.2.2	Lean Canvas – Socios	48
4.2.2.1	Análisis del Lean Canvas – Socios	49
CAPÍTULO 5: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		53
5.1	Esquema de Estudio de Investigación de Mercado.....	53
5.1.1	Estudio de mercado: Socios	54
5.1.1.1	Método Cualitativo - Entrevista del Socio	54
5.1.1.2	Método Cuantitativo - Encuesta del Socio.....	56
5.1.1.3	Diseño de la Encuesta	57
5.1.2	Estudio de mercado – Usuario Final.....	57
5.1.2.1	Objetivos Específicos.....	57
5.1.2.2	Fuentes de Información.....	58
5.1.2.3	Mercado Objetivo.....	58
CAPÍTULO 6: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO		60
6.1	Análisis de resultados de fuentes primarias	60
6.1.1	Mercados de Socios	60
6.1.1.1	Resultado de la entrevista de socios.....	60
6.1.1.2	Resultado de las entrevistas de campo	61

6.1.1.3	Conclusiones del mercado de socios	61
6.1.2	Mercado de Usuarios Finales	62
6.1.2.1	Determinación de la Demanda	62
6.1.2.2	Resultado de la encuesta usuarios finales	64
6.1.2.3	Conclusiones de la encuesta a usuarios finales	66
CAPÍTULO 7: PLAN DE MARKETING		67
7.1	Objetivos	67
7.2	Mercado Objetivo.....	67
7.2.1	Tamaño del Mercado Total.....	67
7.2.2	Tamaño de mercado disponible	68
7.2.3	Tamaño de mercado objetivo.....	68
7.3	Estimación de la demanda.....	68
7.4	Público Objetivo.....	69
7.5	Propuesta de Valor	70
7.6	Nombre y logo.....	70
7.7	Marketing mix	71
7.7.1	Producto	71
7.7.2	Plaza.....	71
7.7.3	Promoción.....	71
7.7.4	Precio	72
7.7.5	Personas	72
7.7.6	Procesos	72
7.7.7	Evidencia física.....	73
7.8	Presupuesto de marketing.....	73
7.9	Conclusión.....	76

CAPÍTULO 8: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	77
8.1	Diseño Organizacional y formación de la empresa..... 77
8.1.1	Gastos de constitución 78
8.1.2	Gastos Tecnológicos 78
8.1.3	Gastos de Marketing y Otros 78
8.2	Gestión de los Recursos Humanos 78
8.2.1	Estructura organizacional y Organigrama 78
8.2.2	Descripción del personal..... 79
8.2.3	Reclutamiento y Selección del Personal 81
8.2.4	Pago de planilla al Personal 81
8.3	Conclusión..... 82
CAPÍTULO 9: PLAN DE OPERACIONES	83
9.1	Objetivos: 83
9.2	Estrategia de Operaciones 83
9.3	Gestión de operaciones..... 83
9.3.1	Instalaciones..... 84
9.3.2	Diseño del servicio..... 84
9.3.3	Comisiones..... 84
9.3.4	Infraestructura tecnológica..... 85
9.3.5	Gestión de la calidad..... 85
9.3.6	Gestión de los proveedores 86
9.3.7	Selección de socios de limpieza..... 88
9.4	Mapa de procesos 89
9.5	Flujograma de actividades..... 90
9.5.1	Proceso de registro de clientes 90

9.5.2	Proceso de inscripción de socios de limpieza	92
9.5.3	Proceso de registro de disponibilidad para brindar servicios.....	94
9.5.4	Proceso de solicitud de servicio por asignación automática.....	95
9.5.5	Proceso de ejecución del servicio	96
9.5.6	Proceso de atención de reclamos	98
9.6	Gastos de operaciones	99
9.6.1	Gastos de operaciones.....	99
9.6.2	Costo de operación.....	100
9.7	Conclusiones	101
CAPÍTULO 10: PLAN TECNOLÓGICO.....		102
10.1	Objetivo.....	102
10.2	Infraestructura tecnológica.....	102
10.3	Proveedor de nube seleccionado	103
10.4	Entorno de la plataforma.....	104
10.5	Desarrollo de la plataforma y gestión del proyecto.....	104
10.6	Inversión requerida y plazo propuesto	105
10.7	Conclusión.....	105
CAPÍTULO 11: PLAN FINANCIERO		106
11.1	Objetivo.....	106
11.2	Metodología	106
11.3	Horizonte de Evaluación	106
11.4	Supuestos y políticas financieras	106
11.5	Tasa de descuento.....	107
11.6	Proyección de la demanda.....	107
11.7	Proyección de egresos	108

11.8	Proyección de ingresos.....	108
11.9	Flujos proyectados.....	109
11.10	Cálculo de indicadores financieros.....	110
11.11	Esquema de financiamiento.....	111
11.12	Análisis de Sensibilidad.....	112
11.13	Conclusiones.....	113
CAPÍTULO 12: PLAN DE RIESGO		114
12.1	Objetivos	114
12.2	Identificación de Riesgos	114
12.2.1	Riesgos legales.....	114
12.2.2	Riesgos financieros	115
12.2.3	Riesgos sanitarios.....	116
12.2.4	Riesgos tecnológicos.....	117
12.2.5	Riesgos Reputacionales	118
12.3	Categorización de riesgos.....	119
12.3.1	Por impacto en el negocio.....	119
12.3.2	Por probabilidad de ocurrencia	119
12.4	Grado de los riesgos	120
12.5	Planteamiento de planes de acción.....	122
12.6	Conclusiones	126
CAPÍTULO 13: CONCLUSIONES		127
CAPÍTULO 14: RECOMENDACIONES		129
BIBLIOGRAFÍA.....		131
ANEXOS.....		140
	ANEXO 1: Entrevista para Socios	140

ANEXO 2: Preguntas de encuesta usuarios finales	141
ANEXO 3: Resultados de encuesta usuarios finales.....	143
ANEXO 4: Resultados de encuestas de validación del plan de negocio dirigido a los socios.....	206
ANEXO 5: Encuesta de satisfacción dirigida a los usuarios finales.....	218

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación gráfica de un mercado de dos caras.....	6
Figura 2: Variación % real anual del PBI entre 2022 y 2026.....	14
Figura 3: Contribución al PBI de las actividades más afectadas por el COVID-19 expresados en puntos porcentuales.	15
Figura 4: Evolución de la producción de la actividad de servicios a edificios y actividades de jardinería del sector servicios prestados a empresas (variación % respecto a similar periodo del año anterior) - 2022.....	16
Figura 5: Proyección de la inflación 2022 - 2023	16
Figura 6: Las cinco fuerzas competitivas	29
Figura 7: Value Proposition Canvas – Usuario Final	38
Figura 8: Value Proposition Canvas – Socio.....	46
Figura 9: Esquema de Estudio de Investigación de Mercado.....	53
Figura 10: Hogares Lima Metropolitana	67
Figura 11: Logo CleanApp	71
Figura 12: Proceso de limpieza	73
Figura 13: Organigrama CleanApp	79
Figura 14: Diagrama de macroprocesos de CleanApp	89
Figura 15: Proceso de registro de clientes	92
Figura 16: Proceso de registro de socios de limpieza.....	94
Figura 17: Proceso de registro de disponibilidad para brindar Servicios	95
Figura 18: Proceso de solicitud de servicio por asignación automática	96
Figura 19: Proceso de ejecución del servicio	98
Figura 20: Proceso de atención de reclamos	99
Figura 21: Impacto vs Probabilidad de Ocurrencia	120

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Promedios de gastos por NSE en Lima Metropolitana en 2021	17
Tabla 2: Viviendas afectadas por robo o intento de robo, por ámbito de estudio. Semestre: Mayo - octubre 2021 (%).....	20
Tabla 3: Características de los hogares en cuanto a sus ingresos y egresos.	22
Tabla 4: Cuadro comparativo de principales competidores.....	33
Tabla 5: Características de los participantes.....	55
Tabla 6: Cobertura Geográfica	55
Tabla 7: Distribución de Personas y Hogares en Lima Metropolitana.	62
Tabla 8: Mercado disponible en Lima Metropolitana	68
Tabla 9: Mercado objetivo en Lima Metropolitana.....	68
Tabla 10: Demanda estimada de servicios standard y extendido por año	69
Tabla 11: Precio del Servicio.....	72
Tabla 12: Presupuesto de Marketing	74
Tabla 13: Objetivo y estrategia del presupuesto de marketing	75
Tabla 14: Gastos de Constitución	78
Tabla 15: Pago de Planilla al Personal.....	82
Tabla 16: Relación de proveedores por tipo de servicios	87
Tabla 17: Gastos de operaciones proyectados a 5 años (expresados en soles).....	100
Tabla 18: Costo de operaciones proyectados a 5 años (expresados en soles)	101
Tabla 19: Gastos tecnológicos	105
Tabla 20: Demanda de servicios en el horizonte de evaluación	108
Tabla 21: Egresos.....	108
Tabla 22: Precios con IGV a los Usuarios.....	109
Tabla 23: Precios sin IGV y Comisión de los Servicios.....	109
Tabla 24: Ingresos.....	109
Tabla 25: Flujo de Caja Económico para el Escenario Esperado	110
Tabla 26: VAN, TIR y periodo de recuperación	111
Tabla 27: Inversión a realizar por los socios	111
Tabla 28: Indicadores en los escenarios esperado, optimista y pesimista	112

Tabla 29: Riesgos Reales.....	114
Tabla 30: Riesgos Financieros.....	115
Tabla 31: Riesgos Sanitarios.....	116
Tabla 32: Riesgos Tecnológicos.....	117
Tabla 33: Riesgos Reputacionales.....	118
Tabla 34: Impacto en el Negocio.....	119
Tabla 35: Probabilidad de Ocurrencia.....	119
Tabla 36: Orden de los riesgos por el grado.....	120
Tabla 37: Plan de Acción para el Riesgo.....	122

César Augusto Bellota León

Profesional Maestría en Dirección de Tecnologías de Información por ESAN. Ingeniero de Sistemas de la Universidad Privada de Ciencias Aplicadas – UPC. Experto en la aplicación de soluciones tecnológicas disruptivas orientadas a los objetivos estratégicos de la organización, con amplia experiencia profesional en empresas líderes del mercado, reconocido como agente de cambio y facilitador.

FORMACIÓN

2020 – 2023 Escuela de Administración de Negocios para Graduados - ESAN

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información.

2004 – 2009 Universidad Privada de Ciencias Aplicadas – UPC

Ingeniero de Sistemas.

EXPERIENCIA

2022 - Actualidad	Universidad Norbert Wiener. Grupo educativo que engloba a la universidad Norbert Wiener y al Instituto Superior Alcides Carrión.
2022 – Actualidad	Subgerente de Tecnología. Liderar la dirección de tecnología de la corporación. <ul style="list-style-type: none">• Gestiono el equipo humano de tecnologías de información encargado de soportar las operaciones del grupo educativo a nivel de infraestructura, soporte tecnológico y desarrollo e implementación de soluciones de software.• Gestiono la planificación, ejecución y cumplimiento del presupuesto operativo y de inversiones asignado al área• Gestioné las relaciones y negociaciones con proveedores de tecnología y soluciones educativas.

Dic. 2012 – Mar. 2022	Universidad de Ingeniería y Tecnología – UTEC. Universidad Peruana, parte de la corporación educativa Hochschild, líder en carreras de Ingeniería, Ciencias de la Computación y Negocios Digitales.
Ene. 2019 – Mar. 2022	Jefe de Tecnologías de Información. Liderar el departamento de tecnologías de la información. <ul style="list-style-type: none"> • Gestioné el equipo humano de tecnologías de información encargado de soportar las operaciones de la universidad a nivel de infraestructura, soporte tecnológico y desarrollo de soluciones de software. • Gestioné la planificación, ejecución y cumplimiento del presupuesto operativo y de inversiones asignado al área • Gestioné las relaciones y negociaciones con proveedores de tecnología y soluciones educativas.
Dic. 2012 – Dic. 2018	Administrador de Base de Datos – DBA. Administrar la arquitectura de base de datos de la institución. <ul style="list-style-type: none"> • Estuve encargado de la arquitectura de datos de las soluciones tecnológicas desarrolladas por la empresa. • Gestioné el equipo humano dirigido a brindar disponibilidad operativa de las bases de datos que almacenaban la información de las plataformas tecnológicas.

2010 – 2012	Advais Perú. Empresa peruana orientada al desarrollo tecnológico de soluciones para la recolección de información y explotación de datos a través de canales analógicos y digitales.
2010 – 2012	Gerente de Tecnología. Gestionar el equipo del área de tecnología. <ul style="list-style-type: none"> • Gestioné el equipo humano de tecnologías de información encargado de soportar las operaciones de los clientes de la empresa

	<p>a nivel de infraestructura, soporte tecnológico y desarrollo de soluciones de software.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestioné la planificación, ejecución y cumplimiento del presupuesto operativo y de inversiones asignado a la gerencia • Gestioné las relaciones y negociaciones con proveedores de tecnología y soluciones de telecomunicaciones.
--	---

2005 – 2010	Voxiva. Empresa de capitales estadounidenses orientada al desarrollo tecnológico de soluciones para la recolección de información y explotación de datos a través de canales analógicos y digitales
2005 – 2010	<p>Administrador de Base de Datos – DBA. Administrar la arquitectura de base de datos de la corporación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estuve encargado de la arquitectura de datos de las soluciones tecnológicas desarrolladas por la empresa • Gestioné del equipo humano dirigido a brindar disponibilidad operativa de las bases de datos que almacenaban la información de las plataformas tecnológicas

2000 – 2005	E. Wong S.A. Empresa retail líder en el país.
2000 – 2005	<p>Coordinador de Desarrollo Tecnológico. Gestión del equipo de desarrollo de sistemas legacy y operativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestioné el equipo humano encargado de dar soporte operativo a las soluciones de software de las áreas de backoffice de la empresa

Frederick Anthony Chavez Acero

Maestría en Dirección de Tecnologías de Información por ESAN. Bachiller en Ingeniería de Telecomunicaciones de la Universidad Nacional de Ingeniería – UNI. Profesional con más de 12 años de experiencia en la industria de Telecomunicaciones, ha formado parte de grupos multidisciplinarios y multiculturales de trabajo para diversos clientes nacionales y extranjeros. Excelente disposición para asumir nuevos retos, comunicador, proactivo, responsable, disciplinado, flexible al cambio, acostumbrado a trabajar en equipo y comprometido con las metas de la organización.

FORMACIÓN

2020 – 2023 Escuela de Administración de Negocios para Graduados - ESAN

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información.

2016 – 2016 PM Certifica

Diplomado en Dirección de Proyectos.

2005 – 2010 Universidad Nacional de Ingeniería – UNI

Bachiller en Ingeniería de Telecomunicaciones. Quinto superior.

EXPERIENCIA

2018 - Actualidad	Nokia. Empresa que crea tecnología que ayuda al mundo a actuar en conjunto. Como socio confiable para redes críticas, estamos comprometidos con la innovación y el liderazgo tecnológico en redes móviles, fijas y en la nube.
Ago. 2019 - Actualidad	Technical Project Manager. Liderar el área de servicios profesionales IP cuya misión es desplegar los diversos proyectos en Perú y Ecuador de manera satisfactoria, con la calidad adecuada y dentro del presupuesto estimado. Promover el desarrollo del equipo de trabajo y generar confianza con los stakeholders. Reporto al Gerente de Technical Project Managers de LATAM localizado en Brasil.

	<ul style="list-style-type: none"> • Logré realizar el seguimiento y control de las desviaciones de alcance de los proyectos asignados a mi cargo identificando la justificación de un 20% estimado de sobrecosto. • Organicé un 10% adicional de horas de training entre los integrantes del equipo para buscar la excelencia en las labores que realizamos. • Soporté en las cotizaciones al equipo comercial con el objetivo de aumentar la cantidad de ofertas trabajadas en un 5%.
Feb. 2018 – Jul. 2019	<p>Especialista en redes IP/MPLS. Estuve a cargo de la supervisión técnica de los proyectos del área de servicios profesionales IP con el objetivo de desplegar los proyectos asignados satisfactoriamente y garantizar la ejecución con calidad y utilizando las mejores prácticas de la industria.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soporté técnicamente a los ingenieros de la empresa partner en el despliegue de los proyectos asignados para los clientes Telefónica, Claro, Compañía Operadora del Gas del Amazonas y Gilat. • Capacité al personal de la empresa partner y a los clientes en la integración, uso y operación del Sistema de Gestión 5620SAM.

2010 - 2018	<p>M&N Multiservicios Generales. Empresa con 15 años de experiencia en el mercado de Telecomunicaciones brindando servicios de implementación para redes fijas y móviles, así como también realiza la gestión y supervisión de Proyectos de Telecomunicaciones contando con un equipo de profesionales altamente capacitados.</p>
Feb. 2015 – Ene. 2018	<p>Subject Matter Expert de integración IP. Estuve a cargo de la supervisión técnica de los proyectos del área de servicios profesionales IP para el cliente Nokia con el objetivo de desplegar los proyectos asignados satisfactoriamente y garantizar la ejecución con calidad.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios profesionales IP para el despliegue de los proyectos con Claro, Telefónica. • Soporté el despliegue de la Red Nacional Dorsal de Fibra Óptica (RNDFO) que se adjudicó a Azteca y de las redes regionales que se adjudicaron a Gilat.
Jun. 2010 – Ene. 2015	<p>Ingeniero de Soporte IP. Estuve a cargo de la supervisión técnica de los proyectos del área de servicios profesionales IP para el cliente Nokia con el objetivo de desplegar los proyectos asignados satisfactoriamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios profesionales IP para el despliegue de los proyectos con Claro, Telefónica y Comteco Bolivia. • Realicé labores de Integración de Elementos de Red y O&M Nivel 1 como Ingeniero Residente para la Red de Servicios IP/MPLS de Telefónica del Perú. • Coordiné y soporté las Migraciones de las BTS (2G), Nodos B (ATM) y Nodos B (3G) a la Backhaul IP/MPLS de América Móvil.

SEMINARIOS

Certificado Nokia Network Routing Specialist II (NRSII)

EXPERIENCIA DE VOLUNTARIADO Y/O SKILLS

2012 - 2019	Iglesia Católica. Catequista de Confirmación y Primera Comunión.
-------------	---

Luis Enrique Paraguay Arzapalo

Maestría en Dirección de Tecnologías de Información por ESAN. Ingeniero de sistemas por la Universidad César Vallejo. Experiencia en diferentes ámbitos como desarrollo de software, diseño de procesos, análisis de datos y, actualmente, en la gestión de proyectos ágiles. Mi experiencia me ha permitido desarrollarme en diferentes sectores empresariales, las cuales destaco el sector de seguros, financiera, telecom y retail. La experiencia también incluye un extenso trabajo en gestión comercial y dirección de empresas como consultor de e-commerce de forma independiente.

FORMACIÓN

2020 – 2023 Escuela de Administración de Negocios para Graduados - ESAN

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

2009 – 2015 Universidad César Vallejo

Bachiller en Ingeniería de Sistemas

EXPERIENCIA

2021 - Actualidad	Fot Perú. Empresa con 5 años en el sector, dedicada a la comercialización de prendas de vestir.
Jul. 2022 - Actualidad	Delegado de marcas propias. Encargado de definir y ejecutar las estrategias de crecimiento de la marca propia de la empresa, ya sea en el entorno virtual como en físico. <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar estrategias de marketing, publicidad y promoción de los productos asignados, así como la gestión del presupuesto.• Definir las políticas para el diseño y desarrollo de nuevos productos.• Supervisar las actividades promocionales.
Ago. 2021 – Jun. 2022	Delegado de E-Commerce. Estuve encargado de dirigir la construcción, estabilización y evolucionar la plataforma e-commerce

	<p>de la empresa y su integración con otras plataformas (marketplaces o servicios conexos) utilizando tecnología cloud con AWS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir la arquitectura de la plataforma e-commerce. • Supervisar el desarrollo, integración y monitoreo de la plataforma e-commerce. • Evaluar las nuevas funcionalidades para la plataforma e-commerce.
--	---

2019 - 2021	<p>Rimac Seguros y Reaseguros. Empresa aseguradora líder en el mercado peruano y con más de 120 años de experiencia en el sector seguros. Miembro del Grupo Breca, uno de los grupos empresariales más importantes del Perú</p>
Oct. 2020 – Jul. 2021	<p>Product Owner. Lideré un Squad estratégico y transversal que proveía información relevante de clientes y no clientes para diversas unidades de negocio con la finalidad de prospectar y contactarlos para gestiones de ventas, cobranzas y retención. Reporté al Líder de la Tribu.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logré un incremento sostenible del 3% mensual de clientes contactables, lo que se reflejó en un aumento significativo en la tasa de cobranzas, ventas nuevas de seguros por el canal TLMK y de ventas cruzadas por medios digitales. • Definir la visión, roadmap y OKR del squad a cargo perteneciente a la Tribu de Data, garantizando el alineamiento con la estrategia de la empresa. • Liderar el desarrollo de las historias con el equipo técnico, priorizando el backlog en base al impacto en la experiencia y el negocio.
Ago. 2021 – Jun. 2022	<p>Analista Sr. De Inteligencia de Negocios. Estuve a cargo de la prospección de clientes y de la entrega de información oportuna de clientes y no clientes para los ramos de rentas y vehiculares, además de</p>

	<p>contribuir en el desarrollo de nuevas iniciativas de captura de valor para los equipos Digitales y CRM. Reporté al jefe de Inteligencia de Negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la entrega oportuna de información del ramo vehicular y rentas vitalicias para generar campañas comerciales e impulsar nuevos servicios en beneficios de clientes y prospectos. • Liderar la operación, implementación y control de cambios de procesos automáticos para el canal de rentas utilizando tecnología AWS y Python. • Gestionar información crítica de clientes con clientes internos y proveedores externos de TLMk.
--	--

SEMINARIOS

Marketing y comunicación de moda (2020 – Chio Lecca)

Certificado oficial Scrum Master (2018 – ScrumStudy)

Curso de ITIL Foundations (2017 – Cibertec)

Desarrollo de soluciones con VB. NET (2016 – Sistemas UNI)

Aplicaciones Java Web (2016 – Sistemas UNI)

Business Intelligence con SQL Server 2012 (2014 – ISIL)

SQL y modelamiento de datos (2013 – Cibertec)

Julieta Valenzuela Granda

Maestría en Dirección de Tecnologías de Información por ESAN. Ingeniera de Sistemas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Cuenta con amplia experiencia en Pruebas de Software con un fuerte sentido de responsabilidad y ética en su desempeño profesional. Destaca por su actitud de aprendizaje constante y su capacidad para trabajar en equipo. Ha liderado equipos de pruebas de software y automatización. Cuenta con certificaciones ISTQB Foundation Level, Scrum Master Certified y Team Kanban Practitioner (TKP).

FORMACIÓN

2020 - 2022 Escuela de Administración de Negocios para Graduados - ESAN

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información.

2004 - 2010 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco - UNSAAC

Ingeniera Informática y de Sistemas.

EXPERIENCIA

2022 - 2022	ENCORA Inc. Con sede en Scottsdale, Arizona. Con más de 9000 empleados y presencia en EE. UU., México, Centro y Sudamérica, India y Asia Pacífico.
Jun. 2022- Nov. 2022	Quality Assurance Lead. Gestioné un proyecto de pruebas para un cliente que brinda soluciones de procesamiento de pagos electrónicos en línea. <ul style="list-style-type: none">● He liderado y gestionado un equipo de pruebas de software, haciendo seguimiento a las actividades diarias, asignando tareas, y brindando orientación a los miembros del equipo.● He diseñado estrategias de pruebas, planes de pruebas y casos de pruebas para el proyecto.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementé y mejoré continuamente los procesos de pruebas, incluyendo la automatización de pruebas con herramientas como Karate DSL para la automatización de API. ● Colaboré estrechamente con el equipo de desarrollo, negocio y otros stakeholders para asegurar una comunicación efectiva y una colaboración fluida a lo largo del proyecto. ● Generé informes con el estado de pruebas para luego presentarlos en cada review al final de cada sprint proporcionando de esta manera una visibilidad clara del progreso de las pruebas y la calidad del software.
--	---

2021 - 2022	B89. Es una fintech que brinda servicios financieros transparentes, justos y seguros, a través de experiencias 100% digitales.
Oct. 2021- Ene. 2022	<p>QA Automation Engineer.</p> <p>He sido parte del equipo de pruebas de un squad ágil. Participé en la definición de estrategias de pruebas, planes de pruebas y estimaciones del proyecto de desarrollo de software.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● He participado activamente de las ceremonias de trabajo como la planificación, daily meeting, review y la retrospectiva. ● He creado y ejecutado casos de pruebas, registré y gestioné los defectos detectados en herramientas de seguimiento de errores. ● Colaboré estrechamente con el equipo de desarrollo, negocio y otras áreas para asegurar una comunicación efectiva y una colaboración fluida a lo largo del proyecto. ● Generé informes con el estado de pruebas para luego presentarlos en cada review al final de cada sprint

	proporcionando de esta manera una visibilidad clara del progreso de las pruebas y la calidad del software.
--	--

2020 - 2021	GLOBANT. Compañía nativa digital con más de 27 mil profesionales y está presente en 25 países trabajando para compañías como Google, Rockwell Automation, Electronic Arts y Santander, entre otras.
Feb. 2020- Oct. 2021	QA Automation Engineer. Cliente: Banco de Crédito del Perú BCP - YAPE. Me he desempeñado como QA Automation de una Tribu Ágil del cliente. Se han realizado pruebas en etapas tempranas, de esta manera se logró una mayor velocidad en la entrega del producto software generando valor al negocio. Se logró la migración del aplicativo Yape a una nueva infraestructura tecnológica mucho más escalable. Como las principales actividades que he desarrollado son las siguientes: Coordinación con las áreas involucradas del proyecto, generación de script automatizados para API, generación de casos de prueba en lenguaje Gherkin BDD, generación de script automatizados a nivel web, ejecución de pruebas de migración de bases de datos, configuración del ambiente de pruebas, seguimiento y reporte de Issues.

2018 - 2020	NTT Data Perú. Parte de NTT Group, es uno de los 10 principales proveedores de servicios de TI a nivel mundial, con sede en Tokio y más de 150000 empleados.
Dic. 2018- Ene. 2020	Líder QA Cliente: Banco de Crédito del Perú BCP.

	<p>Me he desempeñado como Líder QA de un proyecto del Banco de Crédito del Perú. He creado el documento de análisis y diseño del proyecto conforme a las directrices del banco, he diseñado el plan de pruebas, se ha coordinado con las diferentes áreas del banco, se ha realizado el diseño y ejecución de los casos de prueba, periódicamente se reportó el estado de las pruebas y se ha realizado el seguimiento a los defectos reportados.</p>
--	---

2018 - 2018	<p>ENCORA Inc. Con sede en Scottsdale, Arizona. Con más de 9000 empleados y presencia en EE. UU., México, Centro y Sudamérica, India y Asia Pacífico.</p>
Jul. 2018-	<p>QA Automation Engineer.</p>
Dic. 2018	<p>He participado en un proyecto de canales presenciales para el cliente Interbank. Se logró sacar a producción una plataforma 360 para optimizar el trabajo de los ejecutivos del banco y brindar una mejor experiencia al cliente.</p> <p>Actividades principales: Diseño del plan de pruebas, diseño de casos de prueba, creación de script automatizados, ejecución y seguimiento a los defectos reportados, presentación de los avances por sprint.</p>

2014 - 2018	<p>CHOUCAIR TESTING. Es la compañía pionera de pruebas de software, cuenta con más de 21 años de experiencia manteniendo su enfoque en esta disciplina. Choucair ha ejecutado más de treinta mil proyectos de prueba en 11 países y ha creado una categoría nueva en dicho campo: Business Centric Testing, pruebas centradas en el negocio.</p>
Abr. 2014-	<p>QA Automation Engineer.</p>

May. 2016	<p>He participado en diferentes proyectos de automatización de pruebas.</p> <p>Clientes: BCP, Interbank y BANBIF.</p> <p>Actividades realizadas durante el proceso de Automatización:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Estrategia de automatización. ● Mapeo de Objetos, Diseño de Script y Estabilización. ● Ejecución de script en diferentes navegadores (Chrome, IE, Firefox) ● Uso de framework de automatización. ● Automatización basada en el patrón de diseño POM Page Object Model. ● Lectura de archivos con Apache POI ● Uso de herramientas de automatización como Selenium Web Driver.
Oct. 2014- Mar. 2016	<p>Analista de Pruebas.</p> <p>He participado en diferentes proyectos del core bancario como la Certificación de la banca por internet y proyectos de migración de base de datos.</p> <p>En el proceso de pruebas mis actividades se han centrado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Estimación. ● Desarrollo del plan de pruebas y cronograma. ● Diseño de los casos de pruebas. ● Ejecución. ● Seguimiento y control del proceso de pruebas. ● Ejecución de pruebas en distintos navegadores (Chrome, IE, Firefox, Safari). ● Pruebas en aplicaciones móviles (Android, iOS).

SEMINARIOS

Programa de Especialización en Metodologías Ágiles (2023- Pacífico Business School).

Taller Habilidades Gerenciales (2019 - PUCP).

Safe® Scrum Master (2018- Avantica Technologies).

Diplomado en Calidad de Software (2013 - UNI).

ITIL v3 Foundations for IT Service Management (2013- CIBERTEC).

Linux + Centos (2013 - New Horizons).

Christian Alfredo Vera Contreras

Maestría en Dirección de Tecnologías de Información por ESAN. Ingeniero de Sistemas de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Con más de 10 años de experiencia en el área de TI y telecomunicaciones, integrador de soluciones tecnológicas de última generación y experiencia en sistemas críticos a nivel corporativo. Con capacidad para innovar, optimizar procesos, diseñar estrategias de negocio orientadas a generar ingresos y disminuir costos, formar y liderar equipos de trabajo.

FORMACIÓN

2020 - 2022 Escuela de Administración de Negocios para Graduados - ESAN

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información.

2008 - 2013 Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Ingeniero de Sistemas – Tercio Superior.

EXPERIENCIA

Mar. 2022 – Actualidad	CIRION Technologies. Empresa de tecnología con más de 46000 colaboradores y con presencia en más de 60 países a nivel mundial. Objetivo principal promover el progreso humano a través de la tecnología. Es una plataforma de tecnología empresarial que permite a las empresas capitalizar las tecnologías emergentes que impulsan la Cuarta Revolución Industrial.
Mar. 2022 – Actualidad	Lead Service Client Manager. Responsable del equipo que atiende a los clientes del Share; así como del cumplimiento del “Proyecto Base Management Pool”, correspondiente al Cluster Sur (Argentina – Chile - Perú). Esto basado en la aplicación y la filosofía de Customer Success Management. Esto coordinando y ejecutando: <ul style="list-style-type: none">• Onboarding y capacitación de los clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones para el contacto proactivo y cuidado de las cuentas. • Acciones de retención y crecimiento de las cuentas. • Tareas semestrales relacionadas con la encuesta NPS. • Colaboración para la gestión administrativa de los miembros del equipo. • Establecer lineamientos para crear y desarrollar planes de mejora para los clientes del Share. • Gestión y apoyo directo al equipo comercial. • Entre otros
--	--

Sep. 2020 – Feb. 2022	<p>LUMEN Technologies. Empresa de tecnología con más de 46000 colaboradores y con presencia en más de 60 países a nivel mundial. Objetivo principal promover el progreso humano a través de la tecnología. Es una plataforma de tecnología empresarial que permite a las empresas capitalizar las tecnologías emergentes que impulsan la Cuarta Revolución Industrial.</p>
Sep. 2022 – Feb. 2022	<p>Sr. Service Client Manager. Responsable de la continuidad del servicio en el sector público y privado de nuestros clientes TOP. Esto con visión 360, de tal forma que se puedan detectar puntos y acciones de mejora a ejecutar, con la finalidad de entregar un servicio de calidad y valor agregado al negocio de nuestros clientes. Actualmente nos encontramos trabajando para adoptar el rol de Customer Success Manager.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se viene logrando la gestión de contratos adecuada de los clientes asignados a nivel local, así como regional. (UNIQUE, PETROPERU, SUNAT, OSCE, OSINERGMIN, UPSJB, TECSUP, ICAO, PETREX, Emp. Edit. El Comercio, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"> • Se viene logrando la entrega de los informes establecidos por contrato, respetando los SLA`s y ANS de la RFP, con la finalidad de evitar posibles penalidades y satisfacción de nuestros clientes TOP. • Participación directa en la renovación global de nuestro cliente UNIQUE. • Constante apoyo para mantener y lograr el “Revenue” esperado o puesto como objetivo. • Relacionamiento directo con todos los actores de servicio interno y externo. De tal forma que existe la adecuada gestión del servicio
--	---

Dic. 2018 – Sep. 2020	<p>CenturyLink Perú. Empresa de tecnología con más de 46000 colaboradores y con presencia en más de 60 países a nivel mundial. Objetivo principal promover el progreso humano a través de la tecnología. Es una plataforma de tecnología empresarial que permite a las empresas capitalizar las tecnologías emergentes que impulsan la Cuarta Revolución Industrial.</p>
Dic. 2018 – Sep. 2020	<p>Service Client Manager. Responsable de la continuidad del servicio en el sector público y privado de nuestros clientes TOP. Esto con visión 360, de tal forma que se puedan detectar puntos y acciones de mejora a ejecutar, con la finalidad de entregar un servicio de calidad y valor agregado al negocio de nuestros clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se viene logrando la gestión de contratos adecuada de los clientes asignados a nivel local, así como regional. (UNIQUE, PETROPERU, SUNAT, OSCE, OSINERGMIN, UPSJB, TECSUP, ICAO, PETREX, Emp. Edit. El Comercio, etc.) • Se viene logrando la entrega de los informes establecidos por contrato, respetando los SLA`s y ANS de la RFP, con la finalidad de evitar posibles penalidades y satisfacción de nuestros clientes TOP.

	<ul style="list-style-type: none"> • Participación directa en la renovación global de nuestro cliente UNIQUE. • Constante apoyo para mantener y lograr el “Revenue” esperado o puesto como objetivo. • Relacionamiento directo con todos los actores de servicio interno y externo. De tal forma que existe la adecuada gestión del servicio
--	---

Ene. 2016 – Nov. 2018	<p>Telefónica del Perú S.A.A. El Grupo Telefónica es una de las operadoras de telecomunicaciones líderes del mundo, proporcionando soluciones de comunicación móvil y fija, información y entretenimiento, con presencia directa en más de 23 países de Europa, África y Latinoamérica. Telefónica, es líder en los mercados de habla hispanoportuguesa. Esto permite ofrecer una amplia gama de soluciones integradas que satisfacen las necesidades de comunicación de todos sus clientes.</p> <p>El Grupo ocupa la cuarta posición mundial del sector de las telecomunicaciones por capitalización bursátil y la segunda europea. En el año 2007 fue la operadora que más beneficios tuvo del mundo, con 8.096 millones de euros.</p>
Ene. 2016 – Nov. 2018	<p>Executive Operational & Service Manager. Responsable de la continuidad del servicio en el sector público y privado de nuestro segmento grandes clientes, así mismo realizando el análisis de ambos sectores para ver la oportunidad de negocio de telecomunicaciones y a la vez darle sostenibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participación directa en el Outsourcing Integral del Banco Financiero del Perú. • Participación directa en el Assessment de Nessus Hoteles del Perú (Casa Andina).

	<ul style="list-style-type: none"> • Participación directa en la implementación del nuevo contrato ABRAHAM II del Grupo ENEL (Ex ENDESA). • Cumplimiento de entrega de los informes establecidos por contrato, respetando los SLA`s y ANS de la RFP, con la finalidad de evitar posibles penalidades. • Se viene logrando eficientemente la continuidad del servicio de nuestros Grandes Clientes. • Satisfacción del cliente en los tiempos de respuesta para la solución de sus averías. • Planes de Mejora y propuestas que ayudan a optimizar la red del cliente. • Se viene logrando la inclusión de estrategias y procedimientos para obtener oportunidades de negocio según el CORE del cliente.
--	---

<p>May. 2014 – Ene. 2016</p>	<p>Tgestiona. Tgestiona Perú es la Empresa del Grupo Telefónica especializada en la externalización de servicios, con presencia en España y América latina. Ventas por más de 242 Millones de soles anuales y 2,500 empleados en la sede Perú.</p>
<p>Ene. 2015 – Ene. 2016</p>	<p>Service Manager/Operation Manager. Responsable de la continuidad del servicio como SM para los clientes Rímac, Banco Santander, Santander Consumer y Ace Seguros. Por otro lado, como OM responsable del Grupo ENDESA (Informe de Calidad, SLA`s, ANS, IMG, Penalidades, Facturación, etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se viene logrando eficientemente la continuidad del servicio. • Satisfacción del cliente en los tiempos de respuesta para la solución de sus averías. • Planes de Mejora y propuestas para mejorar la red del cliente

	<ul style="list-style-type: none"> • Participación directa en la implementación del nuevo contrato ABRAHAM del Grupo ENDESA. • Cumplimiento de entrega de los informes establecidos por contrato, con el fin de que no recaiga una penalidad a TDP
May. 2014 – Ene. 2015	<p>Gesto de Compromiso. Responsable de la gestión comercial para nuestros clientes del sector Grandes Empresas en Movistar. Realizando Gestión Operativa dentro del Centro de comando. Reconocimiento del Cliente Telefónica Empresas por la excelente gestión realizada en la gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtención de 100% como nota en los indicadores en toda la permanencia en la gestión del • Centro Comando. • Satisfacción 100% del cliente Grandes Empresas en el cumplimiento de sus solicitudes en los • tiempos estipulados. • Participación directa en el proyecto de mejora de procesos de gestión del centro de comando

Jul. 2013 – Nov. 2013	<p>J&L Sistemas y Soluciones EIRL. J&L es una prestigiosa empresa dedica a el desarrollo de software y las telecomunicaciones, tanto en el sector público como privado.</p>
Jul. 2013 – Nov. 2013	<p>Consultor Técnico. Gestor técnico del sistema de video vigilancia de seguridad ciudadana de la municipalidad del distrito de Monsefú – Chiclayo – Lambayeque.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se logró la Implementación, Instalación y Configuraciones de las cámaras, antenas y la sala de monitoreo para el Sistema en mención, minimizando los costos en un 10 %.

	<ul style="list-style-type: none"> • Configuración del software de monitoreo que permitió lograr la mejora de la gestión administrativa de las cámaras en un 14%. • Tendido del cableado de la red logrando mejorar la infraestructura en 13 %. • Puesta en producción del sistema logrando mejorar la performance de este en 12%
--	--

Jul. 2013 – Dic. 2013	CORLAT SAC. Corporación Latina empresa dedicada a la comercialización de equipos y realización de obras en entidades públicas.
Jul. 2013 – Dic. 2013	<p>Consultor Técnico. Gestor técnico del sistema de video vigilancia de seguridad ciudadana de la municipalidad del distrito de Monsefú – Chiclayo – Lambayeque.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se logró la Implementación, Instalación y Configuraciones de las cámaras, antenas y la sala de monitoreo para el Sistema en mención, minimizando los costos en un 10 %. • Configuración del software de monitoreo que permitió lograr la mejora de la gestión administrativa de las cámaras en un 14%. • Tendido del cableado de la red logrando mejorar la infraestructura en 13 %. • Puesta en producción del sistema logrando mejorar la performance de este en 12%

Ene. 2013 – Mar. 2013	Hospital Regional Lambayeque. Entidad dedicada al sector salud, la cual se encarga de atender a la comunidad regional de Lambayeque, mediante su infraestructura, profesionales de calidad y tecnología que la respalda.
--------------------------	---

Ene. 2013 – Mar. 2013	<p>Prácticas preprofesionales. Prácticas Pre-Profesionales en la “División de Tecnologías de la Información” del Hospital Regional de Lambayeque.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se logró la Migración de data de Windows 7 a Ubuntu 10.0, esto ayudo a minimizar costos en temas de licencias y software • Implementación del sistema de monitoreo de la red LAN y WAN del hospital, se logró tener acciones preventivas ante caídas y mitigación de riesgos. • Verificación de la correcta distribución de los puntos de red en cada uno de los GDS. Soporte y mantenimiento de equipos de telecomunicaciones y TI • Gestión logística de los equipos de TI y de Telecomunicaciones • Capacitación al personal en software libre y Libre Office
--------------------------	---

Feb. 2012 – Ago. 2012	<p>UNPRG - Oficina de Admisión. Órgano de segundo nivel organizacional, encargada de coordinar y evaluar los mecanismos de ingreso de estudiantes a la UNPRG.</p>
Feb. 2012 – Ago. 2012	<p>Asistente de Sistemas. Encargado de la gestión del sistema de matrícula de los postulantes en los procesos (2012 I, 2012 II) de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se logró superar la cantidad de registros de matrículas en un 10% a comparación de Años anteriores. • Soporte en el sistema de gestión ayudo alcanzar los objetivos, superándolos en un 12% • Soporte de campo al equipo encargado del proceso fue fundamental para lograr un Proceso de matrícula eficiente.

	<ul style="list-style-type: none"> Realización de actividades complementarias en el Proceso de Matricula como: Toma de Huellas dactilares, Generación de Carnés Automatizados
--	--

May. 2011 – Sep. 2011	Adecco Consulting SA. Adecco es una entidad que se encarga de ofrecer servicios o prestaciones a la empresa Telefónica – Movistar.
May. 2012 – Sep. 2011	Call Center <ul style="list-style-type: none"> Mejorar la calidad del servicio al cliente. Se logró Contribuir significativamente al incremento de las ventas Minimiza costos y favorece la rentabilidad

SEMINARIOS

Diploma Internacional de Finanzas Corporativas (2018- ESAN Business School).

ITIL Fundation Certificate in IT Service Management (2018 - AXELOS – Global Best Practice).

Tecnologías de las Telecomunicaciones (2017 - UPC).

CCNA (Cisco Certified Networking Associate)

❖ CCNA I

Se centra en el aprendizaje de los aspectos fundamentales de Networking. Presenta los dos modelos que se usan para implementar redes: El modelo OSI y TCP/IP, capas de cada uno de ellos, funcionalidades y servicios.

❖ CCNA II

Características básicas de un Router, funcionalidades, comandos básicos, NVRAM, forma de arranque del sistema y enrutamiento.

❖ CCNA III

Modelos Jerárquicos, diseño de la red LAN, Redes Convergentes, Switch con sus funcionalidades, comandos principales y Vlan's.

❖ CCNA IV

Tecnologías WAN, ocupa las tecnologías de direccionamiento IP avanzado (traducción de direcciones de red (NAT), traducción de dirección de puerto (PAT) y DHCP), tecnología y terminología WAN, PPP, RDSI, DDR, Frame Relay, administración de red e introducción a la Networking óptica.

RESUMEN

La llegada de la pandemia de la COVID-19 en el año 2019 transformó nuestra manera de trabajar, estudiar y socializar, las consecuencias psicológicas para la población mundial aún son sujeto de estudio y las consecuencias del cambio se seguirán viendo durante los siguientes años. Sin embargo, una consecuencia directa de la pandemia y el confinamiento generalizado ha sido un cambio en la apreciación del tiempo libre y de calidad que se invierte en la vida familiar y personal.

La necesidad de mantener nuestro espacio de vivienda y ahora de trabajo y estudio, en óptimas condiciones de orden, aseo y limpieza nos enfrenta a realidades en las que los posibles clientes manifestaron, durante la investigación aplicada a 401 posibles clientes con rangos de edades entre 18 años y 75 aproximadamente en Lima Metropolitana, para la elaboración de esta tesis, que una de sus principales preocupaciones es el tiempo que les toma desarrollar este tipo de tareas domésticas en desmedro del tiempo de calidad en actividades que identifican como más importantes (más del 50% de los encuestados refiriéndose a actividades de: estudio, trabajo, vida familiar y social). Así mismo, 5 de cada 8 encuestados afirmaron que les preocupa la seguridad y confianza al contratar a una persona que muchas veces no posee antecedentes claros e incluso no se encuentra identificada de forma completa (documento de identidad, forma de contacto, dirección, etc.) Adicionalmente, la posibilidad de pagar con tarjetas de crédito y otros medios de pago es una facilidad apreciada por los clientes que formaron parte de la investigación (4 de cada 8).

Por otro lado, se tiene identificada una gran cantidad de trabajadores independientes dedicados a la limpieza de hogares, los cuales poseen una pequeña cartera de clientes desarrollada principalmente por recomendación directa entre sus anteriores clientes o boca a boca. Adicionalmente, personas que no tienen trabajo estable o lo perdieron a causa de la pandemia o, teniendo un trabajo estable, tienen la experiencia en el rubro de la limpieza y requieran generar ingresos adicionales a través de brindar servicios con horarios flexibles

Es por ello que, ante la falta de trabajo generada durante la pandemia y realidad nacional, surge nuestra propuesta de negocio para implementar una plataforma tecnológica

de intermediación como una opción óptima para solventar la demanda de ambos lados (Cliente y Socio trabajador). Es decir, podemos aliviar las necesidades de ambas caras del negocio a través de este modelo. Esto sin afectar radicalmente la economía del hogar y por el lado del trabajador que ejecuta la tarea se verá este modelo como un ingreso extra de manera independiente que le permitirá generar ingresos.

Con un factor diferenciador, para los clientes, basado en la facilidad de uso de la plataforma, la fácil selección de los profesionales para la coordinación de los servicios, practicidad al momento del pago y sobre todo, seguridad y confianza a través de la visibilidad del proceso, mediante el uso de videos y fotografías para registrar el avance de los trabajos y un esquema de reputación social online, generado en la misma plataforma que permita conocer el historial y reputación del profesional a contactar. Por otro lado, para el profesional, el valor agregado ofrecido es una base de clientes segura y confiable, un pago justo por los servicios y a tiempo. Ambos se benefician por el uso de implementos e insumos ecológicos que protegen de reacciones alérgicas y son ecoamigables.

A través de un estudio de investigación de mercado, apoyados con entrevistas y encuestas desarrolladas a personas que requieren servicios de limpieza y aseo de su hogar, así como a trabajadores independientes especialistas en la limpieza de hogares (denominados “socios”). Logramos validar la necesidad del mercado de contar con una solución que facilite a los socios el acceso a un mayor mercado de clientes y que los clientes puedan encontrar con mayor facilidad a socios para atender los servicios de limpieza requeridos en sus hogares elevando la sensación de seguridad y confianza apoyada en la verificación de perfiles en línea y generación de reputación de ambas partes a través de retroalimentación constante antes, durante y después de la ejecución del servicio.

La fuente de financiamiento principal es el aporte de los 5 socios fundadores en porcentajes equivalentes (20%) para el inicio de operaciones se ha estimado una inversión inicial de S/. 250,000.00

El estudio realizado validó que, de un total de 401 entrevistados, el 48.10% de clientes potenciales estarían dispuesto a contratar un servicio para limpieza de su hogar a través de una plataforma tecnológica. Del mismo modo, el 94% de socios potenciales, de

un total de 50 entrevistados, estarían dispuestos a utilizar la plataforma tecnológica propuesta para generar mayores ingresos, obtener una mayor base de clientes y manejar de manera óptima sus horarios de trabajo.

Para desarrollar el plan propuesto hemos realizado un análisis de benchmark con competidores locales y extranjeros, incorporando características importantes para el público objetivo identificado, así como otras innovadoras, como geolocalización de socios para realizar una búsqueda más intuitiva y la incorporación de características de grabación de video y fotografías para el seguimiento y documentación del servicio, las cuales forman parte de la propuesta de valor de la propuesta para satisfacer las necesidades de socios y clientes.

El modelo de negocio propuesto, en un escenario esperado de evaluación con horizonte a 5 años, una inversión inicial de S/. 250,000.00 con una tasa de descuento del 20%, dando como resultado un VAN de S/. 605,512.44 y una TIR de 60.36%, con un periodo de recuperación de 1.77 años.

Por lo mencionado podemos indicar que el modelo de negocio propuesto es viable, recomendando su financiamiento y puesta en marcha.

Resumen elaborado por los autores

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Problemática

Con la llegada de la pandemia de la COVID-19 a finales del 2019 y la entrada de confinamientos obligatorios y estrictos, los Gobiernos alrededor del mundo han elaborado distintos reglamentos para que las empresas adopten el trabajo remoto para todos sus trabajadores para evitar la propagación del virus. Tal es el caso del Perú, que mediante el Decreto de Urgencia 026-2020, reguló el teletrabajo por lo que, desde su publicación, cerca de 220 mil trabajadores han pasado de trabajar de forma presencial a laborar bajo modalidades de teletrabajo y trabajo remoto (Institucional, 2021). Esto supuso una experiencia notable en algunos trabajadores y ha sido un motivo para el incremento de la productividad laboral. Sin embargo, según una encuesta realizada por el Barómetro Edanred Perú 2021, señala que un 73% de trabajadores, bajo teletrabajo parcial o total, ha experimentado un aumento de la carga laboral entre 1 y 5 horas (Redacción, 2021).

A ello se suma que la educación, en todos sus niveles, se viene impartiendo de forma virtual, lo que supone que los padres deben dedicar tiempo adicional a la educación de sus hijos. Según una encuesta realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a 17 países de Latinoamérica, un 60% de mujeres indicaron que son las responsables de la educación de sus hijos en el hogar, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje llega al 14%. (Morrison, 2021)

Todo ello evidencia la nueva priorización que han establecido los trabajadores en el Perú, lo cual deja muy pocas horas disponibles para la realización de otras actividades, tal como la limpieza del hogar.

Una alternativa para cubrir esta necesidad es la subcontratación de un/a trabajador/a del hogar para que realice la limpieza del hogar y otras actividades domésticas. Sin embargo, la entrada en vigor de la Ley N° 31047 Ley de trabajadores y trabajadoras del hogar, supone un incremento económico notable en la contratación de personal que se dedique únicamente a las labores de limpieza del hogar, ya que no solo se deberá pagar como mínimo la

remuneración mínima vital, sino también otros beneficios como acceso a vacaciones y descansos remunerados, gratificaciones, pago de compensación por tiempo de servicio (CTS), acceso al seguro social y a un sistema de jubilación. Este incremento de costos tuvo como consecuencia que cerca del 70% de trabajadores del hogar sean despedidos por causa de la crisis económica que trajo el coronavirus (Gestión, El 70% de trabajadoras del hogar fueron despedidas debido a la crisis económica por el COVID-19, 2020). Esto se debe a que los empleadores de trabajadores/as del hogar han aumentado el gasto en acceso a internet, electricidad, agua, muebles, entre otras cosas para cumplir con sus tareas laborales. A ello se suma, que cerca del 18% de trabajadores sufrió una reducción de su sueldo (Redacción, 2021).

En el ámbito de la seguridad, la desconfianza en contratar personal sin ninguna referencia se ha ido incrementando conforme aumenta la inseguridad en el país. Sólo en Lima y Callao, 90% de los residentes afirman percibir que podrían ser víctimas de un hecho delictivo en los siguientes 12 meses según datos del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (Peruano R. E., INEI: Solo el 15.5% de las víctimas de un hecho delictivo hacen la denuncia, 2021). Dicha desconfianza aumenta al ver las últimas denuncias que aparecen en los medios de comunicación locales, como el último reportado por el diario El Comercio, donde una residente de Surco fue víctima de robo de diez mil dólares por parte de su trabajadora del hogar. (EC, 2021)

Por otro lado, se tiene personas que no tienen trabajo estable o lo perdieron a causa de la pandemia o asimismo teniendo un trabajo estable tienen la experiencia en el rubro de la limpieza y requieran generar ingresos adicionales a través de brindar servicios con horarios flexibles (Gestión, El 70% de trabajadoras del hogar fueron despedidas debido a la crisis económica por el COVID-19, 2020).

Es por ello, que ante los problemas de sobrecostos que sugiere la nueva ley de trabajadores del hogar y la falta de trabajo que existe en la actualidad por pandemia y realidad nacional, surge nuestra propuesta de negocio como una opción óptima para solventar la demanda de ambos lados (Cliente y Socio trabajador); es decir podemos aliviar las necesidades de ambas caras del negocio a través de este modelo. Esto sin afectar radicalmente la economía

del hogar y en por el lado del trabajador que ejecuta la tarea se verá este modelo como un ingreso extra de manera independiente que le permitirá generar ingresos.

1.2 Identificar una necesidad insatisfecha

En esta nueva normalidad debido a la pandemia se ha intensificado la necesidad de contar con servicios de limpieza y desinfección tanto para los hogares y empresas. Así como las necesidades de las personas que otorgan este servicio. Hemos podido corroborar que existe aún un gran nicho de mercado que se puede y debe explotar con mejores prácticas, eficiencia y calidad. En este sentido, la forma de afrontar, competir y tener una oferta atractiva en el mercado actual y existente. Será teniendo elementos diferenciadores que nos permitan posicionarnos de forma rápida y escalable. Por ejemplo:

- Utilizar insumos con sello verde.
- Aplicar a través de nuestra plataforma digital “Subasta inversa”.
- Capilaridad de socios en las zonas donde se requiera el servicio.
- Servicios complementarios. (fuera del estándar)

Por otro lado, las familias tienen la necesidad de disminuir las labores de limpieza en el hogar por lo cual tercerizan estas labores y aprovechan el tiempo para pasar en familia u otras actividades que tienen un mayor valor agregado. En este proceso se identifican las siguientes necesidades insatisfechas que estaríamos cubriendo a través de nuestro servicio y usabilidad de la plataforma de intermediación digital.

- Requerimiento de personal más capacitado.
- Evitar cargas sociales innecesarias.
- Ahorro en el presupuesto familiar.
- La inseguridad ciudadana incita a los hogares a contratar personal más calificado y confiable con el fin de sentirse más seguros con el personal laborando en casa.
 - Socios con certificados penales y judiciales verificables a través del App.
- El perfil de los trabajadores de limpieza en la actualidad valora mejores ingresos, flexibilidad.

- Los pagos por general se realizan en efectivo, pero las personas prefieren múltiples opciones de pago.
- Las personas buscan un servicio personalizado, buscan servicios por horas y espacios específicos.

1.3 Objetivo General

Determinar la viabilidad económica y financiera de una empresa de intermediación digital de servicios de limpieza entre socios de esta y los clientes finales.

1.4 Objetivos Específicos

- **OE1:** Realizar un análisis macro de mercado para identificar público objetivo y competidores inmediatos (físicos y virtuales).
- **OE2:** Por el lado de la demanda, establecer las necesidades y expectativas de los clientes de servicios de limpieza para el hogar y los profesionales independientes en limpieza realizando un estudio de investigación de mercado y analizando sus resultados.
- **OE3:** Establecer soluciones viables para las necesidades del público objetivo (consumidores finales y socios de la plataforma) e incorporar factores de diferenciación apoyados por tecnologías disruptivas dentro de una propuesta de valor.
- **OE4:** Establecer los objetivos generales de la propuesta de negocio y determinar la forma en que se conseguirán al desarrollar el plan estratégico del negocio.
- **OE5:** Elaborar el plan de marketing, operaciones y recursos humanos.
- **OE6:** Realizar la propuesta de desarrollo tecnológico de la plataforma.
- **OE7:** Desarrollar un plan financiero para calcular la rentabilidad.

Como conclusión de este capítulo, podemos definir la problemática general dentro de la población objetivo, para encontrar servicio capacitado de limpieza que ofrezca calidad, seguridad y un costo asociado competitivo, así mismo, el planteamiento del objetivo general del presente trabajo que apunta a validar la viabilidad financiera y económica de la

propuesta de negocio para la implementación de una empresa de intermediación de servicios de limpieza a domicilio.

CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL

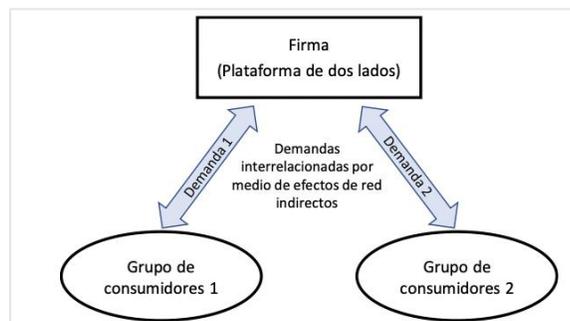
En el presente capítulo pretendemos mostrar cómo es que impactan en nuestro plan de negocio, las diferentes tecnologías, modelos de negocios, conceptos inherentes al plan propuesto tales como: Mercado de dos caras, servicio de limpieza, plataforma digital y regulaciones a las plataformas digitales, todo ello sobre un esquema de mercado de intermediación.

2.1 Mercado de Dos Caras

Un mercado de dos caras o plataforma de dos lados es aquel que vende un producto o servicio a dos diferentes tipos de consumidores (los ofertantes de productos o servicios) y los demandantes (aquellos que pagan por dichos productos y servicios). A su vez, estos grupos están unidos a través de un intermediario, el cual es el centro de todo el ecosistema formado (Patro, Chakraborty, Ganguly, & Gummadi, 2020)

Al respecto, la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC de Colombia, 2019) menciona que la principal regla de este tipo de mercados es que la demanda de uno de los grupos de consumidores depende de la demanda del otro grupo de consumidores, las cuales son centralizadas mediante un intermediario.

Figura 1: Representación gráfica de un mercado de dos



Fuente: La figura 1 representa los dos grupos de consumidores de un mercado doble cara, unidos por un intermediario llamado plataforma de doble cara. Adaptado de *Mercado de dos caras* (p. 10), por Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia, 2019.

El plan de negocio que presenta esta tesis se apoya en la implementación de una plataforma de dos caras, con el fin de unir las necesidades de 2 grupos específicos de personas: clientes que requieren servicios de limpieza especializados en su domicilio y personal libre y especializado que desea contribuir con su trabajo de limpieza, tener una cobertura mayor del mercado y ser retribuido por sus servicios de manera justa. Se opta por este tipo de plataforma debido a que una de sus características adicionales es que permite agregar funcionalidades para ambas partes que la vuelven necesaria para su operación y/o consumo y a su vez generan un atractivo (valor agregado) que ayuda al objetivo de fidelizar a ambas partes haciendo más difícil el externalizar el servicio.

2.2 Servicio de Limpieza

Las instalaciones limpias son vitales para la salud y la satisfacción de sus ocupantes. La limpieza es también uno de los servicios más costosos de proporcionar cuando se opera un departamento, una casa o un edificio. Para agregar valor, mejorar la calidad o reducir costos, debemos saber más sobre cómo se estructuran, administran y operan los servicios de limpieza. La optimización, que tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio y reducir los costos, se basa en un conocimiento profundo del servicio real.

Por otro lado “con la llegada de la pandemia por el covid-19, el mundo entero adoptó una serie de nuevos hábitos en lo social, en lo económico, entre otros. Una constante transversal a estas nuevas maneras, es la limpieza de espacios y superficies que en cualquier parte del mundo se ha adoptado como un hábito cotidiano y permanente” (Andina, 2021).

En tal sentido, para nuestra propuesta de negocio queremos aplicar ambos párrafos descritos con anterioridad, dado que, si podemos brindar un servicio de limpieza que garantice la calidad, bajo costo, cuidado de la salud y sobre todo seguridad podremos ser exitosos en nuestra propuesta.

2.2.1 Características

Cuando se realiza la limpieza del hogar se busca conseguir excelentes resultados con el menor esfuerzo y tiempo. Por ello, para una adecuada limpieza que respete y cuide todas

las superficies, se deben utilizar productos de calidad, considerando los tipos de material y manchas. Es decir, para limpiar cada zona de la casa hay un producto ideal (McGraw Hill, 2012).

2.2.2 Consideraciones

Los materiales, productos y utensilios de limpieza y lavado que se va a emplear dependen de:

- La zona de la vivienda que se vaya a limpiar (baño, cocina, terraza, comedor, dormitorios).
- Características de lo que se va a limpiar (parquet, alfombras, terrazo, mármol, etc.).
- Características, necesidades o preferencias de los usuarios.

2.3 Plataforma Digital

Tomando en cuenta el concepto más básico, una plataforma digital puede ser definida como aquel lugar que permite el intercambio de algún bien, servicio o información entre productores y consumidores así y que usualmente conforma una comunidad digital virtual, este concepto se adecua de forma perfecta al objetivo de masificación y crecimiento de nuestro plan de negocio.

Incorporando a la comunidad digital como activo importante de la plataforma debido a que a mayor cantidad de miembros en dicha comunidad las oportunidades de intercambios se incrementan.

Podemos destacar, también, que las plataformas digitales son: El presente y futuro de los negocios, debido principalmente al uso extensivo de internet y los dispositivos móviles, sumando su facilidad de uso y atracción de público de todas las edades y a su vez nos permiten:

- **Transacciones más seguras**, logrando confianza por parte de los clientes del servicios y pagos justos a los profesionales especializados que ofrecerán sus servicios a través de esta. Siendo imperativo el manejo de los conceptos de

trazabilidad, confianza, protección de datos y alta disponibilidad, las plataformas digitales nos permiten ejecutar transacciones seguras en segundos dejando un rastro legible e inalterable ahorrando tiempo y generando ahorros importantes para los negocios. (mejorado por tecnologías como Blockchain)

- **Mayor alcance**, el uso de plataforma digitales y herramientas para el marketing digital permitirá que el negocio planteado amplíe su horizonte y enfoque correctamente su público objetivo, de acuerdo con características etarias, social económicas y de consumo que se encuentran actualizadas y disponibles desde diferentes fuentes de datos digitales y proveedores de contenido.
- **Proceso de venta eficiente**, mejorando la fidelización de los clientes y brindando grupos mejor identificados y específicos a los profesionales especializados para volver más atractiva la oferta de sus servicios. Aprovechando la información recolectada para generar un perfil más ajustado y correcto de los clientes y grupos de clientes, permitiendo aprender y mejorar constantemente sobre ellos, esto impacta positivamente sobre el proceso de venta, pues permite eliminar pasos repetitivos y genera eficiencias sobre el mismo.
- **Mejor experiencia de los clientes**, el conocimiento de los hábitos y necesidades de los usuarios de la plataforma permitirá ofrecer funcionalidades específicas y diseñadas para lograr mejorar su experiencia en el uso de la plataforma digital.

2.4 Regulaciones a las plataformas digitales

En noviembre de 2021, un grupo de 300 personas protestaron en contra de una conocida App de Delivery en Colombia. Entre las peticiones estaba la de tener un contrato laboral con estabilidad y seguridad social (García, 2021).

Dada esa polémica entre los límites de las plataformas digitales, algunos países han decidido regular estas aplicaciones, desde la grabación de impuestos como la aplicación de responsabilidad laboral de las Apps hacia sus “socios”.

Por ejemplo, en 2019, México comenzó a elaborar una manera de regular y fiscalizar a los negocios digitales como la prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y la entrega de alimentos preparados (Carrasco, 2021). Del mismo modo, en 2021, la Secretaría

del Trabajo y Previsión Social de México, ha evaluado alternativas para regular el trabajo en plataformas digitales. A pesar de que no se definió una ruta a los cambios, sí menciona que podría ser la siguiente reforma laboral para discutir, que impida la exclusión de los derechos y seguridad social (Hernández, 2021).

Otro país que se sumó a la regulación es Chile, en donde Cámara de Diputados (2021) aprobó una regulación para resguardar situación de trabajadores de plataformas digitales de servicios en abril de 2021. En dicho marco legal, se establece que se debe de firmar un contrato de trabajo, establecer una jornada laboral y entrega de implementos. Esto debido a que dicha Cámara señala que los “socios” prestan labores bajo subordinación y dependencia. A falta de la aprobación del Senado chileno, el mismo Senado está trabajando en un marco más equilibrado que incluso tiene la aprobación del Ejecutivo (Cámara de Diputados de Chile, 2021)

En el caso del Perú, ya hubo intenciones de crear un marco regulatorio para estas plataformas de economía colaborativa y digital. En el 2019, se creó un grupo de trabajo que buscó recaudar el IGV a los servicios brindados por dichas plataformas y evaluar en qué condiciones los “socios” prestan sus servicios (Villar, 2019). Luego, en el 2021, la Comisión de Trabajo del Congreso retomó la discusión de esta medida y busca plantear un proyecto legislativo que reconozca como trabajadores a los “socios” y asignar una jornada laboral que no exceda las 8 horas diarias (Forbes Perú, 2021).

La propuesta peruana establece que la remuneración sea en base a un precio base, así como los kilómetros recorridos, entre otros. Además, busca que las empresas por aplicativo asuman el costo de seguros por accidentes personales, invalidez temporal o permanente, y responsabilidad civil por daños ante terceros y muerte (RPP Noticias, 2021).

Según Forbes Perú (2021), señala que el proyecto elaborado por el Congreso va en sintonía con normativas de otros países del mundo, como el Real Decreto de España donde establece la presunción de laboralidad, y en Nueva York, donde se dio un paquete de normas que establece un salario mínimo para los repartidores.

Como se pudo observar, actualmente los países están encaminando a regular en materia tributaria y laboral a las empresas digitales. En cuanto a la tributación, Cores (2018)

menciona que la definición de las formas tributarias podría ser positivo tanto para el Gobierno, las empresas e incluso los consumidores, ya que se aclararon dudas y se evitaría incertidumbres que terminan generando mayores costos.

Finalmente, de este capítulo podemos concluir que a pesar de que este tipo de empresas ya existen em el mercado nacional e internacional aún tenemos un mercado por explotar a través de una segmentación de clientes al interior de Lima Metropolitana inicialmente. Otro punto importante es que aún no está regulado este tipo de negocios para empresas digitales; y es otro punto para explotar mediante una plataforma digital interactiva y de fácil acceso a los usuarios (usuario final y socio)

CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

En el presente capítulo se realizará un análisis del macroentorno y de la industria de servicios de limpieza. Analizaremos todas las variables y factores que podrían impactar en el desenvolvimiento de las actividades del negocio. El conocimiento del entorno ayudará a tomar ventajas sobre las oportunidades y prepararse ante posibles amenazas, encontrando formas para prevenirlas.

3.1 Análisis Macroentorno – PESTEL

En esta sección hablaremos como se presentan en la actualidad los factores que pueden influir en nuestro plan de negocio. Con ello, tendremos un claro panorama de la situación.

3.1.1 Político

Los peruanos han vivido bajo el liderazgo de seis presidentes diferentes en cuatro años. Pedro Castillo fue el último en caer, pero su breve mandato fue el mismo que el de sus predecesores. Su sucesora, Dina Boluarte, recientemente juramentada, se convirtió en la primera mujer en la historia del Perú y en la sexta jefa de Estado peruano desde 2018 (Pedro Pablo Kuczynski, Martín Vizcarra, Manuel Merino, Francisco Sagasti, Pedro Castillo y Dina Boluarte).

En los últimos años, esto se ha repetido constantemente. La prolongada lucha entre el Congreso y el ejecutivo terminó con la derrota de este último. Castillo fue el último en sufrir personalmente.

En un aparente intento por frenar la votación de la moción de vacancia contra él en el Congreso, anunció sorpresivamente la disolución del Parlamento y la creación de un gobierno de excepción. (BBC, 2022)

La nueva presidenta Dina Boluarte tras asumir la presidencia lucha para contener las fuertes protestas que exigen un cambio político en el país.

Perú se ha visto asolado por la inestabilidad política en los últimos años, y muchos peruanos reclaman un cambio político, según una encuesta realizada en septiembre por el Instituto de Estudios Peruanos, según la cual el 60% de los encuestados apoyaba la celebración de elecciones anticipadas para renovar tanto la presidencia como el Congreso. (CNNEspañol, 2022)

Las protestas en Perú dejan a la fecha pérdidas de vidas humanas y la afectación en la economía. El nuevo ministro de economía resaltó las pérdidas entre 60 y 100 millones de soles diarios a raíz de las protestas. Esto significa que hay menos ingresos para las familias, hay familias que no están yendo a trabajar, empresas que no están vendiendo e incluso hay enfrentamientos entre los propios peruanos. (Bloomberg, 2022)

Se concluye: Que a pesar de la crisis política por la que atraviesa el Perú, es importante resaltar el hecho de que existen instituciones democráticas fuertes y una clase media creciente. Así mismo el crecimiento del PBI para el 2022 se mantiene en 3,1%. Lo cual genera un entorno favorable para la inversión privada y para el plan de negocio planteado.

Por otro lado, el Perú no cuenta con un marco legal que regule la prestación del servicio de las personas que trabajan para las plataformas digitales. Se vienen presentando iniciativas legislativas desde el congreso el cual se reconoce beneficios laborales a los trabajadores que realizan el servicio de reparto, mensajería y movilidad por medio de plataformas digitales. De acuerdo con los expertos estas regulaciones serán flexibles e incrementales ya que estos modelos de negocio están moviendo la economía del país. Mantener la creación de empleos es vital más aún en un contexto de crisis generado por la pandemia.

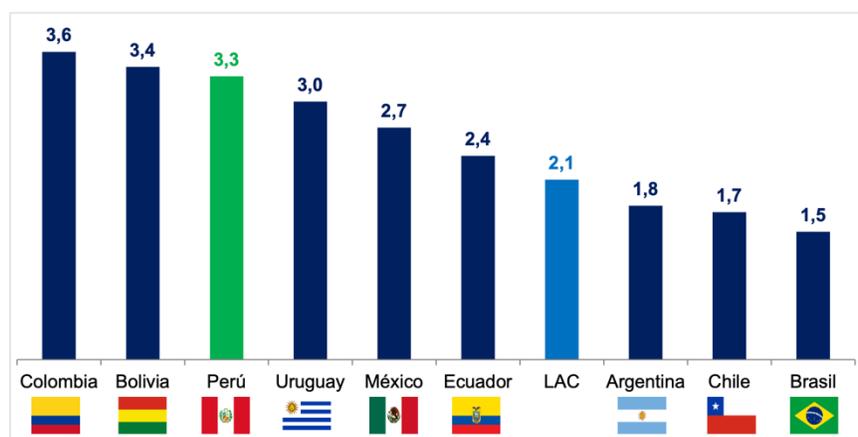
3.1.2 Económico

El Perú, en términos macroeconómicos, ha venido recuperando el nivel de crecimiento mostrado antes de la pandemia del COVID del 2020, donde el PBI se contrajo en un 11%. Posteriormente, en el año 2021, la economía peruana se recuperó y tuvo un crecimiento del 13,6% debido principalmente al efecto rebote y a la masificación de la vacunación, mejor control de la pandemia que permitió el impulso del gasto privado (Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, 2022).

A pesar de este efecto rebote, durante el 2022, el Banco Central de Reserva del Perú ([BCRP], 2022) estima que el PBI cierre con un crecimiento del 3%, manteniendo un crecimiento superior a la media de la región, que está proyectada en un 2.3%. Del mismo modo, la misma entidad afirma que el Perú liderará el crecimiento con una estimación del 3%, superando a Colombia (1,6 %), México (1,2 %), Brasil (0,9 %), Argentina (0,2 %) y Chile (-0.9 %), mientras que la media de crecimiento en LATAM se estima en 1.8%.

Estas cifras se dan gracias a las medidas que está tomando el MEF, como son el reimpulso del gasto privado, aceleración de la inversión pública y la recuperación de la confianza que abarca la aceleración del ingreso a la OCDE, lo que posicionará al Perú como una buena opción para inversiones.

Figura 2: Variación % real anual del PBI entre 2022 y 2026



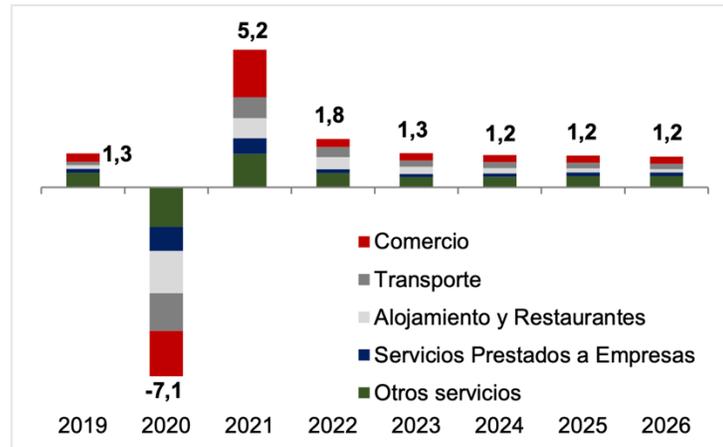
Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), 2022. Marco Macroeconómico Multianual 2023 – 2026.

Sobre el sector servicios, el BCRP (2022) proyecta que cerrará el año con un crecimiento del 3.7%, superando la estimación del PBI No primario, la cual se ubicaría en 3.3%. Sin embargo, para el 2023, la misma entidad proyecta que el sector primario cerrara con un crecimiento del 2.2%, ligeramente menor que el PBI No primario con un 2.3%.

Estas cifras son muy alentadoras, ya que, en esa misma línea, el Ministerio de Economía y Finanzas proyecta que el sector de los servicios prestados a empresas, otros servicios en conjunto con el sector de alimentos, transportes y alojamiento y restaurantes cerrará el año

con un crecimiento de 1.8 puntos porcentuales y aportarán 1.2 puntos porcentuales en el rango de 2023 al 2026 (Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, 2022).

Figura 3: Contribución al PBI de las actividades más afectadas por el COVID-19 expresados en puntos porcentuales.



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), 2022. Marco Macroeconómico Multianual 2023 – 2026.

Al respecto, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática ([INEI], 2022), muestra que la producción de los servicios a edificios y actividades de jardinería (sector donde se encuentra ubicado los servicios de limpieza), ha mostrado un crecimiento desde junio del 2022 y cerró septiembre con un crecimiento del 5,6% respecto al mismo periodo del año pasado. Teniendo en cuenta estas cifras, se espera que la tendencia al alza continúe al cierre del año e inicios del siguiente año, lo que se traduciría en una actividad atractiva para las inversiones.

Figura 4: Evolución de la producción de la actividad de servicios a edificios y actividades de jardinería del sector servicios prestados a empresas (variación % respecto a similar periodo del año anterior) - 2022

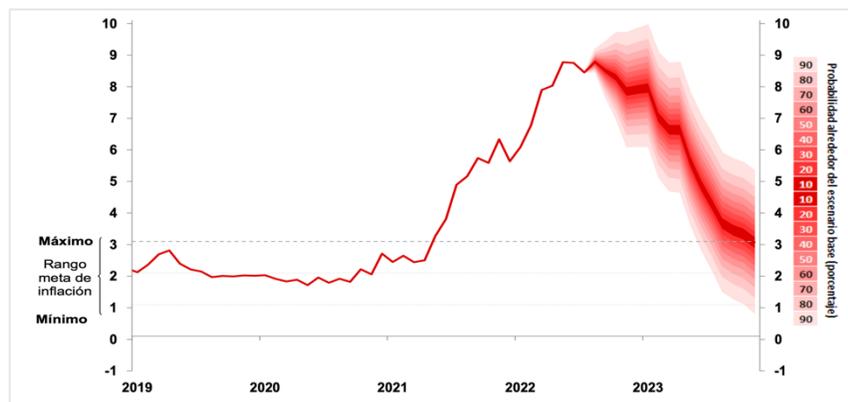


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI). Encuesta mensual del sector servicios – septiembre 2022.

Elaboración: Autores de la tesis

Otro aspecto para evaluar en esta sección es la inflación, la cual ha estado en aumento desde junio de 2021, la cual llegó a su pico máximo en junio de 2022 situándose en un 8.81%, gracias al aumento de los precios del petróleo, la inestabilidad política nacional y al conflicto armado entre Rusia y Ucrania (Banco Central de Reservas del Perú, 2022). A pesar de ello, según datos del BCRP (2022), la inflación se ubica en un 8.53% a septiembre de 2022 y se estima que retorne al rango meta del 3% a mediados del 2023.

Figura 5: Proyección de la inflación 2022 - 2023



Fuente: Banco Central de Reservas del Perú (2022). Perspectivas monetarias y financieras postpandemia.

Este incremento ha ocasionado que muchas empresas, incluyendo del sector servicios, hayan realizado un ajuste en sus precios en una o más veces al año. Solo en el rango de abril a agosto de 2022, el porcentaje de empresas que realizaron ajuste de precios menos de una vez al año, bajo de 17% en abril a 9% en agosto (Banco Central de Reservas del Perú, 2022).

Esto muestra que el aumento de los precios impacta negativamente en el crecimiento de las empresas, ya que, a un menor margen de gasto por parte de las familias, menores servicios adicionales, como el de limpieza, sea consumido. Al respecto, la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados ([APEIM], 2021), muestra que los niveles socioeconómicos (NSE) A, B y C1 son los que gastan más en bienes y servicios, teniendo un gasto promedio S/. 218 soles, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: Promedios de gastos por NSE en Lima Metropolitana en 2021

Promedios	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
GRUPO 1: Alimentos dentro del hogar	S/1,154	S/1,846	S/1,473	S/1,183	S/1,234	S/1,109	S/898	S/744
GRUPO 2: Bebidas alcohólicas y estupefacientes	S/6	S/63	S/12	S/3	S/4	S/3	S/2	S/1
GRUPO 3: Vestido y calzado	S/94	S/264	S/156	S/86	S/92	S/77	S/57	S/42
GRUPO 4: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	S/462	S/1,111	S/685	S/452	S/486	S/402	S/307	S/212
GRUPO 5: Muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda	S/158	S/940	S/262	S/118	S/128	S/104	S/84	S/79
GRUPO 6: Salud	S/201	S/494	S/332	S/194	S/207	S/174	S/116	S/84
GRUPO 7: Transporte	S/65	S/491	S/177	S/28	S/35	S/18	S/13	S/15
GRUPO 8: Comunicaciones	S/234	S/728	S/461	S/218	S/256	S/162	S/86	S/49
GRUPO 9: Recreación y cultura, otros bienes y servicios	S/62	S/304	S/114	S/50	S/60	S/35	S/29	S/20
GRUPO 10: Educación	S/169	S/625	S/393	S/136	S/155	S/108	S/48	S/15
GRUPO 11: Restaurantes y hoteles, alimentos fuera del hogar	S/39	S/110	S/65	S/35	S/33	S/38	S/24	S/17
GRUPO 12: Bienes y servicios diversos, cuidado personal	S/136	S/302	S/216	S/127	S/136	S/113	S/87	S/82

Fuente: APEIM (2021). Niveles socioeconómicos 2021.

Elaboración. APEIM

De ello, podemos observar que existe un gasto planificado para la contratación de servicios independientemente del nivel socioeconómico. Además, esto se complementa con el gasto que realizan las familias por concepto de mantenimiento de la vivienda, el cual en promedio es de S/. 443 tomando en cuenta los NSE A, B y C1. Otro punto para rescatar de ese cuadro es que las familias gastan más en el cuidado de su vivienda que en vestido y calzado o en recreación.

Un aspecto positivo es que el empleo formal en el Perú ha venido creciendo a tasas previas a la pandemia, el cual ha llegado a un 9.4% de variación interanual (2021 y 2022) en el sector privado. Sólo en el mes de agosto de 2022, el empleo formal ha crecido un 7.4% con respecto al mismo periodo el año anterior (Banco Central de Reservas del Perú, 2022).

A este crecimiento, se suma que, desde el 1 de mayo de 2020, la remuneración mínima vital, la cual se ubica en S/. 1,025 soles. Este aumento decretado por el gobierno permite mejorar el poder adquisitivo de los trabajadores formales del sector privado y se espera que refleje en el desempeño económico del país. (La República, 2022)

A pesar de estar en un año con mucha incertidumbre, tanto a nivel local como internacional, los datos mostrados muestran un buen desempeño de la economía nacional y del sector servicios. Como muestra el BCRP, a pesar de que los empresarios muestran una desconfianza en la economía nacional, en su mismo sector, se muestran optimistas en las perspectivas a 12 meses. (Banco Central de Reservas del Perú, 2022)

3.1.3 Socio – Cultural

Este factor lo vamos a enfocar según los datos que nos proporciona el estudio de INEI. Donde indica que la población de Perú suma 33 millones, con tendencia al ‘envejecimiento’. Con ello, la población de 60 y más años aumentó de 6.4% en 1940 a 13% en el año 2021, experimentando un envejecimiento progresivo de la población peruana. (Gestión, INEI: población de Perú suma 33 millones, con tendencia al ‘envejecimiento’, 2021)

A continuación, revisaremos distintas variables donde podremos evidenciar de qué manera van a afectar a nuestra propuesta de negocio.

a) Aumenta edad promedio de la población peruana

- La edad promedio de la población peruana ha aumentado, principalmente en las últimas tres décadas, lo que refleja el proceso relativo de envejecimiento por el que atraviesa.

- En el año 1940 la edad promedio de un peruano era de 24 años, lo que se mantuvo por cinco décadas. Recién a partir del año 1993 empieza a crecer hasta ubicarse en 33,2 años en el 2021.

Estos datos nos indican que al ser la edad promedio 33 años del ciudadano peruano. En la actualidad la gran mayoría de familias peruanas, sus miembros del hogar son personas que trabajan remota o presencialmente. Tanto el hombre como la mujer por igual. Es por ello, que esta variable afecta positivamente al proyecto dado que dichas familias no cuentan con el tiempo para realizar varias tareas del hogar entre ellas la limpieza; y tampoco quieren dejar que cualquier individuo ingrese a sus hogares. (Necesitan un servicio confiable)

b) Población femenina representa el 50.4% de la población total

- La población peruana está conformada por mujeres y hombres con una ligera ventaja femenina. Para el año 2021, las mujeres representan el 50.4% (16 millones 641,100) y los hombres 49.6% (16 millones 394,200), siendo el índice de masculinidad de 98,5.
- En el año 1940, las mujeres representaron el 50.6% (3 millones 140,100) y los hombres el 49.4% (3 millones 67,900) de la población y el índice de masculinidad fue de 97,7, es decir, que por cada 100 mujeres había 98 hombres.

Esta proporción favorable hacia el género femenino puede también responder “por qué” según el último estudio de INEI en 2020. Indica que la relación en horas semanales que le dedican a la limpieza del hogar es de 2 a 1 entre mujeres y hombre en el país. El tal sentido, como en la actualidad el género femenino viene asumiendo un rol protagónico en las grandes empresas y al igual que el hombre sus tiempos quedan limitados en cuanto a las actividades del hogar. Creemos que este indicador nos afecta de manera positiva al proyecto. Dado que el servicio va a ser requerido y utilizado por las familias peruanas.

Asimismo, al ser nuestra propuesta una entrada fija de dinero sin obligar al individuo a un periodo de contrato puede favorecer de manera óptima al mismo en cuanto a generar un ingreso extra.

c) Robo o Intento de Robo en las Viviendas

Según resultados del estudio de INEI en el semestre mayo – octubre 2021, el 8,1% de las viviendas del área urbana a nivel nacional son afectadas por robo o intento de robo, mientras que el 3,6% son afectadas solo por robo y en un 4,8%, el delincuente no logró concretar el robo. (INEI, 2021)

Tabla 2: Viviendas afectadas por robo o intento de robo, por ámbito de estudio. Semestre: Mayo - octubre 2021 (%)

Semestre móvil	Robo o intento de robo en la vivienda			Robo en la vivienda			Intento de robo en la vivienda		
	Nacional urbano	Ciudades de 20 mil a más habitantes	Centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes	Nacional urbano	Ciudades de 20 mil a más habitantes	Centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes	Nacional urbano	Ciudades de 20 mil a más habitantes	Centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes
Indicadores semestrales									
Abr 2020 - Sep 2020	10,6	10,1	11,7	4,7	4,4	5,2	6,4	6,1	7,0
May 2020 - Oct 2020	10,2	9,9	11,1	4,8	4,6	5,2	5,9	5,7	6,3
Jun 2020 - Nov 2020	9,8	9,8	10,0	4,6	4,4	5,2	5,6	5,8	5,1
Jul 2020 - Dic 2020	9,5	9,5	9,5	4,5	4,2	5,1	5,4	5,7	4,7
Ago 2020 - Ene 2021	9,4	9,3	9,6	4,2	3,9	5,0	5,5	5,7	5,0
Sep 2020 - Feb 2021	9,3	9,1	9,7	4,3	4,1	4,9	5,3	5,3	5,3
Oct 2020 - Mar 2021	9,5	9,3	9,9	4,3	4,0	5,2	5,5	5,6	5,2
Nov 2020 - Abr 2021	9,3	9,3	9,3	4,1	3,8	4,9	5,5	5,7	5,0
Dic 2020 - May 2021	9,0	8,8	9,4	4,0	3,7	4,8	5,2	5,3	5,2
Ene 2021 - Jun 2021	9,2	9,1	9,3	4,1	3,9	4,8	5,3	5,4	5,1
Feb 2021 - Jul 2021	8,9	8,9	9,1	4,0	3,9	4,3	5,1	5,1	5,1
Mar 2021 - Ago 2021	8,7	8,8	8,5	3,9	3,8	4,2	5,0	5,2	4,6
Abr 2021 - Sep 2021	8,2	8,4	7,8	3,7	3,6	3,8	4,8	5,1	4,2
May 2021 - Oct 2021	8,1	8,3	7,8	3,6	3,5	3,9	4,8	5,0	4,2
Diferencia con semestre móvil anterior (puntos porcentuales)									
Abr 2021 - Sep 2021/									
May 2021 - Oct 2021	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	0,1	0,0	-0,1	0,0
Diferencia con semestre similar del año anterior (puntos porcentuales)									
May 2020 - Oct 2020/									
May 2021 - Oct 2021	-2,1	-1,6	-3,3	-1,2	-1,1	-1,3	-1,1	-0,7	-2,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2020 – 2021.

Esta variable de estudio afecta negativamente la propuesta de negocio. Dado que genera desconfianza al cliente para contratar servicios donde personas desconocidas tengan que ingresar a sus hogares. Como ejemplo: podemos citar el hecho reciente del 13-07-21 donde una trabajadora del hogar en el distrito de Santiago de Surco hurto \$ 10,000.00

a sus jefes después de 6 meses de atención. **Aquí está el gran reto de nuestra propuesta como generar la confianza y mantenerla en el tiempo.**

d) Perú país con diversidad étnica y lingüística

- El Perú es considerado como uno de los países con mayor diversidad étnica y lingüística. El Censo de Población y Vivienda del año 2017 identificó la existencia de 55 pueblos indígenas, 51 de ellos amazónicos y 4 andinos; además de la presencia de la población afroperuana.
- De acuerdo con la autopercepción étnica de la población de 12 a más años por sus costumbres y antepasados, el 25.7% se considera de origen indígena, principalmente quechua con 22.3%, aimara con 2.4%, y de etnias amazónicas con 1%, entre las principales. El 3.6% se auto perciben afrodescendientes; el 5.9% de origen blanco. En tanto, el 60.2% se identifica como mestizo.
- Asimismo, el 16.3% de la población del país, tiene como lengua materna una lengua nativa, principalmente el quechua con 13.9%, aimara 1.7% y el 0.8% alguna lengua de la Amazonía. En tanto, el 82.6% tiene como lengua materna el castellano.

Esta variable nos puede afectar de manera negativa en algunos casos. Dado que si bien es cierto el Perú es un país multilingüe, el peruano promedio no habla inglés u otra lengua extranjera. En tal sentido, ante la posibilidad de tener clientes extranjeros dentro de nuestra capital, el inconveniente del idioma podría generar una mala experiencia en la comunicación con nuestro cliente final.

e) Ciudades

- En 1961 ya eran cuatro las ciudades con más de 100,000 habitantes. En el 2021, son 26 las ciudades que superan los 100,000 habitantes y agrupan al 59,5% de la población del país.
- Las ciudades costeras con mayor población son: Lima, Callao, Trujillo, Chiclayo y Piura, todas ellas con más de medio millón de habitantes.
- En la Sierra, destacan, Arequipa, Huancayo y Cusco, que también superan el medio millón. Iquitos y Pucallpa ubicadas en la región Selva tienen población por encima de 400,000 habitantes.

Este punto afecta de manera positiva a nuestra propuesta de negocio. Dado que inicialmente el proyecto tendrá campo de acción en Lima. Siendo esta una de las ciudades costeras más grande del país y a su vez nuestra capital, nos permitirá captar nuestro público objetivo.

f) Perfil Socioeconómico de Lima Metropolitana en el 2020

Según los últimos estudios se estima que en Lima Metropolitana existen 3MM de hogares. Donde su distribución socioeconómica según el sector es como sigue: (Perú, 2020)

- Sector A: 4%
- Sector B: 22%
- Sector C: 43%
- Sector D: 25%
- Sector E: 6%

Tabla 3: Características de los hogares en cuanto a sus ingresos y egresos.

NSE	# De Miembros del Hogar	Ingreso Promedio Mensual	Rubro de Mayor Gasto
A	3.1	S/ 13,000.00	Alimentos y bebidas; alquiler de vivienda; combustible; electricidad y conservación de la vivienda.
B	3.7	S/ 7,230.00	Alimentos y bebidas; alquiler de vivienda; combustible; electricidad y conservación de la vivienda.
C	3.9	S/ 4,160.00	Alimentos y bebidas.
D	3.4	S/ 2,760.00	Alimentos y bebidas.
E	3.4	S/ 1,977.00	Alimentos y bebidas.

Fuente: INEI (ENAH0 2019)

Fórmula de cálculo de NSE: APEIM 2020

Elaboración: Ipsos Perú

3.1.4 Tecnológico

Dentro del análisis de entorno para el apartado tecnológico podemos identificar algunos puntos que podrían tener impacto dentro de la industria que es parte de nuestro tema propuesto como son: Uso de dispositivos móviles y Geolocalización, IOT, Drones y Cambios en el uso de la energía.

Históricamente el servicio de contratación de personal de limpieza ha sido manejado a través de conocidos o conocimiento “boca a boca” o a través de agencias de empleo que cobran una tarifa por mantener una base de datos “actualizada” con personal “verificado” Sin embargo, en ninguno de los casos se ha tenido un modo eficiente y seguro de calificar u obtener feedback sobre los servicios prestados, el comportamiento del profesional de limpieza o algún modo seguro de registrar una queja y que esta sirva para alertar a otros usuarios del servicios, es en este aspecto que el apartado de uso de los dispositivos móviles y sus aplicaciones otorgan una herramienta indispensable para cubrir esta problemática, asegurando trazabilidad en el servicio ofrecido y en el trato al profesional de limpieza por parte del cliente otorgando una plataforma fácil de usar y justa desde el punto de vista de revisión y retroalimentación del servicio y de los clientes. Por otro lado, la geolocalización permitirá asegurar, para los socios de la aplicación, una eficiencia en su traslado y una herramienta para su organización otorgando rutas óptimas y facilidad en la planificación de sus servicios.

El uso de drones y IOT se extiende cada vez más dentro del uso diario de las personas, teniendo ya varios ejemplos de casas inteligentes y robots de limpieza que se ofrecen en supermercados y tiendas por departamento. Si bien es cierto, estos dispositivos permiten una comodidad adicional para sus dueños, muchas veces solo logran resultados óptimos en ambientes controlados dejando de lado retos más complejos. Dejar de lado esta tecnología sería un desacierto por lo que debería mantenerse un especial cuidado en su integración dentro de la solución propuesta, así como, un uso complementario a modo de servicio de valor agregado para los usuarios del servicio en este sentido, este tipo de dispositivos podrían ayudar a que los socios no arriesguen su integridad física y a su vez que los clientes queden más satisfechos con los servicios contratados, de igual forma el socio podría verse

beneficiado con una mayor velocidad de trabajo gracias a la especialización en el uso de este tipo de herramientas y solo complementar aquellos casos específicos en los que la tecnología aún no logre un resultado óptimo.

Finalmente, el uso responsable de la energía es un apartado muy importante, las empresas eco-amigables son aquellas que brindan mayor proyección para sus socios y clientes, tomando en cuenta que una buena reputación y responsable frente al uso de recursos energéticos es algo mandatorio en nuestros tiempos. La tecnología actual nos permite el uso de tecnología orientada a un bajo consumo energético, así como más responsable en temas de disposición de residuos y desechos producto de la limpieza y de los insumos utilizados en la misma. Así mismo, el uso de la nube como plataforma para alojar y administrar la solución tecnológica nos permite generar eficiencias en el consumo energético al compartir infraestructura tecnológica con otros clientes del mercado.

3.1.5 Ecológico

Se contempla lo siguiente: “Los desafíos ambientales más importantes del Perú están relacionados con la reducción de los costos sociales por degradación ambiental, la vulnerabilidad frente al cambio climático y la pérdida de los servicios ecosistémicos, así como al tránsito a una economía más desarrollada e inclusiva socialmente baja carbono y al fortalecimiento de la institucionalidad ambiental en los diferentes niveles de gobierno y sectores de la sociedad. Entre otros, estos desafíos motivaron al Ministerio del Ambiente ha establecer dos ejes estratégicos denominados Perú Limpio y Perú Natural, que regirán la gestión ambiental del país en los próximos años. Perú Limpio, orientado a promover un país libre de residuos sólidos con ciudadanos conscientes que incorporan buenas prácticas de ecoeficiencia, que son parte del desempeño institucional, tanto de las entidades del Estado como de las empresas privadas. Perú Natural, comprende la promoción del uso sostenible de la biodiversidad a través de la inversión privada en cosecha, transformación y comercialización de frutos y granos. También comprende la promoción de Bionegocios o emprendimientos sostenibles y la seguridad del agua para el presente y futuro, incidiendo en la generación del recurso hídrico” (Agenda Ambiental al Bicentenario, 2018).

Asimismo, a partir del Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas se pone énfasis especial en el siguiente: “El progreso económico y social en el curso del último siglo ha ido acompañado de una degradación ambiental que está poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo futuro y, de hecho, nuestra propia supervivencia. En todo el mundo, seguimos utilizando cantidades cada vez mayores de recursos naturales para apoyar nuestra actividad económica. La eficiencia con la que se utilizan estos recursos no ha cambiado a nivel mundial, por lo que todavía no hemos visto una separación entre el crecimiento económico y el uso de los recursos naturales. La generación de residuos es cada vez mayor en todo el mundo. Alrededor de un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano cada año se pierde o se desperdicia, la mayor parte en los países desarrollados. Se requieren medidas urgentes para garantizar que las necesidades materiales actuales no lleven a una sobreexplotación de los recursos y a una mayor degradación del medio ambiente. Deben adoptarse normativas para mejorar la eficiencia de los recursos, minimizar los residuos e integrar las prácticas de sostenibilidad en todos los sectores de la economía” (Organización de Naciones Unidas, 2019).

Por lo tanto, es importante mencionar que el uso de productos tales como limpiatodos, limpiavidrios, desinfectantes, esponjas y paños compuestos por elementos biodegradables se hace cada vez más trascendente en la decisión de compra de los usuarios. Por ello, nuestra propuesta va a contemplar compromiso ambiental tanto en los productos a utilizar como en la calidad del servicio brindado por nuestros socios y la comunicación con los usuarios, para lo cual planeamos ser una empresa de intermediación verde.

3.1.6 Legal

En el aspecto legal, existe la Ley 31047 que regula la relación laboral de las personas que realizan trabajo doméstico y se denominan trabajadores del hogar (El Peruano, 2021). Sin embargo, en el ámbito de una economía de plataformas digitales aún no se tiene regulación vigente en nuestro país.

“Con el uso de la economía de plataformas digitales, se presentan mercados de encuentro de oferta y demanda, donde en cada sector se usan las plataformas (que encapsulan la

complejidad de las operaciones como la parte legal, seguros, marketing, financiación, etc.) y dejan a los usuarios ser productores a escala uno” (IE BUSINESS SCHOOL, 2016).

No existe en la actualidad legislación peruana en el ámbito de operaciones de plataformas intermediarias. Sin embargo, se han presentado en el congreso proyectos de ley de regulación de las empresas intermediarias en el servicio de taxi. Si bien el servicio es otro, su análisis es relevante para prever futuras regulaciones para las empresas de intermediación en general.

Asimismo, se cuenta con las siguientes 2 leyes para tener en cuenta en el desarrollo de emprendimientos tecnológicos:

- “Ley 30309 que promueve la Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica. La presente Ley tiene por objeto promover la Investigación Científica, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación Tecnológica, mediante el beneficio tributario aplicable a los gastos en proyectos de investigación científica, desarrollo e innovación tecnológicos. Los contribuyentes que efectúen gastos en este tipo de proyectos, vinculados o no al giro de negocio de la empresa” (Gobierno del Perú, 2015).
- “Ley N° 29733. Ley de Protección de Datos Personales. La presente Ley tiene el objeto de garantizar el derecho fundamental a la protección de los datos personales, previsto en el artículo 2 numeral 6 de la Constitución Política del Perú, a través de su adecuado tratamiento, en un marco de respeto de los demás derechos fundamentales que en ella se reconocen” (Gobierno del Perú, 2011).

Por lo tanto, nuestra propuesta es de una plataforma de intermediación que conecta a personas que deseen servicios de limpieza (usuarios) con personas que brindan los servicios de limpieza (socios) a través del uso de los medios digitales.

Programas de innovación y emprendimiento

Asimismo, el Perú, mediante el Ministerio de la Producción, viene impulsando diversos programas de innovación y emprendimiento como: Procompite, Emprendedor Peruano, Innóvate Perú, Kit Digital y Startup Perú. Estos programas contribuyen en el

fortalecimiento de las capacidades digitales y empresariales, así mismo viene brindando fondos concursables para que los emprendedores lleven adelante sus ideas de negocio y contribuyan al desarrollo del país (Plataforma digital única del Estado Peruano, s.f.).

Garantías Generales a la Inversión

Por otro lado, se tiene las Garantías Generales a la Inversión, el marco constitucional y legal peruano abre la economía a la inversión privada, la que se practica en una economía social de mercado. También promueve la competencia y garantiza la inversión extranjera en cualquier tipo de empresa. Se dispone que los precios se regulen por la ley de la oferta y la demanda, indicándose que los únicos precios que se regulan administrativamente son las tarifas por servicios públicos, de acuerdo con lo que se establezca por Ley del Congreso de la República. (Estudio Echeconpar asociado a Baker & McKenzie International, 2022)

Iniciativa legislativa, Ley de plataformas digitales

Hasta el momento el Perú no cuenta con un marco legal que regule la prestación del servicio de las personas que trabajan para las plataformas digitales. Sin embargo, en los últimos años, se han presentado proyectos de ley tienen por objeto regular el trabajo que realizan los colaboradores de los intermediarios digitales. En agosto de 2021, se presentó la iniciativa legislativa, Proyecto de Ley 018-2021-CR, en la cual se reconoce beneficios laborales a los trabajadores que realizan el servicio de reparto, mensajería y movilidad por medio de plataformas digitales. (Congreso del Perú, 2021).

“Cualquier proyecto de ley que se elabore sobre la materia no puede perder de vista un elemento esencial: la creación de empleo. Este elemento cobra aún más importancia en el marco de la crisis que afronta nuestro país, derivada de la pandemia por el COVID-19. Elaborar proyectos de ley que creen mayor rigidez e impliquen mayores cargas y costos laborales a las empresas formales va a condicionar directamente la creación de empleo y el desarrollo de dichas actividades empresariales. El legislador debe tener en cuenta una serie de variables al momento de elaborar estas propuestas legislativas, entre ellas, condiciones de trabajo decentes, seguridad jurídica y flexibilidad. Trabajo digno y debidamente retribuido no constituyen enunciados antagónicos de políticas laborales flexibles”. (Polemos Portal Jurídico, 2022).

De acuerdo con los expertos, de entrar en vigor el proyecto de ley impactará en mayores costes laborales que se trasladarán al precio del servicio que se ofrece a los usuarios finales.

Por otro lado, el Perú no cuenta con un marco legal que regule la prestación del servicio de las personas que trabajan para las plataformas digitales. Se vienen presentando iniciativas legislativas desde el congreso el cual se reconoce beneficios laborales a los trabajadores que realizan el servicio de reparto, mensajería y movilidad por medio de plataformas digitales. De acuerdo con los expertos estas regulaciones serán flexibles e incrementales ya que estos modelos de negocio están moviendo la economía del país. Mantener la creación de empleos es vital más aún en un contexto de crisis generado por la pandemia.

Conclusión del Macroentorno (PESTEL)

Habiendo visto a detalle del macroentorno, según los factores que influyen en nuestro plan de negocio podemos concluir positivamente lo siguiente:

En la actualidad, el Perú a pesar de estar en un ámbito político de incertidumbre, de igual manera se posiciona como una buena opción para invertir en negocios. Dado que ha sabido mantener una estabilidad económica en los últimos 20 años; y se proyecta un buen crecimiento de su PBI con la reactivación económica post pandemia.

Por otro lado, el crecimiento demográfico según INEI nos indica que Lima es una de las ciudades con mayor población; y esto afianza nuestro campo de aplicación del plan de negocio. El cual, deberá ser planteado bajo el seguimiento y control de las normas actuales o nuevas que puedan presentar impacto en nuestro negocio.

Es preciso también, que este plan de negocio se plantee bajo los estándares ambientales; y para ello planeamos usar nuestro slogan de marca verde con el fin de darle un valor agregado a los servicios que se plantearan y poder diferenciarnos de nuestros competidores.

Finalmente, tomando en cuenta que la propuesta se basa en brindar un servicio de limpieza a través de una plataforma de intermediación entre consumidores finales y profesionales de limpieza, se desprende la importancia de la aplicación de la tecnología para lograr una experiencia de usuario sencilla, simple y fluida. Así mismo, el uso de tecnologías como geolocalización, machine learning y big data permitirá ajustar la oferta de los servicios para

que los consumidores finales puedan tener acceso a las mejores propuestas a mejores costos y a su vez los profesionales (socios) puedan maximizar el uso de su tiempo e incrementar sus ingresos.

3.2 Análisis de las cinco fuerzas competitivas

En esta sección hablaremos como se presentan en la actualidad los factores del microentorno que pueden influir en nuestro plan de negocio. Con ello, tendremos un claro panorama de la situación.

Asimismo, dicho panorama lo representaremos gráficamente, para posteriormente otorgar el detalle.

Figura 6: Las cinco fuerzas competitivas



Fuente: Elaboración de los autores de la tesis.

- **Nuevos competidores (ALTA)**

En este punto existe una barrera de entrada baja debido a que la inversión no es muy elevada y los factores de diferenciación podrían ser copiados fácilmente. Adicionalmente, el servicio se encuentra estandarizado y es masivo, esto dificultará la diferenciación de la oferta.

Finalmente, las actuales empresas formales dedicadas a la limpieza de empresas pueden expandir sus servicios a personas naturales, lo cual es una ventaja gracias a la experiencia ganada, pero manteniendo el esquema de negocio actual.

- **Rivalidad entre competidores (MEDIO)**

El mercado formal de servicios de limpieza tiene ya varios actores, muchos de ellos ofrecen en la actualidad el servicio por aplicativo. Se suman, también, las agencias de empleo donde se puede encontrar personal de limpieza para personas naturales y las empresas formales que pueden expandir sus operaciones a personas naturales.

Adicionalmente, el mercado informal se encuentra generalizado atendiendo a una publicidad de “boca a boca” y también a través de recomendaciones entre amigos, vecinos y familiares. En este punto podemos mencionar también, que el mercado no se encuentra totalmente organizado. Y es fácil atacar a los competidores a través de referencias negativas en sus redes sociales o en el mismo “boca a boca”. No existe una empresa posicionada como líder en el mercado, ni diferencias en el servicio.

- **Poder de negociación de los clientes (BAJO)**

Los clientes a los que apunta el servicio tienen poca fidelización, pueden cambiar rápidamente de personal de limpieza, sin embargo, no tiene mucho poder de negociación con respecto al precio del servicio y a las actividades a realizar, se ven muchos casos de personas que, por ejemplo: limpian solo sala, comedor y cocina, pero no ventanas y baños.

Adicionalmente, los servicios de limpieza están relacionados con la salud de la persona y se ubican segundos en la escala de Maslow, por lo que las familias estarían dispuestas a destinar parte de sus ingresos a la limpieza de sus hogares.

Por otro lado, los socios tendrían un nivel de negociación bajo dado que no se brindarán tarifas diferenciadas y los mismos no se encuentran agrupados para generar negociaciones.

- **Sustitutos (MEDIA)**

Teniendo en cuenta la oferta tecnológica existente (dispositivos IOT, robots de limpieza, lavavajillas, etc.) cada vez más variada y barata, estos dispositivos aún requieren acciones directas de los consumidores y adicionalmente, solo proporcionan funcionamiento pleno y eficiente en situaciones controladas. Sin embargo, en el futuro cercano se considera un potencial sustituto para algunos segmentos económicos.

Adicionalmente, de acuerdo con la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2021), el nivel de informalidad laboral ascendió al 78.2% al cierre de septiembre de 2021, esto supondría que algunos trabajadores informales pueden ofrecer diversos servicios, como el de limpieza, y aumentar más la competencia desleal (informal).

Con respecto a los socios, existen sustitutos inmediatos como empresas formales de limpieza para instituciones privadas y estatales, agencias de empleo, redes sociales, Marketplace y las referencias directas por publicidad de “boca a boca”.

- **Poder de Proveedores (BAJA)**

Debido a que no se requiere una tecnología o insumos especializados se cuenta con una amplia oferta de proveedores para la solución propuesta.

Desde el punto de vista de la plataforma tecnológica, esta se desplegará en nube por lo que se tiene una oferta variada de proveedores de este tipo de servicios, para el

desarrollo y almacenamiento de la misma, con costos variables y fácilmente adaptables al nivel de crecimiento del negocio.

Adicionalmente, el tipo de negocio de intermediación se basa principalmente en conectar dos grupos de interesados, como son los socios de limpieza. Tomando la experiencia de otros modelos de negocio de intermediación como Uber, Rappi y UpWork, han sabido mantener la cantidad de sus socios a pesar de los constantes aumentos de comisiones, debido a que estas plataformas ofrecen mecanismos que les garantizan servicios y confiabilidad en comparación a que ellos hagan dichas actividades por sí solo.

Conclusión de las 5 fuerzas competitivas

Tomando en cuenta que la entrada de nuevos competidores en el mercado es muy probable debido a que se tiene una barrera de ingreso muy baja y que la oferta es fácilmente copiable, se debe tomar en cuenta que el factor diferenciador debe ser el uso de tecnología y las formas innovadoras de agregar valor a la oferta y maximizar el tiempo e ingresos de los socios. Este punto ayudará también a generar economías en costos debido a que nos enfrentamos a un mercado en donde la rivalidad entre competidores es media, sin embargo, tomando en cuenta que el poder de negociación de proveedores es bajo esto proporciona una oportunidad para mejorar tarifas y minimizar costos, a su vez, la generación constante de feedback entre consumidores y socios, permitirá generar una base de usuarios fidelizados a través del entendimiento de sus problemáticas particulares y adaptación rápida para brindar las mejores soluciones.

Siendo el poder de negociación de los clientes un aspecto calificado como bajo, se tiene cierta holgura para el manejo de las tarifas, sin dejar de lado que la mayor garantía que la plataforma espera brindar es un precio justo por un trabajo específico siendo sus beneficiarios directos tanto los consumidores, al recibir el mejor servicio, como los socios al pertenecer a una dinámica de negocio que protege su esfuerzo y genera oportunidades de mejoras constantes. Finalmente, a raíz de la situación actual el mercado de limpieza tenderá a crecer debido a la necesidad de especialistas que brindan un toque humano al servicio

ofrecido atendiendo al reclamo de búsqueda de seguridad y confianza al abrir las puertas de los domicilios al ingreso de personas ajenas para brindar un servicio tan importante y del que se espera la mejora calidad del mercado.

3.3 Análisis Benchmarking

3.3.1 Benchmarking – Competidores Locales y Extranjeros

En el siguiente cuadro se muestra la oferta de los principales competidores locales y extranjeros, información que nos es útil para tener un mayor conocimiento del contexto en donde vamos a incursionar.

Tabla 4: Cuadro comparativo de principales competidores

Generalidades	Hadas	Loop	Aliada	Clintu
País(es)	Perú	Perú	México	España
Contacto por chat	Si, whatsapp	Si, whatsapp	Si, whatsapp	Si, whatsapp
Servicios	Limpieza para hogares u oficinas	Limpieza para hogares u oficinas	Limpieza, lavado, planchado y cocina a domicilio para hogares	Limpieza para hogares y empresas, servicios otros
Diferencial	Tus servicios están asegurados con RIMAC y plan de suscripción	Se garantiza la calidad y se brinda oportunidad a migrantes de Venezuela	Profesionales de limpieza de forma rápida y segura	Garantía de Satisfacción y tus servicios están asegurados con AXA
Atenciones Programadas	Si	Si	Si	Si
Medio de contacto	Redes sociales, e-mail y plataforma Web	Aplicación, redes sociales y plataforma Web	Aplicación, redes sociales, e-mail y plataforma Web	Aplicación, redes sociales, e-mail y plataforma Web
Plataforma Web	Si	Si	Si	Si

Redes Sociales	WhatsApp, Facebook, Instagram	WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube	WhatsApp, Facebook	WhatsApp, Facebook
Plataforma Móvil	No	Android/IOS	Android/IOS	Android/IOS
Geolocalización	Si	Si	Si	Si
Socios evaluados y garantizados	Si	Si	Si	Si
Medio de Pago	Tarjeta de débito o crédito	Tarjeta de débito o crédito	Tarjeta de débito o crédito	Tarjeta de débito o crédito

Elaboración: Autores de la Tesis

Se consideran las siguientes funcionalidades o características como promedio en los competidores:

- El usuario tiene la posibilidad de interactuar con personal de la plataforma para poder realizar consultas, dudas, seguimiento, reclamos, etc.
- Las plataformas promueven su uso como medio para contactar, consultar, cotizar, retroalimentar, etc.
- Se tiene buena presencia en redes sociales Facebook, Instagram, WhatsApp, LinkedIn, etc. Es importante contar con ellas y generar contenido regularmente para ganar presencia en el mercado.
- Se tiene buenas prácticas con respecto al proceso de selección de socios para que formen parte de la plataforma. Es importante considerarlas y optimizarlas, con el objetivo de garantizar seguridad y experiencia por parte de los socios que seleccionemos.

Asimismo, se cuenta con la funcionalidad de valoración de socios y usuarios que brindan y reciben el servicio. Con ello se puede tener campañas de reconocimiento focalizadas, con el fin de reconocer y premiar a los mejores dentro del ranking.

3.3.2 Análisis Comparativo

Se ha identificado que todos hacen uso de los medios digitales y la mayoría tiene aplicación móvil para las dos principales plataformas móviles Android/IOS. Los servicios ofrecidos incluyen como mínimo servicio a domicilio y a las oficinas, con posibilidad de programación y en algunos casos con opciones de suscripciones a planes con el objetivo de tener precios más convenientes. Entre las propuestas diferenciales encontramos, convenios con aseguradoras, convenios con empresas de ventas de productos de limpieza, monitoreo del servicio, filtros de control de calidad, oportunidad a sectores determinados de la población, atención continua al cliente, etc.

Conclusiones de Benchmarking

Se ha identificado que Loop pone mayor énfasis en su aplicación, redes y aporte social mientras que Hadas busca diferenciarse a través de los convenios, seguros, variedad de servicios y suscripción. En cuanto a las empresas extranjeras Aliada ofrece una mayor variedad de servicios de calidad y Clintu propone la garantía y seguro de sus servicios.

Por lo tanto, hemos identificado las características y funcionalidades de nuestros competidores para poder identificar lo mínimo a ofrecer y poder plantear nuestros servicios diferenciados para lograr ingresar y posicionarnos en el mercado.

Conclusión de Capítulo. De acuerdo con el análisis de los factores que afectan el entorno del negocio vemos que el Perú ha sabido mantener una estabilidad económica en los últimos veinte años pese a la incertidumbre que genera la crisis política. Con la reactivación post pandemia se proyecta el crecimiento de su PBI. Por otro lado, de acuerdo con el INEI Lima es una de las ciudades con mayor crecimiento poblacional el cual refuerza nuestro campo de aplicación del plan de negocio.

También se concluye que la entrada de nuevos competidores en el mercado es muy probable ya que las barreras de ingreso son bajas y la oferta es fácil de reproducir. El factor diferenciador y formas innovadoras de agregar valor al cliente de la mano de la tecnología

serán factores claves para el éxito del negocio. Finalmente, el mercado de limpieza tenderá a crecer debido a la situación actual.

CAPÍTULO 4: MODELO DE NEGÓCIO

En el presente capítulo se utilizarán las herramientas “Value Proposition Canvas” y “Lean Canvas” que permitirán realizar el análisis del modelo de negocio para definir claramente la propuesta de valor a los dos mercados que nos dirigimos, conociendo las actividades de los clientes, sus alegrías, sus dolores y como nuestra propuesta a través de los servicios le brinda generadores de alegrías y aliviadores de dolores. Asimismo, identificar el segmento de clientes, los early adopters, la relación con los clientes, los canales, las alianzas claves, las actividades claves, los recursos claves, la estructura de costos y las fuentes de ingresos.

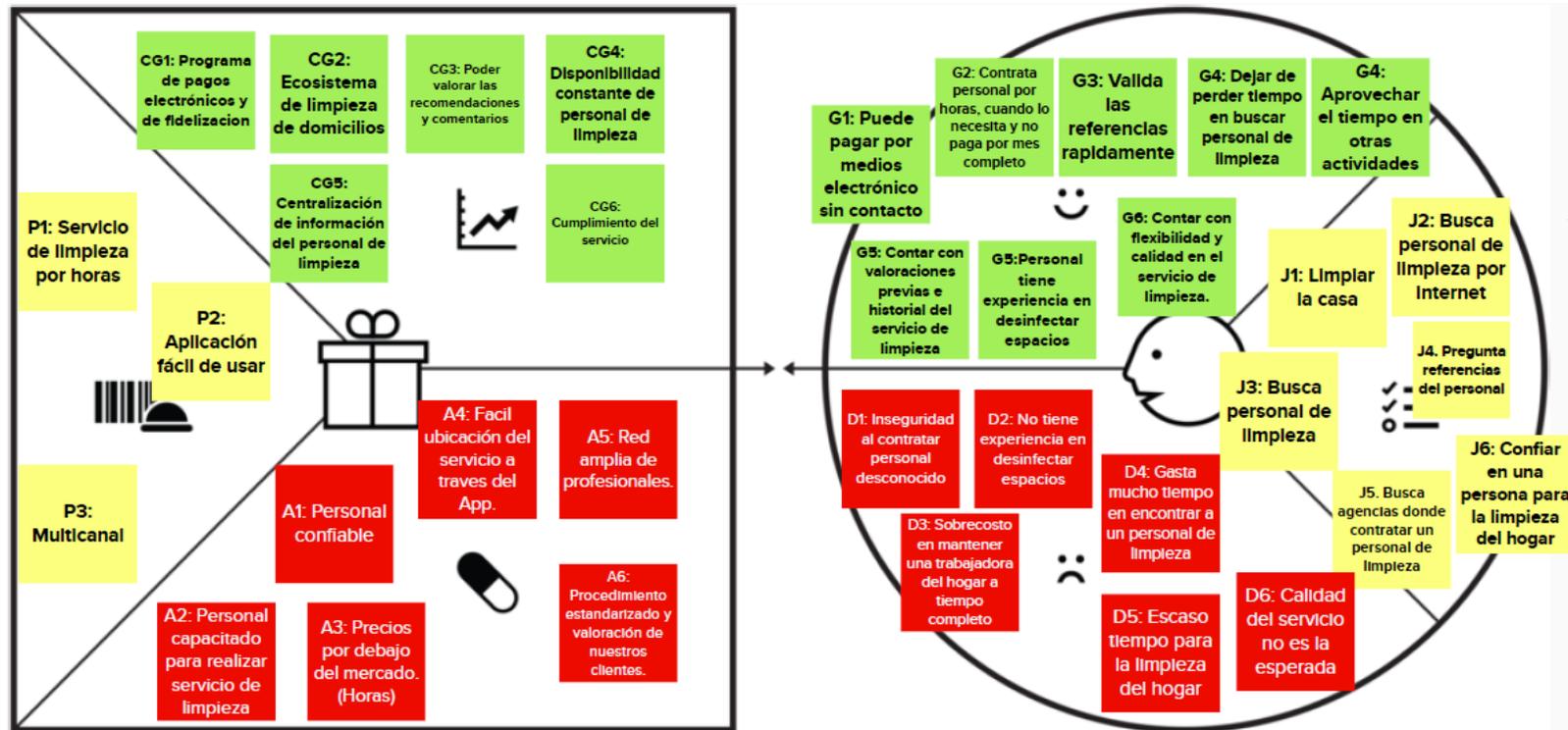
Modelo de Negocio Propuesta de Valor

A continuación, vamos a trabajar el modelo de negocio para ambos clientes (Usuarios finales y Socios). La intención de dividir el modelo es que se entienda de manera sencilla cuales son los posibles dolores, aliviadores de ambos clientes; y cuál sería la propuesta de valor que vamos a proponer.

4.1 Value Proposition Canvas – Usuario Final

En el siguiente value proposition canvas se hace foco en el entendimiento de los principales problemas del usuario final del servicio de limpieza del hogar con el fin de proponer características del producto y servicio alineadas con la mitigación y solución de los problemas identificados.

Figura 7: Value Proposition Canvas – Usuario Final



Elaboración: Autores de la tesis

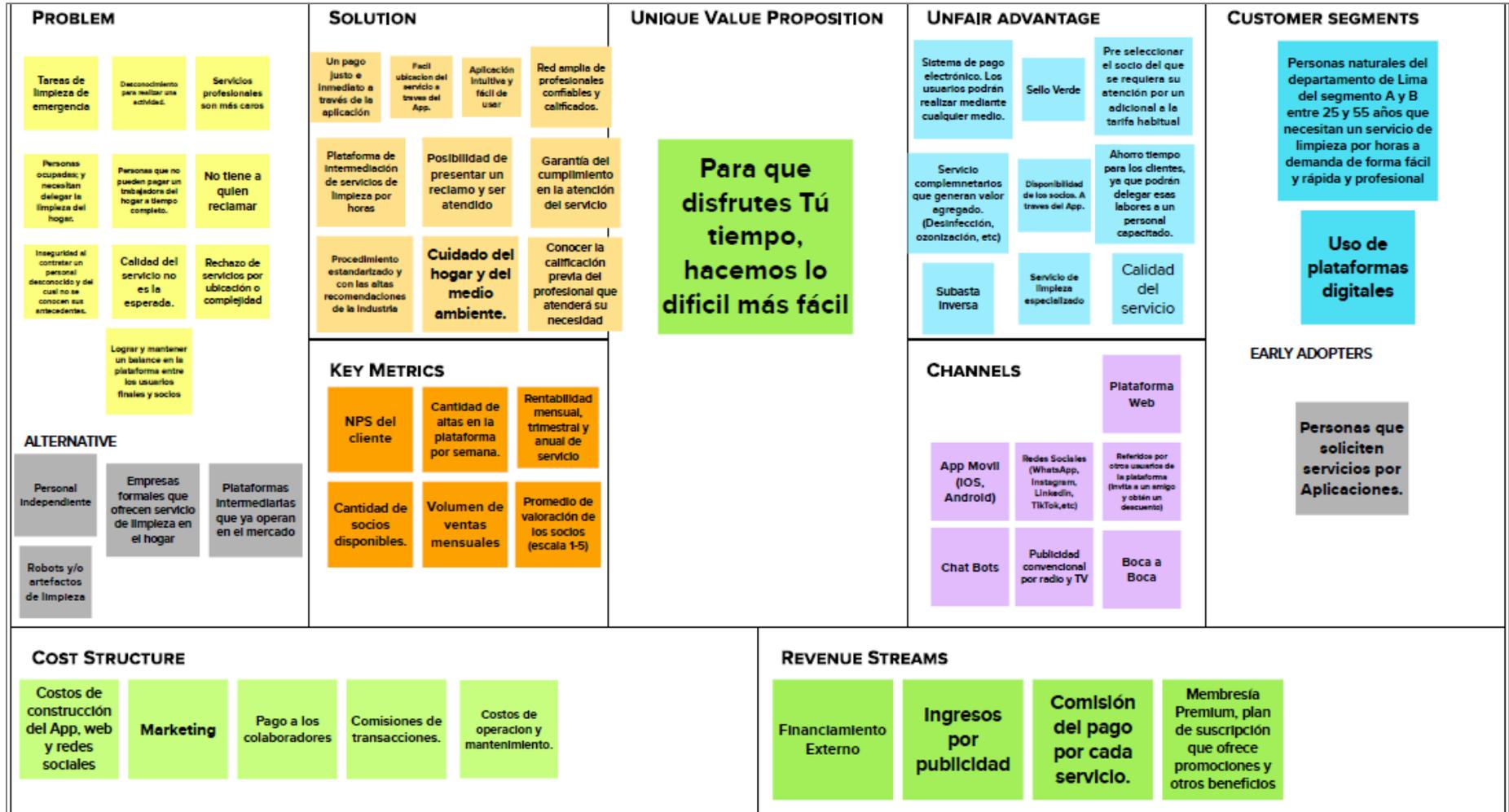
4.1.1 Propuesta de Valor – Usuario Final

“Para que disfrutes tú tiempo, hacemos lo difícil más fácil.”

Nuestra propuesta de valor implementa un modelo de negocio en donde la practicidad y facilidad de uso son constantes, y acompañan al cliente, a lo largo de todo el proceso, desde identificar qué tipo de servicio se requiere, pasando por la definición de las horas en las que se debe ejecutar el servicio e incluso la posibilidad de pre seleccionar al profesional que se desea para el servicio o validar las calificaciones anteriores del profesional que asigna la plataforma hasta el proceso de seguimiento y feedback durante y después del servicio y finalmente el pago de manera rápida, segura y sencilla.

De esta forma aseguramos que, en esta nueva normalidad, y la realidad de la pandemia global, la necesidad de los clientes de seguridad, flexibilidad y confianza al contratar servicios de limpieza sea satisfecha a un precio justo.

4.1.2 Lean Canvas – Usuario Final



4.1.2.1 Análisis del Lean Canvas – Usuario Final

Problema

El problema para esta propuesta de negocio en el lado “Cliente” surge por la necesidad de los miembros del hogar para delegar la limpieza; así como, por el desconocimiento de realizar la actividad. Pero uno de los problemas más resaltantes es de la inseguridad al contratar un personal desconocido y del cual no se conocen sus antecedentes. Es por ello, que a través de nuestra plataforma de intermediación no solamente pretendemos cubrir dichos problemas dado que tendrá una atención personalizada a través de la plataforma. Sino que permitirá subsanar los altos costos que implica contratar a un personal de agencia por las nuevas leyes que surgen en el país.

Finalmente, entre otros posibles problemas identificamos los siguientes:

- Personas que no pueden pagar una trabajadora del hogar a tiempo completo.
- Los usuarios no tienen a quien reclamar, por la calidad del servicio.
- Inseguridad al contratar un personal desconocido y del cual no se conocen sus antecedentes.
- Rechazo de servicios por ubicación o complejidad.

Alternativa

Ante el problema identificada y descrita. Encontramos como alternativas o sustitutos que puedan ser una posible amenaza a nuestro modelo de negocio los siguientes:

- Personal independiente.
- Empresas formales que ofrecen servicio de limpieza en el hogar.
- Plataformas intermediarias que ya operan en el mercado.
- Robots y/o artefactos de limpieza.

Solución

La solución propuesta es la creación de una plataforma digital de intermediación que conecte a los hogares con personal independiente que realiza el servicio de limpieza a domicilios, inicialmente en Lima Metropolitana y, a largo plazo, a nivel nacional e internacional. En ello, un miembro del hogar podrá solicitar mediante esta plataforma digital una persona que realice un buen servicio de limpieza desde cualquier lugar en donde se encuentre. Del mismo modo que el miembro del hogar puede seleccionar al socio de su preferencia, la plataforma digital también podrá asignar de forma automática, basado en las características del hogar, distancia y calificación del socio. Como punto diferenciador se podrá reforzar el seguimiento del servicio en todo momento a través de la actualización constante con fotografías y videos tomados por el profesional que realiza el servicio de limpieza permitiendo que el cliente mantenga un registro audio visual. Adicionalmente, la plataforma permitirá la transmisión en vivo del servicio si así lo requiere el cliente.

Métricas Claves

Para el presente negocio, se tomaron en cuenta las siguientes métricas claves, las cuales, evaluarán el rendimiento de la plataforma digital propuesta:

- NPS del Cliente
- Cantidad de altas en la plataforma
- Rentabilidad mensual, trimestral y anual del servicio
- Cantidad de socios disponibles
- Volumen de ventas mensuales
- Valoración promedio de los Socios (escala 1 – 5)

Ventaja Competitiva

- Utilización de pasarelas de pago electrónicas
- Calificación eco amigable (Sello Verde) que permitirá destacarse con respecto a otros competidores.
- Seguimiento y registro del servicio a través de fotografías, videos y transmisión en vivo si el cliente lo requiere.

- Preselección de socio favorito para los servicios
- Alternativas adicionales al servicio de limpieza, que se podrán contratar como servicios adicionales.
- Relación de confianza entre socio y cliente, reforzada por el uso y retroalimentación de la plataforma.
- Arquitectura de alta disponibilidad en nube.
- Funcionalidad de subasta inversa para trabajos específicos, programados, que busquen el menor costo del mercado.
- Especialización de los socios de la plataforma a través de convenios
- Foco en la calidad del servicio final y seguimiento de las sugerencias y retroalimentaciones de los clientes.

Canales

Para dar soporte a la plataforma digital, se emplearán los siguientes canales:

- Aplicación móvil, donde el cliente podrá descargarlo en sus dispositivos móviles (Smartphones) desde la Play Store de Google, App Store de Apple y App Gallery de Huawei.
- Sitio Web, en donde los visitantes podrán obtener más información sobre la empresa, descargar la aplicación y podrá solicitar los servicios de limpieza.
- Redes sociales, para la difusión del negocio, así como para generar una comunidad con nuestros usuarios. Del mismo modo, se utilizará para poder interactuar con nuestro público, generar contenido relevante y generar fidelidad con nuestros consumidores. Entre las redes sociales se manejan: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok y WhatsApp.

Segmentos de Clientes

Personas naturales de Lima Metropolitana que necesitan un servicio de limpieza por horas y a demanda, de forma fácil, rápida y profesional. Nuestros clientes tienen un perfil tecnológico, podrán usar sin ningún problema un aplicativo.

El lanzamiento se realizará inicialmente sólo para el departamento de Lima, dentro del sector definido. Hacia adelante se prevee la expansión de la atención a través de la plataforma.

Primeros Clientes

Primeros clientes que soliciten el servicio. En Perú y en el mundo a raíz de la pandemia el % de solicitudes de servicios por aplicaciones o plataformas se incrementó. Haciendo a estos usuarios nuestro primer nicho de mercado.

Se lanzará campañas de marketing one to one para identificar a nuestros primeros clientes que tengan la necesidad de contar con un servicio de limpieza.

Estructura de Costos

- **Costos de desarrollo del aplicativo, página web y redes sociales**

Se consideran el costo de desarrollo del aplicativo móvil, de la página web. Esto incluye servicios de desarrollo correctivo y evolutivo y licencias de uso. Asimismo, se va a tener en cuenta las pautas publicitarias de forma periódica para publicitar los servicios.

- **Costos de Marketing**

Costos relacionados al desarrollo de estrategias de marketing para lanzar y posicionar la marca en el mercado.

- **Pago a los colaboradores**

Costos relacionados a la nómina de personal permanente de la empresa a cargo de la administración, atención al cliente, etc.

- **Comisiones de transacciones**

Se refieren a los costos relacionados a las transacciones realizadas entre las diversas plataformas, o en el uso de las tarjetas de crédito.

- **Costos de operación y mantenimiento**

Se refieren a los costos que se incurren por mantener la operación de las plataformas con el objetivo de tener una atención continua a los clientes.

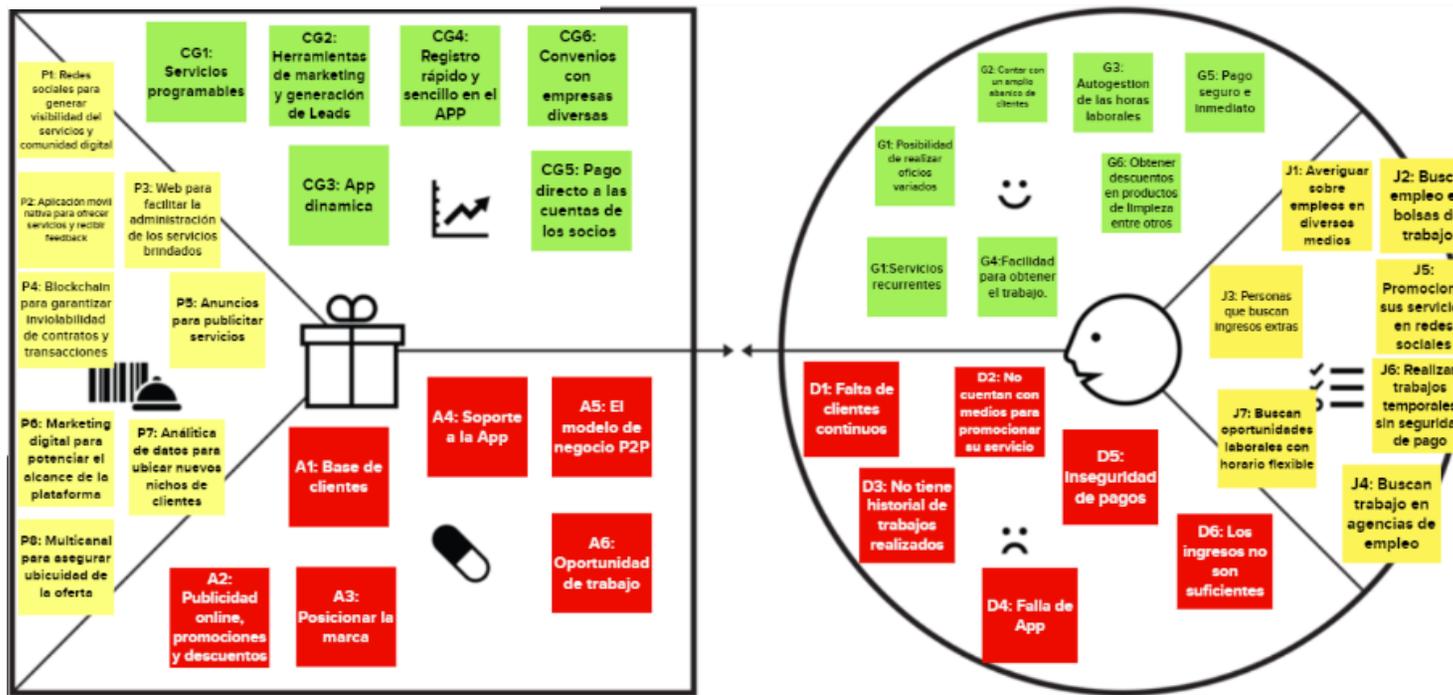
Flujo de Ingresos

El modelo de ingresos de CleanApp depende por completo de sus tarifas de comisión por servicio. Cada servicio generará un pago y una trazabilidad que permitirá identificar exactamente el flujo del dinero. Existirá una tarifa flat para cada servicio la misma puede variar según el tipo de servicio.

4.2 Value Proposition Canvas – Socio

En el siguiente value proposition canvas se hace foco en el entendimiento de los principales problemas desde el punto de vista del socio usuario de la plataforma con el fin de proponer características del producto y servicio alineadas con la mitigación y solución de los problemas identificados.

Figura 8: Value Proposition Canvas – Socio



Elaboración: Autores de la tesis

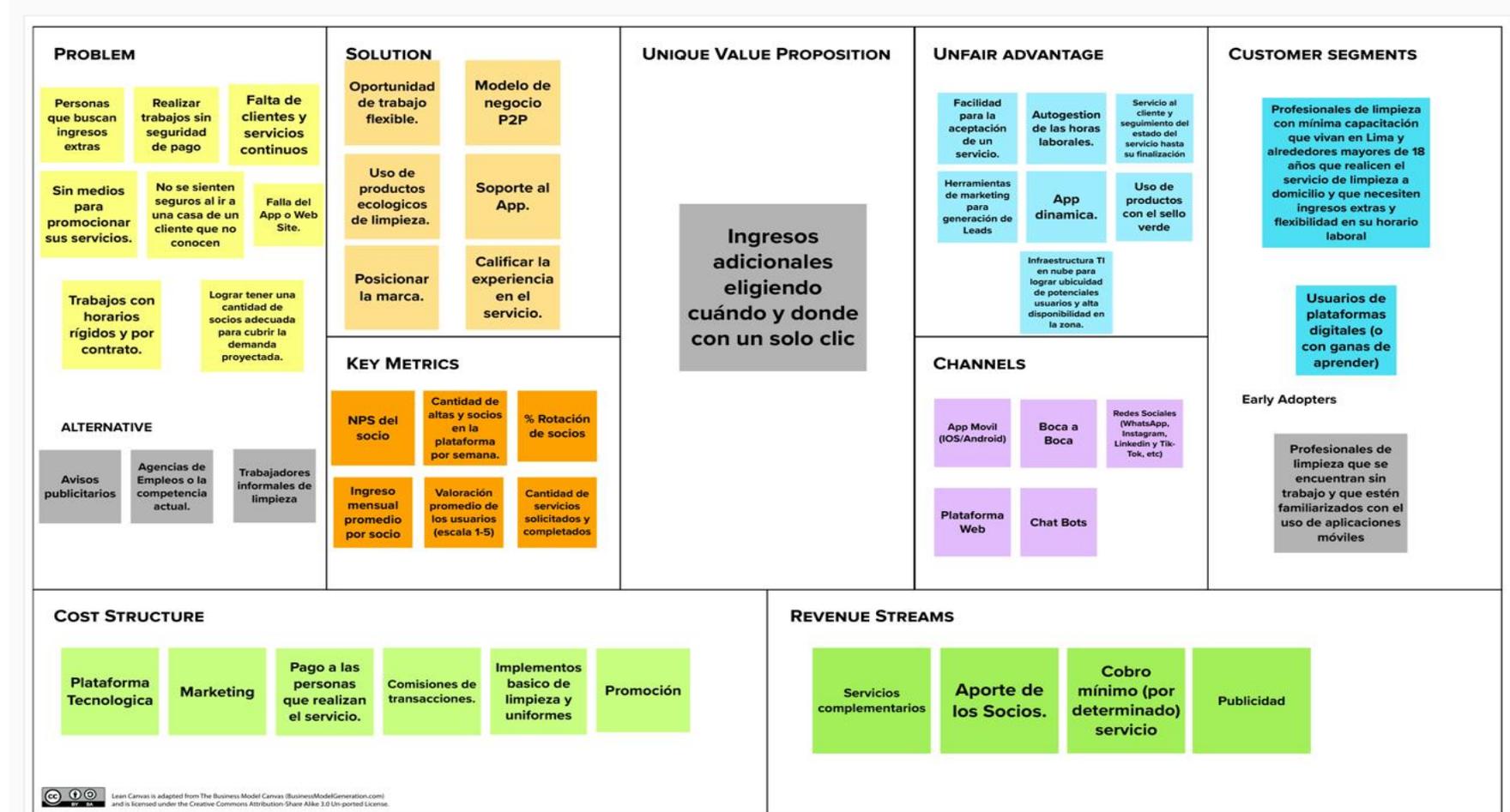
4.2.1 Propuesta de Valor – Socio

“Ingresos adicionales eligiendo cuándo y dónde con un solo clic.”

La propuesta de valor entregada al socio de limpieza consiste en darle un espacio donde pueda obtener mayores clientes e ingresos en la actividad donde es experto. Tendrá una mayor visibilidad de su trabajo y obtendrá referencias fiables que podrá ser usado para conseguir nuevos clientes. Como trabajador independiente, tendrá la potestad de decidir el horario que puede realizar servicios de limpiezas para que pueda ser contratado. A diferencia de otras aplicaciones donde tiene que gastar tiempo y dinero en movilizarte por la ciudad para encontrar servicios, en este modelo de negocio, el socio sólo se movilizará cuando tenga un servicio programado en una hora pactada. Además, tendrá la modalidad de colocar su propia tarifa como subasta para un determinado servicio.

Todo ello está respaldado por un modelo de negocio que garantice la facilidad de uso, seguridad en los pagos y confianza en el contratante. Además, tiene la posibilidad de validar las calificaciones anteriores de los clientes que forman parte de la plataforma hasta el proceso de seguimiento y feedback durante y después del servicio.

4.2.2 Lean Canvas – Socios



4.2.2.1 Análisis del Lean Canvas – Socios

Problema

El problema para esta propuesta de negocio en el lado “Socio” surge por la necesidad de las personas que necesiten generar ingresos adicionales o que se encuentran sin trabajo como profesionales del sector limpieza. Asimismo, porque no disponen de medios para promocionar sus servicios y también por el temor de ser estafadas por empresas o plataformas que brindan o intermedian estos servicios. Es por ello, que a través de nuestra plataforma de intermediación no solamente pretendemos cubrir dichos problemas; sino que también tendrá una atención personalizada a través de la plataforma. Se busca entregar una ventaja al socio ayudándolo a generar “ingresos extras seguros”, con los horarios que ellos dispongan.

Entre otros posibles problemas identificamos los siguientes:

- Falta de clientes y servicios continuos
- No se sienten seguros al ir a una casa de un cliente que no conocen.
- Disponibilidad 24/7
- Bajos salarios
- Trabajos con horarios rígidos, por contrato y con alta rotación de personal
- Falla del App o Web Site.

Alternativa

Ante el problema identificada y descrita. Encontramos como alternativas o sustitutos que puedan ser una posible amenaza a nuestro modelo de negocio los siguientes:

- Avisos publicitarios.
- Agencias de Empleos o la competencia actual.
- Trabajadores informales de limpieza.
- Otras actividades donde no se tenga experiencia y con salarios muy bajos.

Solución

El socio encuentra una oportunidad de trabajo flexible, que le permite decidir qué días y en qué horarios brindará el servicio de limpieza. Se logra a través de un modelo de negocio de dos caras que crezca en ambos lados y genere una sinergia positiva que se retroalimenta. Asimismo, se contempla usar productos ecológicos de limpieza que garantizan nuestro compromiso con el medio ambiente. Lo indicado nos permitirá posicionar la marca brindando un servicio de calidad, monitorear el feedback de la satisfacción del servicio y su calidad percibida.

Métricas Clave

Para el presente negocio, se tomaron en cuenta las siguientes métricas claves, las cuales, evaluarán el rendimiento de la plataforma digital propuesta.

- Cantidad de alta de nuevos socios a la plataforma
- Valoración promedio de los socios.
- Número de solicitudes completadas.
- NPS del socio
- Porcentaje de rotación de socios.
- Ingreso mensual por socio.

Ventaja Competitiva

- Tendrá apertura a un público mucho más grande
- El socio tendrá la potestad para elegir los horarios donde estará disponible para realizar servicios de limpieza.
- Se tiene la información de los servicios solicitados y evaluación de usuarios, lo que permite que el socio tenga facilidad de aceptar, o no, un servicio de acuerdo con la retroalimentación que le muestra la plataforma.

- Se tendrá un seguimiento integral del servicio, desde la solicitud hasta la finalización del servicio y se presentarán posibles mejoras en la atención desde la perspectiva del socio.
- Acceso a descuentos de empresas que forman parte de nuestras alianzas comerciales.

Canales

La plataforma principal será la aplicación móvil, que estará disponible tanto para Android, iOS y Harmony OS. Asimismo, contará con una plataforma web que nos permita ser visibles a través de los principales buscadores. Se considera la publicidad boca a boca y la generación de contenido a través de las redes sociales, con el objetivo de poder ingresar y posicionarnos en el mercado. Por otro lado, se va a considerar chatbots para responder preguntas frecuentes y disminuir el costo operativo de tareas repetitivas en cuanto a información frecuente de nuestros servicios.

Segmento de Clientes

Profesionales de limpieza o personas mayores a 18 años con mínima capacitación en temas de limpieza de viviendas que residan en Lima y alrededores, y que necesiten ingresos extras y flexibilidad en su horario laboral.

Primeros Clientes

Profesionales de limpieza que se encuentran sin trabajo y que estén familiarizados con el uso de aplicaciones móviles.

Estructura de Costos

Para el presente negocio, se consideran los siguientes costos:

- Desarrollo y mantenimiento (correctivo y evolutivo) de las aplicaciones móviles en iOS, Android y Harmony, así como del sitio web.
- Mantenimiento de la infraestructura tecnológica.
- Pago de planillas del personal administrativo

- Costos asociados al marketing y promoción del negocio
- Pago de comisiones por transacciones a los procesadores de pago
- Adquisición de implementos básicos de limpieza y uniformes para los socios.

Flujos de Ingreso

Ingresos por el uso del aplicativo. Cobro mínimo por servicio. Existirá una tarifa flat para cada servicio. La misma puede variar según el tipo de servicio.

A manera de conclusión, se tiene que a través de las herramientas utilizadas que el modelo de negocio tiene la capacidad de crear valor para el cliente, con una propuesta clara tanto para los socios como para los usuarios.

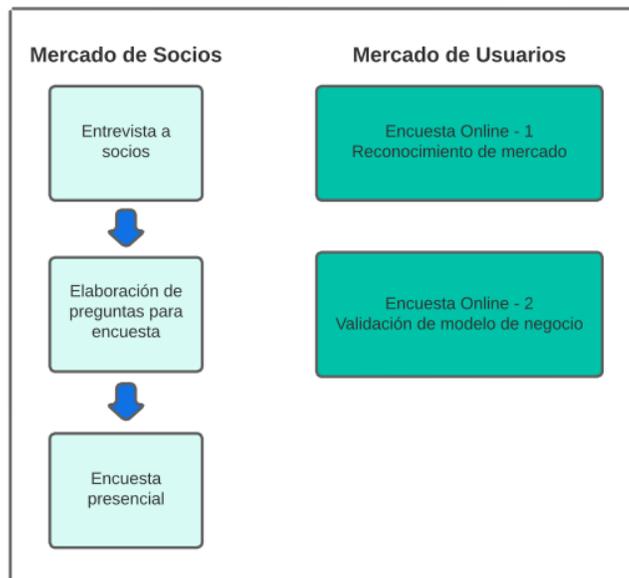
CAPÍTULO 5: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo se detalla como objetivo general de la investigación de mercado la validación de la idea de negocio presentada en los capítulos anteriores con el mercado de servicios de limpieza para hogares, asimismo determinar si la existencia del presente negocio colmará las expectativas de los socios y usuarios que interactuaron a través de la plataforma. Asimismo, nos brindará la línea base para realizar el análisis financiero necesario para validar la rentabilidad del presente negocio.

5.1 Esquema de Estudio de Investigación de Mercado

A continuación, se presenta el esquema de la idea de negocio para la cual se ha realizado la investigación de mercado:

Figura 9: Esquema de Estudio de Investigación de Mercado.



Elaboración: Autores de la Tesis

5.1.1 Estudio de mercado: Socios

Nuestro mercado objetivo será delimitado por las personas que realizan trabajos independientes de limpieza; y que se encuentran ubicados en la ciudad de Lima Metropolitana.

A continuación, enumeramos los principales objetivos específicos para el estudio de mercado de socios:

- Como fuente primaria utilizaremos el método *cuantitativo (entrevista)* y *Cuantitativo (encuesta)* para:
 - Identificar el interés del socio de limpieza en formar parte del plan de negocio propuesto.
 - Saber si los socios de limpieza aprovechan las funcionalidades de su smartphone.
 - Saber el nivel de carga de trabajo para identificar si el plan de negocio propuesto les ayudaría a aumentar sus ingresos y si estarían dispuestos a pagar un mínimo por el uso del aplicativo.
 - Identificar el nivel de disponibilidad de los socios de limpieza para atender urgencias en diferentes horarios.

5.1.1.1 Método Cualitativo - Entrevista del Socio

Hemos realizado entrevistas a 8 personas que se desempeñan como trabajadores independientes en el rubro de servicios de limpieza, las entrevistas fueron realizadas en el mes de mayo del 2022. En tales entrevistas, tuvimos con objetivo conocer el contexto de cada persona entrevistada, su día a día y las razones o motivaciones que tienen para brindar los servicios de limpieza. Las respuestas que brindaron fueron muy útiles para preparar una encuesta orientada a validar si nuestra idea de negocio satisfacía las expectativas de los potenciales socios, asimismo complementar con nuevas ideas al negocio de la retroalimentación obtenida. Esta entrevista se detalla en el “**Anexo 1**” de la presente tesis.

Tabla 5: Características de los participantes

Participantes	Edad	Ocupación
Participante 1	64	Trabajadora de Limpieza
Participante 2	43	Limpieza/Cuidado de niños
Participante 3	47	Asistente del hogar
Participante 4	54	Servicios de limpieza
Participante 5	40	Empleada del hogar/niñera
Participante 6	45	Emprendedora/trabajadora independiente
Participante 7	29	Trabajadora de Limpieza
Participante 8	45	Trabajadora de Limpieza

Elaboración: Autores de la Tesis

- **Cobertura geográfica**

La muestra estuvo acondicionada de socios de diferentes distritos de Lima Metropolitana, así como también otros ubicados en viviendas, residencias y centros comerciales ubicados en 4 distritos, siendo éstos: San Borja, Pueblos Libre, Surquillo y Los Olivos. Se escogió los distritos por conveniencia, considerando las referencias que los autores de la tesis pudieron conseguir para las entrevistas.

Tabla 6: Cobertura Geográfica

Item	Zona	Distrito	Lugar de la Entrevista
1	Lima Norte	Los Olivos	Vivienda
2	Lima Centro	Surquillo	Residencia
3	Lima Centro	Pueblo Libre	Residencia
4	Lima Centro	San Borja	Vivienda y Centro Comercial

Elaboración: Autores de la tesis.

La información recolectada en las entrevistas fue clasificada en los siguientes dos partes:

- **Parte I. Análisis del Entorno.** ¿Quiénes son y que hacen? Se obtuvo los datos generales del socio y de los servicios que ofrece actualmente, con el fin de conocer su rutina diaria y su contexto.

- **Parte II. Validación del negocio.** Posterior a conocer al socio con las preguntas de la parte I, realizamos una pequeña presentación de la propuesta de negocio. Luego, se realizaron algunas preguntas para las cuales los socios nos retroalimentaron con sus respuestas y comentarios con respecto a lo presentado.

5.1.1.2 Método Cuantitativo - Encuesta del Socio

Muestra

- **Criterios para la selección de la muestra**

En primera instancia lo imprescindible será la definición de la muestra, a través de la identificación de los socios potenciales. Asimismo, vamos a delimitar la población que será motivo de estudio; y sobre la cual generaremos resultados.

En concordancia con lo anteriormente especificado, haremos uso de encuestas, para aproximar la posible demanda potencial del servicio planteado. A su vez, nos permitirá conocer el total de trabajadores independientes que hacen uso de teléfonos inteligentes y que estarían dispuestos a utilizar la plataforma.

Finalmente, podremos determinar que la posible demanda efectiva en función a los trabajadores independientes que estarían dispuestos a utilizar la plataforma.

- **Detalles de la muestra de la encuesta**
 - **Método de recopilación de data:** A través de encuesta presencial y virtual.
 - **Universo de la muestra:** Trabajadores independientes de Lima Metropolitana del sector “Servicios Generales”.
 - **Tipo de muestreo:** Se aplico un muestreo por conveniencia. Se encuestaron a 50 socios, de los cuales 10 fueron entrevistados en agencias, 10 en centros comerciales y 30 fueron referidos por familiares y amigos.
 - **Selección de unidades de análisis:** Selección de socios a encuestar de forma conveniente.

- **Tamaño de la muestra:** 50 socios.
- **Fecha trabajo de campo:** Esto se llevó a cabo en abril y mayo del 2022.

5.1.1.3 Diseño de la Encuesta

La Después de las primeras entrevistas pasamos a desarrollar la encuesta para los socios de limpieza potenciales. La información recabada en las entrevistas nos sirvió para orientar las preguntas de la encuesta general.

La encuesta que sería realizada a los socios de limpieza se compone de 23 preguntas. Los tipos de preguntas que utilizamos en la encuesta son las siguientes:

- Preguntas cerradas
- Preguntas abiertas
- Preguntas de opción múltiple
 - Con Respuesta única
 - Con Respuesta múltiple

Esta encuesta está detallada en el “**Anexo 4**” de la presente tesis.

5.1.2 Estudio de mercado – Usuario Final

5.1.2.1 Objetivos Específicos

- Identificar, dentro del grupo objetivo, la penetración del uso de dispositivos móviles.
- Identificar los servicios de limpieza en el hogar más demandados.
- Identificar la prioridad que los usuarios brindan a aspectos tales como: puntualidad, seguridad, calidad y satisfacción general de los servicios de limpieza a domicilio.
- Identificar las principales motivaciones detrás del uso de servicios de limpieza a domicilio.
- Identificar porcentaje de usuarios que conocen modelos de negocios de mercados de doble cara.
- Identificar la necesidad de recibir feedback y permitir valoración de los servicios especializados de limpieza en el hogar.

5.1.2.2 Fuentes de Información

- **Fuentes Primarias**

Resultados procesados en base a 2 encuestas desarrolladas con usuarios de servicios de limpieza en el hogar en Lima Metropolitana.

- **Fuentes Secundarias**

Cifras estadísticas obtenidas de informes de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019), Informes de Macroconsult (2021) e información publicada por INEI (2021).

5.1.2.3 Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo será delimitado por las personas que radican dentro de la ciudad de Lima Metropolitana; para el perfil de usuarios finales.

Muestra

- **Criterios para la selección de la muestra**

Hemos considerado para el caso de los usuarios que nuestro mercado objetivo está conformado por los hogares de Lima Metropolitana. A través del uso de fuentes secundarias (información de IPSOS) determinaremos este universo de usuarios.

- **Detalle de la muestra para usuarios finales**

El presente trabajo de investigación tiene como público objetivo a los hogares de Lima Metropolitana. Teniendo en cuenta ese dato proporcionado por APEIM (2021) señala que hay 2'980,118 de hogares en la geografía mencionada anteriormente, la cual es la población para el presente trabajo de investigación.

Teniendo en cuenta esa cifra, se catalogó como una población infinita. Por lo tanto, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- $Z = 1,96$ (De acuerdo con el nivel de confianza del 95%)
- $p = 0,5$ (Probabilidad de aceptación)
- $q = 0,5$ (Probabilidad de no aceptación)
- $d = 0,05$ (Error de la muestra 5%)

Para la presente investigación, se optó por un nivel de confianza del 95%, considerando un margen de error del 5% y un valor de probabilidad de éxito del 50%. Por lo tanto, la muestra para la presente investigación es de 385 hogares de Lima Metropolitana.

CAPÍTULO 6: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

6.1 Análisis de resultados de fuentes primarias

Seguidamente se presentará el análisis de los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los “socios de limpieza” como a los “clientes”.

6.1.1 Mercados de Socios

6.1.1.1 Resultado de la entrevista de socios

- **Resultado del mercado potencial**

Para esta investigación, se tomó en cuenta a la población subempleada por hora. Este tipo de trabajadores son todos aquellos que labora menos de 35 horas semanales y desea trabajar horas adicionales, por lo que está en disposición de hacerlo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo)

Según el informe de situación del mercado laboral en Lima Metropolitana elaborado por el (INEI, 2022), la población subempleada por horas del sector servicios, asciende a 389,000 trabajadores.

- **Como demanda potencial**, se calcula que un 86% posee un teléfono celular con plan de datos, el cual nos arroja un valor de 394,540 potenciales demandantes de nuestro plan de negocio.
- **Como demanda efectiva**, de los 394,540 potenciales demandantes, un 32% de ellos representan a aquellos que le gustaría formar parte del plan de negocio y además están dispuestos a pagar una tarifa por el uso de servicio. Teniendo en cuenta ello, se llega a la cantidad de 126,253 trabajadores subempleados por hora, lo cual es la demanda efectiva para el presente plan de negocio.

6.1.1.2 Resultado de las entrevistas de campo

- La entrevista de campo realizada a los trabajadores relacionados al sector servicio, tuvo como objetivo capturar las preferencias que ellos tienen sobre el sector, además de tener un panorama más claro sobre la industria.
- Como resultados relevantes tenemos:
- Un 88% de los encuestados son del sexo femenino, lo que supone una mayor concentración de este tipo de servicio en mujeres.
- Las personas en un rango de edad entre 35 y 55 años, representa un 70% del total de los encuestados. Dicha concentración va de la mano con la cantidad de años de experiencia, ya que un 42% de este grupo posee como mínimo 3 años de experiencia en el rubro. Estos números garantiza que personas expertas participen en este plan de negocio y asegure la calidad esperada por los usuarios en cada servicio.
- Del mismo modo, el 74% de los encuestados afirmaron que la realización del servicio de limpieza constituye su principal fuente de ingreso. De aquí se deduce que ese grupo de encuestados tiene una dedicación exclusiva a dicho servicio. Si a este grupo le agregamos que, sólo un 12% realiza algún tipo de publicidad para captar más clientes, entonces el plan de negocio ofrece una oportunidad para que puedan expandir su servicio.
- Finalmente, la encuesta de campo mostró una percepción positiva del plan de negocio al tener un 94% de aceptación del total de los encuestados que estarían dispuesto a utilizar nuestra propuesta. De ese 94%, un 70% afirmó que la realización de esta actividad supone su principal fuente de ingresos, por lo que se tiene una gran oportunidad de atacar este porcentaje en primer lugar.

6.1.1.3 Conclusiones del mercado de socios

Los resultados obtenidos en esta encuesta de campo, permitió consolidar la propuesta del presente plan de negocio. Prueba de ello, fue que la mayoría de los encuestados mostró su interés en formar parte de la plataforma y obtener beneficios adicionales de las que pueden tener ahora.

Del mismo modo, al conocer la operatividad de otros modelos de negocios como Uber o Rappi, permitió obtener respuestas más precisas (sin ambigüedades) en algunos puntos de la encuesta como beneficios, pago de comisiones y validación de datos personales que son básicos para garantizar la seguridad del otro lado del mercado: los usuarios que necesitan servicio de limpieza.

Finalmente, al conocer que los encuestados poseen un smartphone con datos (como mínimo uno de gama media) y que están dispuestos a usar este dispositivo para captar clientes, confirma que el principal medio debe ser la aplicación móvil para la operación del plan de negocio. **(Ver detalles en el Anexo 4)**

6.1.2 Mercado de Usuarios Finales

6.1.2.1 Determinación de la Demanda

- Según el estudio de CPI sobre la POBLACION DEL 2022 en Lima Metropolitana. Se estima que existen 11008.5 (expresado en miles de personas) los cuales representan 2833.5 (expresado en miles de hogares) hogares en Lima Metropolitana. El cual constituye nuestro mercado objetivo. (CPI, 2022)

Tabla 7: Distribución de Personas y Hogares en Lima Metropolitana.

N°	Distritos	Población	%	Hogares
1	San Juan de Lurigancho	1,191.00	10.8	295
2	San Martín de Porres	754	6.8	191.2
3	Ate	685	6.2	177.1
4	Comas	599.7	5.4	143.6
5	Villa María del Triunfo	456.9	4.2	111.3
6	Villa el Salvador	450.8	4.1	102.1
7	San Juan de Miraflores	409.3	3.7	96.7
8	Santiago de Surco	383.8	3.5	110.2
9	Los Olivos	376	3.4	97.3
10	Puente Piedra	375.2	3.4	93.3

11	Carabayllo	375.1	3.4	91.7
12	Chorrillos	361.8	3.3	89.8
13	Lima	311.8	2.8	85.9
14	Lurigancho	274.9	2.5	71
15	Independencia	243.1	2.2	58.7
16	El Agustino	228.2	2.1	55.8
17	Santa Anita	224.9	2	60
18	Rímac	202.1	1.8	52.8
19	La Victoria	200.8	1.8	55.6
20	San Miguel	180.9	1.6	50.6
21	La Molina	163.9	1.5	44.1
22	San Borja	133	1.2	38.6
23	Pachacamac	123.4	1.1	32
24	Miraflores	117	1.1	41.7
25	Surquillo	106.1	1	32.1
26	Lurín	100.1	0.9	25.2
27	Breña	99.1	0.9	27.9
28	Magdalena Vieja	97.4	0.9	29
29	Jesús María	88.3	0.8	26.2
30	Ancón	72.1	0.7	18.8
31	San Isidro	71.5	0.6	23.4
32	Magdalena del Mar	70.4	0.6	21.1
33	Lince	64	0.6	20
34	San Luis	60.3	0.5	15.9
35	Chaclacayo	49.6	0.5	12.2
36	Barranco	40.3	0.4	12.7
37	Cieneguilla	39.3	0.4	10.2
38	Santa Rosa	31.7	0.3	9.3
39	Punta Hermosa	18.2	0.2	6.2
40	Pucusana	17	0.2	4.7
41	San Bartolo	8.6	0.1	2.3
42	Punta Negra	8.2	0.1	2.2
43	Santa María del Mar	1.2	0	0.3
	Total Provincia de Lima	9,856.70	89.6	2,545.90
44	Callao	521	4.7	129.4
45	Ventanilla	358.5	3.3	90.6

46	Bellavista	87.1	0.8	22.2
47	La Perla	71.6	0.6	19.3
48	Mi Perú	51.4	0.5	12.2
49	Carmen de la Legua Reynoso	48.7	0.4	12.5
50	La Punta	4.5	0	1.4
	Total Provincia del Callao	1142.8	10.4	287.6
	Total Lima Metropolitana	11,008.50	100	2,833.50

Fuente: CPI – Población 2022

6.1.2.2 Resultado de la encuesta usuarios finales

- **Datos del cliente**

Sobre los rangos de edades la encuesta nos muestra que el 18.2% de los encuestados son mayores de 45 años, un 32% tienen edades entre los 35 y 45 años y finalmente un 49.4% es menor de 35 años.

Adicionalmente, entre los encuestados se obtuvo una paridad de géneros muy cercana al 50% (46.8% Mujeres y 53.2% Hombres).

Tomando en cuenta que el servicio se centrará, inicialmente, en Lima Metropolitana, poco más del 30% de encuestados residen en el cono norte de la capital.

Finalmente, con respecto al estado civil, 45.5% de los encuestados refirió ser soltero(a), 46.8% casado(a) y 7.8% separado(a).

Con esta información concluimos que la muestra es equilibrada para los fines de la investigación.

- **Hábitos de limpieza y conocimiento de plataformas**

Con respecto a quien se encarga de la limpieza del hogar, un 80.6% refirió encargarse él/ella mismo(a) de la limpieza y solo un 15.6% contrata a una persona específica, al cruzar dicha información con los contratiempos que refieren los

encuestados, tenemos como resultado que la gran mayoría decide realizar ellos mismos la limpieza por temas económicos, rangos horarios de atención y la poca confianza que se tiene en el personal de limpieza, lo que provoca que no se le pueda dejar desatendido mientras realizar el servicio.

Más del 50% de los encuestados toma por lo menos 2 días de la semana para las labores de limpieza y, en adición, cada día invierten por lo menos 2 horas para esta labor.

El promedio de gasto se ubica entre 100 y 300 soles mensuales en implementos y servicios de limpieza.

La mayoría de los encuestados considera que es complejo el proceso de contratación de una persona que se encargue de la limpieza del hogar y, en contraste, más del 50% de los encuestados refiere que es muy poco probable que contrate a una persona, debido a temas de seguridad, económicos, confianza, poca disponibilidad horaria. Esta información nos permite identificar las estrategias asociadas a este nicho de mercado para poder captar su interés en la propuesta de negocio con los argumentos correctos.

En su mayoría los encuestados no conocen otras propuestas de negocio con oferta o valor similar a la presentada (94.7%).

- **Sobre la propuesta de negocio**

Como parte de la encuesta, se explica a los encuestados el objetivo y el valor de la propuesta de negocio, con respecto al concepto presentado se realizaron las preguntas planteadas, obteniendo los resultados siguientes:

El 68.8% afirma que estaría dispuesto a contratar un servicio como el propuesto. Algunos puntos convenientes de la propuesta son identificados como: la seguridad planteada, la posibilidad de saber de antemano la calificación del profesional contratado y la opción de evaluarlo durante y luego del servicio. La posibilidad de pago electrónico y por consecuencia el uso de tarjeta de crédito para el pago también es considerado un punto a favor. Dentro de este grupo, el 78% estaría dispuesto a

programar por adelantado sus servicios con un profesional específico (con un costo adicional asociado). La facilidad de uso y practicidad para la contratación del servicio es importante para los encuestados.

6.1.2.3 Conclusiones de la encuesta a usuarios finales

Los encuestados se encuentran habituados al uso de plataformas **tecnológicas y móviles**, **destacan la facilidad de uso, el pago electrónico**, la simplicidad y seguridad de la plataforma, como puntos importantes y destacables de la propuesta.

Hay un gran porcentaje de encuestados que se encargan personalmente de la limpieza, las razones principales para esta decisión son la falta de confianza, seguridad y tiempo para supervisar a una persona que realice el servicio y, en menor medida, el presupuesto del servicio. Esta realidad nos permite entender las necesidades y el valor esperado por parte de los encuestados del servicio propuesto.

Un dato importante, es el rango entre S/. 100.00 y S/. 300.00 en implementos mensuales para la limpieza. Lo que permite proyectar un ticket promedio mensual con respecto al hábito de gasto ya adquirido por los encuestados.

La gran mayoría de los encuestados no ha tenido contacto directo o a través de publicidad y/o referencias de otros servicios similares a la oferta explicada, esto nos permite identificar una oportunidad de captación de este nicho de mercado tomando en cuenta la poca exposición de público objetivo.

Los valores más representativos buscados por los encuestados en esta plataforma propuesta son: seguridad, confiabilidad, practicidad, simplicidad, facilidad de pagos (a través del uso de tarjeta de crédito en plataformas digitales de pago – pasarelas). Ver detalle en los **Anexos 2 y 3**.

CAPÍTULO 7: PLAN DE MARKETING

El plan de marketing tiene como objetivo cumplir con la campaña de posicionamiento de la marca y la captación de usuarios y socios de limpieza para mantener el flujo transaccional de la plataforma CleanApp.

7.1 Objetivos

Se definen como objetivos cuantitativos los siguientes:

- Posicionar la marca de la empresa “CleanApp” en entornos digitales y medios tradicionales como la radio y la TV, para el primer año.
- Se espera crecer en número de usuarios que requieren el servicio de limpieza. Lograr una demanda del 1.5 % del servicio en Lima Metropolitana. El cual equivale a 20444 hogares.
- Se espera contar con más de 1415 socios de limpieza registrados, para el primer año.
- Incrementar las ventas de la empresa en un 5% a partir del segundo año.

7.2 Mercado Objetivo

7.2.1 Tamaño del Mercado Total

Nuestro público objetivo se encuentra en Lima Metropolitana, según CPI en el año 2022 hay 2,833.5 mil hogares en Lima Metropolitana. El tamaño del mercado potencial que podría solicitar un servicio de limpieza mediante la plataforma de intermediación es de 2,833.5 mil hogares.

Figura 10: Hogares Lima Metropolitana

 Hogares	
Total Lima Metropolitana en el 2022	2,833,500.00

Fuente: CPI (Perú Población, 2022)

Elaboración: Elaboración propia

7.2.2 Tamaño de mercado disponible

Para hacer el cálculo del Mercado disponible hemos utilizado como referencia el indicador en la encuesta "¿Qué tan probable utilizará el aplicativo CleanApp?" arrojó un 48.10%. Esto nos indica que de 2833500 hogares el 48.10% estaría dispuesto a contratar el servicio de limpieza.

Aplicamos el 48.10% a 2833500 dando un resultado de 1362914 que sería el tamaño de mercado disponible.

Tabla 8: Mercado disponible en Lima Metropolitana

Tamaño de mercado disponible = Hogares Lima Metropolitana x 48.10%	1,362,914.00
---	--------------

Elaboración: Autores de la tesis

7.2.3 Tamaño de mercado objetivo

Considerando que somos una empresa nueva en el mercado y nuestra capacidad operativa hemos planteado que solo podremos atender el 1.5 % del mercado disponible. El cual equivale a 20,444.00 hogares.

Tabla 9: Mercado objetivo en Lima Metropolitana

Mercado Operativo = Tamaño del mercado disponible x 1.5%	20,444.00
---	-----------

Elaboración: Autores de la tesis

7.3 Estimación de la demanda

Para determinar la estimación de la demanda tomamos con referencia la información del tamaño de mercado obtenida en la sección anterior. Para calcular la cantidad de servicios standard por año, se toma como dato el valor promedio de veces que los hogares han solicitado servicios de limpieza en el último año, con una frecuencia de 12 veces al año y se considera un porcentaje de crecimiento de 5% de la demanda estimada a partir del segundo año con lo cual se obtiene la siguiente tabla:

Tabla 10: Demanda estimada de servicios standard y extendido por año

Año	Demanda estimada de Servicios Standard	Demanda estimada de Servicios Extendido
1	183,993.00	61,331.00
2	193,193.00	64,398.00
3	202,853.00	67,618.00
4	212,995.00	70,998.00
5	223,645.00	74,548.00

Elaboración: Autores de la tesis

Se ha dispuesto un periodo de evaluación limitado de cinco años para el plan de negocio. Consideramos que es muy factible lograr el 1,5% del mercado disponible ya que el sector que busca servicios de limpieza está en aumento en el Perú.

7.4 Público Objetivo

Usuarios que demandan el servicio

Los Usuarios son las personas que solicitan un servicio de limpieza a través de la plataforma y tienen la siguiente segmentación:

- Hogares de Lima Metropolitana.
- El público objetivo representa aproximadamente 20444 familias.

Adicionalmente, gracias a las encuestas realizadas, se pudo obtener las siguientes variables:

- Están familiarizados con los medios digitales.
- Cuentan con internet en móvil o wifi en casa.
- Por lo general buscan personas recomendadas, luego investigan por redes sociales.
- A la mayoría les ha tomado más de 2 horas buscar a un trabajador de limpieza.
- La mayoría ocasionalmente ha quedado satisfecha con los trabajos.
- La mayoría prefiere interactuar en el móvil.

- Los atributos que más valoran son la seguridad y la calidad del servicio.

Socios de limpieza

Los socios de limpieza son personas mayores de 18 años quienes realizan la atención de cada requerimiento solicitado mediante la app por los usuarios demandantes, estos estarán especializados principalmente en la limpieza de casas y departamentos.

Además, en las entrevistas exploratorias y encuestas los potenciales socios de limpieza indicaron que:

- El medio principal para usar es el móvil, donde más interaccionan con WhatsApp o redes sociales.
- Los socios ven como un gran atributo la oportunidad de tener nuevos clientes mediante la App.

7.5 Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor implementa un plan de negocio en donde la practicidad y facilidad de uso son constantes, y acompañan al cliente, a lo largo de todo el proceso, desde identificar qué tipo de servicio se requiere, pasando por la definición de las horas en las que se debe ejecutar el servicio e incluso la posibilidad de pre seleccionar al profesional que se desea para el servicio o validar las calificaciones anteriores del profesional que asigna la plataforma hasta el proceso de seguimiento y feedback durante y después del servicio y finalmente el pago de manera rápida, segura y sencilla.

7.6 Nombre y logo

El nombre de la empresa es Clean App y se creó el logo con la siguiente línea gráfica.

Figura 11: Logo CleanApp



Elaboración: Autores de la tesis

7.7 Marketing mix

7.7.1 Producto

CleanApp ofrece una herramienta fácil de utilizar para la intermediación entre profesionales de limpieza y clientes que requieran sus servicios.

7.7.2 Plaza

Inicialmente, CleanApp centra su oferta de servicio en Lima Metropolitana. Sin embargo, al ser una plataforma totalmente digital las posibilidades de expansión de sus servicios a otros territorios son favorables.

7.7.3 Promoción

CleanApp basa su publicidad principalmente en medios digitales (web, redes sociales, etc.). Se incluyen también facilidades para publicidad boca a boca a través de recomendaciones directas entre sus clientes y socios.

7.7.4 Precio

CleanApp basa sus tarifas en un estudio del mercado y competencia, por horas del servicio.

Tabla 11: Precio del Servicio

Servicio	Horas	Valor con IGV
Standard	5	S/ 99.99
Extendido	8	S/ 149.99

Elaboración: Autores de la tesis

7.7.5 Personas

- Se consideran colaboradores para labores administrativas y de atención al cliente.
- Se van a crear oportunidades de trabajo para muchos socios de limpieza en Lima. La plataforma servirá de intermediario entre los socios de limpieza y los hogares que requieren el servicio.
- Se planea monitorear la reputación de la empresa y mejorar continuamente.

7.7.6 Procesos

El servicio incluye: Que el trabajador o trabajadora de limpieza pueden realizar las siguientes actividades según las indicaciones del cliente. El trabajador de limpieza podrá barrer, aspirar, trapear, encerar según el tipo de limpieza.

- Ordenar ropa limpia, organizar artículos y ayudar a otra persona a mover muebles pesados. Estas indicaciones son con la supervisión del cliente.
- Lavado de vajilla o cualquier artículo de cocina que se solicite.

Figura 12: Proceso de limpieza



Elaboración: Autores de la tesis

7.7.7 Evidencia física

La estrategia de presencia física será directa a través de la app que se diseñará para que de manera rápida y con simples pasos el cliente pueda observar los siguientes aspectos:

- Quienes somos
- Qué servicios ofrecemos
- Principales ventajas de nuestro servicio
- Reserva de servicio de limpieza
- Múltiples formas de pago
- Promociones y descuentos
- Atención de consultas

7.8 Presupuesto de marketing

Se ha proyectado un presupuesto de marketing para los primeros años, siendo el Año1 en el cual se invierte más en marketing y en el Año 0 se creará una campaña de expectativa en

redes sociales como parte del proceso de lanzamiento de la plataforma de intermediación CleanApp. Este presupuesto incluye los costes para incrementar la visibilidad de la marca en canales digitales, incremento de visibilidad en medios tradicionales como la radio y la TV.

Tabla 12: Presupuesto de Marketing

Presupuesto de Marketing					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
S/ 34,000.00	S/ 196,200.00	S/ 146,000.00	S/ 106,000.00	S/ 73,000.00	S/ 54,600.00

Elaboración: Autores de la Tesis

Tabla 13: Objetivo y estrategia del presupuesto de marketing

Presupuesto de Marketing							
Objetivo	Estrategia	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
O1: Posicionamiento de la marca de la empresa CleanApp en entornos digitales y medios tradicionales como la radio y la TV para el segundo trimestre del primer año.	Incrementar la visibilidad de la marca en canales digitales como Instagram, Facebook, Youtube y Tiktok.	S/ 14,000.00	S/ 84,000.00	S/ 72,000.00	S/ 54,000.00	S/ 30,000.00	S/ 21,600.00
	Incrementar el posicionamiento de la marca en la radio	S/ 8,000.00	S/ 8,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
	Incrementar la visibilidad de la marca en a TV	S/ 12,000.00	S/ 24,000.00	S/ 12,000.00	S/ 8,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
O2: Crecer en número de Usuarios	Incrementar número de usuarios mediante canales digitales	S/ 0.00	S/ 10,000.00	S/ 8,000.00	S/ 7,000.00	S/ 5,000.00	S/ 3,000.00
	Incrementar número de usuarios mediante campañas de suscripción	S/ 0.00	S/ 10,800.00	S/ 6,000.00	S/ 5,000.00	S/ 4,000.00	S/ 3,000.00
O3: Crecer en número de Socios de Limpieza	Incrementar número de socios de limpieza mediante canales digitales	S/ 0.00	S/ 12,000.00	S/ 8,000.00	S/ 7,000.00	S/ 6,000.00	S/ 5,000.00
	Incrementar número de socios de limpieza mediante campañas de suscripción	S/ 0.00	S/ 10,800.00	S/ 12,000.00	S/ 6,000.00	S/ 5,000.00	S/ 3,000.00

O4: Incrementar las ventas de la empresa en un 5% en entornos digitales	Incrementar las ventas mediante la web oficial.	S/ 0.00	S/ 21,600.00	S/ 12,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 3,000.00
	Incrementar las ventas mediante el App	S/ 0.00	S/ 15,000.00	S/ 10,000.00	S/ 8,000.00	S/ 7,000.00	S/ 5,000.00
Total		S/ 34,000.00	S/ 196,200.00	S/ 146,000.00	S/ 106,000.00	S/ 73,000.00	S/ 54,600.00

Elaboración: Autores de la Tesis

7.9 Conclusión

En el plan se han detallado diferentes estrategias del Marketing Mix. La estrategia de lanzamiento de la plataforma y el posicionamiento de la marca en redes sociales. Todos los costes proyectados en el plan de marketing serán incluidos en el plan financiero que será detallado en los siguientes capítulos.

Asimismo, nuestra manera de captación de socios se desarrollará a nivel de estrategias que sean atractivas para los socios. A continuación, detallamos las más resaltantes:

- Se utilizará estrategia de referidos en el cual se pueda recompensar por cada “socio de limpieza” que se recomiende. (Bono extra en el próximo servicio)
- Anuncios en plataformas online.
- Garantizando una amplia cobertura a nivel de Lima Metropolitana para que no tengan que desplazarse a grandes distancias.
- Ofreciendo una gran base de clientes, que permita priorizar este servicio.

CAPÍTULO 8: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

El objetivo del capítulo es el de plasmar en cómo se va a constituir, organizar y estructurar la empresa para llevar satisfactoriamente este Plan de Negocio. También se detallan aspectos relacionados a:

- La estructura organizativa
- La contratación de personal
- Descripción de perfiles y roles de cada puesto de trabajo

Todo esto con la finalidad de llevar a cabo las operaciones de la empresa según lo planificado en base a los objetivos del negocio.

8.1 Diseño Organizacional y formación de la empresa

La empresa se forma con una junta de 5 socios, por las características de estos la empresa estaría en modalidad de “persona jurídica” denominada como “Sociedad Anónima” y toma por nombre “CleanApp”.

Los pasos para la constitución de esta son los tradicionales al ser persona jurídica y son los siguientes:

- Búsqueda y reserva de nombre
- Minuta de constitución
- Apertura de cuenta corriente
- Escritura pública
- Inscripción en Registros Público
- Registro de marca y logotipo
- Testimonio de empresa
- Inscripción de RUC
- Contrato de trabajadores.
- Inscripción de trabajadores en SIS
- Legalización de libros contables
- Impresión de comprobantes de pago
- Licencia de funcionamiento municipal

- Autorizaciones y permisos especiales

Se ha estipulado una inversión equitativa y única durante la constitución y operación del primer año de servicio. Esto asciende a S/ 250,000.00. Asimismo, se detallan algunos gastos iniciales para la constitución de la empresa. De esto se espera un retorno de inversión en los 2 primeros años.

8.1.1 Gastos de constitución

Se denominan únicos para la apertura y fundación de la empresa.

Tabla 14: Gastos de Constitución

Gastos	Montos
Constitución de empresa	S/ 588,24
Registro RUC	S/ 29,41
Registro de Marca	S/ 176,47

Elaboración: Autores de la tesis

8.1.2 Gastos Tecnológicos

Se denominan únicos e indispensables para poder operar el plan de negocio a través de la plataforma de intermediación. Los montos se presentan a 5 años donde se plantea el retorno de inversión al 2do año de operación. El detalle de estos gastos se presenta en el plan de tecnológico.

8.1.3 Gastos de Marketing y Otros

Se denominan únicos e indispensables para promover la marca e impulsar el crecimiento de la empresa. Asimismo, para abastecer a cualquier área o imprevisto que surja en el camino. Los montos se presentan a 5 años donde se plantea el retorno de inversión al 2do año de operación. El detalle de estos gastos se presenta en el plan de marketing.

8.2 Gestión de los Recursos Humanos

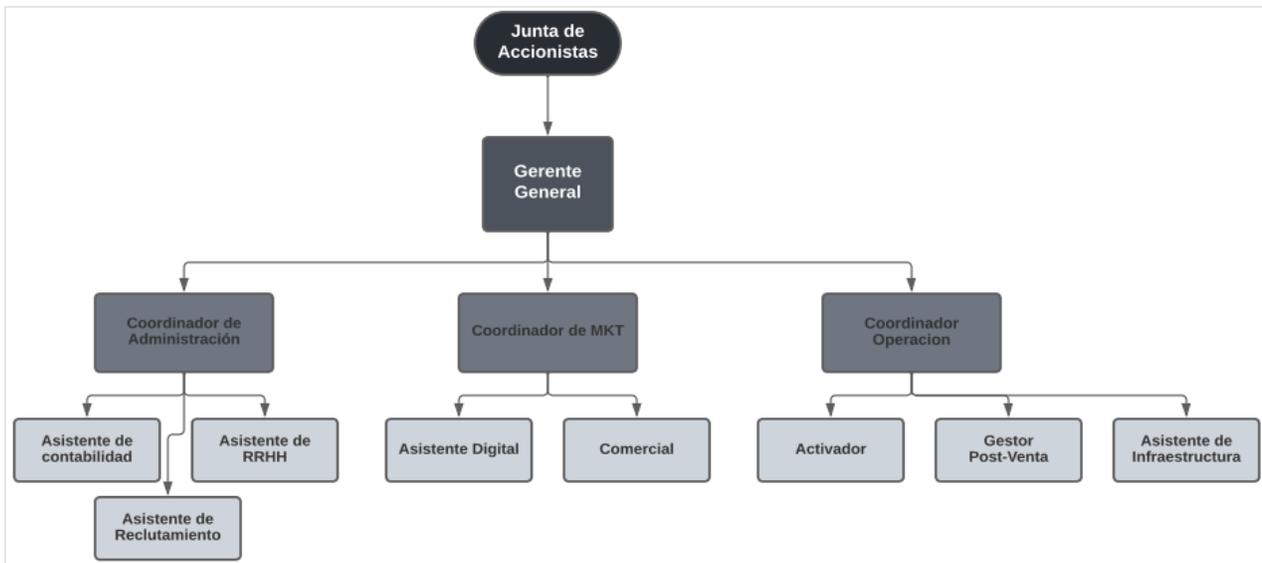
8.2.1 Estructura organizacional y Organigrama

La estructura organizacional de CleanApp estará compuesta por un Gerente General que le reportará directamente a la junta de accionistas. También tenemos un responsable de administración y recursos humanos, un responsable de contabilidad y finanzas, un responsable de marketing y comercial, un responsable de operaciones y tecnología y un

asesor postventa que formarán parte de la planilla de la empresa. Para lograr los objetivos en cuanto a valores monetarios se externalizarán la creación de la plataforma de intermediación, así como la selección del personal, alquileres de equipamiento y entre otros. De esta forma haremos sostenible la empresa.

A continuación, se presenta el organigrama de CleanApp:

Figura 13: Organigrama CleanApp



Elaboración: Autores de la tesis

8.2.2 Descripción del personal

A continuación, se detalla los cargos que conforman la empresa.

- **Gerente General**

Es el máximo ente y representante legal de la empresa, encargado de asumir liderazgo y darle la orientación necesaria a CleanApp a través de un pensamiento disruptivo que genere procesos, políticas y pautas apropiadas y acordes al plan de negocio de la compañía para lograr el objetivo empresarial.

- **Coordinador de Administración**

Encargado de supervisar y accionar a los asistentes de cada área para lograr la correcta inclusión de personal, el pago y sostenibilidad de la compañía.

- **Asistente de RRHH:** Encargado directo de la gestión contractual y pagos de planillas a colaboradores de la empresa. realizar contratos y planillas de personal. Finalmente, desplegara políticas y directrices propias del área para generar un clima laboral óptimo para el colaborador.
 - **Asistente de Reclutamiento:** Encargado de velar el correcto proceso de reclutamiento y selección. Esto participando del proceso hasta su finalización.
 - **Asistente de Contabilidad:** Encargado directo de llevar el tema contable y legal de empresa. Así como el trámite documentario y gestión optima del pago a proveedores y las correspondientes obligaciones tributarias.
- **Coordinador de Marketing**

Encargado de supervisar y coordinar al equipo comercial, así como al equipo digital. Dado que este equipo es la columna vertebral para lograr las metas e ingresos para la compañía.

 - **Comercial:** Es rol es fundamental para posicionamiento de la marcar, empresa y sostenibilidad de esta por ello entre sus principales actividades se destaca:
 - Campañas para impulsar y posicionar la marca.
 - Gestión de mercado para robustecer el plan de negocio.
 - Diferenciar nuestra plataforma de intermediación a través de estrategias de marketing.
 - Apoyo directo a lograr los valores monetarios proyectados.
 - **Asistente Digital:** Apoyo directo al equipo comercial para lograr los objetivos trazados. Entre sus funciones destacan:
 - Gestionar una lista de contactos.
 - Preparar hojas de cálculo para clientes y mantener registros en Internet.
 - Programar reuniones.
 - Apoyo directo al estudio de mercado.

- **Coordinador de Operaciones**

Responsable directo de la disponibilidad de nuestra plataforma de intermediación, así como del CX y UX de nuestros clientes (Socio y Usuario Final). Esto con la finalidad de lograr los objetivos empresariales.

- **Gestor Postventa:** Responsable de mantener la continuidad del servicios y atención directa a las consultas, reclamos y/o cualquier inconveniente que surja durante la operación del servicio. El mismo también será fundamental para apoyar al CX y UX de nuestros clientes.
- **Activador:** Encargado de que las altas o registros de los socios, así como de los usuarios se hagan correctamente en el App. También se encarga de la correcta activación de las promociones a nivel lógico en el sistema.
- **Asistente de Infraestructura:** Encargado de resolver cualquier issue operativo que se presente en cuanto a la conectividad y operatividad de la plataforma (Switches, servidores, mantenimientos, etc.)

8.2.3 Reclutamiento y Selección del Personal

El equipo de recursos humanos de la compañía a través del asistente de reclutamiento ejecutará los procesos de reclutamiento y selección. El mismo será supervisado y con participación directa del responsable del área.

El filtro final para la elección del recurso humano a contratar será mediante una entrevista final que será conformada por el gerente general y 1 socio accionista. De esta manera se pretende validar que el recurso a contratar es el idónea para el puesto y tiene la misma directriz del negocio.

8.2.4 Pago de planilla al Personal

Se denominan únicos e indispensables para que la empresa funcione a través de los miembros que la conforman. En la tabla se proyectó el pago por cada “cargo” en relación con 15 remuneraciones anuales. Los pagos serán sin variación alguna durante los primeros 2 años que es el año donde se plantea el retorno 1er de inversión. Posterior a ello se harán incrementos salariales.

Tabla 15: Pago de Planilla al Personal

Gastos de Planilla	Monto Mensual	Gratificación (1 x año)	CTS (1 x año)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	S/ 7,000.00	S/ 7,000.00	S/ 4,550.00	S/ 95,550.00				
Coordinador de Administración	S/ 1,550.00	S/ 1,550.00	S/ 1,007.50	S/ 21,157.50				
Asistente de contabilidad	S/ 1,025.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 12,300.00				
Asistente de RRHH	S/ 1,075.00	S/ 1,075.00	S/ 698.75	S/ 14,673.75	S/ 14,673.75	S/ 29,347.50	S/ 29,347.50	S/ 29,347.50
Asistente de Reclutamiento	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00	S/ 666.25	S/ 13,991.25				
Coordinador de Marketing	S/ 1,700.00	S/ 1,700.00	S/ 1,105.00	S/ 23,205.00				
Asistente Digital	S/ 1,025.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 12,300.00	S/ 12,300.00	S/ 12,669.00	S/ 12,669.00	S/ 12,669.00
Comercial	S/ 1,700.00	S/ 1,500.00	S/ 975.00	S/ 22,875.00	S/ 22,875.00	S/ 45,750.00	S/ 68,625.00	S/ 68,625.00
Coordinador Operación	S/ 2,200.00	S/ 2,200.00	S/ 1,430.00	S/ 30,030.00	S/ 30,030.00	S/ 30,030.00	S/ 32,132.10	S/ 32,132.10
Activador	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00	S/ 666.25	S/ 13,991.25	S/ 13,991.25	S/ 27,982.50	S/ 27,982.50	S/ 27,982.50
Gestor Postventa	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 715.00	S/ 15,015.00	S/ 15,015.00	S/ 30,030.00	S/ 45,045.00	S/ 45,045.00
Asistente de Infraestructura	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00	S/ 666.25	S/ 13,991.25	S/ 13,991.25	S/ 27,982.50	S/ 27,982.50	S/ 27,982.50
Pagos Anuales				S/ 289,080.00	S/ 289,080.00	S/ 369,995.25	S/ 409,987.35	S/ 409,987.35

Elaboración: Autores de la tesis

8.3 Conclusión

Se concluye que la empresa será legalmente creada y lanzada al mercado y por su estructura organizacional pretende ser ágil y con la suficiente robustez para operar y brindar un servicio de alta calidad que pueda satisfacer a las 2 caras del negocio. (Socio y usuario final)

CAPÍTULO 9: PLAN DE OPERACIONES

En el presente capítulo, se desarrolla el plan de operaciones para el plan de negocio propuesto.

9.1 Objetivos:

- Definir los flujos de actividades del negocio que garantice la eficiente operación del plan de negocio.
- Definir la ubicación e instalaciones para el normal funcionamiento de la empresa.
- Elaborar las políticas de calidad para el óptimo funcionamiento de la empresa.
- Establecer los indicadores de calidad que permitan evaluar el desempeño de los procesos de negocios.
- Establecer el presupuesto para el inicio de operaciones.

9.2 Estrategia de Operaciones

Las estrategias planteadas en el presente trabajo están en concordancia con la visión y misión del plan de negocio, las cuales, en conjunto con las demandas del mercado, hace que la empresa se enfoque en la calidad del servicio, seguridad y excelencia hacia los clientes.

Por otro lado, al ser un negocio que recién se está iniciado, se optó por mantener una estrategia flexible utilizando *lean startup*, la cual permitirá a la empresa adaptarse a los cambios mediante el desarrollo iterativo del producto. Del mismo modo, a fin de no incurrir en costos fijos y enfocarnos en el crecimiento del negocio, se optó por usar servicios tercerizados para los procesos de apoyo de la compañía.

9.3 Gestión de operaciones

Debido En esta sección, se describe el tipo de instalaciones físicas para la operación de la empresa, la infraestructura tecnológica a utilizar y la descripción de los procesos principales de la compañía.

9.3.1 Instalaciones

Dado al plan de negocio planteado y la política de no incurrir en muchos costos fijos, se optó por no tener oficinas físicas para la operación del negocio. Para las labores administrativas, se decidió por el trabajo remoto. Sin embargo, se habilitarán 3 espacios de trabajos mediante WeWork, las cuales servirán para aquellos trabajadores puedan asistir de manera presencial en caso tengan inconvenientes en realizar el trabajo remoto. El costo total por estos espacios asciende a S/. 904.80 soles mensuales al tipo de cambio actual.

9.3.2 Diseño del servicio

El servicio será de intermediación entre las personas naturales que desean contratar personal para la limpieza de su domicilio y las personas naturales que realizan actividades de limpieza de forma voluntaria e independiente. Para tal fin, se dispondrá de una plataforma tecnológica para conectar ambos públicos. Dicha plataforma tecnológica será una aplicación móvil y un sitio web.

Toda transacción y comunicación será a través de la plataforma tecnológica puesto a disposición a los usuarios finales como a los socios independientes de limpieza. En ella, se efectuará la contratación, seguimiento, pago y calificación del servicio. La plataforma tecnológica permitirá también la comunicación entre los participantes a través de un chat en tiempo real, encontrar soluciones y presentar reclamos por parte de los clientes

Finalmente, las calificaciones dejadas por los usuarios en cada servicio, servirá como entrada para otros usuarios que deseen contratar a un determinado socio independiente de limpieza.

9.3.3 Comisiones

Para el cálculo de las comisiones, se tomó en cuenta las comisiones que ofrecen modelos de negocios similares y de diferentes rubros, como son la intermediación de taxi y de repartidores de comida.

Al 2022, los negocios de intermediación de taxis tienen un rango de comisiones muy dispareja. InDriver, por ejemplo, es la empresa que cobra la comisión más baja al ubicarse

en 9,5% por servicio. Luego, se tiene a Cabify que cobra entre un 15% y 25% dependiendo del tipo de servicio que ofrece (economy, Little-corp y Executive-corp) y finalmente Uber, con un 25% por viaje. De ello, podemos apreciar que la estrategia es la diferenciación por precio para ganar más mercado (La República, 2022).

Por el lado las intermediaciones de repartidores, el porcentaje de comisión también es variado. Tanto Rappi como Pedidos Ya tienen una comisión que oscila entre 20% a 30% del valor de la venta. Sin embargo, estas comisiones son consideradas demasiado altas por los restaurantes. Por este motivo, un 70% de cevicherías están optando por tener su propio servicio de reparto (Perú Retail, 2022).

Teniendo en cuenta la experiencia de dos modelos de intermediación, es que se optó por plantear una comisión del 10% teniendo en cuenta el estándar de los modelos mencionados anteriormente.

9.3.4 Infraestructura tecnológica

Se tendrá plataforma tecnológica optimizada para aplicativos móviles y estarán disponibles en Google Play Store, App Store de Apple y en App Gallery para que nuestros clientes puedan descargarlos y solicitar dichos servicios. De la misma manera, se tendrá habilitada un sitio web donde, además de ser un sitio web informativo, nuestros clientes podrán contratar los servicios de limpieza. Estas plataformas, también estarán disponibles para los socios independientes de limpieza para que puedan gestionar sus servicios asignados, así de como visualizar el dinero generado con su trabajo.

9.3.5 Gestión de la calidad

Para brindar un servicio de calidad, se ha considerado medir en base a tres dimensiones: satisfacción del cliente, seguridad y usabilidad de la plataforma tecnológica. Con ello, se busca aumentar la fidelización de ambos públicos objetivos y, por ende, la recomendación de uso de dicho plan de negocio.

Para ello, se procederá a utilizar una encuesta que incluya preguntas de cada una de las dimensiones, las cuales se detallan en el **Anexo 5**. Encuesta de satisfacción posterior al servicio.

Por otro lado, a manera de complementar los resultados de las encuestas, se decidió realizar las siguientes acciones de forma recurrente:

- Evaluar constantemente el nivel de satisfacción de los usuarios que soliciten un servicio de limpieza. Esta medición se basará en un sistema de calificación con tres escalas de valoración: “Deficiente”, “Normal” y “Satisfactorio”. Al final de cada mes, se hará una ponderación de todas las calificaciones recibidas por el socio y, en caso de acumular por dos meses consecutivos una valoración promedio de 3, se procederá a suspender la cuenta por 7 días y se le facilitará acceso a una biblioteca de materiales para que pueda mejorar su servicio. Si luego de esa suspensión, sigue acumulando una valoración promedio menor o igual a 3, se procederá a suspender la cuenta por 30 días. Si aun así persiste la baja valoración, se procederá a inactivar la cuenta de forma definitiva.
- Monitorear constantemente el rendimiento la aplicación móvil y del sitio web para mejorar la experiencia del usuario. Dichos monitoreos consistirán en:
 - Pruebas de estrés para medir la disponibilidad y estabilidad de la aplicación móvil y del sitio web.
 - Pruebas de seguridad para mitigar ataques cibernéticos de diversa índole.
 - Análisis de mapa de calor y de interacción de la web.
 - Pruebas de A/B testing, tanto a nivel de la aplicación móvil como del sitio web.
 - Evaluar los comentarios sobre el rendimiento de la aplicación móvil y del sitio web que los usuarios escriben en las tiendas de aplicaciones como en las redes sociales.
- Concretar alianzas comerciales con los principales bancos y tiendas de artículos de limpieza para otorgar beneficios y descuentos especiales para sus clientes.
- Realizar la mejora continua a los procesos de la empresa.

9.3.6 Gestión de los proveedores

En esta sección, se describirán los criterios para la contratación de proveedores, así como los proveedores seleccionados para cada servicio utilizado en nuestros procesos.

Los criterios para utilizar serán los siguientes:

- Experiencia en el mercado
- Facturación anual
- Clientes del rubro
- Flexibilidad de contrato
- Rapidez de soporte
- Precio

Teniendo en cuenta lo anterior y complementando con nuestro juicio de experto y experiencias previas, se escogieron a los siguientes proveedores:

Tabla 16: Relación de proveedores por tipo de servicios

Tipo de servicio	Proveedor	Página web
Arrendamiento de espacios de trabajo	WeWork	https://www.wework.com/es-LA
Validación de identidad	RENIEC	https://www.gob.pe/13545-solicitar-acceso-al-servicio-de-verificacion-de-identidad-de-personas-en-reniec-acceder-a-servicio-de-consultas-en-linea-via-internet https://www.gob.pe/13551-solicitar-acceso-al-servicio-de-verificacion-de-identidad-de-personas-en-reniec-utilizar-web-service-biometrico-facial
Evaluación psicológica	Evaluar	https://www.evaluar.com
Arrendamiento de computadoras	Leasing	https://leasein.pe/alquiler-de-laptops/

Herramientas ofimáticas	Movistar	https://empresas.movistar.com.pe/office-365-tv
Líneas móviles	Movistar	https://empresas.movistar.com.pe/planes
Facturación electrónica	Efact	https://www.efact.pe
Procesador de pago	Culqi	https://culqi.com/precios/
Servicio de contabilidad	Cepefodes	https://www.cepefodes.org.pe/servicios/conta-facil

Elaboración: Autores de la tesis

Para la confección de uniformes que serán destinados a los socios independientes de limpieza, se usarán los proveedores de Gamarra, debido a la experiencia, calidad de confección y precio que ellos ofrecen.

9.3.7 Selección de socios de limpieza

Para la evaluación de ingreso de los socios de limpieza, se tomó como referencia lo indicado en las encuestas realizadas al público objetivo, de las cuales hacen referencia a la seguridad y validación de identidad. Por ello, se pedirá a todos los postulantes que desee prestar sus servicios con nosotros, a que se registren por internet para realizar los siguientes documentos:

- Formulario de datos personales
- Fotografía reciente (autorretrato)
- Documento Nacional de Identidad
- Certificado Único Laboral para Personas Adultas (Certiadulto) o Certificado Único Laboral para Jóvenes (Certijoven)

Una vez que el postulante haya subido los documentos mediante la plataforma, se procederá a validar la identidad de la persona con todos los documentos enviados. De la misma

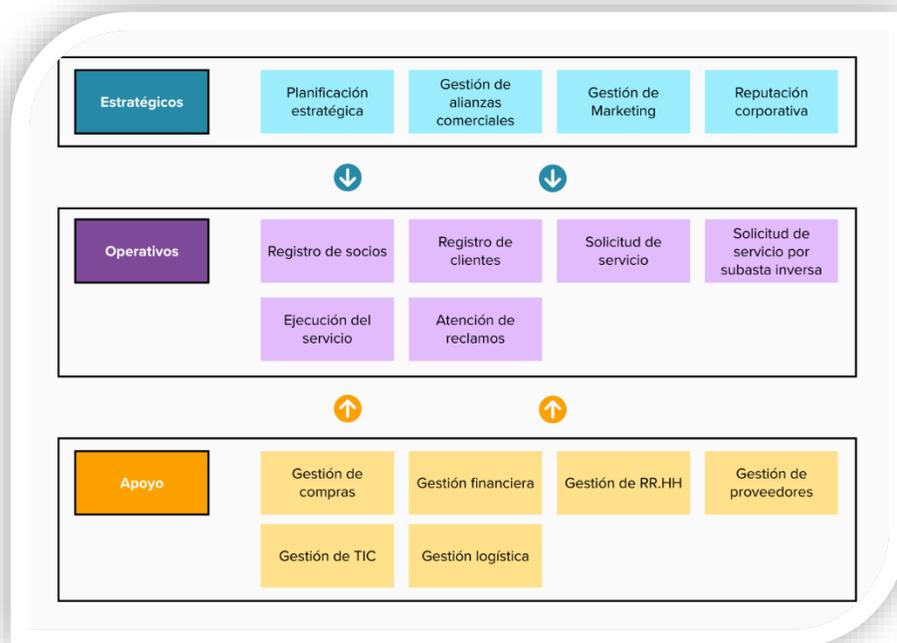
manera, se hará uso del servicio de validación de datos proveída por la RENIEC a fin de realizar una doble validación de los datos. Este servicio tendrá un costo de S/. 0.7 por validación biométrica y S/. 1.2 por validación de identidad a nivel 2. En caso de que el postulante cumpla con los requisitos mínimos, se procederá a evaluarlo psicológicamente para determinar si está apto a dar el servicio o no. Esta evaluación psicológica será a través de una plataforma tecnológica de terceros, el cual tiene un costo de S/. 456 soles de membresía mensual sin límite de evaluación.

Una vez determinado que el postulante esté apto para brindar el servicio, se procederá con la aceptación de los términos y condiciones del servicio, aceptación de los términos generales del uso de la plataforma, especificaciones del servicio, cobro de comisiones por el servicio realizado, las formas de pagos y las políticas de privacidad y tratamiento de datos personales.

9.4 Mapa de procesos

Para el presente plan de negocio, se planteó el siguiente mapa de procesos divididos en: procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo.

Figura 14: Diagrama de macroprocesos de CleanApp



Elaboración: Autores de la tesis

En el diagrama anterior se detallan todos los procesos necesarios para la correcta operación de la empresa.

En la siguiente sección, se procederá a describir cada uno de los procesos operativos, por ser los más relevantes en este apartado.

9.5 Flujograma de actividades

En esta sección, se procederá a diagramar los procesos operativos que tendrá la compañía, las cuales son el núcleo del negocio.

9.5.1 Proceso de registro de clientes

Antes de la contratación de un servicio desde la aplicación móvil o desde el sitio web, es necesario que el cliente se encuentre debidamente registrado. Para ello, se tienen los siguientes pasos (Ver figura 15):

Paso 1: El cliente descarga el aplicativo móvil desde la App Store, Google Play o App Gallery. También, se le ofrece la alternativa de registrarse a través de nuestro sitio web, donde habrá una sección habilitada para el registro de usuarios.

Paso 2: El cliente deberá hacer clic en el botón “Registrar usuario”, ya sea desde la aplicación móvil o desde el sitio web disponible. Para ambos casos, se contempla el registro mediante su cuenta de Google, Apple o Facebook para obtener su correo electrónico y los datos básicos como nombres completos y fecha de nacimiento.

Paso 3: Independientemente del tipo de registro escogido en el paso anterior, el cliente deberá completar su información personal tales como: nombres y apellidos, tipo y número de documento (opcional), fecha de nacimiento, número de celular y correo electrónico. Si bien el tipo y número de documento es opcional, se le recordará al cliente que es necesario para la obtención de su comprobante de pago con sus datos.

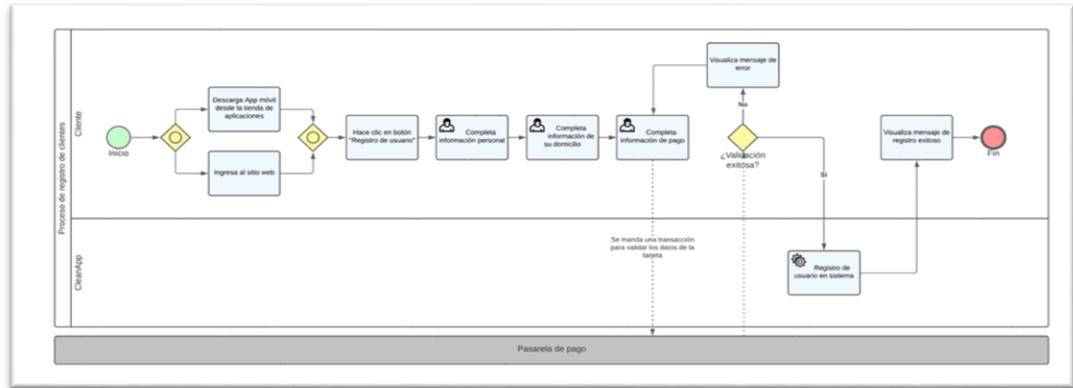
Validación: Se tendrá una validación de identidad para controlar que el cliente solo tenga una cuenta. Esta validación de identidad consiste en comprobar si ya existe una cuenta con el mismo correo, teléfono y documento de identidad. En caso no se encuentre cuentas asociadas, se continuará con el Paso 4. Caso contrario, se mostrará un mensaje para que inicie sesión en la plataforma.

Paso 4: El cliente procederá a ingresar los datos de su domicilio. Dichos datos consisten en lo siguiente: dirección exacta (departamento, provincia, distrito, código postal y referencia), tipo de vivienda (casa, departamento o cuarto), área aproximada del domicilio y cantidad de pisos. En caso de que el registro se haga desde el aplicativo móvil, se le pedirá al cliente permisos para utilizar la geolocalización de su domicilio. Caso contrario, si se está registrando por el sitio web, se le solicitará de manera opcional el permiso para determinar su ubicación. En caso no hacerlo, se le pedirá que ubique su domicilio en el mapa.

Paso 5. En este paso, el cliente procederá a ingresar los datos de pagos para proceder a contratar el servicio. Para ello, se dispondrá de los siguientes métodos de pago: Pago con tarjeta de crédito, PayPal y Apple Pay. Para cualquiera de estas opciones de pago, la pasarela de pago hará las validaciones pertinentes de la tarjeta de crédito, como un recargo de un dólar. En caso de recibir una respuesta positiva, se continuará al siguiente paso. Caso contrario, se le notificará al cliente el fallo de la validación para que ingrese una nueva tarjeta o seleccione un método de pago diferente.

Paso 6. Luego de completar los datos solicitados en pasos previos, la plataforma registrará al cliente y enviará un token por teléfono (si se está registrando por la aplicación móvil) o por correo electrónico (si se está registrando por el sitio web) para la validación de identidad. Cuando el token sea correcto, se procederá a activa al usuario en el sistema. Caso contrario, se le pedirá que ingrese nuevamente el token o que solicite uno nuevo. Con esta actividad, se finaliza el proceso.

Figura 15: Proceso de registro de clientes



Elaboración: Autores de la tesis

9.5.2 Proceso de inscripción de socios de limpieza

Este proceso tiene como objetivo de registrar correctamente a un socio de limpieza en la plataforma de intermediación CleanApp para que pueda ofertar sus servicios de limpieza. Para ello, se tienen los siguientes pasos (Ver figura 16):

Paso 1: El postulante a socio deberá descargar el aplicativo móvil desde la App Store, Google Play o App Gallery. También se le ofrece la alternativa de registrarse a través de nuestro sitio web, donde habrá una sección habilitada para el registro de usuarios.

Paso 2: El postulante a socio deberá hacer clic en el botón “Registro de socio de limpieza”, ya sea desde la aplicación móvil o desde el sitio web disponible. Para ambos casos, se contempla el registro mediante su cuenta de Google, Apple o Facebook.

Paso 3: Independientemente del tipo de registro escogido en el paso anterior, el postulante a socio deberá completar su información personal. Dicha información consiste en ingresar los nombres y apellidos, tipo y número de documento, fecha de nacimiento, número de celular, correo electrónico y la información bancaria en soles para el pago por sus servicios.

Validación: Se tendrá una validación de identidad para controlar que el socio tenga una única cuenta. Esta validación de identidad consiste en comprobar si ya existe una cuenta con el mismo correo, teléfono y documento de identidad. En caso no se encuentre cuentas asociadas, se continuará con el Paso 4. Caso contrario, se mostrará un mensaje para que inicie sesión en la plataforma.

Paso 4: El postulante a socio procederá a subir los siguientes documentos a la plataforma para su validación: foto de su documento de identidad, autorretrato, autorretrato agarrando su documento de identidad, el certiadulto o certijoven. La plataforma deberá encriptar la información confidencial y validar los formatos correspondientes de los documentos enviados.

Paso 5: Una vez subido toda la documentación, el postulante enviará dichos documentos para su validación. Esta validación demorará entre 24 y 48 horas.

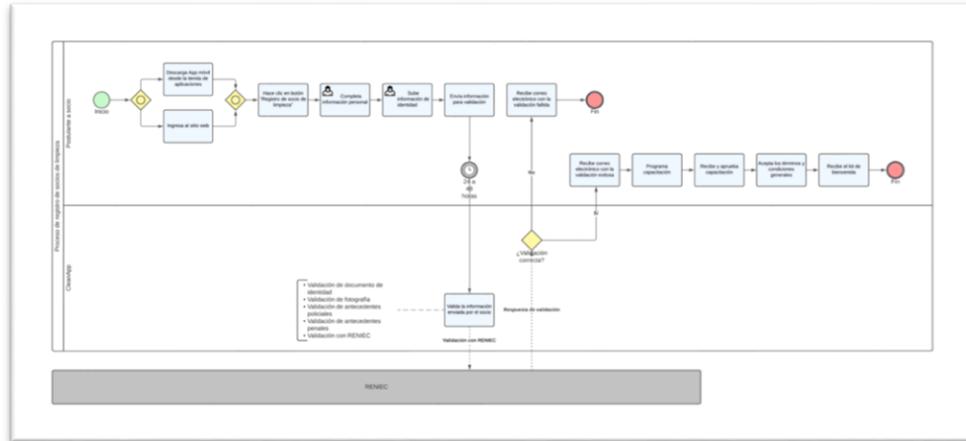
Paso 6: La plataforma recibirá la información enviada por el postulante a socio para su evaluación. Dicha evaluación consistirá en validar la identidad del postulante a socio, tanto en la validación de los datos personales como en los datos biométricos para garantizar la seguridad de los clientes. Por ello, se hará una validación con RENIEC con el tipo y número de documento, además de una validación biométrica. Una vez que culmine la validación, se le notificará al postulante a socio por correo electrónico con el resultado de ella. En caso de que sea exitosa, se procederá a notificar la agenda para su capacitación. Caso contrario, se finaliza el proceso y el postulante deberá iniciar el registro nuevamente.

Paso 7: Este paso se da cuando siempre y cuando el postulante a socio haya pasado la validación de identidad. Aquí se habilita los manuales de uso de la aplicación para su auto entrenamiento.

Paso 8: El postulante a socio acepta los términos y condiciones de uso de la plataforma de intermediación CleanApp.

Paso 9: El socio adquiere el kit de bienvenida a CleanApp, que consiste en el uniforme y la tarjeta de identificación. Con ello, se cambia el estado de “postulante a socio” a “socio de limpieza” en la plataforma y se procede a activar el usuario para que pueda brindar el servicio de limpieza. Con este paso, finaliza el proceso.

Figura 16: Proceso de registro de socios de limpieza



Elaboración: Autores de la tesis

9.5.3 Proceso de registro de disponibilidad para brindar servicios

Este proceso está disponible únicamente al socio de limpieza, ya que indica las actividades para programar su disponibilidad para realizar servicios de limpieza.

Paso 1: El socio, deberá iniciar sesión mediante el sitio web o el aplicativo móvil. Para ello, deberá tener una cuenta activa.

Paso 2: El socio se dirige a la opción “Calendario”

Validación: El socio verifica si desea agregar una programación semanal o desea modificar la semana actual. En caso desee ingresar una nueva programación, continuar con el Paso 3. Caso contrario, dirigirse al Paso 5.

Paso 3: El socio selecciona los días de la semana y los horarios que estará disponible.

Paso 4: El socio selecciona las zonas donde podrá brindar el servicio.

Paso 5: El socio selecciona los días de la semana y los horarios de su nueva disponibilidad.

Paso 6: El socio modifica las zonas donde podrá brindar el servicio.

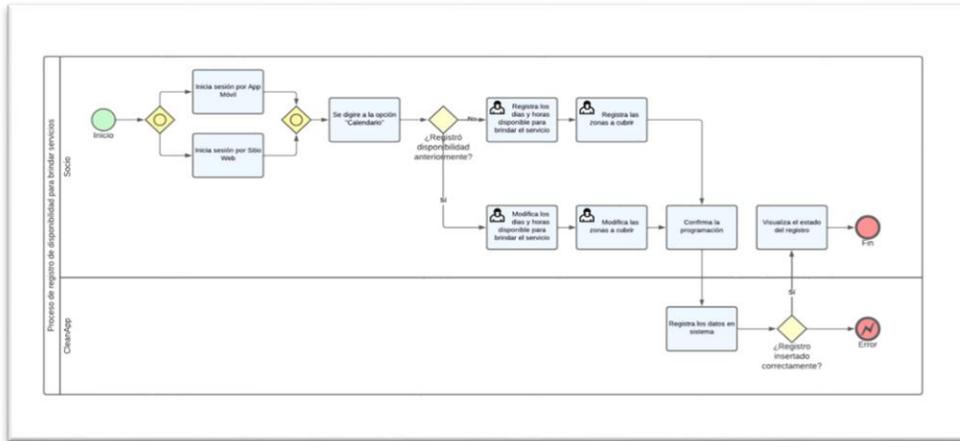
Paso 7: El socio confirma la programación semanal ingresada.

Paso 8: El sistema registra la programación del socio.

Validación: Se valida si se registró correctamente la programación del socio. En caso de producirse un error, se genera el mensaje correspondiente y se notifica al socio. Caso contrario, se muestra el mensaje exitoso.

Paso 9: El socio visualiza el estado del registro de la programación.

Figura 17: Proceso de registro de disponibilidad para brindar Servicios



Elaboración: Autores de la tesis

9.5.4 Proceso de solicitud de servicio por asignación automática

Este proceso consiste en la solicitud de un servicio de limpieza por parte del cliente y la asignación automática del socio de limpieza por parte de la plataforma CleanApp (Ver figura 18).

A continuación, se detallan los siguientes pasos:

Paso 1: El cliente inicia sesión en su aplicativo móvil o desde el sitio web. Previamente, el cliente debió registrarse en la plataforma.

Paso 2: Después de iniciar la sesión, ubica el botón "Solicitar servicio" ubicado tanto en la aplicación móvil como en el sitio web.

Paso 3: El cliente ingresa el detalle de la zona a limpiar, lugar de domicilio y la fecha y hora solicitada.

Paso 4: Con la información proporcionada en el paso previo, el cliente genera y envía la solicitud al sistema.

Paso 5: La plataforma CleanApp recibirá la solicitud de servicio y procederá a calcular la disponibilidad de socios según los siguientes criterios: puntuación promedio (los que tengan mayor puntuación tendrán la prioridad), cercanía al domicilio del cliente y disponibilidad en la fecha y hora solicitada.

Paso 6: El cliente visualizará la información del socio de limpieza asignado, tales como nombres, puntuación promedio y comentarios de trabajos previos. Visualizado esta información, el cliente aceptará o denegará la asignación. En caso de aceptar la asignación, se proseguirá con el Paso 7. Caso contrario, con el paso 5.

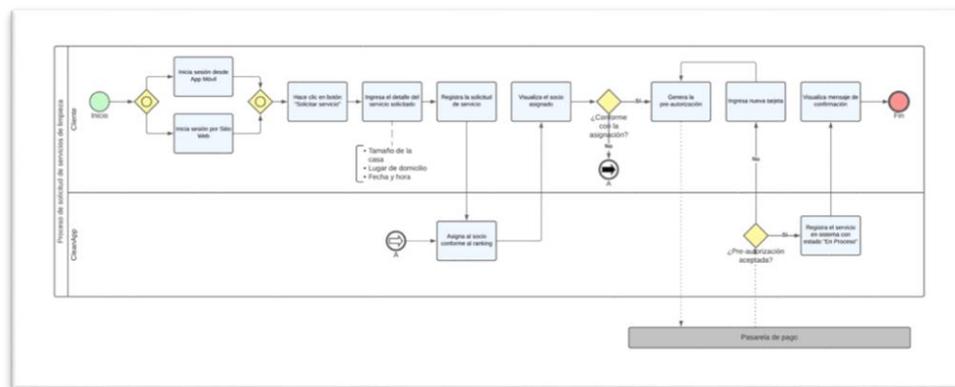
Paso 7: Una vez aceptada la asignación, se procederá a generar la preautorización en su tarjeta de pago por el monto establecido del servicio. Dicha operación se realizará con la pasarela de pagos.

Paso 8: Una vez enviada la información de la tarjeta de crédito a la pasarela de pago, esta deberá responder si fue exitosa o no. Si fue exitosa, se procederá con el Paso 9. Caso contrario, el cliente deberá ingresar otra tarjeta de crédito o escoger otro método de pago.

Paso 9: Se procede a registrar la solicitud del servicio con estado “En Proceso” y se notificará tanto al socio de limpieza como al cliente sobre esta nueva solicitud del servicio.

Paso 10: Finalmente, el cliente visualiza la confirmación de la solicitud del servicio, tanto en la aplicación móvil como en sitio web.

Figura 18: Proceso de solicitud de servicio por asignación automática



Elaboración: Autores de la tesis

9.5.5 Proceso de ejecución del servicio

Este proceso se enfoca en las actividades a seguir durante la ejecución del servicio. Es decir, desde que el socio independiente de limpieza se dirige al domicilio hasta la calificación de este por parte del usuario final. Para ello, se tienen las siguientes actividades (ver Figura 19):

Paso 1: La plataforma tecnológica enviará sendas notificaciones al cliente y al socio independiente de limpieza una hora antes de la fecha y hora pactada de la ejecución del servicio.

Paso 2: El socio independiente de limpieza deberá portar el uniforme con la marca de la empresa y el fotochek. Del mismo modo, el cliente deberá preparar los insumos de limpieza y gestionar los accesos, de ser necesario, para que el socio pueda ingresar al domicilio.

Paso 3: El socio independiente de limpieza se dirige al domicilio del cliente. Para ello, el socio deberá cambiar el estado de la solicitud de “Pendiente” a “En camino”. De ser necesario, el socio podrá comunicarse con el cliente mediante el chat en vivo habilitado en la aplicación móvil.

Paso 4: El socio manda una alerta al cliente indicando que llegó al domicilio para que le facilite el acceso. Dicha alerta será enviada mediante el aplicativo móvil.

Paso 5: El socio ejecuta el servicio teniendo en cuenta los términos y condiciones pactados en la solicitud.

Paso 6: El socio finaliza la ejecución del servicio.

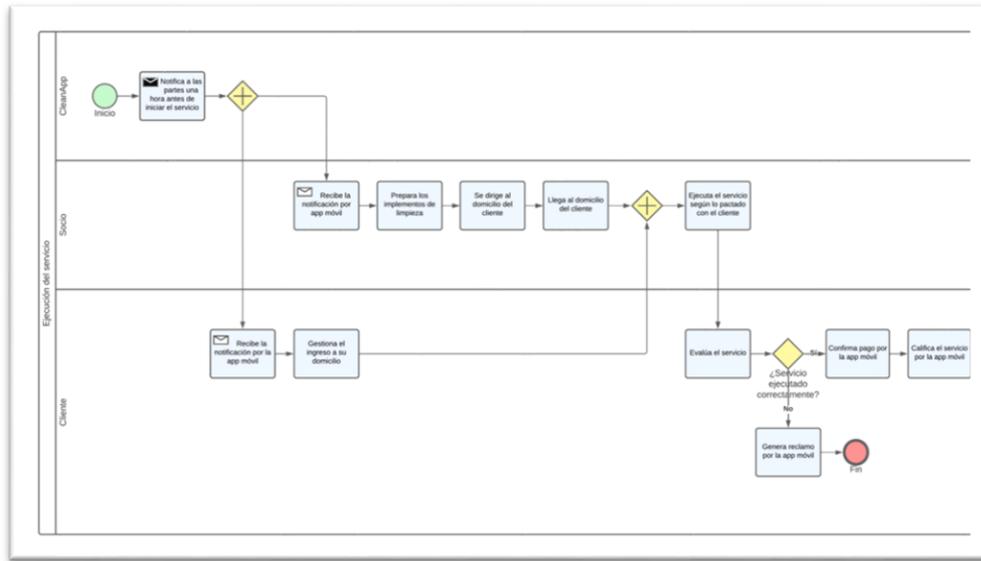
Paso 7: El cliente procederá a evaluar si el servicio fue acatado según los términos y condiciones pactados. En caso no se haya cumplido, el cliente generará un reclamo mediante la aplicación móvil. Caso contrario, continúa con el Paso 7.

Paso 8: Una vez que el cliente quede conforme con el servicio, procederá a confirmar el pago por la aplicación web.

Paso 9: El socio podrá tomar una foto como evidencia de la ejecución del servicio siempre y cuando el cliente autorice. Esta evidencia será opcional.

Paso 10: Luego de confirmar el pago, el usuario deberá calificar el servicio mediante una encuesta mostrada en la misma aplicación móvil. De manera opcional, podrá completar la encuesta por el sitio web. Con esta actividad, se finaliza el proceso.

Figura 19: Proceso de ejecución del servicio



Elaboración: Autores de la tesis

9.5.6 Proceso de atención de reclamos

Este proceso consiste en las actividades a realizar para tratar un reclamo proveniente de los clientes (Ver figura 20).

A continuación, se detallan las actividades:

Paso 1: El cliente inicia sesión en su aplicativo móvil o desde el sitio web. Previamente, el cliente debió registrarse.

Paso 2: El cliente ubica el botón “Ayuda” dentro del aplicativo móvil o en el sitio web.

Paso 3: El cliente visualiza los diferentes temas relacionados a problemas comunes y revisa como solucionarlo. En caso de que el cliente encuentre la solución a su inconveniente, se finaliza el proceso. Caso contrario, continuar con el Paso 4.

Paso 4: El cliente genera un reclamo a través del libro de reclamaciones disponible en el aplicativo móvil y el sitio web. Para ello, deberá ingresar todos los datos solicitados como: nombres y apellidos, tipo y número de documento, dirección completa, tipo de reclamo (queja o reclamo), detalle del reclamo, monto reclamado, pedido solicitado. Una vez

ingresado estos datos, se procede a registrar el reclamo y el cliente cuenta con 15 días no prorrogables de espera según Ley.

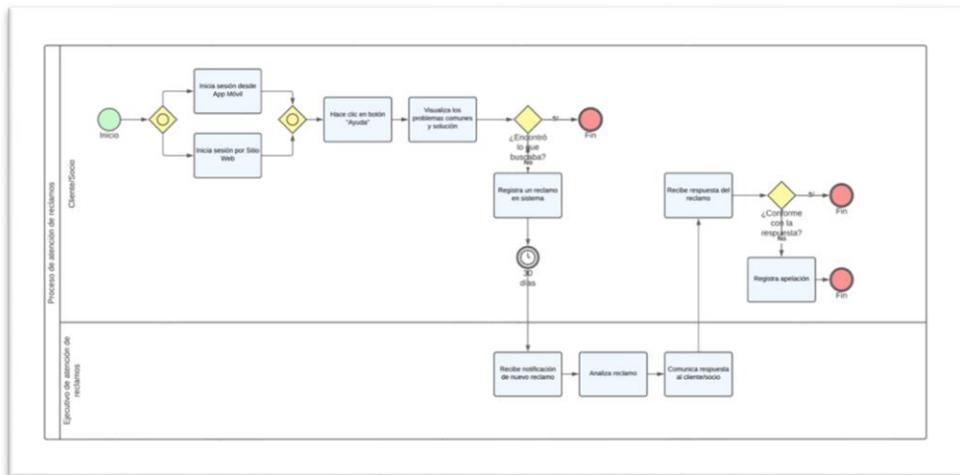
Paso 5: El ejecutivo de atención de reclamos recibe la notificación del ingreso de un nuevo reclamo.

Paso 6: El ejecutivo de atención de reclamos analiza el detalle del reclamo en el tiempo determinado por Ley.

Paso 7. El ejecutivo de atención de reclamos ingresa la respuesta en el sistema.

Paso 8. El cliente recibe la respuesta del reclamo a través del aplicativo móvil como también a través del sitio web. Si el cliente está de acuerdo con el reclamo, se finaliza el proceso. Caso contrario, procederá a generar una apelación al reclamo.

Figura 20: Proceso de atención de reclamos



Elaboración: Autores de la tesis

9.6 Gastos de operaciones

A continuación, se detallan los gastos incurridos para llevar a cabo el presente plan de operaciones.

9.6.1 Gastos de operaciones

En esta sección se tomaron en cuenta los gastos necesarios para la operación de la empresa, es decir, los servicios tercerizados, los muebles, equipos computacionales, entre otros.

Tabla 17: Gastos de operaciones proyectados a 5 años (expresados en soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles	S/ 5,400.00	S/ -	S/ 1,800.00	S/ 900.00	S/ -
Sillas ergonómicas	S/ 5,400.00	S/ -	S/ 1,800.00	S/ 900.00	S/ -
Proveedores de Servicios	S/ 71,625.05	S/ 71,625.05	S/ 93,071.74	S/ 103,795.08	S/ 103,795.08
Contabilidad	S/ 6,720.00	S/ 6,720.00	S/ 6,720.00	S/ 6,720.00	S/ 6,720.00
Laptop	S/ 35,122.46	S/ 35,122.46	S/ 46,829.95	S/ 52,683.70	S/ 52,683.70
Líneas móviles	S/ 5,745.60	S/ 5,745.60	S/ 7,660.80	S/ 8,618.40	S/ 8,618.40
Correo electrónico	S/ 7,185.60	S/ 7,185.60	S/ 9,580.80	S/ 10,778.40	S/ 10,778.40
Espacios de trabajos	S/ 16,286.40	S/ 16,286.40	S/ 21,715.20	S/ 24,429.60	S/ 24,429.60
Facturación electrónica	S/ 564.98	S/ 564.98	S/ 564.98	S/ 564.98	S/ 564.98
Licencias	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73
Evaluación psicológica	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73	S/ 5,356.73
Implementos	S/ 40,936.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Uniformes	S/ 37,840.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Tarjeta de identificación	S/ 3,096.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Total	S/ 123,317.78	S/ 76,981.78	S/ 100,228.46	S/ 110,051.81	S/ 109,151.81

Elaboración: Autores de la tesis

9.6.2 Costo de operación

Aquí se detallarán los costos que incurren en la operación por cada transacción, tales como comisiones por transacción de la pasarela de pago y costo por validación de datos en RENIEC.

Para la pasarela de pagos, se utilizará el producto Culqi Online, el cual es una librería que permite la integración de pagos con un sitio web. Este servicio acepta pagos con tarjeta de débito/crédito, efectivo y yape. Al ser este un servicio con múltiples opciones de pago, no

se utilizarán los servicios de pagos de Apple o Google, por lo que sólo se pagará la comisión de Culqi por el procesamiento online.

Al ser estos costos variables, dependen directamente proporcional con la demanda estimada para ambos públicos objetivos, detallados en el plan de marketing.

Tabla 18: Costo de operaciones proyectados a 5 años (expresados en soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo validación de identidad	S/ 2,690.40	S/ 134.90	S/ 140.60	S/ 148.20	S/ 155.80
Comisión procesadora de pagos – Servicio Estándar	S/ 919,808.53	S/ 965,798.95	S/ 1,014,088.90	S/ 1,064,793.34	S/ 1,118,033.01
Comisión procesadora de pagos – Servicio extendido	S/ 431,080.46	S/ 452,634.48	S/ 475,266.20	S/ 499,029.51	S/ 523,980.99
Total	S/ 1,353,579.38	S/ 1,418,568.33	S/ 1,489,495.70	S/ 1,563,971.06	S/ 1,642,169.80

Elaboración: Autores de la tesis

9.7 Conclusiones

A continuación, se mencionan las conclusiones del capítulo:

- Definir la estrategia de operación fue determinante para la elaboración del mapa de procesos, ya que al tercerizar los servicios que no forman parte del core de negocio, permitió reducir costos fijos lo cual impacta directamente en las ganancias de la empresa, además de elaborar procesos más simples y eficientes.
- Es importante tener en cuenta el resultado de las encuestas a los potenciales clientes, dado que permitieron determinar puntos importantes al momento de la elaboración del flujo de actividades de los procesos y cumplir sus expectativas, tal como la validación de datos con la RENIEC.
- Es importante diferenciar entre costos y gastos de operación, debido a que será determinante para evaluar la rentabilidad de la empresa, así como de ser un insumo importante para la fijación del precio del servicio.

CAPÍTULO 10: PLAN TECNOLÓGICO

10.1 Objetivo

El presente capítulo tiene como objetivo plantear los lineamientos más adecuados para el desarrollo del plan de negocio tomando en cuenta la naturaleza de la propuesta y la estructura organizacional y estrategia propuesta por la misma.

Así mismo, se propone una estructura ágil y adaptable para conseguir una eficiencia máxima en costos y asegurar la escalabilidad de la operación de acuerdo con el crecimiento esperado de la propuesta de negocio.

10.2 Infraestructura tecnológica

Tomando en cuenta el tipo de negocio propuesto en el que se espera un crecimiento exponencial sobre la base de una gran cantidad de usuarios finales consumiendo los servicios de intermediación de la plataforma y la proyección de expandirse hacia todo el Perú y de forma regional, hemos establecido que la plataforma tecnológica que dará soporte operativo al negocio deberá ser desarrollada como una plataforma 100% en nube, con lenguajes de programación de última generación y una arquitectura robusta priorizando: adaptabilidad, fiabilidad, escalabilidad, eficiencia operativa, eficiencia de costos y redundancia.

A continuación, se detallan los puntos más resaltantes de la tecnología de arquitectura en nube:

- Expertise del proveedor nube, cuyo foco y especialización se centran en grandes, y escalables, operaciones y un staff enfocado en brindar una buena experiencia al cliente.
- Soporte y monitoreo 24x7, parte de los acuerdos de servicio con proveedores de servicios en nube cubren el soporte 24 horas al día 7 días a la semana, así como, el monitoreo constante de la operación de la plataforma.

- Escalabilidad, ante picos de servicio o crecimiento de la base de usuarios, la plataforma deberá estar preparada para un crecimiento automático sin afectar las operaciones de sus usuarios.
- Confianza/Confiabilidad, el núcleo de las operaciones se ve desplazado hacia un proveedor externo, sin embargo, los acuerdos de servicio aseguran una operación idónea y garantizan la alta disponibilidad de esta.
- Acuerdos de servicio, los grandes proveedores en nube distribuyen los servicios en diferentes ubicaciones geográficas lo que les permite mantener acuerdos de servicio cercanos al 99.9%. Adicionalmente, los mantenimientos programados no afectan las operaciones de la plataforma.
- Enfocados al negocio, la naturaleza de un proveedor en nube se alinea perfectamente con la naturaleza de una plataforma como la propuesta, priorizando la alta disponibilidad y operación continua de la plataforma.
- Eficiencia operativa y de costos, a través de un modelo de suscripción y pago por consumo, los gastos en los que se incurrirán serán calificados como gastos operativos del negocio.

10.3 Proveedor de nube seleccionado

Debido a su presencia mundial, garantía de marca, servicio de calidad y eficiencia de costos, se propone el uso de los servicios de Amazon (AWS) como proveedor en nube.

Como servicios complementarios se tendrá la posibilidad de acceder a soluciones de analítica avanzadas, machine learning, blockchain, geolocalización, bases de datos non-SQL y otras tecnologías disruptivas que permitirán plantear soluciones de valor para el negocio.

10.4 Entorno de la plataforma

Como parte de la estrategia de mejora continua de la plataforma, se manejará una estrategia de DevOps e integración continua de software para asegurar el despliegue rápido de soluciones o nuevas funcionalidades que el negocio requiera. Esto alinea la estrategia tecnológica con la propuesta de negocio asociada. Dentro del proveedor seleccionado el uso de la tecnología de contenedores y de servicios serverless nos asegura la escalabilidad necesaria y el despliegue de múltiples ambientes de acuerdo con las necesidades de la operación.

Se define también el desarrollo en lenguaje nativo de acuerdo a los principales fabricantes de equipos móviles y desarrolladores de sistemas operativos para los mismos, con el fin de aprovechar de mejor manera cada una de las capacidades de los equipos del mercado, desde la gama baja en lo que se refiere a capacidad de procesamiento hasta la gama alta de los equipos. La plataforma que se desarrollará se adaptará a las capacidades técnicas de los equipos.

Se tomarán en cuenta las siguientes plataformas para el desarrollo de la aplicación móvil nativa: iOS – Apple, Android – Google, Harmony OS – Huawei.

10.5 Desarrollo de la plataforma y gestión del proyecto

Debido a la naturaleza del negocio, el desarrollo de la plataforma se realizará a través de la aplicación de metodologías ágiles, asegurando un primer MVP (Producto mínimo viable) con las funcionalidades básicas y ciclos de mejora de esta, lo que permitirá mejorar la plataforma tomando en cuenta el feedback de los usuarios y los posibles cambios del mercado o las proyecciones del negocio.

La inversión inicial contempla la contratación de un proveedor de desarrollo de software para brindar el servicio de desarrollo de la plataforma, soporte ante incidentes y mejoramiento de esta. Bajo este esquema es difícil estimar un monto y plazo para el proyecto, por lo que se opta por la contratación de una bolsa de horas para el desarrollo y mejoramiento de la plataforma y una bolsa de horas para el soporte ante incidentes.

10.6 Inversión requerida y plazo propuesto

Partiendo de la premisa del cálculo del año 0 (CERO) y el año 1 (UNO) de operación se muestran, a continuación, los montos de inversión requerida y adicionalmente se plantean los siguientes 4 años:

Tabla 19: Gastos tecnológicos

Gastos Tecnológicos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desarrollo de página web	S/ 36,500.00	S/ 26,500.00	S/ 32,000.00	S/ 32,000.00	S/ 32,000.00	S/ 32,200.00
Desarrollo de app Apple	S/ 78,500.00					
Desarrollo de app Android y Huawei	S/ 56,300.00					
Servidores cloud	S/ 5,000.00	S/ 12,480.00	S/ 17,347.20	S/ 24,112.61	S/ 33,516.53	S/ 46,587.97
Dominio cleanapp.pe	S/ 380.00					
Certificados digitales	S/ 265.00					
Servicio de ofimática y correo	S/ 3,800.00					
Servicio de monitoreo 24x7	S/ 2,340.00					
Total	S/ 183,085.00	S/ 180,565.00	S/ 190,932.20	S/ 197,697.61	S/ 207,101.53	S/ 220,372.97

Elaboración: Autores de la tesis

Tomando en cuenta los ítems anteriores, se calcula un monto de inversión para el año 0 (cero) de operaciones de S/. 183,085.00 y un total hacia el año 5 de S/. 1,179,754.30

10.7 Conclusión

Durante el capítulo se plantearon los lineamientos para el desarrollo del plan de negocio tomando en cuenta la naturaleza de la propuesta y la estructura organizacional y estrategia propuesta por la misma.

Adicionalmente, se definió una estructura ágil y adaptable para conseguir una eficiencia máxima en costos y asegurar la escalabilidad de la operación de acuerdo con el crecimiento esperado de la propuesta de negocio.

CAPÍTULO 11: PLAN FINANCIERO

11.1 Objetivo

El presente capítulo tiene como objetivo determinar la viabilidad financiera del plan de negocio propuesto. Para lo cual se utilizarán las siguientes herramientas:

- Determinar la inversión, capital de trabajo.
- Determinar los ingresos, egresos y flujo de caja del plan de negocio.
- Determinar el VAN y el TIR del plan de negocio.

11.2 Metodología

Las principales herramientas que utilizaremos para evaluar el plan de negocio propuesto desde el punto de vista financiero serán el VAN (Valor Actual Neto), el TIR (Tasa Interna de Retorno) y el periodo de recuperación.

Para el análisis financiero se tendrá en cuenta el escenario esperado de acuerdo con el porcentaje de mercado que estimamos capturar y el crecimiento año a año. En el análisis de sensibilidad se tendrá en cuenta el escenario pesimista y el escenario optimista.

11.3 Horizonte de Evaluación

El análisis se planteará en un horizonte de evaluación de 5 años.

11.4 Supuestos y políticas financieras

Se tienen los siguientes supuestos para calcular las proyecciones de los costos del plan de negocio, así como de las ventas:

- La moneda que utilizaremos para la evaluación será el SOL debido a que nuestros ingresos serán en SOLES.
- Se ha considerado el impuesto a la renta (IR) de 30% durante todo el horizonte de evaluación.

- Se ha considerado en nuestro análisis el 18% para el Impuesto General a las Ventas (IGV).
- Tipo de cambio de SOLES a USD de 3.90, según la proyección del sistema financiero.
- La tasa de inflación según el BCRP en el año 2022 ha sido 8.46%, se tomará ese valor para nuestro análisis.
- El monto de financiamiento será dividido entre los 5 socios, con aporte del 20% por parte de cada uno.

11.5 Tasa de descuento

Se ha considerado una tasa de descuento del 20% desde una perspectiva conservadora, debido a que se ha comparado con otras alternativas de inversión, fondos mutuos o depósitos a plazo fijo y estos valores se vienen incrementando en el periodo más reciente.

11.6 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se ha explicado en el capítulo del plan de Marketing. En resumen, el mercado se encuentra en crecimiento y planteamos el siguiente escenario desde una postura conservadora de acuerdo con la información obtenida en la investigación de mercado realizada:

- El escenario esperado contempla que capturemos el 1.5% del mercado disponible.
- Considerando la demanda estimada, el 75% corresponde a los servicios standard, el 25% a los servicios extendidos y el crecimiento año a año se contempla 5% a partir del primer año de operación.
- Se va a considerar el escenario esperado para el análisis del flujo de caja económico.

Tabla 20: Demanda de servicios en el horizonte de evaluación

Año	Demanda de servicios standard	Demanda de servicios extendidos
1	183,993	61,331
2	193,193	64,398
3	202,853	67,618
4	212,995	70,998
5	223,645	74,548

Elaboración: Autores de la tesis

11.7 Proyección de egresos

La proyección de la demanda se ha explicado en el capítulo del plan de Marketing. En resumen, se estima el siguiente escenario esperado de acuerdo con la información de la investigación de mercado realizada:

- De los planes presentados en los capítulos anteriores, se resume los egresos correspondientes:

Tabla 21: Egresos

Plan	Proyección de Egresos					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Marketing	S/ 34,000.00	S/ 196,200.00	S/ 146,000.00	S/ 106,000.00	S/ 73,000.00	S/ 54,600.00
Organizacional y RRHH	S/ 794.12	S/ 289,080.00	S/ 289,080.00	S/ 369,995.25	S/ 409,987.35	S/ 409,987.35
Operaciones	S/ 0.00	S/ 1,476,897.16	S/ 1,495,550.11	S/ 1,589,724.17	S/ 1,674,022.87	S/ 1,751,321.61
Tecnológico	S/ 183,085.00	S/ 180,565.00	S/ 190,932.20	S/ 197,697.61	S/ 207,101.53	S/ 220,372.97
TOTAL	S/ 217,879.12	S/ 2,142,742.16	S/ 2,121,562.31	S/ 2,263,417.03	S/ 2,364,111.74	S/ 2,436,281.93

Elaboración: Autores de la tesis

11.8 Proyección de ingresos

- Se ha presentado la demanda de servicios en el escenario esperado tanto para los servicios standard y extendidos.
- Los precios de los servicios se presentan en las siguientes tablas, sobre ellos se tendrá una comisión del 10% sobre el precio (sin IGV) correspondiente a CleanApp.

Tabla 22: Precios con IGV a los Usuarios

Precio	Valor
Servicio standard con IGV	S/ 99.90
Servicio extendido con IGV	S/ 149.90

Elaboración: Autores de la tesis

Tabla 23: Precios sin IGV y Comisión de los Servicios

Precio	Valor	Comisión
Servicio standard sin IGV	S/ 84.66	10%
Servicio extendido sin IGV	S/ 127.03	10%

Elaboración: Autores de la tesis

- Los ingresos por servicios e ingreso neto considerando la demanda en el escenario esperado, los tipos de servicio, el precio del servicio y la comisión se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 24: Ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios	S/ 27,574,465.93	S/ 28,953,189.23	S/ 30,400,848.69	S/ 31,920,891.12	S/ 33,516,935.68
IGV	S/ 4,206,274.46	S/ 4,416,588.19	S/ 4,637,417.60	S/ 4,869,288.48	S/ 5,112,752.90
Servicios (sin IGV)	S/ 23,368,191.47	S/ 24,536,601.04	S/ 25,763,431.09	S/ 27,051,602.65	S/ 28,404,182.78
Socios CleanApp	S/ 21,031,372.32	S/ 22,082,940.94	S/ 23,187,087.98	S/ 24,346,442.38	S/ 25,563,764.50
Ingreso Neto	S/ 2,336,819.15	S/ 2,453,660.10	S/ 2,576,343.11	S/ 2,705,160.26	S/ 2,840,418.28

Elaboración: Autores de la tesis

11.9 Flujos proyectados

A continuación, se detallan los flujos proyectados para el escenario esperado en el horizonte de evaluación:

Tabla 25: Flujo de Caja Económico para el Escenario Esperado

Item	Estado de Ganancias y Pérdidas					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Neto	S/ 0.00	S/ 2,336,819.15	S/ 2,453,660.10	S/ 2,576,343.11	S/ 2,705,160.26	S/ 2,840,418.28
Gastos de Marketing	-S/ 34,000.00	-S/ 196,200.00	-S/ 146,000.00	-S/ 106,000.00	-S/ 73,000.00	-S/ 54,600.00
Gastos Organizacional	-S/ 794.12	-S/ 289,080.00	-S/ 289,080.00	-S/ 369,995.25	-S/ 409,987.35	-S/ 409,987.35
Gastos de Operaciones	S/ 0.00	-S/ 1,476,920.96	-S/ 1,495,550.11	-S/ 1,589,724.17	-S/ 1,674,022.87	-S/ 1,751,321.61
Gastos Tecnológicos	-S/ 183,085.00	-S/ 180,565.00	-S/ 190,932.20	-S/ 197,697.61	-S/ 207,101.53	-S/ 220,372.97
Utilidad Operativa	-S/ 217,879.12	S/ 194,053.19	S/ 332,097.80	S/ 312,926.08	S/ 341,048.52	S/ 404,136.35
Depreciación y Amortización	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Utilidad antes de Impuesto	-S/ 217,879.12	S/ 194,053.19	S/ 332,097.80	S/ 312,926.08	S/ 341,048.52	S/ 404,136.35
Impuestos	S/ 0.00	S/ 58,215.96	S/ 99,629.34	S/ 93,877.83	S/ 102,314.56	S/ 121,240.90
Utilidad Neta	-S/ 217,879.12	S/ 135,837.23	S/ 431,727.13	S/ 406,803.91	S/ 443,363.08	S/ 525,377.25
Depreciación y Amortización	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Flujo de Caja Operativo	-S/ 217,879.12	S/ 135,837.23	S/ 431,727.13	S/ 406,803.91	S/ 443,363.08	S/ 525,377.25
Inversión	-S/ 250,000.00	S/ 0.00				
Flujo de Caja Económico	-S/ 217,879.12	S/ 135,837.23	S/ 431,727.13	S/ 406,803.91	S/ 443,363.08	S/ 525,377.25
Flujo Acumulado	-S/ 217,879.12	-S/ 82,041.89	S/ 349,685.25	S/ 756,489.15	S/ 1,199,852.23	S/ 1,725,229.49

Elaboración: Autores de la tesis

11.10 Cálculo de indicadores financieros

- Determinar el VAN, el TIR y periodo de recuperación del plan de negocio.

Se procede a calcular el Valor Actual Neto (VAN) considerando una tasa de interés del 20%. El VAN obtenido es S/. 605,512.44 soles con lo cual se demuestra la viabilidad del plan de negocio. Asimismo, el TIR del plan de negocio es de 60.36% el cual es mayor a la

tasa de interés considerada. Por último, el periodo de recuperación del proyecto es de 1.77, siendo este un tiempo prometedor de recuperación.

Tabla 26: VAN, TIR y periodo de recuperación

VAN	S/ 605,512.44
TIR	60.36%
TASA	20.00%
PAYBACK	1.77

Elaborado: Autores de la tesis

11.11 Esquema de financiamiento

- Aporte de los socios, 20% por cada socio.

En la siguiente tabla se presenta la inversión que será realizada por los 5 socios del presente proyecto en parte iguales.

Tabla 27: Inversión a realizar por los socios

Socio	Inversión
1	S/ 50,000.00
2	S/ 50,000.00
3	S/ 50,000.00
4	S/ 50,000.00
5	S/ 50,000.00
TOTAL	S/ 250,000.00

Elaborado: Autores de la tesis

Es decir, cada uno aportará S/. 50,000 soles con lo cual se tendrá un valor de S/. 250,000.00 soles para la pre-operación y operación.

- Comisiones por servicio standard

Corresponde al 10% del precio del servicio sin considerar el IGV, es decir S/. 8.47 de comisión para el servicio cuyo precio es de S/. 84.66.

- Comisiones por servicio extendido

Corresponde al 10% del precio del servicio sin considerar el IGV, es decir S/. 12.70 de comisión para el servicio cuyo precio es de S/. 127.03.

11.12 Análisis de Sensibilidad

- Se ha considerado el escenario esperado en el análisis realizado hasta el momento, por lo tanto, ahora se evaluarán los escenarios optimista y pesimista para los cuales se muestra los indicadores de rentabilidad en la siguiente tabla.
- El escenario esperado, como se observó inicialmente, consiste en considerar la captura del 1.50% del mercado disponible para los servicios.
- El escenario pesimista consiste en considerar la captura del 1.25% del mercado disponible para los servicios.
- El escenario optimista consiste en considerar la captura del 1.75% del mercado disponible para los servicios.

Tabla 28: Indicadores en los escenarios esperado, optimista y pesimista

Indicadores	Escenario Esperado	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
VAN	S/ 605,512.44	S/ 1,216,699.98	-S/ 5,674.81
TIR	60.36%	94.16%	19.55%
TASA	20.00%	20.00%	20.00%
PAYBACK	1.77	0.33	3.40

Elaborado: Autores de la tesis

- De lo mostrado, se concluye que en los tres escenarios tanto esperado, pesimista y optimista el proyecto es viable según los resultados de los indicadores obtenidos.

11.13 Conclusiones

- La inversión será realizada por los 5 socios del presente proyecto en parte iguales, es decir cada uno aportará S/. 50,000 soles con lo cual se tendrá un valor de S/. 250,000 soles para empezar la pre-operación y operación.
- La proyección del escenario esperado indica la viabilidad económica del plan de negocio, obteniendo un TIR de 60.36% y un VAN de S/. 605,512.44 soles dentro de un horizonte de evaluación de 5 años y considerando una tasa de interés de 20%.
- En el análisis de sensibilidad, se ha obtenido que los indicadores tienen los siguientes valores VAN de S/. 1,216,699.98 soles y TIR de 94.16% para el escenario optimista y VAN de **-S/. 5,674.81** soles y TIR de 19.55% para el escenario pesimista, con lo cual se concluye que el plan de negocio es viable.

CAPÍTULO 12: PLAN DE RIESGO

En el presente capítulo, se detallan los riesgos operativos identificados para el plan de negocios propuesto.

12.1 Objetivos

- Identificar los riesgos operativos para el presente plan de negocios
- Determinar la probabilidad de ocurrencia de los riesgos identificados
- Establecer los planes de acción de los riesgos operativos encontrados

12.2 Identificación de Riesgos

A continuación, se presentan los riesgos operacionales identificados para el presente plan de negocio:

12.2.1 Riesgos legales

Este tipo de riesgos están relacionados al cumplimiento de leyes y normas del país en donde se opere. Teniendo en cuenta ello, los posibles riesgos que impactan en el negocio son:

Tabla 29: Riesgos Reales

RL1	Riesgo: Regulación del mercado de plataformas digitales
	Descripción: Consiste en el planteamiento de nuevas leyes y/o modificación de las existentes para regular los negocios digitales, como integrar a socios independientes dentro de la planilla de trabajadores, tal y como se ha debatido para los servicios de delivery.
RL2	Riesgo: Tratamiento de datos personales
	Descripción:

Consiste en el endurecimiento y/modificaciones sobre el tratamiento de datos personales.

Elaboración: Autores de la tesis

12.2.2 Riesgos financieros

Son los que impactan directamente a las operaciones financieras del negocio.

Entre ellos tenemos:

Tabla 30: Riesgos Financieros

RF1	Riesgo: Aumento de la inflación
	Descripción: Se da cuando la inflación sobrepasa el rango meta establecido por el BCRP. Como consecuencia, se da en una menor capacidad adquisitiva del público objetivo y al aumento de costos productos diversos.
RF2	Riesgo: Aumento agresivo del tipo de cambio
	Descripción: Se refiere al aumento del tipo de cambio de soles a dólares, lo que reduce la capacidad adquisitiva de nuestros clientes, así como el aumento de costos de algunos servicios utilizados por la empresa.
RF3	Riesgo: Competencia desleal
	Descripción: Se refiere a las personas que realizan servicios de limpieza de manera informal, sin estar relacionados a una empresa formal o a un intermediario. También aplica a los socios CleanApp que ofrecen sus servicios fuera de la plataforma.
RF4	Riesgo: Multas por entes reguladores

RF5	<p>Descripción:</p> <p>Posibles sanciones económicas por parte de los entes reguladores al no cumplir con las normas o leyes en diferentes materias. Por ejemplo, multa por no declarar a la SUNAT en la fecha establecida o por no cumplir alguna normativa vigente.</p>
	<p>Riesgo:</p> <p>Aumento de la tasa de referencia del BCRP</p>
	<p>Descripción:</p> <p>Para controlar la inflación, el BCRP puede aumentar la tasa de referencia, provocando el encarecimiento de los créditos, tanto para el financiamiento de proyectos por parte de la empresa como por parte de nuestro público objetivo.</p>

Elaboración: Autores de la tesis

12.2.3 Riesgos sanitarios

Son riesgos asociados que atentan contra la salud pública.

Tabla 31: Riesgos Sanitarios

RS1	<p>Riesgo:</p> <p>Aparición de una nueva pandemia</p>
	<p>Descripción:</p> <p>Dada a la última experiencia de la COVID 19 y de aparición de nuevas enfermedades como la Viruela del mono, se da la posibilidad que el Gobierno decrete confinamientos estrictos que impidan el desarrollo de la actividad de la empresa.</p>

Elaboración: Autores de la tesis

12.2.4 Riesgos tecnológicos

Se tratan de riesgos asociados al uso de las tecnologías de la información y comunicación en general. Entre ellos tenemos:

Tabla 32: Riesgos Tecnológicos

RT1	Riesgo: Ataques informáticos de diversa índole
	Descripción: Por posibles ataques que puedan vulnerar la seguridad de los sistemas informáticos para robar información sensible de nuestros clientes o de paralizar toda la operación del negocio.
RT2	Riesgo: Indisponibilidad de los servicios Cloud
	Descripción: Relacionados a la caída de los servicios proveídos por el proveedor de servicios en la nube. Se toma en cuenta dado a que los servicios de AWS sufrieron una caída mundial, el cual impidió que se pueda operar con normalidad.
RT3	Riesgo: Incumplimiento de contratos por los proveedores de servicios.
	Descripción: Relacionados al incumplimiento de entrega de productos o servicios en las fechas establecidas o entregables con un nivel de calidad inferior a lo demandado y que repercuta al desarrollo idóneo de las actividades comerciales y operáticas del negocio.
RT4	

	Riesgo: Fuga de información por parte de personal interno.
	Descripción: Apuntan al acceso no autorizado de información confidencial de la compañía por parte del personal interno o externo.

Elaboración: Autores de la tesis

12.2.5 Riesgos Reputacionales

Son aquellos que impactan en la reputación de la empresa ante la sociedad y terceros.

Tabla 33: Riesgos Reputacionales

RR1	Riesgo: Escándalos sobre integridad de los trabajadores
	Descripción: Están relacionados a una conducta que atente contra la moral de un grupo de personas en casos muy sensibles, tales como racismo, violencia contra la mujer. Esto incluye también inconducta funcional como actos de corrupción, mal uso de los datos personales de los consumidores y socios, entre otros.
RR2	Riesgo: Mala conducta de proveedores o socios comerciales
	Descripción: Están enfocados a la contratación de servicios de proveedores con dudosa reputación y mala conducta pública. Esto afecta también a la selección de influencers o agencias con escándalos reputacionales.
RR3	Riesgo: Incumplimiento de oferta de valor
	Descripción: Asociado con el incumplimiento de la calidad, seguridad e idoneidad de los servicios ofrecidos. Esto abarca también al ofrecimiento de

publicidad engañosa que impida la contratación continua por parte de nuestros clientes.

Elaboración: Autores de la tesis

12.3 Categorización de riesgos

Para categorizar los riesgos, se procede a dividirlos por su impacto en el negocio y la probabilidad de ocurrencia. Para cada uno de ellos, se le asignará 3 valores y un puntaje establecido que servirá para calcular el grado del riesgo.

12.3.1 Por impacto en el negocio

Tabla 34: Impacto en el Negocio

Categoría	Puntaje
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

Elaboración: Autores de la tesis

12.3.2 Por probabilidad de ocurrencia

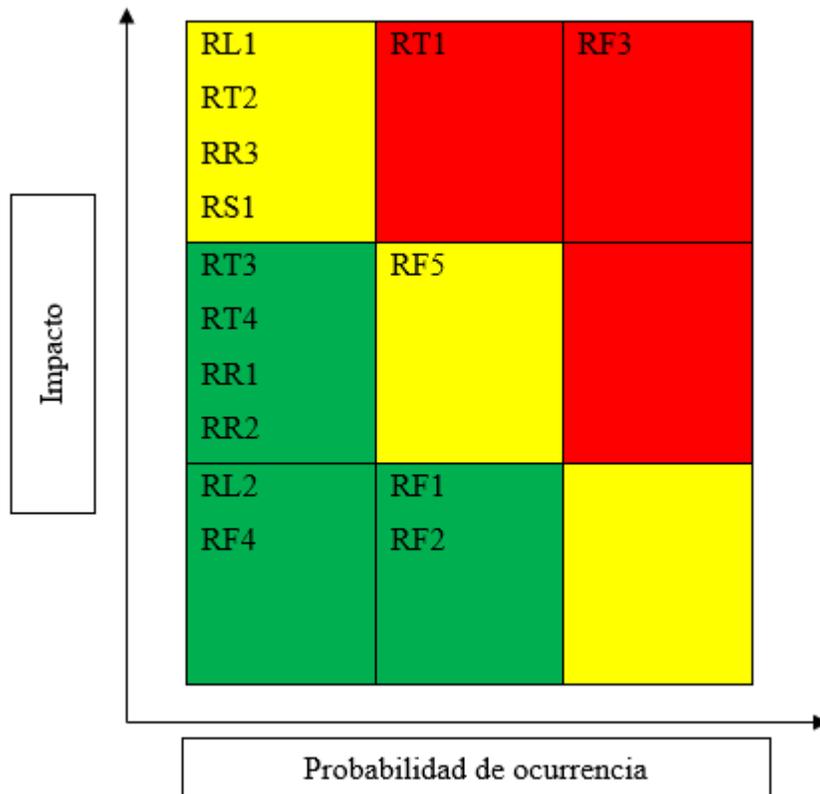
Tabla 35: Probabilidad de Ocurrencia

Categoría	Puntaje
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

Elaboración: Autores de la tesis

Teniendo en cuenta esta categorización, se procederá a clasificar los riesgos descritos en el punto anterior:

Figura 21: Impacto vs Probabilidad de Ocurrencia



Elaboración: Autores de la tesis

12.4 Grado de los riesgos

El grado del impacto, se calcula multiplicando el impacto en el negocio por la probabilidad de ocurrencia.

Teniendo en cuenta la regla del párrafo anterior, se obtiene la siguiente tabla sobre el grado del riesgo, el cual, está ordenado de mayor a menor.

Tabla 36: Orden de los riesgos por el grado

Riesgo	Descripción	Impacto	Probabilidad	Grado
RF1	Competencia desleal	3	3	9
RT1	Ataques informáticos de diversa índole	3	2	6

RF5	Aumento de la tasa de referencia del BCRP	2	2	4
RL1	Regulación del mercado de plataformas digitales	3	1	3
RT2	Indisponibilidad de los servicios cloud	3	1	3
RR3	Incumplimiento de oferta de valor	3	1	3
RS1	Aparición de una nueva pandemia	3	1	3
RT3	Incumplimiento de contratos por los proveedores de servicios	2	1	2
RT4	Fuga de información por parte de personal interno	2	1	2
RR1	Escándalos sobre integridad de los trabajadores	2	1	2
RR2	Mala conducta de proveedores o socios comerciales	2	1	2
RF1	Aumento de la inflación	1	2	2

RF2	Aumento agresivo del tipo de cambio	1	2	2
RL2	Tratamiento de datos personales	1	1	1
RF4	Multas por entes reguladores	1	1	1

Elaboración: Autores de la tesis

12.5 Planteamiento de planes de acción

Dado a los riesgos detectados, se procede a tener los siguientes planes de acción por cada riesgo.

Tabla 37: Plan de Acción para el Riesgo

Riesgo	Descripción	Plan de acción
RF1	Competencia desleal	<ul style="list-style-type: none"> Implementar beneficios a los socios independientes con mejores calificaciones, tales como vales de descuentos en comercios, reducción de comisiones y mayor visibilidad para servicios. Implementar beneficios y descuentos a los clientes para fomentar la contratación de servicios mediante CleanApp.
RT1	Ataques informáticos de diversa índole	<ul style="list-style-type: none"> Auditar constantemente los sistemas informáticos para detectar posibles vulnerabilidades a nivel de software. Asegurar un plan de continuidad de negocios que permita operar a un 90% de la capacidad total.

		<ul style="list-style-type: none"> • Entrenar de forma constante a los equipos de ciberseguridad en materia de nuevas formas de ataques y soluciones de monitoreo.
RF5	Aumento de la tasa de referencia del BCRP	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo asumido. Establecer nuevos servicios con valor agregado que permita tener un mayor margen para financiar el crecimiento de la compañía
RL1	Regulación del mercado de plataformas digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar nuevo esquema de afiliación del socio que permita no ser catalogado como un trabajador dentro de la compañía • Trasladar el diferencial del costo al cliente en cada servicio contratado
RT2	Indisponibilidad de los servicios cloud	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una arquitectura multicloud para disminuir la dependencia de un solo proveedor cloud. • Contratar servidores físicos de respaldo para operar a un 70% mientras se restablezca el servicio normal cloud.
RR3	Incumplimiento de oferta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Evangelizar a toda la organización sobre nuestra propuesta de valor a fin de dar un único mensaje en todas las instancias de la organización • Elaborar comunicaciones sencillas, claras y conforme a los manuales de

		<p>marca y que sean coherentes con nuestra oferta de valor.</p>
RS1	Aparición de una nueva pandemia	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de materiales de protección personal, como mascarillas, protectores faciales, alcoholes, entre otros • Realizar evaluaciones y seguimiento a los socios teniendo en cuenta el grado de contagio de la nueva enfermedad.
RT3	Incumplimiento de contratos por los proveedores de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer penalidades altas para desincentivar acciones de incumplimiento por parte de los proveedores. • Establecer proveedores de segunda línea de defensa que puedan cubrir el incumplimiento de los proveedores primarios.
RT4	Fuga de información por parte de personal interno	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas y niveles de acceso a la información a fin de evitar accesos no autorizados a cierta información de los clientes. • Establecer procedimientos ante la baja, voluntaria o involuntaria, de los trabajadores de la empresa.
RR1	Escándalos sobre integridad de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar filtros de selección de personal que cumpla con los valores e integridad que se busca en la compañía.

		<ul style="list-style-type: none"> Realizar evaluaciones contantes que evalúen la integridad del personal y refuercen los valores que la compañía requiera.
RR2	Mala conducta de proveedores o socios comerciales	<ul style="list-style-type: none"> Establecer políticas para la contratación de proveedores o socios comerciales. Establecer cláusulas en los contratos con proveedores que permita la rescisión del contrato en caso se presente una mala conducta)
RF1	Aumento de la inflación	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo asumido. Revisar y monitorear la evolución de la inflación para realizar ajustes a los precios Implementar beneficios y descuentos a los clientes para fomentar la contratación de servicios mediante CleanApp.
RF2	Aumento agresivo del tipo de cambio	<ul style="list-style-type: none"> Contratar la mayor cantidad de servicios en moneda nacional. Adquirir o utilizar productos que no dependan demasiado del incremento del tipo de cambio.
RL2	Tratamiento de datos personales	<ul style="list-style-type: none"> Establecer criterios de seguridad que garanticen la confidencialidad de los datos personales de los usuarios.

		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar mecanismos para encriptar todos los datos sensibles del cliente y socio independiente.
RF4	Multas por entes reguladores	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer procesos claros y sencillos que permita cumplir con lo normado por parte de los reguladores • Aplicar medidas correctivas de forma oportuna a cualquier notificación o sanción por parte de los reguladores. • Revisar constantemente las normas emitidas por los reguladores y que impactan al negocio para implementar desarrollos antes de la fecha límite del mandato.

Elaboración: Autores de la tesis

12.6 Conclusiones

A continuación, se mencionan las conclusiones del capítulo:

- Se pudo identificar los principales riesgos que está expuesto el negocio en diferentes frentes, tales como el riesgo sanitario, teniendo en cuenta lo provocado por el COVID y la aparición de nuevas enfermedades, como la viruela del mono, que pueden provocar una interrupción parcial o total de las operaciones.
- Se tomó en cuenta el riesgo de multas por los entes reguladores, ya que, como empresa domiciliada en el Perú, debe acatar los reglamentos establecidos y estar atento a los antecedentes de anteriores sanciones para poder mejorar los procesos involucrados en una determinada sanción económica.
- El riesgo de la indisponibilidad de los servicios cloud es un riesgo latente debido a la experiencia sufrida con AWS, la cual, no se tuvo acceso a sus servicios en dos ocasiones, lo que se identificó en esta ocasión para plantear alternativas, a nivel tecnológico, para disminuir el impacto en el negocio.

CAPÍTULO 13: CONCLUSIONES

- Se ha logrado cumplir con el objetivo general del plan de negocio. Dado que con la inversión inicial de los socios (S/. 250,000); y la proyección del escenario esperado se puede indicar que la viabilidad económica del plan de negocio es rentable. Obteniendo un TIR de 60.36% y un VAN de S/. 605,512.44 soles dentro de un horizonte de evaluación de 5 años y considerando una tasa de interés de 20%.
- A través de nuestro análisis de sensibilidad, se ha obtenido que los indicadores tienen los siguientes valores VAN de S/. 1,216,699.98 soles y TIR de 94.16% para el escenario optimista y VAN de -S/. 5,674.81 soles y TIR de 19.55% para el escenario pesimista, con lo cual se concluye que el plan de negocio es viable.
- A partir del estudio de mercado que hemos realizado se ha obtenido:
 - Que un 68.8% de los “usuarios finales” están dispuestos adquirir nuestro servicio plasmado en la propuesta de negocio.
 - Que el 48.1% de hogares tiene la necesidad y estaría dispuesto a contar con los servicios de limpieza de una persona (socio) para sus viviendas a través de CleanApp.

Estos parámetros logran satisfacer los objetivos específicos OE1 y OE2.

- El análisis económico permitió determinar que la industria se encuentra en constante crecimiento desde la pandemia. A pesar de la situación actual, se identificó un mercado donde hay pocos competidores, bajo el sistema de intermediación en ciertas zonas de Lima Metropolitana donde el gasto en servicios se mantiene a pesar de la inflación actual.
 - Es por ello, que el desarrollo de este plan de negocio nos indica: Que el mercado que busca “servicios de limpieza” está en constante aumento en el Perú, por lo cual consideramos que es factible lograr el 1,5% del mercado disponible.

Estos parámetros se logran satisfacer los objetivos específicos OE3 y OE5.

- Un factor importante para la viabilidad del negocio es tener un mayor porcentaje de costos variables con el objetivo de poder tener un bajo punto de equilibrio y poder tener una mayor rentabilidad en el corto plazo. A pesar de implementar esta política en la operación y tecnología como la nube, se tiene que considerar algunos costos fijos necesarios en materia de cumplimiento de la legislación local, tal es el caso de los gastos por contabilidad mediante un proveedor especializado.

CAPÍTULO 14: RECOMENDACIONES

- Para todo plan de negocio y para este negocio en particular es primordial tener bien identificada la “demanda estimada”. Con ello, podremos medir si estamos dentro de lo esperado para la captación del mercado disponible que consiste en 1,362,914 hogares de Lima Metropolitana. Caso contrario podríamos considerar “planes de acción” que nos permitan conseguir la meta propuesta.
- Evaluar la expansión de las operaciones a las principales provincias de los departamentos de Arequipa y La Libertad, es decir Arequipa y Trujillo respectivamente, una vez que se haya consolidado la operación en Lima Metropolitana. Ello considerando que la provincia de Arequipa tiene alrededor de 353,300 hogares y la provincia de Trujillo tiene alrededor de 269,200 hogares.
 - Con ello, se recomienda que se logre una expansión país en 2 años e internacional al 4to año (comunidad andina).
- Implementar encuestas y seguimiento de los socios de limpieza a fin de poder fidelizarlos en el uso de la plataforma y tengan a CleanApp como primera opción al momento de utilizar su tiempo libre para generar ingresos adicionales. Dichas encuestas pueden detectar nuevos dolores que como empresa podemos aprovechar para mejorar nuestra propuesta de valor y evitar que la competencia, los mismos usuarios de forma directa o modelos de negocios conexos, puedan atraer a nuestros socios afiliados.
- Flexibilizar la contratación del servicio y permitir que se realice por horas después de vencer el tiempo del servicio estándar de 5 horas, en caso de que el cliente necesite incluir más espacios a limpiar sin tener que contratar un nuevo plan de 5 horas o el servicio extendido de 8 horas.
- Se sugiere que el presente plan de negocio pueda implementar servicios de limpieza con desinfección u ozono y otros servicios especializados como gasfitería, electricidad, etc. que vayan de acuerdo con las nuevas demandas de los usuarios y que la empresa no ofrece en esta primera etapa.

- Importante poner atención a la retroalimentación de los clientes, socios e información disponible en las redes sociales de CleanApp con el objetivo de atender cualquier solicitud, observación o queja y poder brindarle una gestión adecuada y eficaz tan pronto sea posible. Hay que recordar que un cliente o socio feliz va a ser el principal embajador de CleanApp en el resto de las personas (publicidad boca a boca).
- Incluir nuevas formas de ingresos como el cobro por publicidad o suscripción anual a los usuarios y/o socios de limpieza cuando se haya logrado posicionar la plataforma en el mercado. Considerando que nuestro mercado inicial de usuarios será un estimado de 2833500 hogares en el escenario esperado y se considera un crecimiento de 5% en los próximos años.
- Indispensable que en fase post salida en vivo se evalúe la implementación de un “seguro de terceros” que cubra posibles incidentes durante la ejecución de servicio.
- Incorporar tarifas diferenciadas por distrito en Lima Metropolitana. Dado que los distintos distritos de la ciudad presentan variaciones en los niveles socioeconómicos, lo que puede repercutir en el costo del transporte y en el tiempo que necesitan los “socios de limpieza” para llegar a la dirección del usuario final.
 - De esta manera, al establecer tarifas diferenciadas por distrito, se busca garantizar que el servicio sea más equitativo y accesible para todas las personas, independientemente de su ubicación.

BIBLIOGRAFÍA

Agenda Ambiental al Bicentenario. (2018). *Agenda Nacional de Acción Ambiental al 2021*. Lima: Ministerio de Ambiente.

Andina. (9 de Marzo de 2021). *Andina*. Obtenido de Apnoticias:

<https://www.apnoticias.pe/peru/andina/emprendedores-atento-a-estas-cuatro-razones-para-invertir-en-sector-de-limpieza-427303>

Banco Central Europeo. (21 de Febrero de 2022). *¿Qué es la inflación?* Obtenido de Para saber más: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.es.html>

BCE. (s.f.). *Banco Central Europeo*. Obtenido de *¿Qué es la inflación?*:

<https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.es.html>

BCR. (Diciembre de 2021). *Reporte de Inflación_Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021 al 2023*. Obtenido de

[https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-](https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021-presentacion.pdf)

[Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021-presentacion.pdf](https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021-presentacion.pdf)

CPI. (Marzo de 2022). *Poblacion 2022*. Obtenido de

[file:///C:/Users/XS01661/OneDrive%20-](file:///C:/Users/XS01661/OneDrive%20-%20Cirion%20Technologies/Desktop/poblacion%202022.pdf)

[%20Cirion%20Technologies/Desktop/poblacion%202022.pdf](file:///C:/Users/XS01661/OneDrive%20-%20Cirion%20Technologies/Desktop/poblacion%202022.pdf)

CRC de Colombia. (21 de Febrero de 2019). *Aproximación a los mercados d dos o mas lados en el entorno digital*. Obtenido de Comisión de Regulación de

Comunicaciones de Colombia:

https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/aproximacion_a_los_mercados_de_2_lados_en_elentorno_digital_para_publicar.pdf

EC, R. (17 de Julio de 2021). Surco: denuncian que trabajadora del hogar se dio a la fuga tras robar US\$10 mil a su empleadora. *El Comercio (EC)*. Obtenido de

<https://elcomercio.pe/lima/surco-denuncian-que-trabajadora-del-hogar-se-dio-a-la-fuga-tras-robar-us10-mil-a-su-empleadora-policia-nacional-lima-nndc-noticia/>

El Peruano. (27 de Abril de 2021). Obtenido de El Peruano:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-las-trabajadoras-y-trabajadores-del-hogar-ley-n-31047-1889434-1/>

El Peruano. (27 de 10 de 2021). Perú vive un momento decisivo para el diálogo. *El Peruano*.

Gestión, R. (6 de Septiembre de 2020). El 70% de trabajadoras del hogar fueron despedidas debido a la crisis económica por el COVID-19. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/el-70-de-trabajadoras-del-hogar-fueron-despedidas-debido-a-la-crisis-economica-por-el-covid-19-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gestión, R. (10 de Julio de 2021). INEI: población de Perú suma 33 millones, con tendencia al ‘envejecimiento’. *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/inei-poblacion-de-peru-suma-33-millones-con-tendencia-al-envejecimiento-noticia/?ref=gesr>

Gobierno del Perú. (3 de Julio de 2011). *Plataforma digital única del Estado Peruano*.

Obtenido de Gobierno del Perú Web Site:

<https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/243470-29733>

Gobierno del Perú. (13 de Marzo de 2015). *Plataforma digital única del Estado Peruano*.

Obtenido de Gobierno del Perú Web site:

<https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/886802-30309>

IE BUSINESS SCHOOL. (1 de Abril de 2016). *Departamento de Comunicación*.

Obtenido de IE BUSINESS SCHOOL:

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-colaborativa-en-Am%C3%A9rica-Latina.pdf>

INDECOPI. (5 de Agosto de 2020). *INTELECTUAL, TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD*. Obtenido de RESOLUCIÓN 0084-2020/SDC-INDECOPI:

<https://www.gacetajuridica.com.pe/docs/Resoluci%C3%B3n-0084-2020-SDC-INDECOPI%20UBER.pdf>

INEI. (Noviembre de 2021). *Estadísticas de Seguridad Ciudadana*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_mayo_octubre2021.pdf

INEI. (2022). Obtenido de Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana: <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-mercado-laboral-oct-nov-dic-2021.pdf>

Institucional, O. d. (20 de Abril de 2021). *Plataforma Digital Única del Estado Peruano*. Obtenido de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE): <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/noticias/483405-trabajo-remoto-crecio-de-manera-exponencial-en-el-2020-segun-informe-trimestral-del-mercado-laboral-del-mtpe>

Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E., & Ernst, C. (2019). *Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?* Buenos Aires: Buenos Aires : OIT, 2019.

McGraw Hill. (12 de Abril de 2012). *Apoyo domiciliario*. Obtenido de McGraw Hill: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448171470.pdf>

MEF. (15 de Octubre de 2021). *La economía peruana creció 11,8% en agosto y supera los niveles prepandemia por cuarto mes consecutivo*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7178&lang=es-ES

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (s.f.). *Glosario de términos de temas de empleo*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/estadisticas/terminologia.pdf>

- Mochon, F., & Becker, V. (2008). *Economía. Principios y aplicaciones*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Morrison, A. (Marzo de 2021). *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Obtenido de La participación laboral de las mujeres en el Perú: 10 mensajes clave y 6 recomendaciones de política:
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-participacion-laboral-de-las-mujeres-en-el-Peru-10-mensajes-clave-y-6-recomendaciones-de-politica.pdf>
- Organización de Naciones Unidas. (2019). *Organización de Naciones Unidas*. Obtenido de Organización de Naciones Unidas Sitio Web:
https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019_Spanish.pdf
- Patro, G., Chakraborty, A., Ganguly, N., & Gummadi, K. (2020). *Incremental Fairness in Two-Sided Market Platforms: On Smoothly Updating Recommendations. Proceedings of the AAI Conference on Artificial Intelligence, 34(01)*. Obtenido de Proceedings of the AAI Conference on Artificial Intelligence:
<https://doi.org/10.1609/aaai.v34i01.5349>
- Perú, I. . (2020). *PERFILES SOCIOECONÓMICOS DE*. Obtenido de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-01/nse_2020_v2.pdf
- Peruano, D. E. (2 de Septiembre de 2010). *Ley N° 29571*. Obtenido de El Código de Protección y Defensa del Consumidor:
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/codigo-de-proteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-538113-1/>
- Peruano, D. E. (3 de Julio de 2011). *Ley N° 29733*. Obtenido de Ley de Protección de Datos Personales: <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0036/ley-proteccion-datos-personales.pdf>

Peruano, R. E. (1 de Octubre de 2020). *Ley N° 31047*. Obtenido de LEY DE LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES DEL HOGAR:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-las-trabajadoras-y-trabajadores-del-hogar-ley-n-31047-1889434-1/>

Peruano, R. E. (30 de Junio de 2021). INEI: Solo el 15.5% de las víctimas de un hecho delictivo hacen la denuncia. *El Peruano*. Obtenido de

<https://elperuano.pe/noticia/123704-inei-solo-el-155-de-las-victimas-de-un-hecho-delictivo-hacen-la-denuncia#:~:text=En%20el%20semestre%20de%20an%C3%A1lisis,de%20edad%3A%20el%207.6%25>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (s.f.). *Ministerio de la Producción - Proyectos y Programas*. Obtenido de Plataforma digital única del Estado Peruano:

<https://www.gob.pe/institucion/produce/organizacion>

Redacción, R. (13 de Mayo de 2021). *RPP Noticias*. Obtenido de Un 73% de trabajadores labora entre 1 y 5 horas diarias más con el teletrabajo:

<https://rpp.pe/economia/economia/un-73-de-trabajadores-labora-entre-1-y-5-horas-diarias-mas-con-el-teletrabajo-empleo-empresas-noticia-1336640?ref=rpp>

INEI. (Julio de 2021). *Encuesta mensual del sector servicios*. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios_10.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas. (26 de Febrero de 2022). *La economía peruana creció 11,8% en agosto y supera los niveles prepandemia por cuarto mes consecutivo*. Obtenido de Comunicados, entrevistas y notas de prensa:

https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7178&lang=es-ES

BBVA. (24 de Febrero de 2022). *¿Qué es el IPC y cómo afecta a las finanzas?* Obtenido de Educación financiera: <https://www.bbva.com/es/ipc-afecta-tus-finanzas/>

INEI. (12 de Febrero de 2022). *Metodología del índice de precios al consumidor*.

Obtenido de Publicaciones digitales:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1031/cap03.pdf

Banco Central Europeo. (21 de Febrero de 2022). *¿Qué es la inflación?* Obtenido de Para saber más: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.es.html>

Banco Central de Reservas del Perú. (Diciembre de 2021). *Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021 - 2023*. Obtenido de Publicaciones: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/report-de-inflacion-diciembre-2021-presentacion.pdf>

INEI. (3 de Noviembre de 2021). *Índices de precios*. Obtenido de Estadísticas: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/indices_tematicos/02_indice-precios_al_consumidor-nivel_nacional_2b.xlsx

García, G. (13 de Noviembre de 2021). Paro de rappitenderos: seis razones por las que se desconectaron. *El Universal*.

Hernández, G. (18 de Octubre de 2021). México se encamina a regular la relación laboral en las plataformas digitales. *El Economista*.

Carrasco, R. (17 de Mayo de 2021). México: pionero para Latinoamérica en la regulación fiscal de servicios digitales. *Forbes México*.

Cámara de Diputados y Diputadas de Chile. (28 de Abril de 2021). *Aprueban regulación para resguardar situación de trabajadores de plataformas digitales de servicios*. Obtenido de <https://www.camara.cl/cms/noticias/2021/04/28/aprueban-regulacion-para-resguardar-situacion-de-trabajadores-de-plataformas-digitales-de-servicios/>

Villar, P. (08 de Noviembre de 2019). *MTPE analizará la regulación laboral para las plataformas digitales: ¿qué dicen las Apps?* Obtenido de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/mtpe-analizara-la-regulacion-laboral-para-las-plataformas-digitales-que-dicen-las-apps-uber-glovo-beat-cabify-noticia/?ref=ecr>

- Forbes Perú. (25 de Noviembre de 2021). *Regulación de las apps de delivery: flexibilidad versus precariedad laboral*. Obtenido de Forbes Perú: <https://forbes.pe/red-forbes/2021-11-25/regulacion-de-las-apps-de-delivery-flexibilidad-versus-precariedad-laboral/>
- RPP Noticias. (10 de Noviembre de 2021). *Congreso plantea que repartidores de apps de delivery sean incluidos en planilla*. Obtenido de RPP: <https://rpp.pe/economia/economia/congreso-plantea-que-repartidores-de-apps-de-delivery-sean-incluidos-en-planilla-noticia-1368498?ref=rpp>
- Cores, A. (11 de Setiembre de 2018). *¿Está el Perú preparado para la regulación tributaria de empresas digitales?* Obtenido de EY: https://www.ey.com/es_pe/technology/regulacion-tributaria-de-empresas-digitales
- INEI. (Julio de 2021). *Encuesta mensual del sector servicios*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios_10.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (26 de Febrero de 2022). *La economía peruana creció 11,8% en agosto y supera los niveles prepandemia por cuarto mes consecutivo*. Obtenido de Comunicados, entrevistas y notas de prensa: https://www.mef.gov.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7178&lang=es-ES
- BBVA. (24 de Febrero de 2022). *¿Qué es el IPC y cómo afecta a las finanzas?* Obtenido de Educación financiera: <https://www.bbva.com/es/ipc-afecta-tus-finanzas/>
- INEI. (12 de Febrero de 2022). *Metodología del índice de precios al consumidor*. Obtenido de Publicaciones digitales: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1031/cap03.pdf
- Banco Central Europeo. (21 de Febrero de 2022). *¿Qué es la inflación?* Obtenido de Para saber más: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.es.html>

- Banco Central de Reservas del Perú. (Diciembre de 2021). *Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021 - 2023*. Obtenido de Publicaciones: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021-presentacion.pdf>
- INEI. (3 de Noviembre de 2021). *Índices de precios*. Obtenido de Estadísticas: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/indices_tematicos/02_indice-precios_al_consumidor-nivel_nacional_2b.xlsx
- Mochón, F., & Becker, V. (2008). *Economía. Principios y aplicaciones*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Banco Central de Reserva. (2021 de 2021). *Reporte de estabilidad financiera - Noviembre 2021*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2021/noviembre/ref-noviembre-2021.pdf>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados. (2021 de 2021). *APEIM NSE 2021*. Obtenido de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2021/10/niveles-socioecono%CC%81micos-apeim-v2-2021.pdf>
- RPP Noticias. (16 de Agosto de 2021). Desempleo en el Perú alcanza su menor nivel en un año, según cifras del INEI.
- INEI. (15 de Enero de 2022). *Población ocupada de Lima Metropolitana alcanzó los 4 millones 909 mil personas en el cuarto trimestre del año 2021*. Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-ocupada-de-lima-metropolitana-alcanzo-los-4-millones-909-mil-personas-en-el-cuarto-trimestre-del-ano-2021-13295/#:~:text=Tasa%20de%20desempleo%20se%20ubic%C3%B3,en%204%2C1%20puntos%20porcentuales>.
- BBC. (2022). *BBC*. Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-63898035>
- CNNEspañol. (2022). *CNNEspañol*. Obtenido de CNNEspañol: <https://cnnespanol.cnn.com/2022/12/14/nueva-presidenta-peru-dina-boluarte-peru-protestas-generalizadas-trax/>

- Bloomberg. (2022). *Bloomberg*. Obtenido de Bloomberg:
<https://www.bloomberglinea.com/2022/12/13/peru-pierde-hasta-us26-millones-diarios-por-protestas-ante-crisis-politica-mef/>
- Banco Central de Reservas del Perú. (Noviembre de 2022). *Perspectivas Monetarias y Financieras Postpandemia*. Recuperado el Diciembre de 2022, de Banco Central de Reservas del Perú:
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/presentaciones/2022/presentacion-2022-11-02-cies.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (Agosto de 2022). *Marco Macroeconómico Multianual*. Recuperado el Diciembre de 2022, de Ministerio de Economía y Finanzas del Perú:
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3544555/PPT%20MMM-2023-2026.pdf.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Noviembre de 2022). *Encuesta mensual del sector servicios - Septiembre 2022*. Recuperado el Diciembre de 2022, de Instituto Nacional de Estadística e Informática:
<https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/11-informe-tecnico-enc-mensual-de-serv-set-2022.pdf>
- La República. (26 de Noviembre de 2022). *Sueldo mínimo en Perú 2022: entérate cuál es el aumento oficial*. Obtenido de La República: <https://larepublica.pe/datos-lr/respuestas/2022/08/08/sueldo-2022-cuanto-es-la-remuneracion-minima-vital-en-peru-salario-minimo-rmv-ministerio-de-trabajo-y-empleo-atmp/>
- Asociación peruana de empresas de inteligencia de mercados. (Julio de 2021). *Niveles Socioeconómicos 2021*. Recuperado el Diciembre de 2022, de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2021/10/niveles-socioeconomicos-apeim-v2-2021.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista para Socios

Parte I – Análisis del Entorno

¿Quiénes son y que hacen?

- ¿Qué servicios de limpieza realiza, en cuál de ellos se especializa?
- ¿Cuéntame cuáles son los problemas más comunes que tienes al dar el servicio de limpieza?
- ¿Cómo resuelves ese problema?
- ¿Qué solución te gustaría que hubiera para solucionar este problema?
- ¿Consideras que tienes mucho trabajo?
- ¿Consideras que la cantidad de servicios que haces por día son suficientes para cubrir tu necesidad de ingresos?
- ¿Qué te impide ganar más dinero o hacer más servicios?
- ¿Qué tantos clientes atiendes por recomendación?

Parte II – Validación del Negocio

Descripción del negocio

- ¿Considera que la idea de negocio explicada le serviría para conseguir más clientes?
- ¿Qué le gustó más de la idea explicada?
- ¿Qué no le parece adecuado sobre la idea explicada?
- ¿Usaría su smartphone para acceder al servicio?
- ¿Estaría dispuesto a compartir parte de su ganancia a favor de más clientes?
- Si su respuesta fue SI ¿Cuánto estuviese dispuesto a pagar por este servicio?
- ¿Estaría dispuesto a pagar 1 sol diario para ganar más clientes?
- ¿Crees que podría haber más personas interesadas a las que recomendarías el negocio?
- ¿Estaría dispuesto a tomar turnos de noche por un pago mayor?

- ¿Cómo promociona sus servicios?
- ¿Brindaría sus datos personales para darse de alta en la plataforma? (nombres, DNI, fecha de nacimiento, antecedentes penales, prueba psicológica, etc.)
- ¿Aceptarías que tu trabajo sea evaluado y recomendado a cambio de obtener beneficios por ello?
- ¿Has escuchado o trabajado para una empresa que te ofrezca algo parecido?
- ¿Qué empresa?
- ¿Qué otros beneficios te gustaría recibir por el trabajo realizado?

ANEXO 2: Preguntas de encuesta usuarios finales

1. Por favor, ¿cuál es tu rango de edad?
2. Por favor, seleccione su sexo
3. ¿En qué distrito vives?
4. ¿Cuál es tu estado civil?
5. ¿Quién realiza las labores de limpieza en su domicilio?
6. Si marcaste otro, por favor especificar cuál
7. ¿Con qué frecuencia se realiza la limpieza en tu domicilio?
8. ¿Cuántas horas aproximadamente te toma realizar la limpieza de tu domicilio por vez?
9. ¿Qué tipo de contratiempos presentas al momento de realizar la limpieza?
10. Aproximadamente, ¿a cuánto asciende tu gasto mensual relacionado a la limpieza de su domicilio? Tener en cuenta los productos de limpieza como el costo de la persona o empresa especializada que se contrata para tales labores
11. ¿Cuál es el nivel de complejidad en contratar a una persona que realice la limpieza de su domicilio?
12. ¿Qué tan probable es que contrataras a una persona independiente que realice las labores de limpieza de tu domicilio?
13. ¿Por qué?
14. ¿Conoces alguna aplicación móvil o empresa que realice el servicio de limpieza de domicilio?

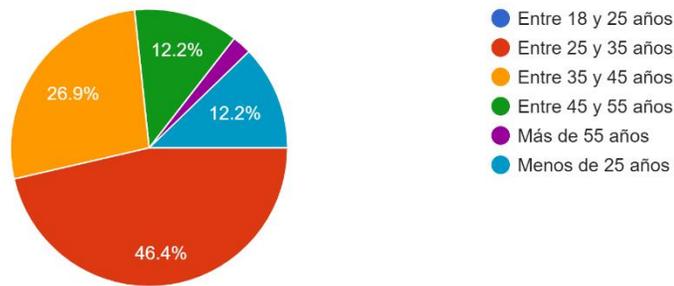
15. Si tu respuesta es sí, ¿Cuál de los siguientes aplicativos o empresa conoce o ha utilizado recientemente? Puede marcar más de una alternativa
16. Si marcaste otros, por favor especifica cuál
17. Basado en tu última experiencia, ¿Qué es lo más favorable o desfavorable de contratar este tipo de empresas por aplicativo móvil?
18. ¿Cuántas veces en los últimos 12 meses solicitaste servicios de limpieza?
19. ¿Qué fuente utiliza para contratar servicios? Puede marcar más de una alternativa
20. Teniendo en cuenta la descripción anterior, ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar CleanApp para contratar un servicio de limpieza para su hogar?
21. ¿Estaría Ud. dispuesto a programar servicios de limpieza por una aplicación de forma segura teniendo en cuenta la calificación previa de los socios de limpieza?
22. Cuéntenos, ¿por qué seleccionó la respuesta?
23. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Visualizar los socios de limpieza disponibles para determinadas fechas]
24. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Asignación automática de socios de limpieza basado en las características del hogar, distancia y calificación del socio]
25. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Calendarizar los servicios de forma continua]
26. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Calificar el servicio y al socio mediante la aplicación]
27. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Pagar de forma online, sin necesidad de usar efectivo]
28. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Ver calificaciones pasadas de los socios de limpieza]

29. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Realizar subasta inversa de servicios de limpieza]
30. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil? [Paquete de beneficios como descuentos por compartir la app]
31. ¿Qué otra característica considera Ud. relevante para poder optar por la contratación de servicio de limpieza por aplicativo?
32. ¿Qué tan probable utilizaría el aplicativo CleanApp?
33. Finalmente, ¿por qué el motivo de tu calificación?

ANEXO 3: Resultados de encuesta usuarios finales

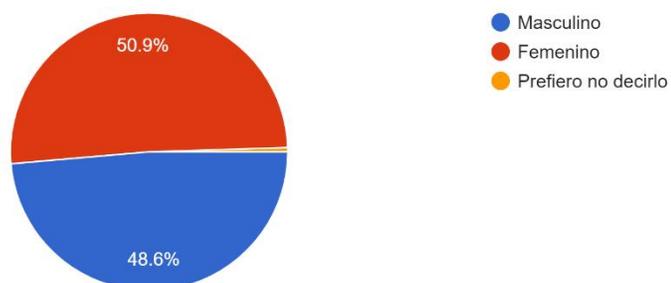
1. Por favor, ¿cuál es tu rango de edad?

401 responses



2. Por favor, seleccione su sexo

401 responses

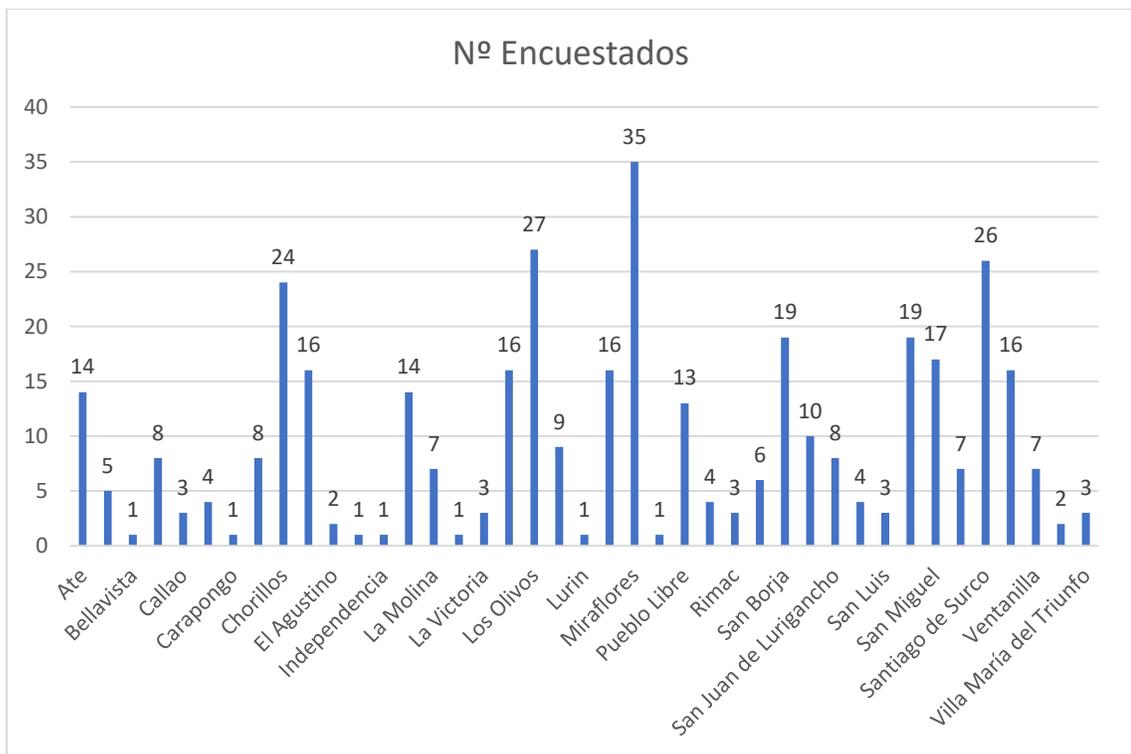


3. ¿En qué distrito vives?

401 responses

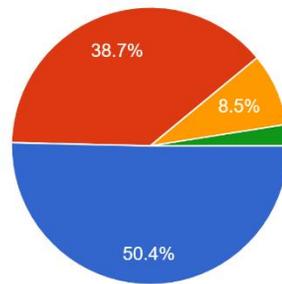
Distrito	Nº Encuestados	%
Ate	14	3.64%
Barranco	5	1.30%
Bellavista	1	0.26%
Breña	8	2.08%
Callao	3	0.78%
Carabaylo	4	1.04%
Carapongo	1	0.26%
Cercado de Lima	8	2.08%
Chorillos	24	6.23%
Comas	16	4.16%
El Agustino	2	0.52%
Huachipa	1	0.26%
Independencia	1	0.26%
Jesús María	14	3.64%
La Molina	7	1.82%
La Perla	1	0.26%
La Victoria	3	0.78%
Lince	16	4.16%
Los Olivos	27	7.01%
Lurigancho – Chosica	9	2.34%
Lurín	1	0.26%
Magdalena del Mar	16	4.16%
Miraflores	35	9.09%
Molina	1	0.26%

Pueblo Libre	13	3.38%
Puente Piedra	4	1.04%
Rímac	3	0.78%
Salamanca	6	1.56%
San Borja	19	4.94%
San Isidro	10	2.60%
San Juan de Lurigancho	8	2.08%
San Juan de Miraflores	4	1.04%
San Luis	3	0.78%
San Martín de Porres	19	4.94%
San Miguel	17	4.42%
Santa Anita	7	1.82%
Santiago de Surco	26	6.75%
Surquillo	16	4.16%
Ventanilla	7	1.82%
Villa El Salvador	2	0.52%
Villa María del Triunfo	3	0.78%



4. ¿Cuál es tu estado civil?

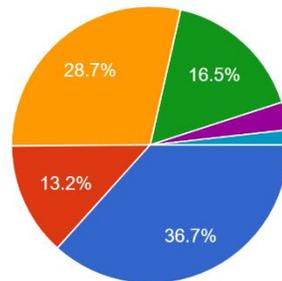
401 responses



- Soltera(o)
- Casada(o)/Conviviente
- Separada(o)
- Viuda(o)

5. ¿Quién realiza las labores de limpieza en su domicilio?

401 responses



- Yo personalmente
- Un familiar y/o Rommie
- Yo con un familiar y/o rommie
- Un empleado o empleada doméstica
- Una persona o empresa especializada
- Otro

6. Si marcaste otro, por favor especificar cuál

8 respuestas

Yo personalmente y mi pareja

Una vez por semana una empleada doméstica, los demás días yo.

Mi conviviente

Yo de manera frecuente pero cada dos meses una trabajadora externa realiza limpieza totalmente del departamento.

La persona que me ayuda y yo

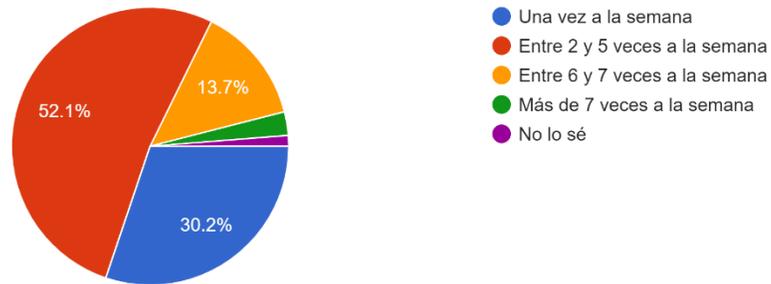
Entre mi pareja y yo

Persona eventual y yo

Familia

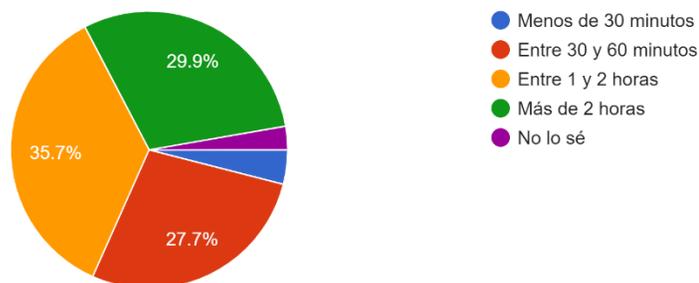
7. ¿Con qué frecuencia se realiza la limpieza en tu domicilio?

401 respuestas



8. ¿Cuántas horas aproximadamente te toma realizar la limpieza de tu domicilio por vez?

401 respuestas



9. ¿Qué tipo de contratiempos presentas al momento de realizar la limpieza?
Falta de tiempo
Se cruza con otras actividades
La limpieza a profundidad de los muebles y cocina
Me gusta limpiar, pero no tengo el tiempo suficiente.
ausencia de artículos de limpieza
Residuos pegados al piso. Calzado mojado que mancha el piso húmedo.
El clima
Que haya personas en mi domicilio y no me dejan limpiar cómodamente.
me falta tiempo
tengo una mascota, a veces entorpece la acción de limpieza
Llamadas
En algunas ocasiones podrían acabarse alguno de los materiales de limpieza
Mover los muebles
Que falten los artículos de limpieza
Tiempo, cruce con otras actividades, etc.
No prever mis insumos de limpieza
Limpiar las esquinas
No encuentro los accesorios de limpieza
El tiempo que toma limpiar lugares llenos de grasa sarro o las ollas
Distracción
Distracción
Alergias
Me impide realizar otras actividades con mi familia durante el fin de semana.
Mucho tiempo invierto en las tareas del hogar

Tiempo
Se me acumula.
Mascotas que continuamente ensucian xd
El trabajo o atender a mi hijita
Juguetes de los niños
Falta de algún equipo y/o producto de limpieza
Tengo muchas cosas en casa
Las obras de trabajo por parte de la municipalidad
falta de tiempo para terminar toda l limpieza
mover cosas pesadas
puntualidad de la persona que viene a limpiar mi casa
Mi niño a veces me distrae
No poder hacer varias actividades a la vez
Es difícil limpiar las ventanas por dentro y fuera, y a veces se acaban los implementos de limpieza.
Hace Frío
Falta de insumos
Horario de recojo de basura.
Almacenamiento de residuos sólidos
Falta de tiempo
Hay lugares que no se limpian con frecuencia y quedan con polvo
Limpiar la cocina, quitar la grasa
Flojera
Trabajo
En ordenar las cosas
el tiempo para poder ordenar y limpiar
Mis gatitos le temen a la aspiradora
me falta tiempo
Tengo que realizar otras actividades al mismo tiempo, trabajo por ejemplo
Me distraigo con la música
Mover las cosas para limpiarlas y ordenarlas
mucho polvo, grasa cocina
Encontrar todos los implementos de limpieza
Por donde empiezo
Llamadas, YouTube etc.
Secado
Que me llamen y me distraiga
no tengo tiempo
cansancio

Toma cierto tiempo realizar las actividades de limpieza
Mover las cosas
tengo que salir a trabajar temprano y la persona que limpia no llega a tiempo
Limpieza en rincones
Mi perro empieza a ladrar mucho por los olores de lejía.
Tiempo y comprar insumos
Ninguna solo que es trabajoso
Tiempo
el desorden
Tiempo
La disponibilidad de tiempo para realizarlo
Falta de insumos
El escaso tiempo para limpiar
Pereza
No lo sé lo hace la empleada
Tiempo
Quitar el pelo de los gatos, la humedad
Tiempo
Mover el inmobiliario
no me gusta hacer limpieza,
falta tiempo
Cruce con otras actividades
Trabajo y reuniones
SI EL DIA QUE SE REALIZA LA LIMPIEZA SE TIENE TODO LOS IMPLEMENTOS
Ninguno, me encanta hacer limpieza y mantener todo ordenado.
En la cocina para limpiar grasa o los trastes es más difícil porque tienes que restregar demasiado.
Mis mascotas
ACUMULACION DE ACTIVIDADES PERSONALES
Ordenar las cosas
Utensilios
Por lo general mover los muebles
Ordenar las cosas
Tiempo
facilidad de limpieza
no lo sé
puntualidad
Quita tiempo, a veces se te acaba el producto durante la limpieza
Que se dañe el objeto o que falte tiempo

Necesidad de salir a comprar los implementos de limpieza
El costo de algunos productos de limpieza es elevado
Polvo y ácaros
Otras cosas por terminar
A veces no cuento con los materiales necesarios
El espacio
Trabajo 12 horas continuas
Ir a comprar los productos
Que sea una persona de confianza
Alta humedad y condensación debido a la zona
Labor fisica
disciplina, no hace las cosas como deseo
Distraccion
Poco espacio para almacenar se llena de polvo y demasiada humedad
Me demoro mucho sacando polvo de objetos
Es buscar un horario donde se pueda realizar la limpieza sin que afecte las demás responsabilidades
Flojera
No contar con todos los productos de limpieza adecuados
El tiempo
La persona que realiza la limpieza viene solo un día y a veces no alcanza el tiempo para todo.
Que no encuentre las cosas de aseo o se valla el agua.
Falta de algún producto de limpieza
Falta de tiempo
La poca disponibilidad de tiempo para limpiar
Eliminar los residuos
Aburrimiento
Falta de tiempo, falta de productos, etc
obtener todos los productos de limpieza
Seguridad
coordinaciones
Nunca queda todo limpio
No lo se
tiempo para hacer la limpieza
puntualidad de la persona que limpia
no lo se
no conozco a ese nivel
Tareas pesadas
no se de contratiempos por parte de la persona que hace la limpieza

Tiempo. Hacemos turnos
Detalles a fondo y falta de tiempo
Rapidez
Cruce de reuniones
Accesorios
limpieza de azulejos de la ducha
otros trabajos derrepente o imprevistos familiares
Materiales
me retrasa el trabajo
Insumos
no tener los utensilios necesarios 7 especializados para la limpieza
La limpieza de ventanas por la parte externa del edificio
El tiempo
Distracción con la música
Tener un bebe o niño pequeño en casa, hacer homeworking
me falta tiempo
Tiempo
consume mucho tiempo
No hay energia electrica, No hay agua, No hay nadie en casa, No limpia bien, no cumple con lo ofrecido. su servicio es malo, no bancariza el pago, no acepta TC.
Por dónde empezaré
la señora que limpia se enferma y no llega
Movimiento de muebles
Disciplina, pulcritud
alergia a productos quimicos
puntualidad, responsabilidad
Básicamente hago limpieza de ciertas partes del departamento una semana y de otras en otra semana.
Tiempo por eso contrato personal de servicio doméstico
Demora por el tamaño del departamento
Perritos
Dolores
Flojera
llegar a sitios dificiles
Distracción celular
La disponibilidad de mi tiempo
Mover cosas pesadas
Demasiadas cosas
Los colchones por los acaros
utensilios de limpieza son caros

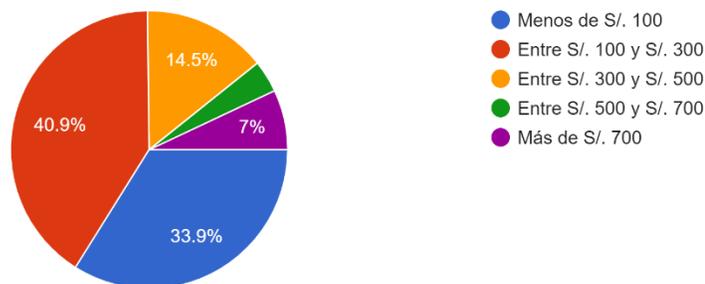
tiempo
Algunos que haces
resultados finales, no queda todo limpio
El tiempo y los implementos
Falta de tiempo
Por compromisos con amigos o trabajo, porque lo realizo terminando el dia
mover las cosas pesadas
Mientras limpio mis perros desordenan y no se puede hacer una limpieza adecuada.
el mover muebles
Poco tiempo
Cuando me viene a buscar o otros pendientes.
Falta de tiempo
Los productos de limpieza, falta de disponibilidad
El tiempo que se requiere
Desorden de los niños
Toma mucho tiempo realizar la actividad y a mi edad me cuesta más por la fatiga
Consumo de tiempo
tengo que hacerlo, pero no me gusta limpiar
no recuerdo algun problema
Mover los muebles grandes y camas
Polvo oculto
Trabajo, visitas
No tener todos los productos especializados para realizar la limpieza sobre todo cocina y baños.
Si la persona es confiable
El tiempo
lo hago antes de salir a trabajar, me falta tiempo
Trabajo
El tiempo. Tengo que organizarme para tomarme el tiempo o avanzar por áreas de la casa en días.
A veces falta de insumos
No contar con los insumos de limpieza.
Tiempo y dejar de hacer otras cosas
Cansancio
Implementos
Alzar los muebles y enserar
falta de tiempo
Trabajo
Llamadas o mensajes
Las demás actividades aparte de la limpieza

Encontrar gente transitando mientras se limpia
que se rompa el palo del trapiador
No tener ordenados los implementos de limpieza
Cansancio, rinitis
Mover los muebles y la cama
LLAMADAS
Mover los muebles (muebles, mesas)
Cansancio, se puede romper alguna herramienta
Cuidar a niños
Tiempo
Cuidado de salpicaduras con las manos y prendas al limpiar
nunca queda totalmente limpio
falta de tiempo
Llamadas telefónicas wsp mensajes
La falta de tiempo
Manchas difíciles en el piso, mover las cosas para limpiar
a veces no se limpia a profundidad
Polvo
Tiempo
Tiempo
Tiempo prolongado de limpieza
consume tiempo del fin de semana
Consumo de tiempo
suministros quimicos, provocan molestias en la casa
Llegar a todos los puntos
Cuando mi bebé llora.
Demasiado desordenada
Que la hora se pasa rapido
Mover cosas pesadas.
Cómo tenemos un tragaluz en casa constantemente la casa se llena de polvo.
Que no hay tacos libres
Ordenar las cosas
El multitasking. Tener un espacio para limpiar, pero puede que tome más tiempo y ya debo hacer otra cosa, como entrar a clases o cocinar.
Mis mascotas vuelven a ensuciar.
Tener que desocupar zonas
ME DEMORO MUCHO
Estar enjuagando el trapo
No se

La alergia al polvo
Disponibilidad de tiempo
no llegar a mover todos los muebles y cosas pesadas que al final traen mucha mugre
llamadas, mensajes, el perro, visitas
tener actividades adicionales como el trabajo, cocinar, los estudios, etc
Los rincones difíciles de alcanzar y de limpiar.
Tengo menos tiempo para realizar mis actividades académicas.
Los guantes se rompen, se acaba el detergente o te salpica la lejía
Acumulacion de pelo de mi mascota
Equipos especializados para lustrar diferentes tipos de pisos
Ninguno porque es constante la limpieza
Falta de tiempo para hacerlo
Utiles de limpieza
Demora mas de 2 horas al día
Productos no adecuados para limpiar ciertas superficies especiales
Elección de los insumos apropiados segun el tipo se superficies a limpiar.
Tiempo
La rapidez del tiempo
Limpiar la grasa
Exceso de suciedad, humedad o polvo que implica mayor tiempo de limpieza.
Buscar adecuados articulos de limpieza que no dañen el piso o sean nocivos para la salud
Ninguno, es puntual la señora
Tiempo
No tengo tiempo
El tiempo que con lleva la limpieza

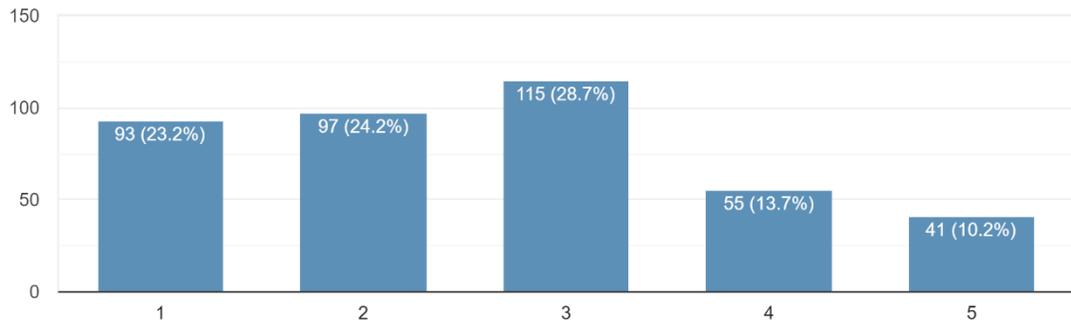
10. Aproximadamente, ¿a cuánto asciende tu gasto mensual relacionado a la limpieza de su domicilio? Tener en cuenta los productos de limpie... especializada que se contrata para tales labores

401 responses



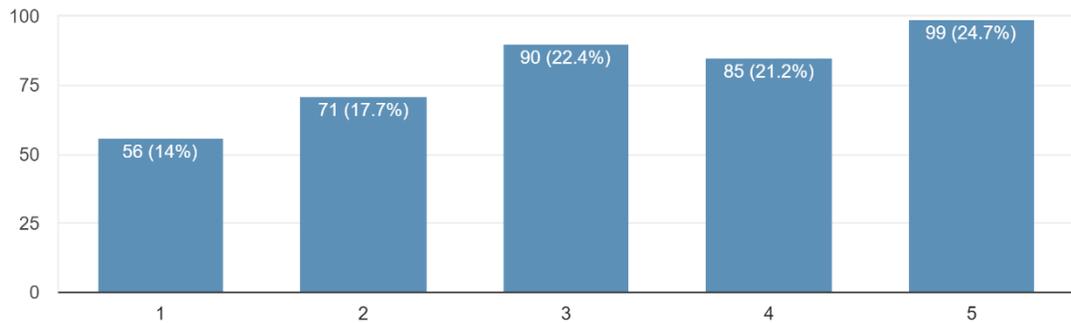
11. ¿Cuál es el nivel de complejidad en contratar a una persona que realice la limpieza de su domicilio?

401 responses



12. ¿Qué tan probable es que contrataras a una persona independiente que realice las labores de limpieza de tu domicilio?

401 responses



13. ¿Por qué?

Si es económico
Todos en casa colaboramos con la limpieza
Por temas de COVID y protocolos de bioseguridad, temor a que roben mis pertenencias, desconfianza, y porque es muy ejercicio hacer la limpieza por uno mismo,
El nivel de confianza y seguridad que me brinda esta persona
Porque me permitiría gastar mi tiempo en otra cosa.
Yo mismo lo hago
Necesito el apoyo, no dispongo de mucho tiempo

Confianza
Me ahorra tiempo
Por los gastos que acarrea contratar a alguien cuando podría ejecutarlo yo en los tiempos libres
Ahorraria tiempo.
Basta con una sola persona que sería yo, ya que no es tan grande mi domicilio.
depende de mi ingreso mensual
tengo tendencia a usar aplicaciones de tecnología
confianza
diversidad de personal
Mi presupuesto no me alcanza para pagar a un tercero
Flojera
Porque no deseo que ingresen a mi casa y se paseen por todos los ambientes,mejor lo hago yo mismo
Usualmente yo realizo esas labores
Porque tiene que tener referencias buenas.
Si es una persona de confianza y que ofrece un servicio de calidad, podría optar contar con el servicio
Debe ser de mi entera confianza
Son confiables
Porque me ayudaría en avanzar y yo podría hacer otras cosas.
No es necesario
Prefiero realizarlo por mi mismo
Por que aveces no hay mucho tiempo
Tengo mi manera
Porque personalmente sí las puedo realizar.
No hay salario para pagar
Prefiero ser auto suficiente con mis cosas
Me ocupo de ello
No lo veo necesario por el poco trabajo que ahora representa
Básicamente por la confianza de dejar a un/una extraña en mi hogar.
ganaria tiempo
Porque mis hijos son jovenes y varones
Porque a veces no tengo tiempo.
Sí tengo tiempo apra realizarlo, solo que flojera
Porque aveces es bueno que alguien más te apoye mientras trabajas o estudias
Porque no solo contrataria para hacer limpieza si no para las labores en casa.
Es una actividad que yo puedo realizar.
Por la desconfianza
A veces cuento con disposición de tiempo

prefiero conocer a la persona que dejo entrar a mi casa
no confio
estoy sola en casa no tengo seguridad al traer a alguien mas
lo hago actualmente
Por seguridad y Pandemia , ya que tengo un niño en casa
Porque la limpieza puedo hacerla yo misma
Ninguna
Depende de la frecuencia, no es necesario que sea muy seguido.
Yo mismo lo hago
Presupuesto
Desconfianza
Porque cuarto alquilado es pequeño.
Presupuesto y confianza
Realizo la limpieza personalmente o acudo a una persona ya conocida.
Para el fin de semana. Una persona nos ayuda pero solo de lunes a viernes
Tengo el tiempo para hacer la limpieza
Desconfianza
Si
Hay otros gastos prioritarios
Porque realizarían una limpieza granular, cuando yo limpio dejo partes sucias
Por motivos de privacidad y espacio
prefiero hacerlo yo mismo.
Necesidad del servicio
seguridad, tiempo, precio
Inseguridad
Por que no es necesario
Por el nivel económico actual
labores que uno puede realizar y de alguna manera relaja
Cada miembro de la familia se encarga de limpieza sus espacio.
Por que, lo haria mejor que yo
A veces hay mucha responsabilidad por el hábito laboral y se te olvida hacer la limpieza.
Prefiero ahorrar
Porque es mejor como lo realicé yo que otra persona que no conviva ahi
No tengo tiempo para realizar esa tarea
Por tiempo
Es un gasto adicional a considerar
Por falta de conocimiento
seguridad

Suelo complementar las labores de limpieza mas fuertes, con personas contratadas
Es una actividad distractora
Me hace fácil la vida
Flexibilidad
Pues soy un poco reticente y reservado con mis cosas, basicamente por razones de seguridad
Confianza
no es necesario
Tengo ya una persona que realiza la limpieza en casa
Para no asumir beneficios sociales
Dejaria de hacerlo yo, se haria mejor
ya hay una persona en mi casa, de confianza, que hace esa labor
Precio
Porque tanto mi pareja como yo andamos enfocados en el trabajo y en nuestro propio crecimiento profesional durante la semana y los fines de semana queremos enfocarlo a aprovechar el tiempo libre para estar juntos y poder distraernos o divertirnos, pero al final utilizamos ese tiempo para hacer la limpieza del hogar.
Por desconfianza
Normalmente hacemos la limpieza de acuerdo
Yo mismo lo realizo
Por qué lo puedo hacer yo
Los servicios de agencias no son bueno y si la persona independiente viene recomendada lo veo muy probable
Contactos que utilizan el servicio de limpieza de personas recomendadas.
ya tengo
Ver costos
Dispongo del tiempo
Desconfianza
Tiempo
Seguridad y confiabilidad
mi departamento es pequeño, yo puedo manejar la limpieza sin ayuda
ayuda adicional
siempre que me de un precio justo y barato
si fuese mas sencilla la forma de contratar lo usaria mas seguido
suelo hacerlo
me ayudaria
Mayormente no es necesario
Porque yo puedo realizarla.
CONFIANZA
Necesito ayuda

En ciertas ocasiones podría contratar un personal de limpieza
Porque considero que puedo hacerlo por mi mismo los fines de semana.
Mayor tiempo para mí
Por temas económicos
POR SEGURIDAD
Departamento pequeño
Para que solo se dedique a eso
Por confianza
Vengo contratando por falta de tiempo
Desconfianza
precio
me gustaria conocer
puntualidad, servicio de calidad
facilidad y tiempo
Porque no suelo confiar mucho en personas desconocidas, solo recomendadas
Tendría que ser una persona muy confiable , dada la situación.
Porque a casa no es grande
Porque yo mismo lo puedo realizar
Porque no conocen el proceso de limpieza para mi gusto
Actualmente puedo realizar la limpieza personalmente.
No es para tanto
Por el presupuesto
Por motivos económicos
Depende de la experiencia y reconocimientos
Lo puedo hacer yo
Porque yo no tengo el tiempo
Por presupuesto
Seguridad
Porque la persona es de mucha confianza
Ya tengo una persona de confianza
Compartir tareas
Confianza
El servicio es caro
poca confianza
debo conocer primero a la persona saber de donde viene, como trabaja y si es de confianza
Tener cuidado de quién contratas
Por seguridad
Porque en algunas ocasiones no me alcanza el tiempo entre mi trabajo y actividades para dedicarle el espacio necesario de limpiar.

Tendría que ser una persona de confianza y recomendada
El problema es encontrar una persona de confianza
Debe ser una persona de confianza
Siempre se necesita ayuda con la limpieza
Porque generalmente se da por recomendación de otras personas que hayan tomado su servicio
Confianza en la persona que entra en tu depa
Porque ese tiempo lo emplearía para más pendientes
Es necesario por temas de tiempo
Porque me guío mucho de las referencias.
lo puedo hacer yo
Confianza y privacidad
Actualmente, una persona me ayuda con el servicio de limpieza
Por la poca disponibilidad de tiempo para supervisar la labor del empleado
Miedo ante una posible estafa o un posible robo
No hay money :c
Si brinda la seguridad, confianza y calidad de servicio es una opción que puedo evaluar.
estoy abierto a opciones
No puedo vivir en una casa sin limpiar
yo hago mi limpieza
ayuda adicional, llego a casa cansada y no quiero estar limpiando la casa
Por cuestiones de esfuerzo e invertir mi tiempo en otras cosas
Su servicio
Depende de los servicios que se ofrezcan
Solo lo hago por referencias
Yo no hago el gasto
es muy caro contratar a una persona
quien limpia en mi casa, es de edad avanzada, me gustaria que deje de hacerlo y contratar a otra persona
para probar servicio
necesito a alguien que sea puntual en el servicio
me parece buena opción
seguridad, facilidad
no tengo confianza a menos que me recomienden a la persona
me ayudaria en mis tareas diarias
Me parece muy caro y no confio en personas extrañas
ayuda adicional en la casa
la persona que tengo es de confianza
Confianza en el personal

Ya tengo una persona de confianza
Lo hago regularmente
Debe ser referida
Tiempo
Porque lo puedo hacer yo
desconfianza
Por seguridad y confianza
Seguridad interna
porque mi departamento es pequeño y puedo hacer yo misma la limpieza
Mi casa tiene una empleada doméstica
No conozco
prefiero hacerlo yo
seguridad, privacidad y confianza
Mi departamento es pequeño y no requiere de mucho tiempo ... además no tengo niños ni mascotas en casa
Porque no hay tanto q limpiar
Por seguridad, económica.
Porque puedo hacerlo yo sola.
Contrataría a alguien que sea recomendado
es muy caro
Ayuda
Precio
si fuese algo economico lo haria, pero el pago para una persona es muy alto, no tengo presupuesto para eso
No uso servicios de ese tipo
Suelo tener ayuda adicional
Por seguridad, no es muy confiable hacer ingresar a cualquier persona a casa.
Desconfianza en que un extraño ingrese a mi domicilio
Por que que???
Porque prefiero hacerlo yo mismo
Tengo una empleada encargada de las actividades del hogar.
necesito hacer limpieza en mi departamento
me vendria bien la ayuda
Actualmente es asi
Aldo
Si fue recomendada por ser de confianza
Confianza
Contrato una persona por todo el mes
Por seguridad
es muy dificil encontrar una persona de confianza y que haga bien su trabajo

inseguridad
Tengo que contratar a una persona 100% confiable. Es difícil hacerlo
Para aprovechar el tiempo en otras actividades
Porque no tengo tiempo de hacerlo yo. Trabajo todo el día
Por el esfuerzo que significa realizar esta labor
Facilidad horarios
tiempo y esfuerzo
Porque tengo tiempo para hacerlo por mi cuenta. No lo necesito.
Confianza
Lo vengo realizando actualmente
No es seguro
siempre que sea alguien de confianza
Estoy muy ocupado
Porque no vivo permanente en Lima
Necesito el apoyo ya que no cuento con mucho tiempo
Por ahora me organizo en hacer la limpieza
Por tiempo
No conozco
La limpieza es algo personal
lo hago regularmente
suelo contratar personas
facilidad de contratacion
Hay personas que trabajan haciendo limpieza
no conozco a la persona, no me parece muy seguro
Pues, depende si hay alguna recomendación de por medio y aún así hay cierta desconfianza
Me gusta hacer limpieza
Por ganar tiempo
Porque no es tan complicado para mi realizar la limpieza y no me toma demasiado tiempo
los servicios son muy caros para mi presupuesto
Por qué es trabajoso hacer la limpieza y me ahorraría ese tiempo para hacer trabajos de la universidad u otras cosas.
me gusta realizar la limpieza
Facilita la labor diaria
Lo puedo realizar perfectamente yo
Preferible mejor hacerlo y así tengo ahorrado.
confianza
Confianza, tema económico
Seguridad, disponibilidad, costo

Situaciones puntuales donde tenga muchas actividades y encuentre una persona de confianza o recomendada
Es más probable que contrate a una persona cuando esté mayor y trabaje, por el momento no lo necesito, lo puedo hacer yo
Por razones de seguridad
Porque tengo ya hijos grandes
Porque es un tiempo invertido en acciones cotidianas
Por que es difícil saber cual es el comportamiento de la persona.
No confío
por temas de seguridad, no conozco a la persona que vendra
tener ayuda seria genial
la persona que tengo la conozco desde hacer años, le tenemos confianza
Se debe tener buenas referencias, que sea confiable y que limpie a profundidad, cosa que es muy poco probable
Falta de tiempo
Confianza
Confianza
Es complicado conseguir una persona de confianza.
Porque no necesitamos
No conozco una agencia de limpieza
Para usar ese tiempo en otras cosas.
no esta dentro de mis posibilidades economicas
Presupuesto y confianza
Podría contratar a una persona. Por el tema de la pandemia obvie esa posibilidad, pero ahora con la nueva normalidad, y porque no tengo mucho tiempo, sería una buena tentativa.
Tienen flexibilidad horaria en caso necesite de sus servicios para otros días
Por la confianza en la persona.
Seguridad
Por el costo
Es necesario debido a que mi esposo y yo trabajamos y tenemos 2 hijos.
No confío así me manden su curriculo
me ayudaria con la falta de tiempo
Tiempo
Lo puedo hacer yo mismo
Al limpiar todos los días, no creo que sea necesario
Puedo hacerlo yo mismo
Cuestión de confianza
no necesito, porque yo mismo lo hago
No considero necesaria la ayuda

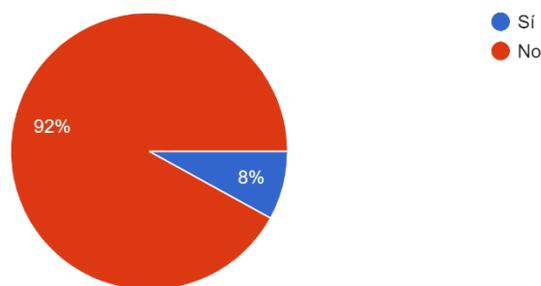
No sé tiene confianza con las personas
Debido a los gastos que se requiere
TEMA ECONOMICO
No presupuestado
Creo que lo puedo seguir haciendo yo mismo, a no ser que me mude a una casa más grande
Tengo algun familiar que lo hace
Por seguridad
Existen empresas de limpieza, pero aveces hay dudas en la confiabilidad y calidad de servicio
Para evitar perder el tiempo
Vengo optando por esa modalidad
Xq no necesito
Podria probar un servicio nuevo si me da alguna oferta económica
me sirve un profesional en limpieza, mejor acabado final
requiero ayuda
ya tengo ayuda
conveniencia
falta de presupuesto
Porque estará más enfocada en el trabajo de limpieza que contrata con mi persona, será puntual
Por la confianza
Porque no me gusta limpiar, conozco a la persona que realiza el trabajo, lo hace mas rápido que yo y es rápido y sencillo de contratar
crisis económica xD
Por qué no me alcanzaría para pagar los honorarios
Para emplear mi tiempo en otras actividades
Consume tiempo
No tengo muchos conocidos
necesito ayuda
practicidad
Seguridad
Ya tengo una persona para eso
confianza una sola persona conocida que venga siempre
tengo poca confianza, menos con un independiente, tendria que tener algun tipo de recomendacion
necesito personal que haga la limpieza
no confio en gente extraña
Seguridad
Desconfianza

Prefiero hacerlo yo misma.
Seguridad
Por que la limpieza de mi domicilio me gusta realizarlo ami mismo.
No es necesario
Preferimos ahorrar realizando la limpieza nosotros mismos.
Porque prefiero hacer hacerlo a mi modo y así ahora dinero
No alcanza el presupuesto
Es un espacio pequeño, pero sí tengo un cuarto que requiere una limpieza a profundidad entonces pensaría en contratar a alguien porque son muebles para mover.
Es algo que yo puedo hacer.
Confianza y costo
Ahorrarme el tiempo
NO TENGO LOS RECURSOS ECONOMICOS Y NO CONFIO EN LA GENTE
Porque es difícil conseguir a alguien de confianza y que limpien bien
Money
Falta de dinero.
Para tener mas tiempo disponible
si es de confianza y trabaja bien no tengo problemas
Costo, confianza, tiempo o disponibilidad de dar el hogar
Hemos tenido malas experiencias contratando a personas antes, pero si es una persona que conocemos si podemos contratarla
Me gusta limpiar personalmente mi casa
Por el precio extra que conllevaría.
Son labores que puedo realizar sin ningún problema
El independizarme hara que se me complique la limpieza
Porque la casa es grande y no tengo tiempo de limpiarla
Necesitaría saber de quien se trata, verificar antecedentes y saber que es idónea para el puesto de trabajo
Para así tener más tiempo de realizar cosas más productivas
Desconfianza
Cuanto con familiares que lo hagan
Costo de personal de limpieza
Estomos muy ocupados con el trabajo
La contrataría cuando quisiese una limpieza más profunda de la casa.
Confianza en el personal.
Factor tiempo
Porque de. Una u otra forma podría ganar tiempo para completar mis otras labores profesionales.
No es necesario ya que cuento con tiempo suficiente para realizarlo por mi misma.
Mi presupuesto no me alcanza

Es una buena alternativa contratar a una persona, habría que cuadrar presupuesto. Por ahora lo manejamos con mi esposa y yo.
Por la confianza a esa persona para que ingrese a mi domicilio
siempre que úeda tener alguna referencia de esa persona
Porque considero que lo hago idoneamente
Porque tiene que ser una persona con experiencia y buenas referencias
Seguridad de ingresar un extraño a casa.
Estoy muy ocupada
por el tiempo

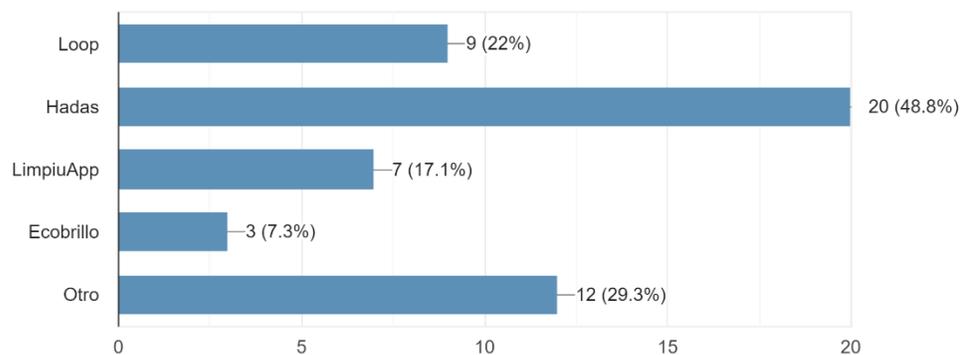
14. ¿Conoces alguna aplicación móvil o empresa que realice el servicio de limpieza de domicilio?

400 responses



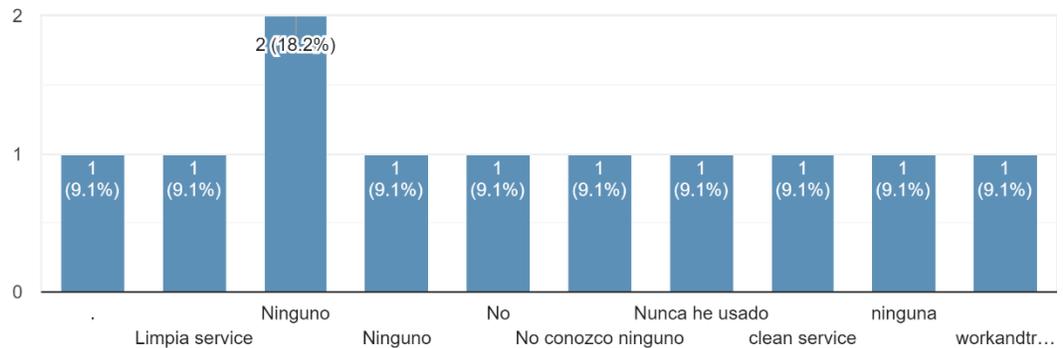
15. Si tu respuesta es sí, ¿Cuál de los siguientes aplicativos o empresa conoce o ha utilizado recientemente? Puede marcar más de una alternativa

41 responses



16. Si marcaste otros, por favor especifica cuál

11 responses



17. Basado en tu última experiencia, ¿Qué es lo más favorable o desfavorable de contratar este tipo de empresas por aplicativo móvil?

El precio

no e contratado servicios

No he usado un aplicativo para contratar este servicio. Pero si lo hiciera necesitaría un sistema de referencias en este aplicativo.

La confianza en el personal localidad del servicio y que lo hagan como a uno le gusta

Ninguna

Es muy seguro

Ninguno

Jamas he contratado

Buena

No tengo experiencia previa

No sabes si van a enviarte a alguien que haga su trabajo bien.

Desfavorable, no se tiene información de la persona

Nunca la he contratado

No es de confianza

No he tenido experiencia en sus servicios, pero me imagino que deben tener sus beneficios extras

No conocer si son buenos

Nunca lo he usado

Puedo estar sujeto a estafa.

Creo que lo desfavorable es pensar sobre los antecedentes de la persona que realizaría en trabajo

No aplica.

seguridad

Seguridad y un poco de confianza
Favorable sería la practicidad.
No tuve experiencia con aplicativo móvil
No sabría decir
Por lo pronto, No deseo la experiencia mencionada
Desfavorable:
El hecho de especificar todo y de cotizar.
No aplica
Necesitamos referencias de personas conocidas o entorno cercano del personal que va a entrar en nuestras casas.
No he realizado esta actividad.
Ayudaría mucho si tienen reviews positivos
No he contratado
No he contratado. Solo conozco.
No lo se
Facilitaría tener que buscar, lo desfavorable sería la desconfianza
Nunca he contratado una
no tengo experiencia
No he contratado este servicio por app
Que evito las llamadas y estres
No lo se
Nunca lo he probado
no he contratado
Costos
No tengo experiencia
No he tenido experiencia con ninguna empresa
Ninguna
no he contratado a nadie
No lo he utilizado
No aplica
No lo he hecho
Sería favorable ya que ellos se encargarían de filtrar a las personas para que sean de confianza, con buenas referencias y sobre todo mapear los tiempos disponibles que tienen el personal de limpieza para tomar o no un servicio.
Desfavorable la confianza de dejar una persona entro en el hogar + el costo
Todavía no he contratado
Favorable agilidad y desfavorable seguridad de que sea buena persona
No aplica
no he contratado
No lo tome

Favorable: Evitar esa tarea. Desfavorable: ingreso de personas desconocidas al domicilio
AHORRO DE TIEMPO
No he contratado ninguno
No he contratado
Ningunq
NO HE CONTRATO NINGUNA EMPRESA POR EL APLICATIVO MOVIL
Seguridad y calidad
Creo que si es de confianza y con experiencia estaría bien
Que a veces se demoran más de lo pactado o que no llegan a tiempo
Siento que es un gasto al menos que sea para una empresa
No he tenido experiencia con aplicaciones de limpieza
Facilidad de uso y método de pago
La confianza
Cumplir con la expectativa del cliente
No he tenido la oportunidad de contratar este servicio
Ni idea
Seguridad
Desconfianza
No he usado el servicio por aplicativo
Tal vez el costo elevado
No he contratado
Favorables
No he contratado
A veces es cuestión de suerte y de filtros propios contar con la persona adecuada y sobre todo que te genere confianza para entregarle tu casa.
NA
Disponibilidad de los servicios
N/A
Lo más favorable es no realizar el trabajo de limpieza; lo menos favorable es tener que estar supervisando el trabajo, que normalmente no es correctamente realizado.
No he tenido alguna experiencia previa
No aplica
No he utilizado
no he pedido servicio por app
nunca he tenido experiencia
mis amigas las usan y les parece simple
no conozco
Los servicios por suscripción
Confianza en el personal, honestidad

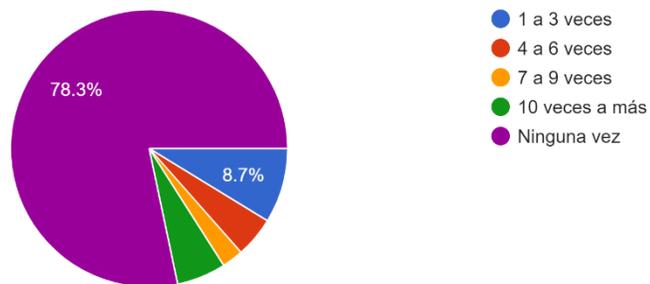
Nunca contraté ese servicio
No tengo disponibilidad
Nunca lo he usado
No
a veces no hacen un alimpieza profunda
No aplica en mi caso
No
No lo he usado
La poca confianza que hay con el empleador a contratar
Ninguno
Lo más favorable es que ahorro tiempo
No he contratado empresas de servicios de limpieza, si contratara a alguien seria alguna persona recomendada por amigos o familiares
ninguna
No he contratado ese tipo de servicio.
Nunca he contratado
Facil de gestionar y no interactuas con la persona.
NA
N/A
no he contratado empresas
Confianza
No aplica
No he tenido experiencia
No aplica
Seguridad
velocidad
No tengo experiencia en estas cosas
No he utilizado este tipo de servicio
Favorable Ahorro tiempo. Desfavorable que aveces son muy informales
No he contratado empresa por aplicativo móvil
No he contratado ninguno
Tiempo
No he contratado
Limpieza especializada
No lo hago
La falta de información del personal de limpieza
Que no sean quien dicen ser
Ventajas en tiempo y puntualidad

No he trabajado con ninguna de estas empresas.
no he contratado servicios de limpieza
no lo considero
Disponibilidad y experiencia
No he contratado
N/A
Lo favorable es que es de una manera mucho más rápida
Nunca he contratado
Considero que el costo asociado? y no saber que personas podrían venir a limpiar la casa
Lo más desfavorable es que si pasa algo malo no hay una oficina o local en dónde quejarse.
Rapidez
No sabes quien vendrá a casa.
No tengo ninguna experiencia
No lo he usado anteriormente
Lo más favorable es atención inmediata
No tuve experiencia contratando empresas de este tipo.
No lo se porque no contrate
Es muy caro
El mi opinión no confío por la situación en que estamos. Nos pueden asaltar. O cosas peores.
No he contratado
No conocer a quien te atiende
Nunca he contratado
La seguridad
Es inmediato, pero siempre y cuando se tenga el perfil del trabajador para poder elegir uno adecuado
njingo
No aplica
Nunca las he usado
desfavorable: precio
Más práctico en conseguír
No he usado hasta la fecha ninguna empresa por aplicativo movil
no contraté
Ninguna xq no he contratado ese servicio
No tengo experiencia con app
Confianza en el personal
Nunca solicite el servicio
Confianza

Favorable, porque es una gran ayuda, cuando uno está muy ocupado y esto sería una gran solución
No he contratado
No conozco
Lo favorable sería poder ver un review del cliente
Nunca he contratado ese tipo de servicio.
solo lo he usado para limpiar muebles
Son caras y desconfío que un extraño entre a mi domicilio
No hay disponibilidad inmediata se debe esperar hasta 2 días o mas
Ninguna
La seguridad, el desconocerlas.
Favorable por la practicidad, desfavorable por la confianza.
Nunca contrate por aplicativo
No lo sé nunca lo hice, pero me gustaria intentar y probar.
No se puede terminar la reserva

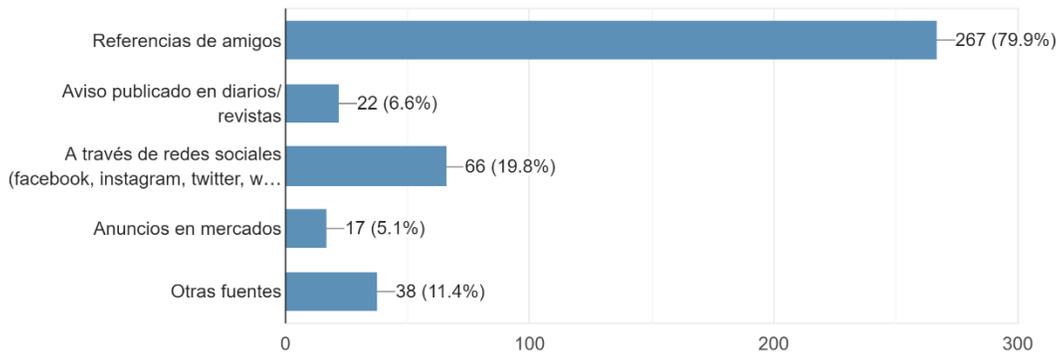
18. ¿Cuántas veces en los últimos 12 meses solicitaste servicios de limpieza?

401 responses



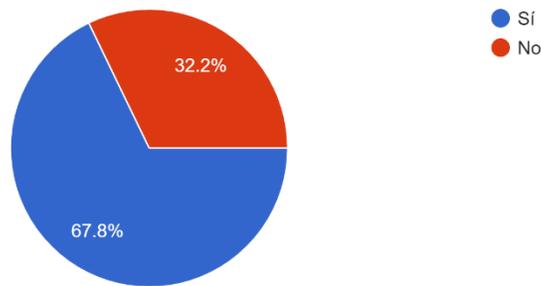
19. ¿Qué fuente utiliza para contratar servicios? Puede marcar más de una alternativa

334 responses



20. Teniendo en cuenta la descripción anterior, ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar CleanApp para contratar un servicio de limpieza para su hogar?

401 responses



21. Cuéntenos, ¿por qué seleccionó la respuesta?

Si es económico

Sería bueno probar los servicios y optimizar el tiempo.

Podría realizar una prueba y comprobar que tal funciona el servicio luego decidir si lo usare regularmente

Me agrada la posibilidad de pagar online y el sistema de calificación.

Tendría que probar.

Yo mismo limpio

Me urge

Es una buena alternativa

Falta mayores especificaciones, por ejemplo, relación de precio x espacio (m2) limpieza, qué tipo de personas irán, planes, facilidades, ubicación, entre otras.
Me permite tener mayor alternativas de selección que se pueda acomodar en ese momento
Nos ahorraria tiempo
Por que nos ahorraría tiempo para hacer otras actividades.
Visualizar a los socios de limpieza y el pago online
sencillez
curiosidad
seguridad
diversidad de personal
Hace todo lo necesario a nivel de gestion, desde la comodidad de un dispositivo electronico
Efectiva
Tengo una casa en provincia a la que no voy tan seguido, posiblemente contrataría para este caso.
La aplicación permitiría una selección más rigurosa
Porque mostraría el puntaje y review de los trabajos de socios.
Me parece una propuesta novedosa, y si presenta buen valor costo/beneficio para un servicio de calidad podría utilizar el mismo
No brindan información de la persona que podría entrar a tu vivienda.
Me da seguridad
Porque me ayudaría un montón poder contratar un servicio de limpieza desde casa.
No necesito
Prefiero realizar la limpieza de mi hogar por mi cuenta y a mi manera, aparte de la desconfianza de permitir que una persona extraña ingrese a mi hogar
Conocer el servicio
Presenta facilidades
Porque los beneficios son convenientes.
Me facilitaría el tiempo
Puedo hacer la limpieza de mi hogar, yo mismo
Se ve bueno
Si el trabajo se limpieza se hace mas pesado lo pensaria.
Pagar de forma online
calificaciones previas a las personas que se contraten para realizar estas tareas de limpieza
Porque me facilita la vida

Porque es un facilitador de un servicio necesario.
Sería sencillo contratar a alguien
Porque si me da la facilidad de contratar a alguien de confianza pues sería una buena oportunidad
Por el momento no es una prioridad ya que yo lo realizo.
Yo realizo las actividades de limpieza.
Por que no indica nada acerca de quien ira a mi hogar a realizar el servicio
Haría mejor trabajo
parece ser segura por las calificaciones
no
probaria una vez el servicio, para saber como es
seguridad, prefiero tener referencias personales del personal
Por el momento No , por seguridad y Pandemia aún.. ya que tengo un niño en casa y no esta vacunado
Porque no me gustaría que otra persona limpie mi casa
Interesante
Hay una aplicación que se haga responsable de este servicio, y uno tiene opción de elegir quien tenga mejores referencias.
Yo haré la limpieza
Podría experimentar
Si, pero solicitaría referencias
Lo recomendaría a familiares que cuenten con casa y/o departamento. Mi cuarto es pequeño y fácil de limpiar.
Aún no me decido.
No he tenido experiencia, y podría probar.
A veces tengo la necesidad de el fin de semana limpiar ciertos espacios
Práctico, informativo
Debería probarla primero
Nueva experiencia
Porque quisiera conocer como su servicio
Porque sería una manera más sencilla de realizar limpieza mientras puedo ocupar ese tiempo realizando otras actividades.
Manejo rápido y sencillo de contratar
no contrato personal de limpieza.
Para probar
para probar
Prefiero seguir haciéndolo yo
Por que no necesitamos de esos servicios
Por los beneficios expuestos

mi espacio es pequeño, lo puedo realizar por cuenta propia y no excederme en gastos
Para la limpieza de áreas comunes en ocasiones de eventos familiares.
Por que me gustan los beneficios
No hay mucho ingreso en el hogar, y ala vez vivo solo y no hay mucho desorden
Prefiero ahorrar
Muy buena descripción y seguridad de lo que realizan
Para ahorrar tiempo
Confianza con la persona que ya trabajo conmigo
Por qué mi departamento es pequeño y podría realizar la actividad yo
No estoy informado bien de la app, y que confianza brinda.
novedad, precio, seguridad
Suelo complementar las albores de limpieza mas fuertes, con personas contratadas
Prefiero realizarlo personalmente
Me parece un servicio interesante que además genera un trabajo más formal.
Validación de disponibilidad
Interesante pero queda sujeto a mi disponibilidad de tiempo.
Practicidad
seria bueno probar para ver que experiencia me llevo.
Tengo ya una persona de confianza para la limpieza
Para que sea más segura se requiere más información sobre todo de los socios, antecedentes y que estoy respaldada por una entidad ya sea gubernamental o no pero que tenga prestigio y relevancia
Las calificaciones previas
ayudaria por el tema de tecnologia
Precio, ya nos organizamos en casa esa responsabilidad
Porque es lo que yo estaría buscando, solo me gustaría que el precio del servicio sea competitivo con el mercado.
Por desconfianza y por estar en pandemia
Por ahora no porque tenemos que minimizar los gastos por la crisis económica que recien está iniciando
Calificación del servicio
Por qué lo puedo hacer yo
Porque busca reducir ese temor de seleccionar a una persona que no sea buena en general
Se tiene la oportunidad de optar por un servicio de limpieza a demanda.
porq ya tengo

Seguridad
Personalmente no es un servicio que necesite en la actualidad
Excelente propuesta
Probar
Parece confiable
es interesante pero no lo requiero
calificaciones, ver datos de la persona que voy a contratar
pago online
Calendarización y seguimiento de sus servicios contratados
no encuentro confiable un servicio por aplicacion,
me ayudaria el pago online
Lo usaría de manera ocasional por la flexibilidad que planean brindar
Porque en ocasiones podría ser necesario.
SI, UTILIZARIA PARA PROBAR Y SI NO ME BRINDAN LA SEGURIDAD DEL CASO LO DEJARIA
Necesito ayuda
A veces
Porque no he escuchado,tendría que averiguar más sobre la aplicación
Hay lugar, cosas difíciles de limpiar y es mejor que lo haga alguien especializado
Porque da la facilidad de conocer a la persona de limpieza por el puntaje
SE VE QUE DA UN SERVICIO COMPLETO Y FORMA DE PAGO DE MUY FACIL
Seguridad
Me ahorraría tiempo
Por interes
Por un tema de seguridad, la persona que limpia mi casa es de confianza e ingresa a las habitaciones
Depende lo q se ofrezca
precio
me gustaria probar el servicio
calificaciones previas
facilidad de uso, pago en linea
Creo que si hay recomendaciones del personal e incluye todo tipo de limpieza en casa a un precio razonable está bien
Porque me parece brillante dar los datos y calificaciones de cada uno, de manera en que se pueda ver su desenvolvimiento
Porque nunca vió he escuchado
Porque siento si es una casa tu mismo lo puedes hacer

Filtros
En ocasiones por motivos de salud o remodelaciones podría necesitar el apoyo de un tercero en la limpieza.
Es una app completa y confiable
Porque me da mucha seguridad
Por el pago y ya que no me encuentro en casa el tiempo necesario para verificar el trabajo
Por las características y facilidades que entrega
LA puedo hacer yo
Porque estoy interesado
Por la confianza
Dejar ingresar a domicilio a un extraño no es seguro
La confianza para dejar a esa persona sola en casa realizando la limpieza
Tengo ya una persona de confianza que hace el trabajo, si no la tuviera pensaría usar el servicio
Compartir tareas
Seguridad
Solo, Si es barato
por curiosidad
calificación del servicio
Solo referencia conocidos
Por la falta de garantía
Porque con las características planteadas me dan seguridad.
Sería de ayuda en ocasiones especiales
Lo intentaría para probar y dependiendo de la experiencia vería si lo vuelvo a contratar.
Calificación del socio de limpieza
Aún no estoy seguro
Parece bastante completo y tiene calificaciones reales
Prefiero referencias de gente conocida
Porque me ayudaría mucho en la limpieza
Porque se puede ver las calificaciones previas
Importante la votación y recomendación entre los mismos usuarios del servicio.
no lo necesito
Posibilidad de obtener un servicio e invertir el tiempo en otras actividades.
Parece una propuesta innovadora que facilitará el acceso al servicio
Dado que es una forma sencilla y rápida de contratar ese servicio en el horario que uno desee.

Porque cuenta con buenos beneficios y brinda confianza
No hay money :c
Evaluaría a través de la recomendación de los primeros usuarios y teniendo en cuenta los precios.
Facilidad de asignación y pagos en línea
calificaciones previas
yo hago mi propia limpieza
programar servicios
Por ser 100% online
Servicios de limpieza
Servicio de calidad
Curiosidad
Sencillo
solo si tiene un costo accesible
novedad, facilidad, servicio de calidad
probar servicio
mejorar el servicio que tengo actualmente
conveniencia del uso de la aplicacion para contratar personal
seguridad
podria probar la app
la ayuda me seria conveniente
Servicio calificado
ayuda
posibilidad de evaluar al socio
Quizás acepté en base a las calificaciones
Ya tengo
Facilidad de uso
Porque muchas veces la persona que me ayuda no se encuentra disponible
Referencias
No, ya que tengo objetos de valor en mi casa
por las visualización de calificaciones previas de cada socio y alta disponibilidad de socios
Mo estoy interesada
Seguridad
Tengo una empleada doméstica en casa
No conozco aplicaciones
beneficios adicionales
Quizás en casos de urgencias y falta de tiempo
Podría ser de utilidad

Porque lo que propone es claro y conciso
Me genera confianza
Porque me parece una buena alternativa
Si es una app que lo recomienda algun amigo(a) si lo haría parece facil de usar
Ayuda en las labores de limpieza
Precio
Si me permite tener un servicio economico
No uso aplicaciones de este tipo
Calificar a quien da el servicio me parece interesante sería interesante que por calificaciones pueda encontrar una buena persona que se esmere para realizar el trabajo.
Desconfianza
Cual de todas. Pregunta muerta. Se que es obvio pero tiene que ser mas directa.
Buenos features
Tengo el servicio para el hogar ya contratado.
ofrecen pagar en linea
seria como usar uber
Tengo por el momento una persona encargada de la limpieza
novedoso
Ya tengo personal de limpieza contratado
Lo haría basado en la calificación del empleado
Solo confio en el servicio de enpleada que tengo
Desconfianza en el personal q envíen
servicio de calidad
solo si se demuestra que es una forma segura de contratar el servicio
Porque tengo que contratar a una persona en la que yo confíe previamente o que sea de confianza de algún amigo mio
Se ve un servicio novedoso y si el precio es accesible, podría probarlo.
Yo tengo un servicio doméstico cama adentro
Por el detalle que brindan
Seguridad
seguridad
Repito, puedo hacerlo por mi cuenta.
parece interesante y conveniente
Se ve una buena propuesta
Seguridad
si me proporciona seguridad

Creo que sería muy útil
Porque tengo personal de confianza que podría apoyarme
Sería bueno probar
Me sería útil utilizarlo
Por facilidad
Debe ofrecer buen servicio
Me sería necesario cuando no me encuentre en mi casa. Por mis mascotas que necesitan limpieza
otros beneficios
pago online
practicidad
Para contratar por ese medio
calificacion de socios
Porque se ve que es un servicio estructurado
Por la facilidades que nos ofrece
Porque me parece confiable
Parece seguro y practico.
si el precio es justo
Se ve confiable.
no creo que realicen la limpieza de forma muy detallada
Facilitaría poder contar con servicio de limpieza
Debido que lo puedo realizar yo personalmente
Tienes todos los servicios y seguro.
para evaluar opciones
Confianza y temas económicos
Confianza, servicio novedoso, preferiria esperar los primeros comentarios y evaluar el costo
Parece una aplicación confiable y con verificaciones, pensaria en utilizarla en ocasiones puntuales.
Porque sería muy interesante y mucho más rápido si alguna vez lo requiero.
Por temas de seguridad, soy renuente al tema
Por las referencias q me puedan brindar otras personas
Sería una forma rápida de encontrar ayuda en la limpieza
Me interesa saber como elegir a la persona adecuada para el servicio, teniendo en cuenta que requiero confiar en dicha persona
No confio
parece que permite conocer a la persona que vendra a casa
tener alguien que limpie la casa me ayudaria mucho
ya tengo alguien que ayuda en casa y es de confianza

No debería ser solamente consultas online sino con algún número y oficina comercial, deberían darme la seguridad de que el personal de limpieza cuenta con los antecedentes penales y policiales actualizados, ya que estás dejando entrar a una persona desconocida a un lugar muy íntimo dónde hay pertenencias de alto valor.
Satisfecha con la señora que contrato
Recomendación de un amig@
porque en la app puedo ver la calificación de la persona y permite pago online.
Porque no tengo noción de ese aplicativo
Me gustaria contar con un servicio de limpieza
Cumple con mis expectativas
si se adecua a mi presupuesto si, podría ser mas barato que otros servicios
No se el costo, el servicio especifico y no se si confiar en la persona que envia
Me parece atractiva la propuesta.
Por que tengo la sensación de que la atención sería más rápida y eficiente
Por la confianza en la persona.
La respuesta no es NO, pero pars el SI tendria que ver los costos de servicio.
Reputación de las personas
Si utilizaría una app donde se pueda ver referencias , comentarios del trabajo realizado.
Porque no me interesa
obtener ayuda, poder pagar online me parece conveniente podría hacerlo con tarjeta de credito
Es una posibilidad
LO hayo yo mismo
Me facilitaría muchas cosas y podría enfocarme en otras
La limpieza en mi hogar es compartida y nos encargamos entre todos
No estoy interesado
no necesito
No estoy considerando contratar en general una persona para limpieza de la casa
El hogar tiene base de confianza
No tengo conocimiento de los aplicativos y no requiero de los servicios en este momento
MP ÑA CONOZCO
Reduce el tiempo destinado para la limpieza dentro del hogar
Podría usar la app para probar y ver resultados

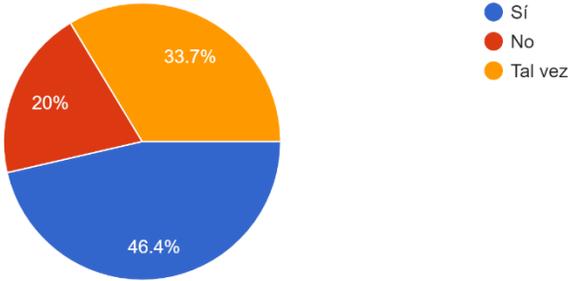
No encuentro un valor aproximado de valor o costo del servicio o al menos una paleta de servicios para darme un idea
Porque necesito ayuda con la limpieza pero no tengo la seguridad para contratar
Espero que se incluya el perfil del trabajador o empresa y nivel de confiabilidad adecuada, calidad y excelencia de servicio,
Desconfianza en las personas que ingresarán a mi casa
Parece un servicio novedoso y util
Xq no necesito
Si fuese mas económico
economia, facilidad de uso
requiero ayuda
ya tengo quien limpie
si me permite tener variedad y precio barato
el pago online
Para tener una opción también del servicio ya que es útil en caso de emergencia
Por un tema de presupuesto
Si la empresa me da la suficiente confianza, eficacia y seguridad, si estaría dispuesta a contratar.
seguridad
Por qué se puede ver la calificación previa
Porque un app me facilitaría encontrar a alguien
Es practico
Por que permite tener un historial de los servicios contratados y referencias de calificaciones.
parece interesante y facil
podria ser algo economico
Seguridad
Si lo llegara a requerir
seguridad
si da recomendaciones o verifica antecedentes
pago online
no
Ver el servicio y también el costo
Confianza
Prefiero hacerlo yo misma, ya que tengo tiempo.
Porque necesito limpiar
Por que prefiero hacer la limpieza yo misma.
No es necesario

Diría que sí, dependiendo del costo del servicio y probablemente sería solo algunas veces al año (buscando una limpieza profunda de la casa).
Me parece una buena forma de impulsar este tipo de negocio de forma virtual
Me gusta limpiar a mi manera
Me parecería genial poder contar con una app seria, de confianza y recomendada para poder confiar la limpieza de mi espacio con usuarios cercanos. Sobre todo por la labor y tiempo que conlleva.
Como mencione, es algo que puedo hacer y no me demanda mucho tiempo.
Tendría que indicar el costo para adquirir el servicio
Porque me brinda confianza el saber que otros usuarios pueden compartir sus opiniones
NO CUENTO CON LOS RECURSOS ECONOMICOS
Es buena forma de conseguir gente, y de forma rapida
Pq no lo necesito
Si bien las características son muy buenas, no lo realizaría porque no contrataría a nadie para realizar ese servicio, prefiero hacerlo por mi propia cuenta.
Porque según la descripción, cumple varios de los requisitos que considero a la hora de contratar un servicio
necesito limpieza profunda
se ve interesante, podría probarlo
No solemos necesitar a personas que nos limpien la casa, las pocas ocasiones que se requiere llamamos a una persona conocida
Porque viéndolo así me da confianza
Porque en mi casa realizamos la limpieza desde siempre y contratar un servicio conllevaría un gasto extra.
Por que se puede visualizar las calificaciones previas de cada uno de los socios
Se me hace muy conveniente en un futuro
Porque puedo requerir el servicio en cualquier momento.
Porque ya tengo un servicio contratado y lo realiza según mis requerimiento y estándar de limpieza y cuidado
Porque así tendría a una persona que haga la limpieza y yo dedicarme a otras cosas
No los.e
Por si algún momento un familiar no puede
Yo hago la limpieza
Por que es necesario y me parece util
Facilidad y opción de poder visualizar y escoger a los socios.

Las calificaciones previas aumentan la confianza en el personal.
Porque es un espacio en dónde entran personas conocidas
Porque no los conozco realmente, no sé si lo harán como yo deseo.
Califica confiable
Me da cierta curiosidad
Lo realizaría como una prueba o experiencia y en función a los resultados continuaría o no con el servicio.
Prefiero realizarlo yo mismo o con mi familia
calificaciones previas
Porque prefiero hacerlo personalmente y mi domicilio es pequeño
Porque sería mas facil y rapido contratar personas
Su propuesta muestra a la empresa como un servicio practico y competente.
Por la facilidad de reservar un servicio de limpieza
Dependiendo de los comentarios podría tener referencias para contratar un servicio de limpieza

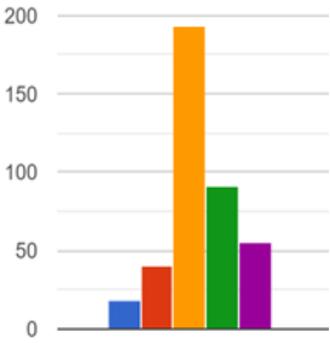
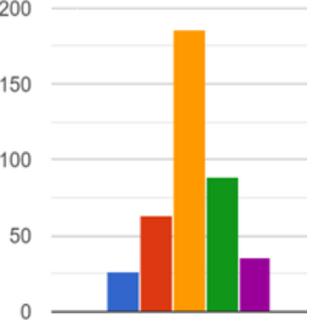
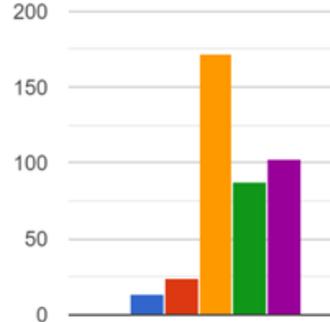
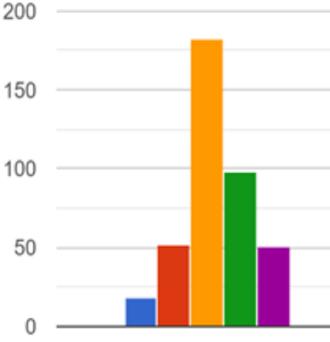
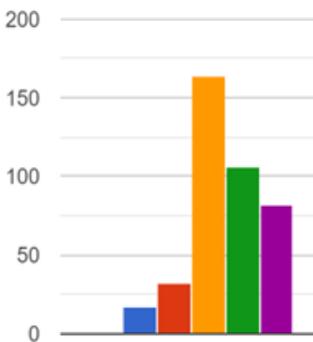
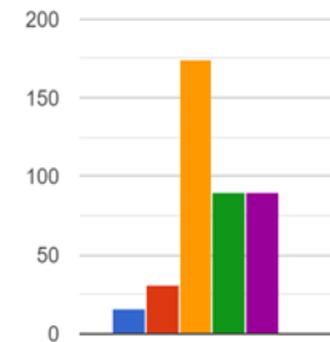
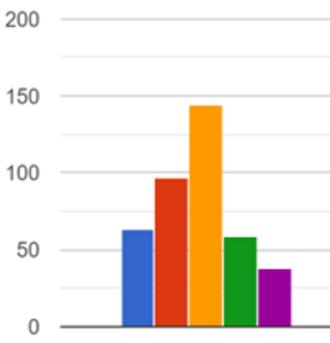
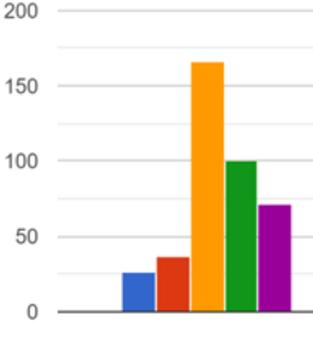
22. ¿Estaría Ud. dispuesto a programar servicios de limpieza por una aplicación de forma segura teniendo en cuenta la calificación previa de los socios de limpieza?

401 responses



23. De las siguientes características, ¿cuál de ellas considera la más relevante para contratar servicios de limpieza por una aplicación móvil?

■ Nada útil
 ■ Poco útil
 ■ Útil
 ■ Muy útil
 ■ Totalmente útil

		
<p>Visualizar los socios de limpieza disponibles para determinadas fechas</p>	<p>Asignación automática de socios de limpieza basado en las características del hogar, distancia y calificación del socio</p>	<p>Ver calificaciones pasadas de los socios de limpieza</p>
		
<p>Calendarizar los servicios de forma continua</p>	<p>Calificar el servicio y al socio mediante la aplicación</p>	<p>Pagar de forma online, sin necesidad de usar efectivo</p>
		

Realizar subasta inversa de servicios de limpieza	Paquete de beneficios como descuentos por compartir la app	
---	--	--

24. ¿Qué otra característica considera Ud. relevante para poder optar por la contratación de servicio de limpieza por aplicativo?
Seguridad y evitar suplantadores.
ver la foto y nombre de algún conocido de mis redes sociales haya usado el servicio, previa sincronización con facebook, poder conectar por chat con la persona y realizar algunas consultas precias al cierre del trato, mecanismos de seguridad en casos de robos o algun protocolo como incluir algún tipo de seguro opcional.
Que el sistema de cobro este relacionado a la medida del hogar. es deci que haya la posibilidad de poner los metros cuadrados del inmueble y en fuincion a esto te cotice un precio.
Que sea simple y con info veraz
Yo mismo limpio
personal de confianza
Responsabilidades del app
Ninguna
Rapidez
Que de un reporte de los inconvenientes que encontró, ambientes limpiados y materiales de limpieza que utilizó
Que cuente con carnet de vacunación
Personal calificado y sin antecedentes
La cantidad de veces que podrán ir a mi casa. Un solo contrato, por una cantidad de veces por semana
Que tenga estudio superior
Saber los costos del servicio
Referencias de
Que presente devolución por mal servicio.
Dar tiempo aprox. De lo que tardara el servicio
Contar con la seguridad que la persona contratada sea de confianza y no tenga problemas con la ley.
Descuentos
Seguridad y recomendaciones
Algún servicio para eventos o parecido
Conocer por foto a la persona
Por el momento No

Recomendaciones
Antecedentes policiales y judiciales, permanencia en la empresa, número de atención online 24/07, una agente a cargo de cada uno de los servicios, que valide la puntualidad, satisfacción y sugerencias desde el inicio a fin para que el trato sea más personalizado.
Realizar una pequeña presentación de cada uno de los socios de limpieza.
Perfil de la persona que realiza la limpieza.
Ninguna adicional.
Contar con detalle específico. Por ejemplo review de qué tal limpia cortinas, ventanas, alfombras, etc
Todas las mencionadas me parecen adecuadas
Saber si la aplicación se hace cargo de perdidas o robos
Ninguna
El trato del personal
Un compromiso de la empresa de que el socio es confiable
Las tarifas por hora o jornada
marcas de productos que usan para la limpieza
Poder acceder a la identidad completa de la persona asignada para la limpieza
Indicar el tiempo
Antecedentes policiales y penales
Q marcas o servicios usa en el momento de las limpiezas
La seguridad
Confianza y seguridad del personal
Precios
Que permita detectar personas que vivan cerca de alguna manera, ya que me daría más confianza y seguridad. Sobre todo lo último ya que es muy peligroso permitir que extraños ingresen al hogar, un pago de seguro en la app sería interesante.
Quisiera ver algunos documentos verificados de las personas de limpieza. como antecedentes policiales o penales. Entiendo que esta información es reservada pero si la aplicación realiza la validación respectiva y me las muestra a modo de checks sería excelente.
Confianza
post servicio
Que sea inmediato
Materiales a ser empleados en la limpieza
Que hagan filtro de las personas con antecedentes policiales, que hagan algún un reembolso parcial al demostrar que el personal de limpieza NO realizó un correcto servicio.
No
Comunicación en caso no asista en su turno
Visualizar los comentarios de las experiencias con los clientes.

Costo
Información adicional del socio de limpieza tipo certificados (vacunas, domicilio, policiales, etc) si no pueden ver que la app se encargue de comprobar y mostrar solo si cumple o no cumple con dicho documento.
Precio y calidad
precio
Seguridad y costo
Identificación de los socios en limpieza
Si la persona trae instrumentos de limpieza
Personas honestas
CUIDADO Y ORDEN
Calidad de la persona
Ninguno
Quizás productos o herramientas novedosas
Trato personal y privado con el empleado para poder especificar algunas cosas a la hora de limpiar.
El precio
NINGUNA
Que la persona asignada sea la misma siempre
Información y antecedentes policiales del trabajador
Que sea puntual y deje todo en el mismo orden en el que estaba, o en caso que el cliente requiera orden bajo indicaciones sería un plus
No se me ocurre una característica ahora
Honestidad
Flexibilidad de horarios
Ninguna
No
Que la app sea confiable
Referencias
Registro de quejas y reclamos, visualizar las políticas y responsabilidades de la empresa proveedora del servicio y aplicativo.
Ganar puntos o un servicio gratis x un cierto nro de solicitudes
Referencias y seguridad
Me parece las opciones están completas
Puede ofrecer también venta de productos de limpieza
Que no sea caro
Tal vez indicar si en el servicio se incluyen los implementos de limpieza
Hacer match de socios con familiares o amigos que también usen el app
La confianza y seguridad
Que se garantice seguridad, antecedentes policiales, etc

La votación por los usuarios. Poco útil es la asignación automática porque debería también dejar la opción de escoger. Dar también la opción de pagar en efectivo.
NA
Referencias de amigos, contenido de redes sociales.
Seguridad y calidad
Actualmente no tengo alguna otra característica a considerar.
Que la app pueda ser usado en diferentes sistemas operativos como Android o IOS
Que sean confiables y seguros
Calidad y duración del servicio.
no se me ocurre algo ahora
no se me viene nada a la mente
nada
Recordatorio de que día de limpieza de viene
Referencia del personal, filtros usados por contratación
Personal de confianza
Seguridad
especialista en algun tipo, por ejemplo experto solo en limpieza de baños o habitaciones..
Confianza
No
m
Precio del servicio
Precio
materiales de primera calidad.
Disponibilidad en momentos de urgencia
La facilidad de manejar la app
Utilizar productos de alta calidad
La rapidez del operador de servicio
Aclarar lo que significa subasta inversa de servicios de limpieza y que implica calendarizar los servicios. Ayudaría tener una pequeña descripción del socio de limpieza nombre, edad, años de experiencia además de la calificación de los usuarios y una opción donde poner los comentarios.
que sea barato
Puntualidad, buen servicio, rapidez.
Que amistades ya lo hayan utilizado
* Que es - Realizar subasta inversa de servicios de limpieza?. Pregunta para ustedes mismos.
NA
N/A
ninguna

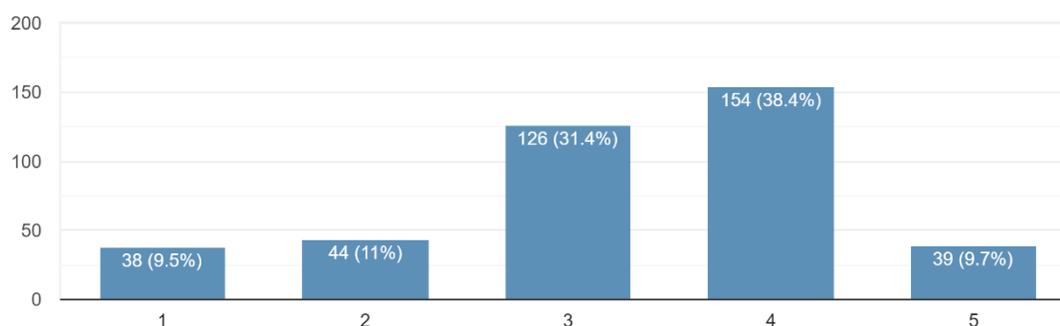
Experiencia
Referencias personales
Veo difícil que lo haga
El precio, la calidad del servicio, seguridad
Precio
Responsabilidad
perfil del limpiador
Todo bien
no tengo una idea especifica
Que los trabajadores sean especializados
Tener una descripción sobre la persona de limpieza
Ninguna
Ofertas
Referencia
Una buena opcion
Paquetes promocionales para eventos destacados.
Los costos a cobrar
La calificación, visualización y pago online y no en efectivo.
Recomendar al personal que haga mejor su trabajo.
referencia de trabajos anteriores
Económico,seguridad
confianza
Evaluación de las personas que realizarán el servicio (antecedentes, experiencia , etc)
Seguridad, confianza, precio, referencias de amigos
Referencias de amigos o personas conocidas, calidad del servicio brindado
Si viene incluido los elementos de limpieza que se utilizará
Confianza
Antecedentes, y una entrevista con cámara previa.
Tipo de limpieza
Ninguno
Ninguna
Capacidad de reprogramación sin penalización
El espacio, la actividad específica y el costo por actividad
Un punto para calificar el servicio y descuentos comerciales o promociones
Comentarios de clientes anteriores.
Acceder a promociones
Los descuentos
Ninguna
No cuenta con otra característica

Confinza
Ninguna adicional
Costo
Confiabilidad, buen trato, experiencia, que brinde recomendaciones del mantenimiento de los muebles y productos para limpieza
Seguridad
Precio del servicio
Puntuales
Variedad de personal
Debe ser muy seguro y confiable
Experiencia
Un servicio de atención al cliente rápido y eficaz
Puntos acumulables
Datos personales sobre la persona a contratar
Visualizacion amigable y que sea poco pesado para la descarga
validar antecedentes penales
Calidad de servicio
Antecedentes y comentarios de sus clientes
Que esa aplicativo sea muy recomendado por las redes.
Los precios bajos
Perfil del personal
El costo
Si el contratado viene con su equipo de trabajo o en casa debemos darle. Una opcion de to-do list para que ambos puedan visualizar y ver que se haya cumplido esas tareas.
Costo
Vvhvhc
Buscar personal cerca al domicilio para servicios express.
1.-Descuentos por determinado numero de atenciones. 2.- por tamaño del hogar a limpiar 3.- Ver la experiencia del socio de limpieza
Facilidad y rapidez
El precio por el servicio
Evaluación exhaustiva de las personas a fin de no pasar ningún tipo de peligro en nuestros hogares
La seguridad
Pago por aplicativo
Garantía
Seguridad y calidad del trabajo
Información detallada del personal.
Que sienta confianza
Incluir un buzón de sugerencias o quejas.

Material que utilizaran y la confianza del personal
Correcto cumplimiento de labores
Poder ver la foto y dni de la persona para cualquier caso, asi como se ve en las aplicaciones de taxis
La seguridad
Seguridad
Referencias de los que han calificado el servicio a la persona que asistió el servicio

25. ¿Qué tan probable utilizaría el aplicativo CleanApp?

401 respuestas



26. Finalmente, ¿por qué el motivo de tu calificación?
Si es economico
Porque todos colaboramos en la limpieza de casa.
como mencione al inicio prefiero hacer la limpieza por mi mismo en familia, y lo podría usar en algún caso muy puntual si es que no puedo hacerlo yo mismo, como cuando este enyesado y no pueda mobilizarme
Puse un 4 porque parece una buena alternativa, pero seria la primera vez que la utilice por lo que no le pondria un 5, todavia.
A modo de prueba
Yo mismo limpio
me parece buena la idea
Hay que ver las letras pequeñas
Nada nuevo para una startup de limpieza

Para en ocasiones específicas contar con un servicio de limpieza
Por que
Por que me podría sacar de una emergencia para una visita de un amigo o familia.
me gustaria probarla
tengo curiosidad por temas tecnologicos
seguridad
diversidad de personal
No estoy muy convencido de contratar un 3rro
Porque es de confianza
Porque la casa que tengo en provincia podría limpiarla cada 15 días o mensual
De momento no lo utilizaría pero quizá si en un futuro
Con las características que brinda sería interesante probar el servicio
Se ve una propuesta de negocio atractiva para contar con el servicio
No tengo información si las personas asignadas para la limpieza son confiables
Confianza
Muy buena la propuesta
No necesito
Prefiero realizar la limpieza por mi cuenta, de hecho la aplicación debe ser muy buena, pero no optaría por esa opción.
Me parece buena la descripción del aplicativo
Aun no tengo confianza
Porque presenta características claras.
Por qué me parece interesante este servicio básico pero aplicado en nuestra vida cotidiana
Prefiero hacerlo yo mismo
Dependiendo de mis tiempos lo usaria
Hoy no tengo la necesidad por lo que soy neutral, si en caso mi estilo de vida cambie lo consideraria.
No observo nada relacionado a la validación de antecedentes del personal de limpieza.
Me parece interesante en concepto que tiene la aplicación
Porque es algo innovador.
Por el mismo hecho que yo mismo lo pueod hacer :v
Porque siempre es bueno intentar y tomar un respiro del hogar
Por el momento no necesito pero quizas en alguna oportunidad
Aún no estoy convencido de contratar un personal de limpieza.
Por que no tengo información de la persona que vendrá a mi hogar

Porque seria muy útil y se generaría trabajo para muchas personas que lo necesitan
practicidad
no la usaria
probaria una vez
no confio, no uso aplicaciones
Mi niño aún no esta vacunado contra el Covid
No me gustaría usar un servicio de limpieza de mi hogar
Interesante
Es bastante necesario un servicio de este tipo en el hogar.
Porque yo mismo puedo hacer la limpieza
Primero debo experimentar
No tengo referencias
Puede ser una alternativa en caso de viaje y con poco tiempo disponible.
Aún tengo mis dudas.
No he tenido experiencia por no requerirlo, pero si lo probaría.
Es interesante si tiene varias opciones para ver cuál es la mejor opción a escoger
Por la buena utilidad que le podría dar a la app
Es oro able
Nueva experiencia
Porque aún no conozco su servicio prestado a una solicitud.
Tendría que primero ver comentarios sobre la app y la santificación de los usuarios, en base a eso podría probar
Por que es un App que te brinda facilidad de contratar a alguien.
no contrataria personal de limpieza.
Tendría a revisar bien referencias
para probar
Por la inseguridad social prefiero seguir haciéndolo yo
Por que no me gustan los servicios de limpieza
Tiene buenas descripciones y beneficios pero es importante considerar la tarifa que vaya a cobrarse por el servicio
Lo recomendaria si fuera un servicio para empresas, pero puedo realizar la limpieza en mi casa
Quizás por costumbre y los hábitos familiares.
Porque me fscilitsria el trabajk
Yo solo puedo hacer mi limpieza
Yo hago la limpieza
Me esta llamando la atención esta nueva modalidad nunca antes escuchada

Me puedo hacer reservas de manera rápida y cuando lo requiera
No se tiene experiencia con ese tipo de aplicaciones
Costos y complejidad de limpieza
No utilice ninguna app
seguridad, me preocupa el precio
Suelo complementar las albornos de limpieza mas fuertes, con personas contratadas
Mismo motivos iniciales
Me parece una excelente idea, pero se puede agregar más detalle en la elaboración del proyecto.
Según necesidad
Estoy modo neutro, tal vez una vez que lo pruebe mi probabilidad suba
Practicidad
Como mencione, seria cuestion de experimentar el servicio.
Es una buena opción
Como dije anteriormente faltan algunos detalles sobre todo de seguridad y respaldo de alguna entidad que seriedad a la aplicación
Me daría mas tiempo libre
ayudaría por el tema de tecnologia
Para después de un evento
Porque si me ayudaría a cubrir mi necesidad
Por soy muy desconfiada pero tratare de internarlo al menos una vez
Me parece muy útil porque no se consigue personal que realice este tipo de trabajo
Por los servicios que brinda.
Por qué no conozco de la app
Porque es un problema real el encontrar personas idóneas para que ingresen a nuestras casas a realizar esa clase de trabajos
Propuesta novedosa
porq ya tengo personal de limpieza
Necesitaría tener más referencias de que a alguien cercano le fue bien, y faltan datos de costos y seguridad
Por conocimiento del servicio
App interesante
Confianza
Util con los medios de pago y feedback de servicio
es interesante pero no lo requiero
ayuda adicional
pago online, ayuda adicional, mas tiempo libre
Calendarización y seguimiento de sus servicios contratados

no encuentro confiable los servicios por aplicacion, prefiero el contacto directo con otra persona
me ayudaria el pago online
Lo usaría de manera ocasional por la flexibilidad que planean brindar
Porque creo que podría ser una buena App
ver nuevas opciones
Necesito ayuda en la limpieza
Muy probable
Porque tendría que averiguar sobre la aplicación antes de tomar una decisión
Es útil pero no urgente
Me interesaría probar el servicio
SERIA ALGO NUEVO QUE UTILIZARIA
No deseo el servicio
Pars ahorrar tiempo
Por los beneficios
Mucho depende de la seguridad
Abierto a la propuesta , depende las condiciones
precio
probar el servicio
puntualidad
facilidad de uso, precio
Es una solución práctica que puede adaptarse al usuario y ahorrar tiempo
Porque tiene todo lo necesario para que el cliente se sienta seguro y satisfecho con la limpieza
Porque yo mismo hago la limpieza
Xd
Por las características mencionadas
Tendría que conocer el costo del servicio.
Porque quizás me animé a contratarlo
Porque me parece una app interesante y con potencial
Resido en un pequeño espacio el cual no necesita mucho mantenimiento o a alguien para realizar la limpieza ya que yo lo puedo hacer
Por la facilidad de encontrar este servicio en una aplicación
No me parece algo tan relevante
Porque lo necesito.
Por ahorro
No me garantiza la confianza ni el expertise de la persona

Ya cuento con una persona de confianza para realizar el servicio.
Tengo ya alguien de confianza que realiza estas tareas
Compartir tareas
Seguridad
No se si mis expectativas de pago estan alineadas con el producto
curiosidad
seguridad
No sé si usaría una app
Porque no confío en el filtro de seguridad manejada po los administradores por una app tendría que pasar por un filtro de seguridad más estricto de manera personal
Porque me ahorra tiempo.
La probabilidad es alta sobre todo cuando existen contratiempos, puede ser de mucha ayuda contar con una empresa de limpieza.
Me gustaría aligerar el trabajo de limpieza en el hogar, por lo que sí usaría la app.
No utilizo aplicativo para servicios de limpieza
Tendría que probarlo primero
Actualmente ya cuento con una persona de confianza, así que creo que dependería mucho de los costos y la facilidad para agendar.
Confianza en quien contrato
Me parece interesante
Parece una herramienta completa
Las app deben garantizar seguridad en todo lo que corresponde a manejo de información.
yo hago la limpieza
Descripción brindada de CleanApp
He utilizado aplicaciones similares con otros servicios y la experiencia fue satisfactoria.
Debido a que considero que es una forma de negocio moderno; dado que, si bien pienso que puede presentar fallas tanto en la confiabilidad de sus empleados (dado los posibles hurtos que se pueden cometer), es una mejor opción en comparación a la forma en como se llevaba ese rubro anteriormente (practicado por otras empresas).
Por su amplia gama de beneficios y la seguridad que da al hacer uso de sus servicios
No hay money :c
Parece una buena alternativa
Facilidad con un app
tendria que ver o escuchar recomendaciones de otras personas
yo hago mi propia limpieza
contratar servicios

Por manejar todo desde un app
Curiosidad
Servicio de calidad
Curiosidad
Sencillo
solo si tiene un costo accesible
novedad, facilidad, servicio de calidad
probar servicio
mejorar el servicio que tengo actualmente
conveniencia del uso de la aplicacion para contratar personal
seguridad
podria probar la app
me vendria bien ayuda en las tareas diarias
Servicio calificado
ayuda
confianza
Falta de confianza en el personal
Lo ya explicado, seguridad, confianza, etc
Me
Interesa probar el servicio
Por consideración a la persona que me ayuda actualmente
Utilidad
Para hogar, quizás puede ser para zonas comunes de un edificio
lo más probable es que lo use al inicio para conocer el servicio, si es de calidad, lo usaria seguido
No muy interesada
No lo veo seguro
n
Dispongo actualmente de un servicio doméstico
No lo uso mucho
al ser una app nueva siempre está la duda de los resultados finales.
solo para casos de urgencias
Departamento pequeño y con poco requerimiento diario
Porque si bien no requiero un servicio de limpieza, podría probarlo si veo que tiene buenas recomendaciones de mis allegados.
Cumple con mis expectativas.
Porque estoybde acuerdo
Me parece interesante la propuesta, teniendo los medios probaria el servicio.
no se cuanto costara

Me ayudaria
Peccio
Si me permite tener un servicio economico
No uso este tipo de servicios
Probaria el servicio
Me gustaría que sea confiable, tenga acogida y recién ahí lo utilizaría
Desconfianza en la persona que ingresará a mi casa
En que numero de pregunta me preguntas mi calificación ??? Suerte.!
Porque casi nunca uso este tipo de servicios
Tengo el servicio para el hogar ya contratado.
no puedo recomendar una aplicación que no he probado
seria como usar uber
Aún no he optado por esta posibilidad, pero es una buena alternativa
la propuesta es interesante
Ya tengo personal de limpieza
Por las referencias y calificación
Solo confio en el servicio de empleada que tengo
Desconfianza
servicio de calidad
solo si demuestra ser un medio seguro
Porque debo conocer a la persona que va a hacer limpieza
He utilizado otros servicios como Beats, Uber, etc y la experiencia ha sido buena
Yo tengo un servicio doméstico cama adentro
Me parece una alternativa valida para este servicio.
Apps dan mayor confianza
no estoy seguro de la persona que va a venir, debe haber una relación de confianza
Por última vez, puedo hacerlo por mi cuenta.
tecnologia
Se observa una buena propuesta y podría ser beneficiosa en mi caso
Seguridad
si me da seguridad
No hay muchas opciones de calidad para contratar este servicio
No lo necesito
Me gustaría probar que tan bien funciona
Por facilidad
Aun no lo pruebo
La limpieza es algo personal

beneficios adicionales
pago online
practicidad
Buena opción
evaluación del servicio, podría ser un servicio de calidad
Porque puede ser una opción para la limpieza después de un evento con harta labor.
Por qué es una app muy bien organizada
Pq me parece de confianza y con un buen control de datos
Por que no requiero con urgencia, pero de requerir probablemente la utilizaría.
si el precio es adecuado
Se ve de gran ayuda.
me gusta realizar la limpieza
Por las características que brinda
Puedo realizar la limpieza yo personalmente
No estoy tan segura de usar estos servicios pero si lo tendría en cuánta.
no es tan necesario
Actualmente realizamos la limpieza personalmente debido a la confianza en otras personas y el factor económico
Confianza en el servicio y factor economico
Es una empresa nueva y esperaria los primeros comentarios y referencias de su uso.
La idea del aplicativo me parece muy innovador e interesante.
Por temas de seguridad.
Porque es una buena opción
Es una aplicación interesante y soluciona un problema común
Actualmente no hay aplicaciones en dicho sentido
No confio
parece que permite conocer a la persona que vendra a casa
tener alguien que limpie la casa me ayudaria mucho
ya tengo a alguien en casa que se encarga de ese servicio
No me da seguridad
Actualmente satisfecha con señora que contrato
App amigable
Para liberar espacio mis fines de semana.
Porque aún no la uso
Necesito que alguien realice la limpieza por mi
Cumple con lo estaría buscando

siempre que sea algo barato, me ayudaría en mis tareas diarias, tendria mas tiempo para otros temas personales
Incertidumbre
Me parece muy útil poder acceder a estos servicios de manera online.
Siempre que se mejorar los servicios y si el aplicativo es la mejor manera pues bienvenido sea
Por la utilidad de la aplicación pero haría falta brindar mas seguridad a los clientes ya que estaría ingresando una persona a su hogar.
Se ve interesante el modelo
Costo
Para mi la limpieza y labores del hogar son primordiales. Tener personal de confianza que sepan realizar su trabajo también.
Porque no necesitamos del servicio
obtener ayuda, poder pagar online me parece conveniente podría hacerlo con tarjeta de credito
Es probable que lo utilice por falta de tiempo
Lo hayo yo mismo
Me ayudaría mucho en tener más tiempo para otras actividades
Me parece un servicio bastante útil para quienes no disponen de tiempo para las actividades de limpieza en el hogar y la forma en la que se regula al personal de limpieza mediante la app, brindando seguridad y confianza.
Experiencia
no uso
No estoy interesada en contratar
Interesante idea pero el limpiar también es confianza y un aplicativo no muestra eso
Debido a lo que veo que brinda esta app
POR QUE NO ES NECESARIO
La forma segura para seleccionar el servicio de limpieza a través de la app
Se ve que tiene buenas características e información precisa de cara a contratar a una persona de confianza
No hay algo que me motive a probar debería de haber algo mas
Necesitaría referencia
Por la necesidad de tener servicios de limpieza confiable cuando lo requiera
Confiar en el trabajador que va a limpiar es un factor determinante
He tenido experiencia positiva con empresas intermediarias referenciadas por algunos amigos
Xq no lo necesito aun

Si es conveniente desde el punto de vista economico, probaria el servicio
facilidad, economia
requiero ayuda
ya tengo ayuda
si me permite tener variedad y precio barato
pago online - tarjeta de credito
Aún debería conocer la empresa
Por que no tengo presupuesto por ahora.
Porque ya tengo alguien quien me realiza limpieza de mi domicilio, lo haría siempre y cuando no pueda realizarlo personas de mi confianza.
sigo en crisis economica, sino le ponía 5 xD
Por qué es una app nueva y tengo dudas
Porque es una necesidad
Facilitaría actividades de limpieza
Si tiene todas esas características, permite tener una buena referencia para encontrar a la mejor persona para servicios de limpieza inclusive se puede asociar con servicios generales para el hogar como gasfiteria /pintura
parece conveniente
tecnologia y facilidad
Seguridad
Si lo
Llegara a requerir
seguridad
si generan confianza y dan algun tipo de garantia tomaria el servicio
podria evaluar la plataforma
no confio en este tipo de aplicaciones
Por el servicio
Confianza en el personal
Porque se ve que es una empresa confiable.
No lo utilizo frecuentemente
Por el motivo que no necesito ningun aplicativo para limpieza.
No es necesario
Creo que necesitaria saber mayores detalles, sobre todo referentes al costo, si este aumentaría por la lejanía del distrito en cuestión o si dependería expresamente de si hay "socios de limpieza" por la zona, entre otros.
X que puede que tenga un hisje x largo tiempo y en ese caso si podría contratar el servicio

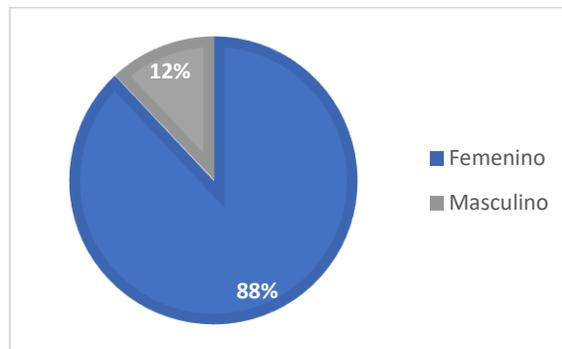
Lo usaría solo en caso tenga que hacer una limpieza profunda a varios espacio donde deba mover muebles. Por ahora, en mi espacio no requiero de esa ayuda extra, pero si me parece muy interesante.
No confío en las app
Faltaría mas información para adquirir el servicio
No sé si vaya a contratar servicios de limpieza
ME PARECE UTIL
Porque me parece una aplicación util
Fkdjssjsksi nx
La aplicación cuenta con características muy útiles, solo la usaría si en algún momento decido requerir esos servicios, lo cual es poco probable por el tema del dinero y que prefiero realizarlo yo misma.
Me parecería una buena propuesta
buena idea de negocio de limpieza cubre todas las expectativas
Se ve interesante
Considero que la app es una buena idea, sin embargo, por preferencias personales no tengo mucha confianza sobre las personas que podría contratar para mi hogar. Prefiero contratar personas conocidas o recomendada por cercanos
Porque si es como dicen, genera confianza
Es una aplicación útil, sin embargo, no es necesaria en mi hogar.
Por que no hay mucha posibilidades de que contrate el servicio recurrentemente
Se me hace interesante y facilitaria a las personas que se les hace imposible la limpieza del hogar
Porque suelo solicitar muchos servicios por app
Sería en caso extremo, si quien me hace el servicio tenga una urgencia
Para probar y ver si me conviene o no
No los
Facilidad de uso
No uso limpieza externa
Por que es necesario
Me parece interesante comprobar el servicio puesto que por el poco tiempo a veces es necesario un apoyo en cada.
Da confianza en el servicio
Porque no lo usaría
Porque si me gustaría conocer sobre el servicio.
Uno nunca sabe cuando puede ser útil con tal con los servicios.
Por que hay cierta desconfianza en los aplicativos moviles
Es una alternativa interesante que se puede evaluar.
Prefiero realizar la limpieza yo mismo o con mi familia

podría ser una opción segura
Porque tiene todo lo necesario para obtener la confianza que el cliente necesita
Para probar como funciona
Se presenta como una gran opción de servicio.
Por que es una necesidad para personas que trabajan o estan muy ocupadas
Porque podría experimentar contratar un servicio si está bien calificado

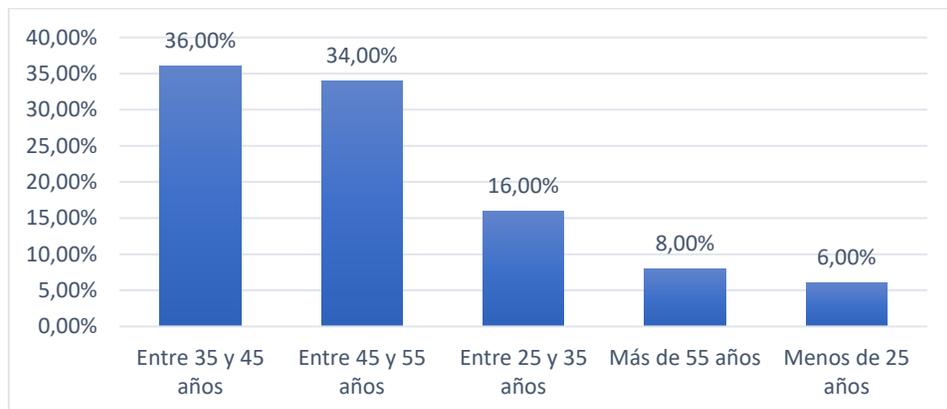
ANEXO 4: Resultados de encuestas de validación del plan de negocio dirigido a los socios

A continuación, se muestra el resultado de las encuestas realizadas a 50 personas que se dedican al servicio limpieza.

1. Pregunta: ¿Cuál es tu género?



2. Pregunta: ¿Cuál es tu rango de edad?

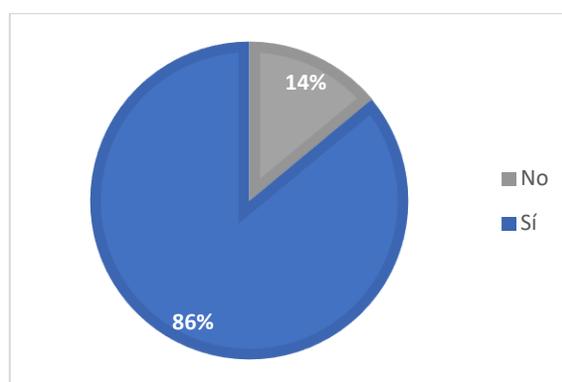


3. Pregunta: ¿En qué distrito vives?

Distritos	Cantidad
Los Olivos	7
Puente Piedra	4
Villa María del Triunfo	4
Comas	3
San Juan de Miraflores	3
Ate	2
Barranco	2
Breña	2
La victoria	2
Magdalena	2
Rímac	2
San Juan de Lurigancho	2
San Martín de Porres	2
Ventanilla	2
Villa El Salvador	2
Ancón	1
Cercado de Lima	1
Chorrillos	1
Independencia	1

La perla	1
Lince	1
San Miguel	1
Santa Rosa	1
Santiago de Surco	1

4. Pregunta: ¿Tienes celular con plan de datos?



El 86% de los encuestados afirmaron que cuentan con smartphone (llámese celular a partir de gama media en adelante). Ello les garantiza el acceso a internet.

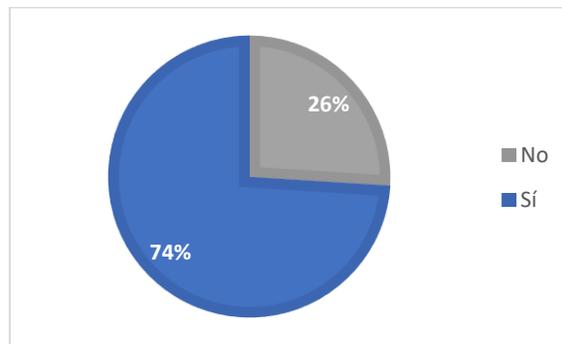
5. Pregunta: ¿Qué tipo de servicio de limpieza ofreces? (Puede marcar varias).

Tipo de servicio		
Limpieza de casa	37	26%
Limpieza de baños	26	18%
Limpieza de ventanas	26	18%
Cuidado de niños	14	10%
Lavado	14	10%
Planchado	13	9%
Arreglo de Jardines	8	6%
Otros	5	3%

En esta pregunta de opción múltiple, es decir, donde los encuestados seleccionaron más de una opción, se muestra que los encuestados están muy relacionado con la limpieza (casa, baños y ventanas como primera opción).

Sin embargo, hay un 3% de respuesta “otros”, en donde colocaron servicios como paseo de perros, conserje de edificios y playa de estacionamiento.

6. Pregunta: ¿El servicio de limpieza es tu fuente principal de ingresos?



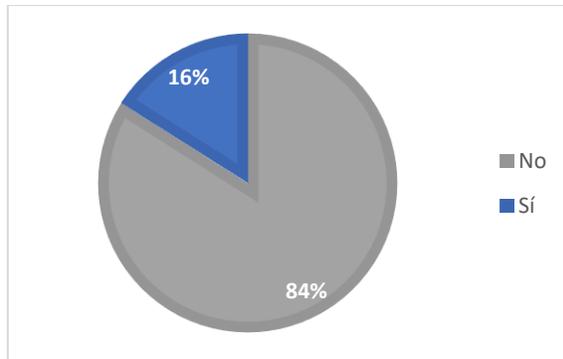
El 74% de los encuestados manifestaron que el servicio de limpieza es su principal fuente de ingresos. Es decir, son dependiente de la demanda de ese tipo de actividad.

7. Pregunta: ¿Cómo denomina su ocupación?

Denominación	f	%
Relacionado a limpieza	24	48%
Hogar	5	10%
Conserje	2	4%
Otros	19	38%

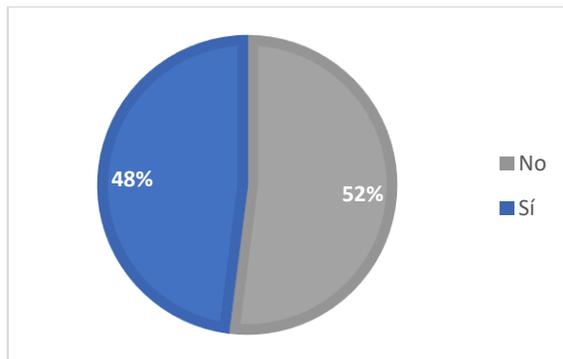
Los resultados muestran que el 48% de los encuestados están relacionados al rubro de servicio de limpieza.

8. Pregunta: ¿Realiza algún tipo de publicidad para conseguir más clientes?



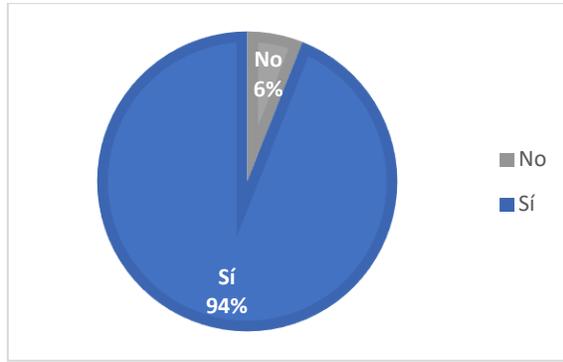
Sólo el 16% de los encuestados manifestaron que publicitan sus servicios haciendo uso de las redes sociales, referencias y agencias de empleo en mayor medida. Si estos resultados lo combinamos con la pregunta “¿El servicio de limpieza es tu fuente principal de ingresos?, ya que se infiere que, si es su principal fuente de ingresos, entonces se tiene que realizar publicidad para ejercer la mayor cantidad de ventas posibles.

9. Pregunta: ¿Considera que atiende la suficiente cantidad de servicios al día?



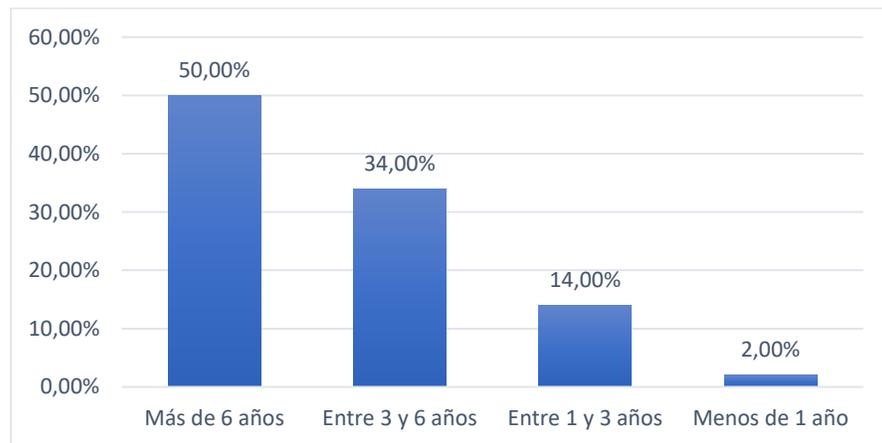
El gráfico muestra que un 52% de los encuestados manifestaron que no cuentan con la cantidad de servicios para cubrir sus expectativas. Dado que un 74% de los encuestados manifestaron que es su principal fuente de ingresos, entonces la propuesta de negocio resultaría atractiva para este público para cubrir una mayor cantidad de solicitudes.

10. Pregunta: Generalmente, ¿Tus clientes nuevos llegan recomendados por otros clientes antiguos?



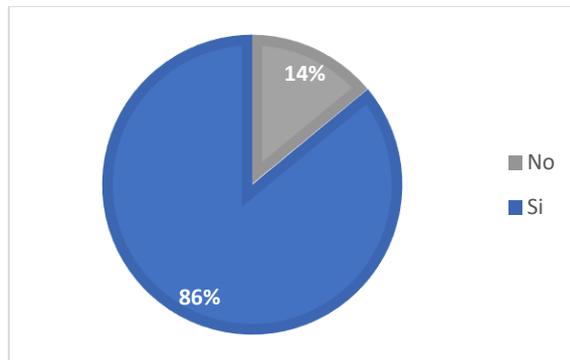
El 94% de los encuestados afirmaron que depende de la recomendación de clientes antiguos para conseguir más pedidos.

11. Pregunta: ¿Cuántos años de experiencia de trabajo tienes?



El 84% de los manifestaron que cuenta con más de 3 años de experiencia, por lo que conocen el rubro y permite a ofertar un servicio con personas experimentadas en dar servicios de limpieza.

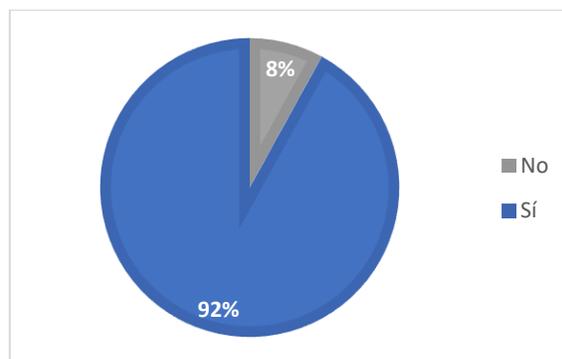
12. Pregunta: ¿Conoce negocios como Cabify, Beats o PedidosYa?



Esta pregunta se dio para sondear si los encuestados conocían el modelo de negocio. Del total de encuestados, un 86% indicaron que, si conocen el modelo de negocio como Cabify, Beats o PedidosYa. Del 14% que no conoce el modelo de negocio, un 90% son mayores de 35 años y son los que tienen más de 3 años de experiencia en el rubro de servicios.

A pesar de que se tiene un 14% de encuestados que no está familiarizado con el modelo de negocio, se tiene un potencial significativo de personas que está familiarizado con la propuesta.

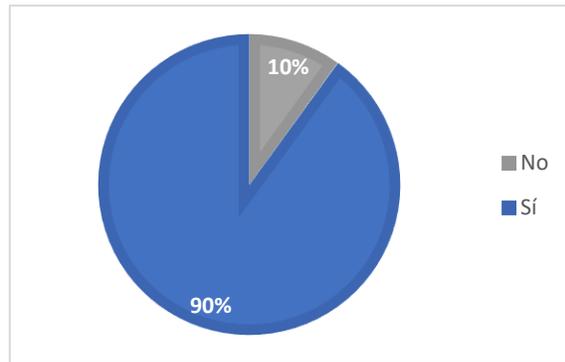
13. Pregunta: ¿Te gustaría formar parte de un modelo de negocio similar en donde se ofrezcan tus servicios?



En esta pregunta, un 92% de los encuestados se mostraron entusiasmado por pertenecer a esta propuesta de negocio. De ese número, el 76% son de personas que tienen el servicio de limpieza como principal fuente de ingresos. Del 8% que

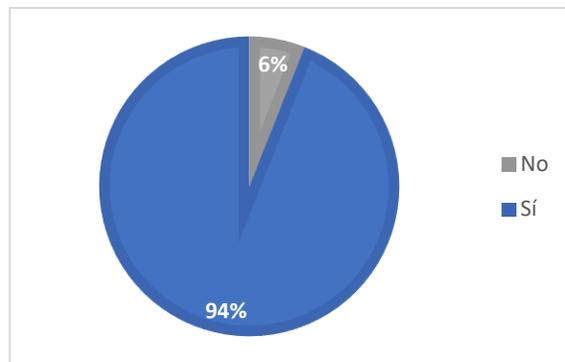
respondieron que “No”, todos corresponden al sexo femenino y el 50% de ellas no tiene al servicio de limpieza como principal fuente de ingresos.

14. Pregunta: ¿Usarías una aplicación en tu celular para que los clientes te contacten por ese medio?



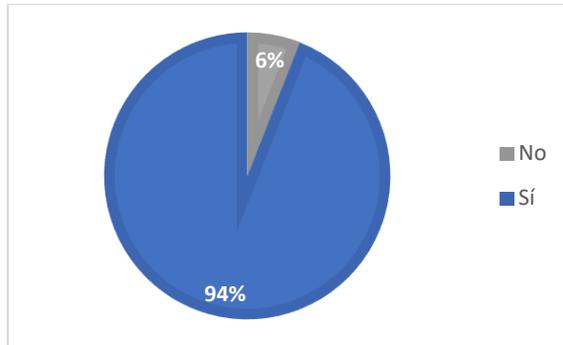
Un 90% de los encuestados respondieron afirmativamente en usar una app para el contacto con clientes. Estas cifras son muy cercanas y coincide con el 84% de los encuestados que tienen un plan móvil en sus celulares. Lo cual, confirma que una app móvil debe ser el principal medio para este modelo de negocio.

15. Pregunta: ¿Te gustaría acceder a un mercado más amplio donde te puedan contactar más clientes?



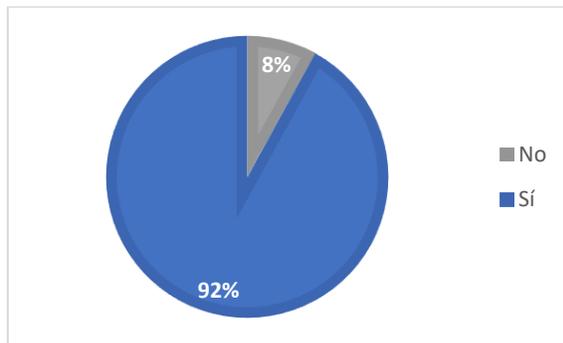
Un 94% de los encuestados manifestaron que les gustaría acceder a un mercado más amplio haciendo uso de una app móvil. De ello, un 83% manifestaron que no realizan ningún tipo de publicidad para ofrecer sus servicios. Por lo que, se considera una buena opción para ampliar su oferta de servicios de limpieza.

16. Pregunta: ¿Te gustaría que tu trabajo sea calificado online por tus clientes y sea mostrado a muchas personas?



El resultado de esta pregunta muestra que el 94% de los encuestados están de acuerdo en que los clientes puedan calificar su servicio y que se publique dicha calificación para que potenciales clientes puedan visualizar ello como muestra de la calidad de su servicio. Si se compara con una pregunta anterior sobre la contratación por referidos, son cifras muy homogéneas que van de la mano (un 94% afirmaron que consiguen clientes por referidos de clientes antiguos), por lo que se considera importante esta característica del modelo de negocio para los encuestados.

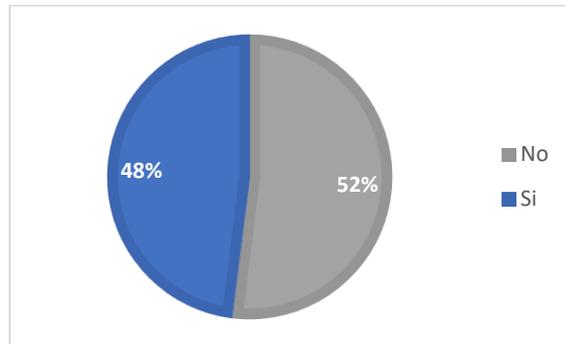
17. Pregunta: ¿Te gustaría tener beneficios (descuentos en supermercados, entre otros) por tener buenas valoraciones de tus clientes?



En temas de beneficios, como descuentos en supermercados, tiendas por departamento, entre otros, un 92% de los encuestados manifestaron su interés en

tener ciertos beneficios siempre y cuando tengan excelentes valoraciones por parte de los clientes.

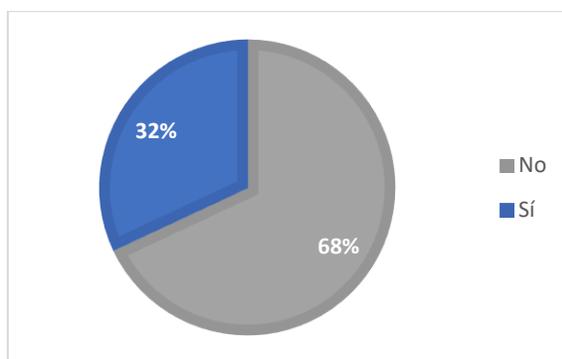
18. Pregunta: El ingreso al negocio requiere una validación de datos personales (antecedentes penales, policiales, prueba psicológica). ¿Eso sería un inconveniente para ti?



Esta pregunta se dio para garantizar la seguridad de los clientes, ya que el servicio a dar supone el acceso al domicilio del cliente. Sin embargo, a pesar de que se le explicó al entrevistado las razones de dichas validaciones, sólo un 48% manifestaron que estarían de acuerdo con la solicitud de documentación como antecedentes penales y policiales. Del 48% que respondieron negativamente, sólo el 15.3% realiza publicidad para obtener más servicios. Sin embargo, ese 48% manifestaron que la cantidad de servicio depende de recomendaciones de antiguos clientes.

Del 52% que está en contra de ello, manifiestan que son por los costos que esto implica y por la demora en el trámite de estos documentos.

19. Pregunta: ¿Estarías dispuesto a pagar S/. 1 diario por los beneficios indicados?



Esta pregunta se dio para determinar la comisión promedio para cobrar por uso de la plataforma. De ello, el 68% de los encuestados manifestaron su disconformidad en pagar S/. 1 sol diario para obtener beneficios al usar la aplicación móvil de contratación de servicios de limpieza. El otro 32% manifestó que sí estaría de acuerdo y que les gustaría otros tipos de beneficios diferente a lo mencionado en esta pregunta. Además, estos resultados demuestran que la propuesta de cobrar un costo fijo no es del agrado de los socios, por lo que se estaría optando por el precio variable (por porcentaje) tal como lo hacen otros modelos de negocio como Uber.

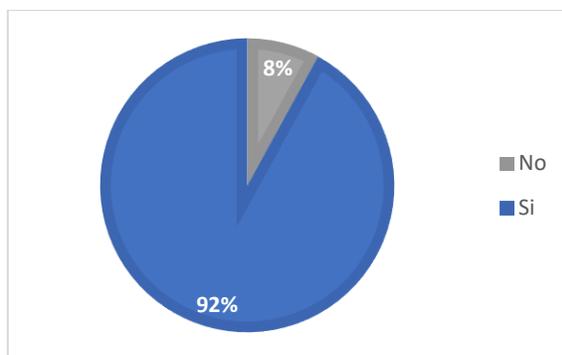
20. Pregunta: ¿Qué beneficios adicionales le gustaría recibir por ser socio de limpieza de la plataforma?

Beneficios		
Seguro	12	24%
Bonos	9	18%
Descuentos	8	16%
Capacitaciones	3	6%
Indumentaria de trabajo	3	6%
Otros	12	24%

Ninguno	3	6%
No usaría el App	1	2%

Esta pregunta fue de libre respuesta, en donde los encuestados respondieron tipo de beneficios a los mostrados en el apartado 19. De ello, un 24% de los encuestados prefieren un tipo de seguro (como seguro social o de vida) como beneficio por tener buenas calificaciones, un 34% con algún tipo de beneficio económico (como bonos adicionales y descuentos en tiendas por departamento) y un significativo 24% que prefieren otros tipos de beneficios como traslados pagados, viajes o almuerzo.

21. Pregunta: ¿Aprobaría que sus datos personales y foto aparezcan en nuestra aplicación?



Un 92% de los encuestados manifestaron su conformidad de mostrar sus datos personales en la app móvil, a pesar de que, en la pregunta anterior de validación de datos personales, sólo un 52% de aprobó. Con estos resultados, se puede realizar otros tipos de validaciones y asumir esos costos como negocio en el cobro de las comisiones.

ANEXO 5: Encuesta de satisfacción dirigida a los usuarios finales

1. ¿Qué tan satisfecho estás con el servicio brindado por el socio XXXX?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Nada satisfecho
2. ¿Por qué te encuentras Muy satisfecho | Satisfecho | Nada satisfecho con el servicio brindado por el socio XXXX?
3. ¿Qué destacarías del servicio brindado por el socio XXXX?
 - a) Puntualidad
 - b) Excelencia del servicio
 - c) Buen trato
 - d) Otro
4. ¿En qué podríamos mejorar?
5. ¿Qué tipo de inconvenientes presentaste al momento de solicitar el servicio por nuestra plataforma?
 - a) Ninguna
 - b) Carga lenta del aplicativo/No carga
 - c) No podía seleccionar la opción deseada
 - d) Se cerraba la aplicación mientras solicitaba el servicio
 - e) Otro
6. ¿Recomendarías nuestro servicio a tus amigos?
 - a) Sí
 - b) No