



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIOS
“MOM’S HUB”

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por: LUIS EDUARDO ROBLES AROCA

Tutoría por: Annabelle Estefanía Figueroa Lizarzaburu

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Enero 2024

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **LUIS EDUARDO ROBLES AROCA** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación “**Gerencia de Estudio de Mercado**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Mom’s Hub**”
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Mónica Ivonne Moscoso Espín, Martha Jenny Guevara García, Sofia Leonor Basurto Vera, Verónica Isabel Ortega Salgado y Olga Lidia Valladolid Zambrano.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



LUIS EDUARDO ROBLES AROCA

0918812868

Declaro que

LUIS EDUARDO ROBLES AROCA en calidad de autor y titular del trabajo de titulación “**Gerencia de Estudio de Mercado**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



LUIS EDUARDO ROBLES AROCA
0918812868

3. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento detalla el plan de negocios del proyecto “Mom's Hub” desarrollado como un servicio integral y personalizado para madres en etapa postparto. La investigación de mercado proporcionó una visión clara de las necesidades y demandas de las madres en etapa postparto en Guayaquil, combinando datos cuantitativos y cualitativos para comprender tendencias y preferencias. La evaluación PESTEL y el análisis de las cinco fuerzas de Porter permitieron anticipar posibles amenazas y oportunidades, fundamentando la estrategia de Mom's Hub en la diferenciación a través de la atención personalizada, alianzas estratégicas y una comunidad de apoyo única.

El plan de acción, siguiendo el modelo AIDA, busca captar la atención, generar interés, despertar el deseo y motivar la acción de las madres postparto. La asignación de presupuestos y la definición de KPIs aseguran una implementación efectiva y medición de resultados.

El estudio financiero destaca la viabilidad del proyecto, enfatizando la importancia de una gestión financiera prudente y estratégica. El análisis de la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto) sugiere que el proyecto "Mom's Hub" es financieramente viable. Con una TIR del 39.86% y un VAN positivo de \$34,317.68, el proyecto supera la tasa mínima de rendimiento esperada (TMAR) del 17.90%. Esto indica que la inversión inicial podría recuperarse y generar beneficios para la empresa. Además, el período de recuperación proyectado se sitúa en el tercer año. De esta forma, el proyecto Mom's Hub representa un esfuerzo integral para satisfacer las necesidades

específicas de las madres postparto. La combinación de datos, estrategias y aprendizajes derivados del proceso de evaluación de proyectos sienta las bases para el éxito en un mercado dinámico y en constante evolución, abogando por soluciones efectivas y sostenibles en el campo del bienestar materno.

Este documento refleja el esfuerzo conjunto de un grupo de estudiantes de la Universidad Casa Grande, donde cada miembro del equipo contribuyó con conocimientos y perspectivas valiosas para crear una estrategia integral que busca satisfacer las necesidades únicas de las madres en etapa postparto.

4. PALABRAS CLAVE

Depresión, Cambios Hormonales, Cuidado Postparto, Estrategia Competitiva, Bienestar Integral y Acompañamiento, wellness coach,

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio Mom's Hub plasmada en este documento, se ha desarrollado con un enfoque ético y respetuoso. En todo momento, hemos priorizado el respeto a la propiedad intelectual, asegurando la originalidad de nuestras ideas y reconociendo el valor de las contribuciones individuales. Además, hemos asumido un compromiso ético hacia todas las personas involucradas en este proyecto, desde los colaboradores internos hasta los posibles usuarios de Mom's Hub. Nuestra intención es no solo ofrecer un servicio valioso, sino también hacerlo de manera ética, transparente y respetuosa con todos los aspectos legales y morales que rigen este proceso de creación y desarrollo de negocios.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	PORTADA	i
2.	CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN	ii
3.	RESUMEN EJECUTIVO.....	iv
4.	PALABRAS CLAVE	v
5.	CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	vi
6.	ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
6.1.	Índice de tablas	ix
6.2.	Índice de figuras.....	x
7.	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	1
8.	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	4
8.1.	Objetivo general	4
8.2.	Objetivos específicos	4
9.	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	5
10.	GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO.....	8
10.1.	Estudio de Mercado	8
10.1.1.	Investigación de mercado.	8
10.1.2.	Análisis.....	24
10.1.3.	Análisis 5C.	29
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 47

6.1. Índice de tablas

Tabla 1 Paquetes de servicios que ofrecerá el proyecto Mom's Hub.....	6
Tabla 2 Estimación de la población.....	9
Tabla 3 Estimación de la muestra	11
Tabla 4 Ficha de Observación.....	14
Tabla 5 Agenda de los grupos focales	16
Tabla 6 Mapa de la competencia	28
Tabla 7 Resumen del Análisis del Entorno.....	36

6.2. Índice de figuras

Figura 1 Población	11
Figura 2 Nivel socioeconómico y mercado objetivo.....	12
Figura 3 Mercado Objetivo de Mom's Hub	25
Figura 4 Mapa de la Competencia 1	26
Figura 5 Mapa de la Competencia 2	27
Figura 6 Variación del PIB en Ecuador	32
Figura 7 Variación de la inflación en Ecuador	32
Figura 8 Variación del riesgo país en Ecuador 2024.....	33
Figura 9 Evolución de tasa de empleo, desempleo y pobreza, período 2020 – 2023	34
Figura 10 FODA de Mom's Hub	37
Figura 11 Buyer Persona	38
Figura 12 TAM SAM SOM.....	39
Figura 13 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	42

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La maternidad es considerada como una travesía única que, aunque llena de momentos de felicidad y amor, también presenta importantes desafíos para los padres (Merchan et al., 2020), pero con mayor énfasis en las madres, dado que son quienes han experimentado nueve meses de embarazo y todo el padecimiento que esto implica, y a esto se suma el hecho de lidiar con los diferentes cambios que se generan (García et al., 2020), tanto en su cuerpo como en sus emociones, después de dar a luz.

Precisamente, uno de los momentos más cruciales en esta experiencia es la etapa postparto, un periodo donde las mujeres experimentan un sinnúmero de desafíos, mientras deben adaptarse a la presión de cuidar de un recién nacido, sobre todo si se trata de madres primerizas (Obregón et al., 2020). Hay que tener claro que la etapa postparto suele generar gran preocupación en la mayoría de las mujeres, dado que deben lidiar con los cambios hormonales que experimentan, y a esto se suma el estrés, la fatiga, la falta de sueño y la adaptación a nuevas responsabilidades.

Este período de vulnerabilidad emocional y física ha sido identificado como una problemática a tratar de corregir para las madres, con estudios que indican que aproximadamente el 80% de las nuevas madres experimentan cambios emocionales en las primeras semanas después del parto (Sánchez, 2020). Sin embargo, el 20% de estas mujeres enfrenta desafíos más graves, incluyendo ansiedad y depresión que pueden perdurar durante meses. Este problema no solo afecta la salud mental de las madres, sino que también puede impactar negativamente en la dinámica familiar y en la capacidad de adaptación de la mujer a su nuevo rol (Vaca-Merino et al., 2022). Por

ende, es esencial abordar esta problemática y ofrecer un apoyo integral que permita a las madres enfrentar esta etapa con confianza y calma.

En este contexto, la falta de atención a la salud mental postparto ha llevado a la necesidad de crear un espacio como Mom's Hub, a fin de posicionarse como un centro líder y de referencia en el cuidado y bienestar integral para madres en etapa postparto. Este proyecto surge como respuesta a la evidente necesidad de brindar un apoyo compasivo y personalizado a las madres, abordando no solo las necesidades físicas, sino también las emocionales que surgen en esta fase única de la maternidad.

Como se ha mencionado, durante la etapa postparto se producen diversos cambios en las madres, pero uno de los temas que está siendo objeto de análisis y debate en el campo de la salud, se relaciona con la depresión postparto (DPP) que afecta a 1 de cada 7 mujeres, y puede empezar en cualquier momento durante el primer año después del parto (Sánchez, 2020). Una madre que sufre de depresión o ansiedad puede tener dificultades para satisfacer las necesidades del bebé, afectando su crecimiento y desarrollo. La DPP puede dar lugar a retrasos en el crecimiento, problemas emocionales y del comportamiento, y dificultades en el sueño, entre otros.

Aunque los obstetras realizan evaluaciones sobre la depresión postparto, los pediatras, al ver al bebé hasta 6 veces en los primeros 6 meses, tienen un mejor criterio para identificar a las madres que la padecen (Weisstaub, 2003). Por ejemplo, la *American Academy of Pediatrics* (AAP) recomienda evaluar a las madres durante las visitas de control del bebé. En este sentido, la herramienta comúnmente utilizada por los pediatras es la Escala de Edinburgo para la Depresión Postparto, un cuestionario de

10 preguntas que sirve de base para identificar la DPP en etapas tempranas y permite intervenir y proporcionar el apoyo necesario.

En Ecuador, se ha identificado una brecha en este aspecto y de ahí surge la necesidad de que sea abordado en propuestas como Mom's Hub. Normalmente, el tratamiento para la DPP incluye medicamentos antidepresivos y terapia verbal. No obstante, el consumo de medicinas durante la lactancia materna puede ser perjudicial para el recién nacido y lo mejor es que la depresión postparto no sea sufrida en soledad; sino que lo ideal es buscar ayuda profesional.

Es así como, Mom's Hub surge como una solución integral a la falta de atención a la salud mental postparto. Este proyecto se fundamenta en la premisa de que cuidar la salud mental de las madres es esencial para el bienestar general de la familia y la sociedad. Mom's Hub no solo busca abordar los síntomas físicos asociados con la maternidad, sino también brindar apoyo emocional para garantizar una transición saludable hacia la maternidad.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

8.1. Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio para la creación de Mom's Hub como un espacio enfocado en el cuidado y bienestar de las madres en etapa postparto, en la ciudad de Guayaquil.

8.2. Objetivos específicos

1. Identificar las necesidades de las madres en etapa postparto para el diseño de soluciones innovadoras, a partir de la aplicación del *Design Thinking*.
2. Analizar el grado de aceptación de la propuesta, así como las oportunidades del entorno y el mercado meta, a través de una investigación de mercado.
3. Formular estrategias de marketing que posicionen a Mom's Hub como un espacio integral en el cuidado y bienestar de madres en etapa postparto.
4. Definir los procesos operativos y recursos necesarios para la puesta en marcha de Mom's Hub.
5. Establecer las bases administrativas que garanticen el funcionamiento legal de Mom's Hub.
6. Determinar la viabilidad económica – financiera del proyecto Mom's Hub.

9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Mom's Hub se presenta como un proyecto innovador que propone abordar las necesidades integrales de las madres durante la etapa postparto, a partir de la prestación de una gama completa de servicios diseñados para promover su bienestar físico y emocional (Palmeros & García, 2018). Estos servicios, en su mayoría personalizados, están fundamentados en evaluaciones individuales y consideran tanto el bienestar físico como emocional de las madres, fomentando relaciones significativas y grupos de apoyo (Fernandez y Extremera, 2005).

Además de atender las necesidades de las madres, este negocio también proporcionará un espacio seguro y acogedor para que se conecten y compartan experiencias con otras mujeres en la misma etapa de vida. Estas interacciones entre madres y profesionales capacitados permitirán establecer una red de apoyo valiosa, lo que contribuirá a la salud y bienestar de las madres (Moncayo, 2019).

El proyecto incluye un programa de seguimiento y acompañamiento continuo que garantiza un respaldo constante más allá de la sesión inicial, asegurando que las madres se sientan apoyadas en todo su viaje de bienestar. Durante estas sesiones se proporcionarán materiales educativos actualizados a través de una plataforma en línea y se organizarán eventos exclusivos y talleres que fortalezcan la conexión entre madres, ofreciendo flexibilidad en la programación y solicitando evaluaciones de satisfacción para mejorar continuamente los servicios (Fernandez-Berrocal, P. y Extremera, 2005). En este contexto, la idea de negocio contempla tres paquetes, diseñados para cada necesidad:

Tabla 1

Paquetes de servicios que ofrecerá el proyecto Mom's Hub

PAQUETES		
1. Armonía y Conexión	2. Restauración y Equilibrio	3. Consciente y Transformación
<ul style="list-style-type: none"> · Wellness Coach · Acceso a la comunidad de madres · 1 Planes Nutricionales · 8 Ejercicios · 2 Grupos de Apoyo Psicológicos 	<ul style="list-style-type: none"> · Wellness Coach · Acceso a la comunidad de madres · 1 Planes Nutricionales · 12 Ejercicios · 2 Grupos de Apoyo Psicológicos · 2 Terapias Alternativas (Yoga, Reiki, Acupuntura, Barras de Access) 	<ul style="list-style-type: none"> · Wellness Coach · Acceso a la comunidad de madres · 1 Planes Nutricionales · 12 Ejercicios · 2 Grupos de Apoyo Psicológicos · 2 Terapias Alternativas (Yoga, Reiki, Acupuntura, Barras de Access) · 2 Masajes corporales (Relajante, Drenaje, Descontracturantes)
Valor \$120	Valor \$150	Valor \$180

Fuente: Elaboración propia.

Al no existir competencia en el Ecuador, Mom's Hub tiene la oportunidad de convertirse en el líder indiscutible en su sector. Su enfoque integral y personalizado, junto con su capacidad para abordar las necesidades únicas de cada madre, le permitirá ganar una reputación sólida para atraer a un gran número de clientes. Con un mercado que demanda servicios especializados y una necesidad fundamental indiscutible, este negocio tiene un enorme potencial para generar ingresos sostenibles y hacer una diferencia positiva en la vida de las madres.

Para asegurar la calidad y relevancia de nuestros servicios, Mom's Hub establecerá alianzas estratégicas con profesionales de la salud especializados en maternidad, como obstetras, pediatras y psicólogos especializados en salud postparto. Estas colaboraciones fortalecerán nuestra capacidad para ofrecer asesoramiento

experto y personalizado, respaldando aún más la misión de Mom's Hub de ser un espacio integral de cuidado y bienestar para madres en etapa postparto.

Además, Mom's Hub adoptará un enfoque tecnológico para mejorar la accesibilidad y la conveniencia de sus servicios. Por tal razón, también se desarrollará una plataforma en línea que brindará a las madres acceso a recursos educativos, seguimiento de progreso y la posibilidad de conectarse virtualmente con otros miembros de la comunidad Mom's Hub. Esta iniciativa no solo complementará nuestros servicios presenciales, sino que también ampliará nuestro alcance a madres que buscan apoyo en otras zonas de influencia comercial.

De esta manera, Mom's Hub aspira a ser más que un centro de cuidado postparto; busca convertirse en una comunidad vibrante donde las madres encuentren un apoyo valioso, comprensión y recursos esenciales para navegar la compleja etapa postparto. A través de nuestro compromiso con la excelencia, la innovación y el bienestar integral, Mom's Hub se posicionará como el referente líder en el cuidado postparto en Ecuador, marcando una diferencia significativa en la vida de las madres y sus familias.

10.GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO

10.1. Estudio de Mercado

10.1.1. Investigación de mercado.

10.1.1.1. *Objetivo general.*

Evaluar la aceptación de un centro integral de servicios para la mujer en etapa post parto, en el sector norte de Guayaquil y Samborondón.

10.1.1.2. *Objetivos específicos.*

- Identificar los servicios que las mujeres en etapa post parto esperan recibir.
- Definir la cantidad de mujeres que visitarán el centro de atención, considerando la posibilidad de separarse del bebé por una hora o más.
- Identificar al mercado objetivo para establecer qué porcentaje de mujeres han sentido emociones negativas en el postparto.
- Analizar el mercado y competencia en negocios afines a un centro integral de atención a la mujer en etapa postparto, para encontrar oportunidades de mejora.
- Establecer canales a través de los cuales las madres desean recibir este servicio.
- Definir el valor que está dispuesto a pagar nuestro grupo objetivo por los servicios que se ofrecen.

10.1.1.3. Población.

Los datos para la investigación se obtuvieron del censo que se realizó en el 2010, ya que los datos del 2023 todavía no han sido procesados. Se realizó un análisis de los resultados obtenidos, con la finalidad de obtener esta población, en el siguiente cuadro se presenta el total de habitantes del Ecuador en el 2010, luego se identificó el número de mujeres a nivel nacional, el cual tiene una participación del 50,4% de la población total. Por último, se obtuvo el dato de los Nacidos Vivos, el cual es prácticamente el mismo número de mujeres que dieron a luz en ese año. La misma información se calculó con la provincia del Guayas, obteniendo un resultado aproximado de 65.739 de mujeres que tuvieron un parto en el 2010.

Tabla 2

Estimación de la población

		2010
Ecuador	Ecuador	14.483.499
	Mujeres	7.490.761
	Nacidos Vivos	279.190
Guayas	Guayas	3.645.483
	Mujeres	1.829.569
	Nacidos Vivos	65.739

Fuente: Elaboración propia.

10.1.1.4. Muestra.

En el proceso de la investigación se logró obtener la información del número de habitantes de Ecuador en el 2021 junto a la cantidad de nacidos vivos, los cuales se traducen a números de partos aproximadamente. De acuerdo con el INEC en el 2021 Guayaquil contó con 2'723.665 habitantes.

Debido a que no hay información del número de mujeres ni de nacidos vivos en el 2021 en Guayaquil, se realizó una proyección basándonos en el último censo, en el cual determina que la cantidad de mujeres a nivel nacional es el 50% y que en la provincia del Guayas ocurre prácticamente lo mismo.

Aplicando este mismo porcentaje y en base a que Guayaquil tiene 2'723.665 de habitantes en el 2021, se pudo obtener que la población aproximada de Guayaquil es de 1'361.833. Sin embargo, el valor importante para la investigación es la cantidad de nacidos vivos en Guayaquil en el 2021, para lo cual se realizó la misma ecuación, tomando en relación el porcentaje de nacidos vivos en el Ecuador (251.106 habitantes) para aplicarlo en la ciudad de Guayaquil, los que da un valor aproximado de 38.237 Nacidos vivos en el 2021.

Período:1990-2021 en el año(t+n)

En el año de 2021 a nivel nacional se obtuvo 251.106 nacidos vivos.

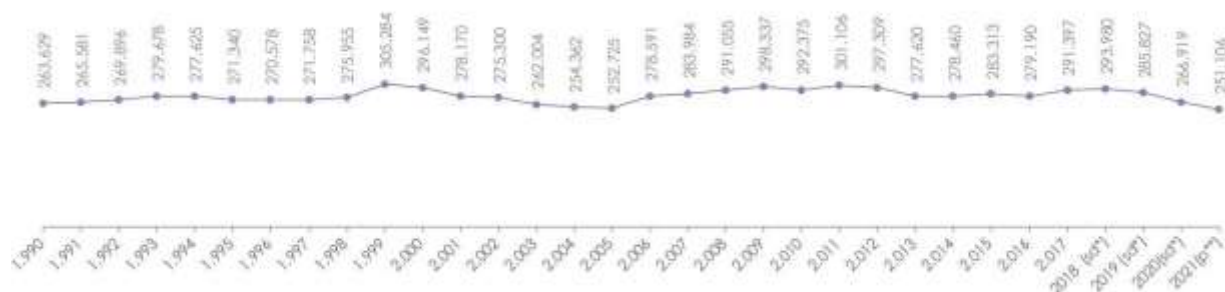


Figura 1 Población

Nota: Tomado del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010)
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Tabla 3

Estimación de la muestra

		2021
Ecuador	Ecuador	17.888.474
	Mujeres	8.943.298
	Nacidos Vivos	251.106
Guayaquil	Guayaquil	2.723.665
	Mujeres Guayaquil	1.361.833
	Nacidos Vivos	38.237

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenida la cantidad aproximada de partos en el 2021, se calculó el porcentaje al cual se puede llegar de acuerdo con el nivel Socioeconómico, para lo cual se utilizó la pirámide elaborada por el INEC en donde señala los 5 niveles socioeconómicos. El Centro Integral de atención a mujeres en etapa postparto, tiene identificado que su mercado objetivo serán las mamás del nivel A, B y C.

Una vez identificado esto y conociendo que estos tres niveles socioeconómicos tienen una participación del 35,9% de todas las mamás de Guayaquil (38.237) en el 2021, se pudo determinar que el mercado objetivo es de 13.729 mamás por año en Guayaquil que tienen la posibilidad económica de acceder a los servicios del de Centro Integral para mamás en etapa de post parto.

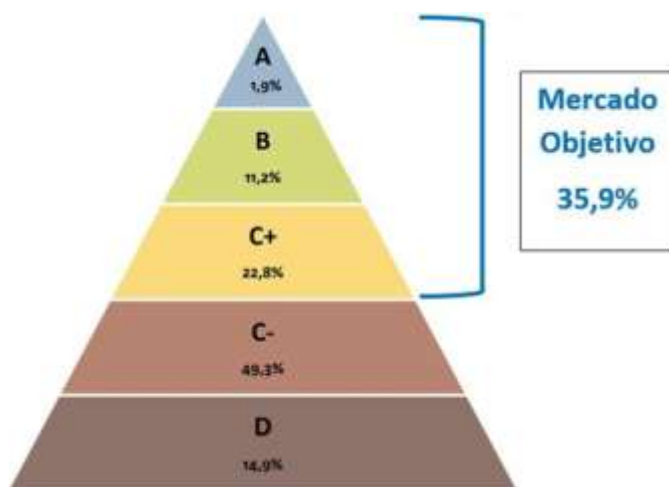


Figura 2 Nivel socioeconómico y mercado objetivo

Nota: Adaptado del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010)
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

10.1.1.5. Diseño de la investigación.

Para realizar una investigación completa se utilizará una metodología mixta que combinará tanto datos cuantitativos como cualitativos, la misma permitirá obtener una visión holística de las necesidades de las madres postparto, lo cual será una guía en el desarrollo de un centro integral que les brinde el apoyo y cuidado que necesitan.

En primer lugar, se realizarán Focus Group con un grupo selecto de madres postparto para obtener percepciones más profundas y detalladas sobre sus experiencias y expectativas. Estas entrevistas cualitativas serán fundamentales para comprender a fondo las necesidades emocionales, físicas y sociales de las madres en esta etapa y permitirán adaptar los servicios y programas de manera más efectiva para satisfacer sus requerimientos.

Adicionalmente, se llevarán a cabo encuestas para recopilar información sobre las necesidades y preferencias de las madres en esta etapa. Estas encuestas proporcionarán datos cuantitativos que ayudarán a identificar patrones y tendencias en cuanto a los servicios y programas que las madres desean en un centro integral.

La investigación tiene un alcance exploratorio ya que el objetivo es el de examinar un tema poco conocido e investigado. Es necesario explorar, preguntar y pedir información que permita familiarizarse con el tema, identificar conceptos o variables que ayuden a encontrar posibles soluciones al problema planteado.

Adicionalmente se identificó que la investigación también tiene un alcance descriptivo ya que se busca especificar las características y perfiles de las mamás en etapa post parto, con esto se pretende recoger información y datos que permitan

determinar el tipo de servicio que se requiere en el centro. Las técnicas de investigación que se utilizarán para obtener la información que requiere son las siguientes:

- Grupos focales con madres en etapa postparto.
- Mapeo de la competencia.
- Entrevistas a expertos.
- Encuestas

10.1.1.6. Desarrollo de técnicas de investigación (encuestas, entrevistas, grupos focales).

a. Ficha de observación técnica

Tabla 4
Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN TECNICA (BEFORE)	
CHECK LIST DE LA OBSERVACIÓN	
ACTIVIDADES	DETALLEDS
TIEMPO	5:30 - 7:30
LUGAR	HOTEL DEL PARQUE - SAMBORONDON HOTEL SHERATON - GUAYAQUIL
COMO REALIZAREMOS LA OBSERVACIÓN	CENTRÁNDONOS EN EL COMPORTAMIENTO Y LA INFORMACIÓN QUE ENTREGAN
GRUPO OBJETIVO	LOS INVITADOS
CANTIDAD DE PERSONAS	GRUPOS DE 10 A 15 MUJERES COMO CUIDAN SU ESTADO EMOCIONAL? HACEN ALGUN TIPO DE TERAPIA? PRACTICAN ALGÚN TIPO DE EJERCICIO?
CUIDADOS POSTPARTO	VEN ALGÚN ESPECIALISTA? LACTANCIA ESTADO FÍSICO NUTRICIÓN VIDA SEXUA
TEMAS DE INTERES	EMOCIONES
MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	APUNTES, AUDIOS Y VIDEOS (LIBRETAS, CÁMARAS Y CELULARES)
MODERADORES Y OBSERVADORES HAREMOS PREGUNTAS	SEREMOS 4 OBSERVADORES ESTERNOS Y UN OBSERVADOR INTERNO MAS UN MODERADOR

Fuente: Elaboración Propia

b. Guía de entrevistas a profundidad

Se entrevistaron a 3 profesionales de la salud, Psicólogo, Ginecólogo, Nutricionista y Coach, los cuales brindaron información sobre el estado emocional y físico de la madre durante la etapa de postparto.

c. Guía de grupo focal

Se realizaron grupos focales para obtener el punto de vista de las mujeres respecto a un centro en el que puedan encontrar una comunidad que le brinde bienestar emocional con respecto a la etapa post parto.

- Se hicieron 4 grupos focales en 4 sesiones.
- Se tuvo una participación de 10 mujeres en cada grupo focal.
- Mujeres guayaquileñas de entre 28 a 40 años en etapa post parto de nivel económico A, B y C+.
- Se invitó a las personas mediante un enlace enviado por WhatsApp.
- Se realizaron 2 sesiones en Guayaquil y 2 en Samborondón, siguiendo la siguiente agenda:

Tabla 5

Agenda de los grupos focales

AGENDA GRUPOS FOCALES			
FECHA	HORA	ACTIVIDAD	ENCARGADA/ OBSERVADORAS
MARZO-04-2022	4:30 P.M.	PREPARACIÓN DEL SALÓN Y LA ACTIVIDAD	GRUPO ENCARGADO
MARZO-04-2022	5:30 P.M.	RECIBIMIENTO DE LOS INVITADOS	GRUPO ENCARGADO
MARZO-04-2022	6:00 P.M.	BIENVENIDA	GRUPO ENCARGADO
MARZO-04-2022	6:15 P.M.	EXPLICACIÓN DE ACTIVIDAD – PREGUNTAS	GRUPO ENCARGADO
MARZO-06-2022	6:30 P.M.	INICIO DE SESIÓN	GRUPO ENCARGADO
MARZO-06-2022	7:30 P.M.	CONCLUSIÓN DE SESIÓN	GRUPO ENCARGADO
MARZO-09-2022	7:40 P.M.	ENTREGA DE OBSEQUIOS A PARTICIPANTES	GRUPO ENCARGADO
MARZO-16-2022	8:00 P.M.	REVISIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA (NOTAS, AUDIOS, VIDEOS)	GRUPO ENCARGADO

Fuente: Elaboración Propia

- Realización de las sesiones con un moderador experto en grupos focales.
- Elaboración del reporte de las sesiones, donde se realiza un informe que tiene la siguiente información:
 - Datos sobre los participantes (nombre, edad, número de hijos)
 - Fecha y la duración de la sesión.
 - Actitud y comportamiento de las participantes.
 - Impresiones del moderador, bitácora de la sesión

Encuestas a madres que han atravesado la etapa Postparto en los últimos 5 años.

Se realizaron 347 encuestas a madres de familia.

10.1.1.7. Resultados de la investigación.

Mom's Hub se desarrolla a partir de una respuesta fundamentada en la falta de servicios integrales postparto en Ecuador. Los datos del censo del INEC 2010, al revelar una población proyectada de 1'361.833 en Guayaquil para el 2021, validan la existencia de un mercado potencial considerable (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2013). La proyección de 38.237 nacidos vivos en el mismo año refuerza la necesidad de servicios especializados, destacando la pertinencia del proyecto. La creciente conciencia sobre el bienestar postparto permite identificar la oportunidad estratégica de llevar a cabo el proyecto Mom's Hub, para alinearse con una demanda insatisfecha en el mercado ecuatoriano.

A partir del desarrollo de la investigación de mercado, se pudo establecer que el mercado objetivo de Mom's Hub serán las mamás del nivel socioeconómico A, B y C. Una vez identificado esto y conociendo que estos tres niveles tienen una participación conjunta del 35,9% de todas las mamás de Guayaquil (38.237) en el 2021, se pudo determinar que el mercado meta ascendería a 13.729 mamás por año en Guayaquil. En este sentido, los números concretos, como la población estimada de Guayaquil y los nacidos vivos, respaldan la viabilidad de la propuesta de Mom's Hub.

El análisis de tendencias del mercado refleja una convergencia con la oferta propuesta por Mom's Hub. La ausencia de centros integrales similares en Ecuador

resalta la ventaja competitiva del proyecto. La tendencia hacia servicios integrales, atención médica especializada, apoyo emocional y la creciente importancia de la tecnología en el sector de salud (INEC, 2018) respaldan la idoneidad del momento para el lanzamiento de Mom's Hub.

Para la obtención de resultados, se aplicaron varias técnicas que permitieron conocer a fondo la problemática de las madres y las situaciones que atraviesan en la etapa post parto, de manera enriquecedora se obtuvo información relevante para un buen análisis y llevar adelante el desarrollo de este proyecto.

a. Resultado de Focus Group

Se realizaron 4 grupos focales, con la participación de 10 mujeres en cada grupo focal, de las cuales se detalla lo más relevante:

- Con relación a los sentimientos post parto, las madres en general se sienten extrañas, tristes y cuestionadas después del parto, experimentan miedo, parálisis emocional, angustia persistente, frustración por la responsabilidad de cuidar a un ser humano y preocupación por la falta de tiempo para cuidarse y mantener la relación con su esposo.
- La mayoría de las madres, manifestaron que vivieron grandes cambios en su rutina diaria, cambios emocionales y de ánimo, sumado a la inseguridad, ansiedad y llanto frecuente. Se sienten incomprendidas por sus esposos.
- Las madres manifestaron en la gran mayoría, haber sentido confusión y abandono, notando que él bebe se convierte en el centro de atención, dejándola

en segundo plano en la familia, y no logran experimentar la felicidad que esperaban.

- Que los cambios hormonales la han dejado sintiéndose incómoda, y a veces no comprenden completamente su situación emocional.
- Que la maternidad les ha generado una responsabilidad abrumadora, junto con eso, el sentirse mal, insegura y débil.
- Estas madres mostraron interés por probar un SPA o un centro especializado en el cuidado y bienestar de las madres, que les proporcione paz, ayuda en su recuperación física, emocional y espiritual después de su parto.
- Algunas manifestaron que les hubiera gustado asistir a un centro especializado para madres en postparto, donde le ofrezcan cuidado, y oportunidad de contar con servicios especializados para madres, un lugar que ofrezca masajes, ejercicios, y mucha información que les ayude a superar la depresión y sobre todo compartir con otras madres experiencias vividas.
- Algunas madres sugieren que sea un lugar donde encuentren paz, tranquilidad, confianza y seguridad, con profesionales o expertos que las entiendan y apoyen adecuadamente a sobrellevar esta etapa.

b. Resultado de Entrevistas a profundidad

El Psicólogo, Dr. Luis Espin, comenta lo siguiente:

La depresión postparto es un trastorno que puede afectar a las madres luego del nacimiento de sus bebés. Es recomendable que las mamás busquen ayuda profesional lo antes posible. Es importante que se sientan comprendidas y apoyadas en esta etapa de sus vidas. Además, sugirió que no se pongan expectativas demasiado altas y que

no se presionen para ser madres perfectas. Deben permitirse pedir ayuda y delegar responsabilidades es fundamental. Las mamás deben buscar momentos de descanso y autocuidado, dedicándose tiempo a sí mismas y disfrutando de actividades que les brinden placer. También es importante establecer una rutina diaria que incluya ejercicio físico, una alimentación balanceada y un sueño adecuado. Finalmente, es necesario tener una comunicación abierta y sincera con su pareja, familia y amigos cercanos, compartiendo sus sentimientos y emociones para recibir el apoyo que necesitan.

La Ginecóloga, Dra. Elena Guanolema comenta lo siguiente:

Después del parto, es esencial que las nuevas mamás se sometan a revisiones ginecológicas regulares para evaluar la salud del sistema reproductivo y asegurarse de una recuperación adecuada. Se recomienda discutir las opciones anticonceptivas que mejor se adapten a sus planes familiares y necesidades individuales. Además, prestar atención al cuidado del suelo pélvico es crucial; los ejercicios de Kegel pueden ser beneficiosos para fortalecer esta área. La lactancia también puede afectar la lubricación vaginal, por lo que se deben abordar las preocupaciones relacionadas con la intimidad. Un diálogo abierto con el ginecólogo permite abordar cualquier inquietud específica y garantizar un seguimiento integral para el bienestar continuo de las nuevas madres.

La Nutricionista y Coach Melanie Martillo comenta lo siguiente:

Las nuevas mamás deben priorizar una dieta equilibrada y nutritiva para apoyar la recuperación posparto y la lactancia. Se recomienda incluir alimentos ricos en calcio, como productos lácteos para fortalecer los huesos. Además, consumir fuentes de proteínas magras, como pollo, pescado y legumbres, contribuye a la reparación de

tejidos. Asimismo, mantenerse bien hidratada y limitar el consumo de cafeína es fundamental. Consultar con un nutricionista puede ayudar a personalizar estas pautas según las necesidades individuales de cada madre.

Para las nuevas mamás, la actividad física gradual es clave para recuperar la fuerza y la vitalidad después del parto. Se sugiere comenzar con ejercicios de bajo impacto, como caminar o hacer yoga postnatal, para fortalecer el suelo pélvico y mejorar la flexibilidad. Con el tiempo, se pueden incorporar ejercicios de resistencia leve para tonificar los músculos principales. Es crucial escuchar el cuerpo y ajustar el ritmo según la comodidad y la energía disponibles. Además, la actividad física promueve la liberación de endorfinas, mejorando el estado de ánimo, reduciendo el estrés y mejorando la calidad del sueño. Los ejercicios también facilitan la recuperación de la energía y la resistencia. Un programa de ejercicios bien estructurado y adaptado puede ser fundamental para promover la salud general y el bienestar de las mamás en la etapa postparto.

c. Resultado de las encuestas

De las 347 encuestas se recolectó la siguiente información:

- La encuesta aplicada a una muestra de 200 mujeres en etapa postparto aportó datos interesantes sobre las experiencias, necesidades y preferencias de la población objetivo. El 76% de las encuestas estuvo dirigida a madres que dieron a luz en los últimos 2-3 años. El 69% de las encuestadas manifestó que enfrentan mayores dificultades durante los primeros 3 meses posparto, aspecto

que permite identificar un periodo crítico donde la intervención y el apoyo adicionales podrían ser más beneficiosos.

- El 81% expresó interés en recibir acompañamiento entre los primeros 15 días y el primer mes postparto, factor que puede ser crucial para ofrecer el servicio. Además, la preferencia por el acompañamiento personalizado (70%) y la disposición a pagar entre \$80 y \$100 (58%) fortalecen el interés del proyecto por monetizar estos servicios. De esta forma, los datos de la encuesta refuerzan la propuesta de Mom's Hub al identificar una demanda significativa de servicios especializados postparto. La complejidad emocional y las experiencias variadas de las madres resaltan la necesidad de un enfoque personalizado que aborde tanto las necesidades físicas como emocionales. La falta de acompañamiento y la disposición para pagar indican una oportunidad clara para Mom's Hub en el mercado ecuatoriano, consolidando la relevancia y viabilidad del proyecto.
- Existe una clara demanda de apoyo durante la etapa postparto, ya que una gran mayoría de las madres no recibieron acompañamiento durante esta fase, pero mostraron interés en recibir servicios integrales que abarquen aspectos físicos, emocionales y sociales.
- Las madres experimentan una amplia gama de emociones durante el postparto, como cansancio, alegría, soledad y tristeza siendo las más reportadas. Esto resalta la importancia de abordar un espectro emocional variado en los programas de apoyo postparto.

- La mayoría de las madres identificaron el período de 0 a 3 meses después del parto como el más desafiante, lo que sugiere que los servicios de apoyo deben estar fácilmente disponibles y ser accesibles durante estos primeros meses.
- Las madres valoran la calidad del servicio, la empatía, la asesoría personalizada y la pertenencia a una comunidad de apoyo. Esto indica la necesidad de servicios bien estructurados y sensibles a las necesidades individuales.
- Hay una disposición a invertir en servicios de apoyo postparto, con una tendencia a preferir precios accesibles.
- Las madres prefieren plataformas digitales como Instagram y Whatsapp para recibir información sobre servicios de apoyo, lo que subraya la importancia de una fuerte presencia en línea y estrategias de marketing digital para llegar a este público.
- Existe un alto interés en formar parte de comunidades de madres para compartir experiencias y recibir apoyo mutuo, lo que resalta la importancia del componente social y comunitario en los programas de apoyo.
- Las respuestas de la encuesta provienen de un grupo demográficamente diverso en términos de edad, estado civil y ubicación geográfica, lo que sugiere la necesidad de adaptar los servicios a una variedad de contextos y situaciones de vida.

10.1.2. Análisis.

10.1.2.1. Mercado Objetivo y Potencial.

En la presente propuesta de negocio, el enfoque se realizará específicamente en las madres entre 20 y 40 años, que están en etapa postparto, y que estén ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil y Samborondón.

El mercado potencial serán las mamás del nivel A, B y C. Una vez identificado esto y conociendo que estos tres niveles socioeconómicos tienen una participación del 35,9% de todas las mamás de Guayaquil (38.237) en el 2021, se pudo determinar que el principal mercado potencial es de 13.729 mamás por año en Guayaquil que tienen la posibilidad económica de acceder a los servicios del Centro integral de mamás en etapa de postparto.

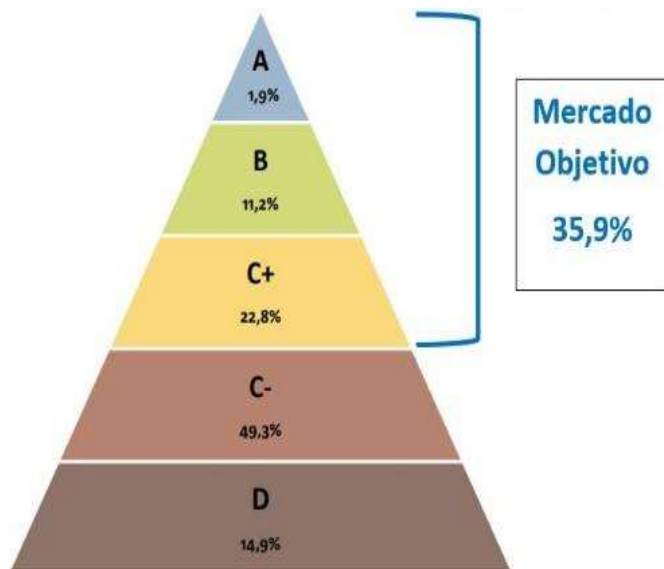


Figura 3 Mercado Objetivo de Mom's Hub

Nota: Adaptado del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010)
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Tomando en cuenta que en la ciudad de Guayaquil y Samborondón, no existe un modelo de negocio como el que se propone, que atienda las necesidades de la madre en etapa postparto, y que las competencias indirectas no ofrecen todos los servicios que requiere una mujer en esta etapa, se pudo notar que se cuenta con un mercado desatendido que brinda la seguridad de que se tendrá una aceptación potencial con una penetración en el mercado del 10% de las madres que han dado a luz al año.

10.1.2.2. Mapa de la Competencia.

Se realizó un análisis a la competencia más cercana que brinda servicios similares enfocados en el mismo grupo objetivo a los de MOM'S HUB, en el sector de Guayaquil y Samborondón, se logró observar que varios servicios manejan valores y horarios establecidos muy similares, pero ninguno de ellos cubre un servicio integral.

En MOM'S HUB se ofrecerá un servicio de alta calidad en cada uno de sus servicios, con horarios y precios flexibles para todos los grupos de madres en etapa postparto, por lo que sus precios y calidad dará una importante ventaja con la demás competencia que brinda servicios similares.

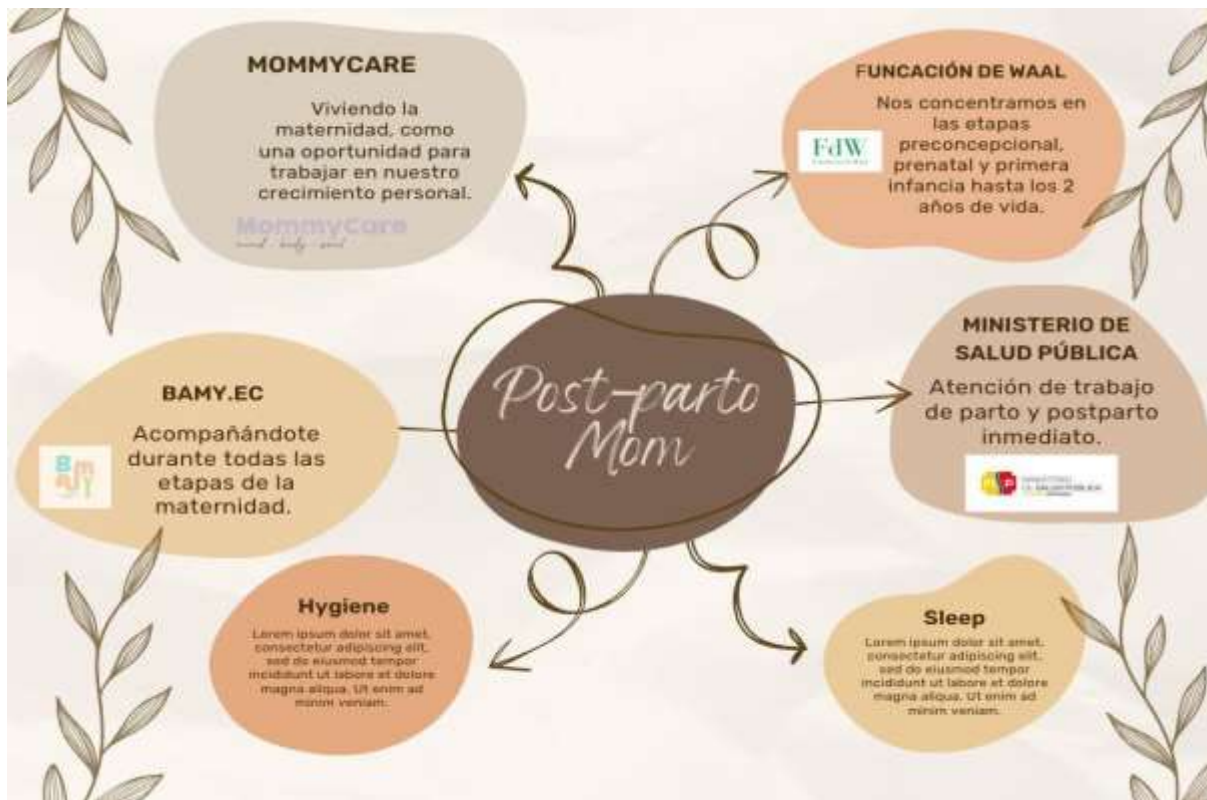


Figura 4 Mapa de la Competencia 1

Fuente: Elaboración Propia



Figura 5 Mapa de la Competencia 2

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6

Mapa de la competencia

NEGOCIO	TARGET	SERVICIOS	PRECIOS
MOMMY CARE	MEDIO - ALTO	FISIOTERAPEUTA ESPECIALIZADA EN EMBARAZO POSTPARTO.	SERVICIOS MENSUALES ENTRE \$120-\$240
BAMY.EC	MEDIO - ALTO	ACOMPañAMIENTO A MAMÁS EN ETAPA POSPARTO.	PAQUETES CON PRECIOS DIFERENCIADOS ENTRE \$100-\$200
FUNDACIÓN DE WALL	MEDIO	PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES PRENATAL Y POSNATAL.	GRATUITO
MIN. SALUD PÚBLICA	MEDIO-ALTO-BAJO	SALUD MENTAL Y FÍSICA PARA MADRES EN ETAPA POSTPARTO.	GRATUITO
BE LOUDI	MEDIO - ALTO	TIENDA DE ROPA PARA BEBÉ	ENTRE \$30 - \$80
ATMA	MEDIO - ALTO	WELLNESS COACH INSTITUTE.	PAQUETES ENTRE \$120 Y \$200
NOVAVITA	MEDIO	SPA Y WELLNESS COACHING	PAQUETES ENTRE \$100 Y \$200
HEALTHY HOME	MEDIO - ALTO	NUTRICIÓN, COACHING, MOTIVACIÓN Y ACOMPañAMIENTO	PLANES DESDE \$120 - \$180
BIOFORMULA SPA	MEDIO	SPA	SERVICIOS DESDE \$40 HASTA \$150

Fuente: Elaboración propia

10.1.3. Análisis 5C.

10.1.3.1. Contexto.

En primera instancia, este análisis se apoya de una herramienta estratégica como el PEST con miras a evaluar la manera en que los resultados de Mom's Hub podrían verse afectados por factores del entorno externo.

a. Político/Legal

Para efectos de esta investigación se pueden identificar oportunidades en cuanto a incentivos de carácter fiscal, especialmente para promover los nuevos proyectos de inversión. De acuerdo con el artículo 23 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), las empresas se pueden acoger a la reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

También hay deducciones para aquellas empresas que le apuesten a la innovación de sus procesos operativos, y facilidades en el pago de impuestos por concepto de comercio exterior, uno de ellos, el impuesto a la salida de divisas (ISD) para transacciones que demandan de financiamiento externo; y si se trata de una inversión nueva, hay la posibilidad de acogerse a la exoneración del impuesto a la renta por cinco años (Santana-Ramírez et al., 2021).

Estos incentivos tributarios tienen como propósito conseguir un impulso en los emprendimientos nacionales, como el caso de Mom's Hub que, si bien ya estaría constituida como compañía, busca abordar las complejidades del cuidado postparto, tanto desde una perspectiva empresarial como desde la atención a las necesidades

específicas de las mujeres en esta etapa crucial convirtiéndose así en un factor a tomar en consideración por la oportunidad de obtener beneficios y ahorrar dinero en el pago de impuestos.

Desde otra arista, En Ecuador se promulgó la Ley de Emprendimiento e Innovación (Asamblea Nacional, 2020), que fomenta el emprendimiento y la innovación en plataformas virtuales y esto es favorable, dado que una de las maneras de optimizar la prestación de los servicios de Mom's Hub, podría vincularse con la aplicación de una plataforma que promueva el e-commerce de estos servicios, a través de consultas virtuales con expertos en las diferentes ramas de psicología, nutrición, entre otras.

En este contexto, los artículos 12 al 17 de esta ley establecen el papel del Consejo Consultivo de Emprendimiento e Innovación (CONEIN) como organismo de asesoramiento y apoyo en las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento digital. Asimismo, se han implementado otras leyes como la Ley de Comercio Electrónico, la cual regula el comercio en línea y puede afectar las operaciones de los negocios que incursionen en el campo digital, ya sea como un e-business o e-commerce.

Por otro lado, Ecuador atraviesa una grave crisis política luego de que el expresidente Guillermo Lasso decidiera aplicar la muerte cruzada y disolver la Asamblea Nacional (Hügel, 2023). Esto generó el adelanto de un proceso electoral que trajo consigo varios meses de incertidumbre y recesión económica hasta la posesión del nuevo mandatario electo y actual presidente a finales del 2023, el Ing. Daniel Noboa Azin.

Toda esta situación en conjunto se ha convertido en una amenaza para la inversión local porque todavía no se define si habrá o no una nueva reforma tributaria que tiene consigo captar más fondos para el país que, además, tiene un déficit fiscal mayor a los \$ 4.000 millones. De ahí que la posibilidad de aumentar el IVA del 12% al 15% es una medida que se está analizando, pero que todavía no se define como segura hasta que sea aprobada por la nueva Asamblea.

Acerca del tema de la seguridad, aunque tiene un trasfondo social, su génesis radica en la falta de apoyo a las reformas al Código Orgánico Integral Penal (COIP) y el fracaso de la Consulta Popular que impulsó el régimen de Lasso en 2023 (Ronquillo, 2023), donde él NO se impuso en las 8 preguntas de esta consulta, las cuales se referían a temáticas de seguridad, institucionalidad democrática, gobernabilidad y medioambiente.

b. Económico

En el panorama económico, Ecuador ha atravesado una recesión económica debido al impacto del Covid-19, donde la economía se contrajo en casi 8% en 2020. Sin embargo, para los años posteriores se observaron signos de recuperación, con un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) hasta el 2.95% en 2022. Sin embargo, aunque la tasa de variación es positiva, se aprecia una tendencia decreciente en el último año, lo que determina que para el 2023 el PIB creció en menor proporción y se ubicó en 2.64%, esto como consecuencia de una desaceleración económica que afecta al Ecuador (Ministerio de Economía y Finanzas, 2023).



Figura 6 Variación del PIB en Ecuador

Nota: Tomado del Ministerio de Economía y Finanzas (2023).
<https://www.finanzas.gob.ec/>

Por otro lado, los bajos niveles de inflación que está presentando el país contribuyen a un mayor poder adquisitivo de los consumidores y a un entorno de estabilidad de precios. Con precios más estables, la empresa Mom's Hub puede planificar mejor su atención y mantener la rentabilidad de sus operaciones (Banco Central del Ecuador, 2023). Esto se debe en gran medida a la economía dolarizada que presenta el Ecuador, por ende, un nivel inflacionario bastante bajo, alcanzando un promedio de 2.29% en los últimos tres años.

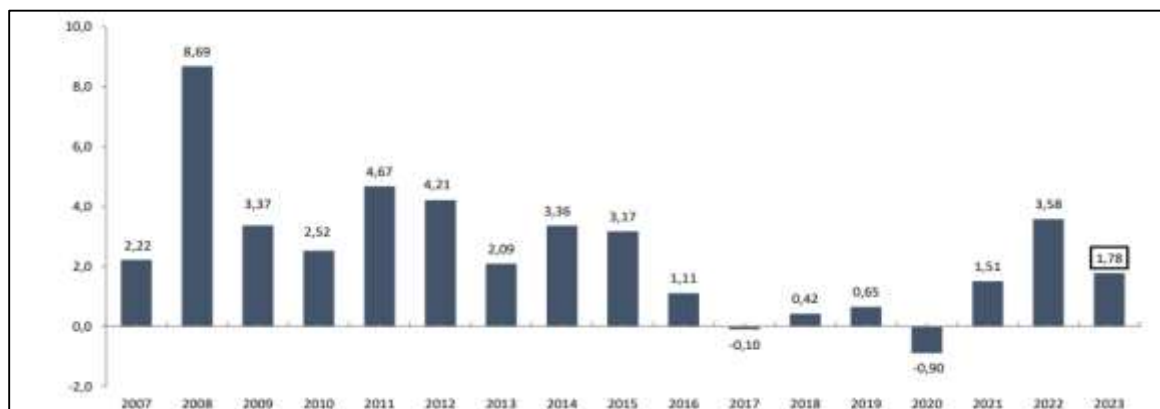


Figura 7 Variación de la inflación en Ecuador

Nota: Tomado del Banco Central del Ecuador, 2023. <https://www.bce.fin.ec/>

Aumento del Riesgo País: El aumento del riesgo país en Ecuador debido a la situación política representa una amenaza para Mom's Hub. Actualmente, se ubica en 1.968 puntos, y esto dificulta el acceso a financiamiento y aumenta los costos de endeudamiento (Banco Central del Ecuador, 2024). Además, genera incertidumbre en el entorno empresarial, lo que puede afectar las decisiones de inversión y el desarrollo del negocio. La empresa debe estar preparada para enfrentar estos desafíos y buscar alternativas de financiamiento y gestión de riesgos. Sin embargo, en lo que va del año 2024 este índice ha presentado una ligera reducción casi 100 puntos en los primeros 15 días.

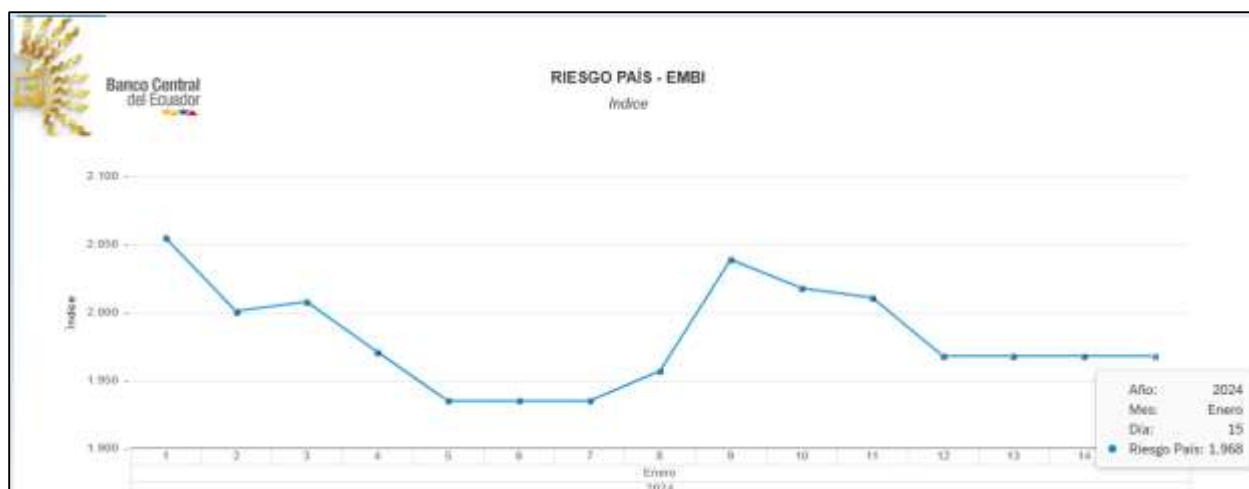


Figura 8 Variación del riesgo país en Ecuador 2024

Nota: Tomado del Banco Central del Ecuador, 2024. <https://www.bce.fin.ec/>

c. Social

La reducción de la pobreza y el desempleo a través de la creación de empleo en el sector comercial es una oportunidad para la compañía. Al contribuir al desarrollo económico y social del país, la empresa puede tener un impacto positivo en la sociedad y promover un entorno más estable y próspero. En especial, considerando los índices

del mercado laboral que, hasta 2023 determinaron una tasa de desempleo del 3.8% y un nivel de empleo adecuado del 34.9%, mientras que los niveles de subempleo, empleo no pleno y empleo no remunerado representan el 20%, 29.7% y 11.3% respectivamente (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2023).

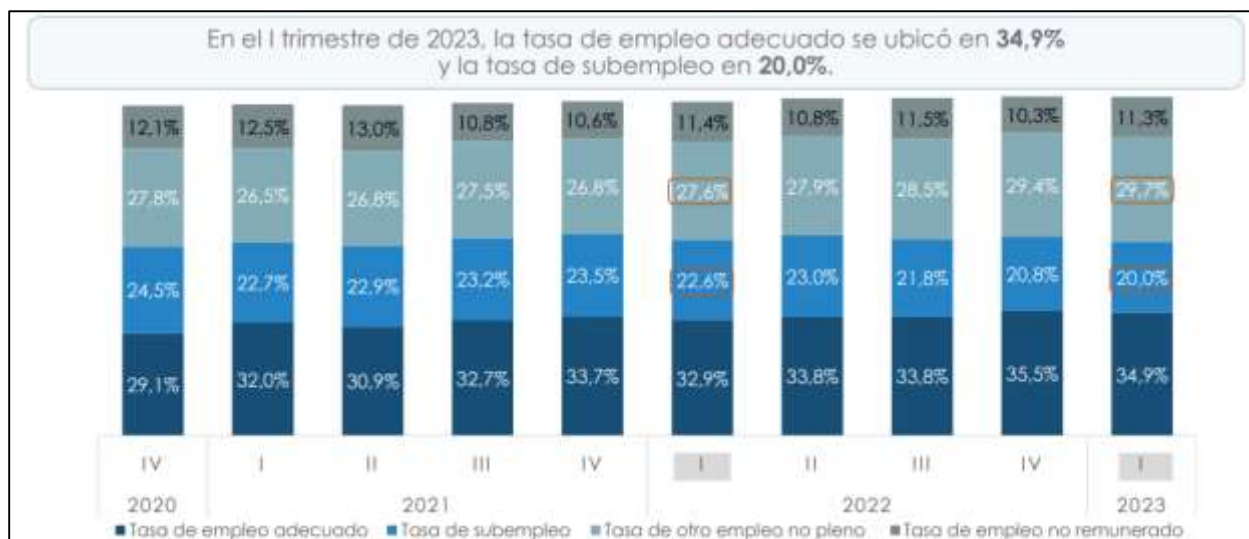


Figura 9 Evolución de tasa de empleo, desempleo y pobreza, período 2020 – 2023

Nota: Tomado del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo, 2023.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Por otro lado, a la problemática social se suma el hecho del aumento de los índices delictivos y la ola de violencia en las cárceles y calles del país, como producto del avance de las organizaciones criminales que mantienen en zozobra al país. Esta situación ha derivado en un estado de guerra decretado por el presidente Daniel Noboa el 9 de enero 2024, con miras a combatir a los grupos criminales denominados como objetivo de las Fuerzas Armadas por tratarse de terrorismo (The New York Times, 2024).

d. Tecnológico – Ecológico

En este entorno se destaca la mejora en el acceso a internet en Ecuador, donde aproximadamente el 60.4% de la población cuenta con internet desde sus hogares. Además, se ha observado un alto uso de dispositivos móviles, con alrededor del 88% de los ecuatorianos utilizándolos. Estas tendencias abren oportunidades para el uso de tecnologías digitales y servicios en línea, lo cual es relevante para la implementación de un proceso logístico que aproveche estas oportunidades.

Dado el enfoque en el uso de dispositivos móviles y tecnologías digitales, es importante considerar la gestión adecuada del inventario depreciado. De esta forma una plataforma de e-commerce podría promover la conciencia sobre la importancia del reciclaje y la disposición adecuada de los dispositivos electrónicos en desuso, así como fomentar la adquisición de mercadería con criterios de sostenibilidad. En este contexto, la tabla presenta un resumen de los aspectos más relevantes del Contexto.

Tabla 7

Resumen del Análisis del Entorno

Político – Legal	Económico
<ul style="list-style-type: none"> · Incentivos fiscales, COPCI. · Ley de emprendimiento e innovación. · Ley de Comercio Electrónico. · Inestabilidad política y posibles cambios tributarios. · Problemas en materia de seguridad y respaldo a las reformas legales. 	<ul style="list-style-type: none"> · Recesión económica por efectos del Covid-19. · Reducción de la inflación en 2023 (1.78%) · Alto nivel del riesgo país (1.968 pts.) desalienta la inversión local. · Crecimiento del PIB en 2023 (2.64%) con tendencia a desacelerar la economía.
Social	Tecnológico / Ecológico
<ul style="list-style-type: none"> · Reducción de la pobreza y desempleo por aumento de comercio informal · Problemáticas de carácter social por ola delictiva en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> · Mejora en la tasa de acceso a internet en los hogares. · Uso generalizado de dispositivos móviles abre posibilidad de marketing digital o plataformas virtuales de e-commerce.

Fuente: Elaboración Propia

10.1.3.2. *Compañía.*

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>Pioneros en el Ecuador. Proyecto de relevancia para ayudar a las mujeres en esta etapa. Servicios integrales para el bienestar de la mamá en un solo lugar. Desarrollar y ser parte de una comunidad que pasa por lo mismo. Conocimiento total de los clientes.</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Nuevo diseño de negocio, incrementando el portafolio de servicios. Mejorar oferta de valor con paquetes y no servicios individuales. Crear alianza con ginecólogos y pediatras para dar a conocer a Mom's Hub con las futuras clientas. Crear alianzas estratégicas con el MSP para dar el servicio. Establecer cobertura con los Seguros Médicos.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>Percibidos como un servicio de alto costo. Limitación Geográfica, Samborondón y Guayaquil. Rentabilidad menor a la estimada. Incapacidad para adquirir financiación suficiente. Falta de experiencia por ser algo nuevo. Carece de innovación constante.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>La inestabilidad política, riesgo a cambios drásticos en las leyes. Inestabilidad por incremento de la inseguridad. Nuevos competidores con mejores precios. Estancamiento del mercado. Cambio en las necesidades o gustos de los clientes.</p>

Figura 10 FODA de Mom's Hub
Fuente: Elaboración propia

Con este análisis se puede obtener una visión integral de la situación actual que tiene el proyecto Mom's Hub con sus factores internos y externos, por medio de los cuales se pueden establecer prioridades, tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas para desarrollar servicios de calidad satisfaciendo las necesidades de las mujeres en etapa postparto.

10.1.3.3. *Clientes.*

Mom's Hub se dirige específicamente a mujeres en la etapa postparto, comprendidas entre los 20 y 40 años. Este grupo demográfico es crucial, ya que experimentan una serie de desafíos físicos y emocionales después del parto y buscan apoyo integral. El enfoque en los niveles socioeconómicos A, B y C indica que Mom's Hub se orienta a un mercado que tiene la capacidad económica para acceder a servicios especializados. Este segmento representa el 35.9% de todas las mamás en Guayaquil, lo que proporciona una estimación de 13,729 mamás por año en Guayaquil como mercado potencial.



Figura 11 Buyer Persona

Fuente: Elaboración propia

Ana, una mujer de 30 años y madre primeriza, representa a la mujer que busca apoyo y recursos para sobrellevar el desafiante período postparto. Su interés en realizar actividades como yoga y pilates indica una inclinación hacia el bienestar tanto físico como mental. Estas prácticas no solo ayudan a recuperar la forma física después del parto, sino que también ofrecen un espacio para la relajación mental y la conexión espiritual, aspectos cruciales para el bienestar general en el postparto.

A Ana le interesa mantener una alimentación sana y saludable, no solo para su propia recuperación, sino también para el bienestar de su hijo. Su interés en la lectura, especialmente en libros de autoayuda, autoconocimiento y crianza respetuosa, revela una búsqueda de crecimiento personal y una mejor comprensión de cómo criar a su hijo de manera efectiva y cariñosa. Esto sugiere que Ana valora no solo el bienestar físico, sino también el crecimiento personal y el desarrollo de habilidades parentales.

Es de suma importancia para Ana conversar con otras mamás. El intercambio de experiencias y conocimientos con otras mujeres que han pasado o están pasando por la misma etapa de la vida le brindará un apoyo emocional invaluable. Compartir las alegrías, preocupaciones y desafíos del postparto con otras madres le permitirá sentirse comprendida y acompañada. Esto se convierte en una necesidad para Ana, pues le proporcionará el soporte emocional, la información y los recursos que necesita para sobrellevar con éxito el desafiante período postparto.

Mom 's Hub busca como público objetivo mujeres como Ana que se interesan en programas y servicios que aborden el bienestar integral. Al proporcionar un espacio que abarque estos elementos, el centro puede posicionarse como un recurso integral para madres como Ana, apoyándolas no solo en su recuperación física, sino también en su viaje emocional y mental durante este período transformador.



Figura 12 TAM SAM SOM

Fuente: Elaboración propia

- Se aspira el 31.34% del mercado
- Monetizando se obtiene el TAM, SAM , SOM .
- El TAM obtenemos del número total de madres multiplicado por el precio ponderado que nos da usd usd 1,129,622.12.
- El SAM se obtiene del valor del TAM por el porcentaje de aceptación que da usd 788, 476.24.
- El SOM es lo que se aspira a monetizar durante el primer año, se obtiene del SAM multiplicado por el 31.34% y da USD 247.122,00

10.1.3.4. Competencia.

Poder de negociación de los clientes: Es alto debido a la disponibilidad de diversas opciones en el mercado de servicios para mujeres en etapa postparto. Las madres buscan servicios de alta calidad para el bienestar físico y emocional, y tienen la capacidad de comparar y elegir entre diferentes proveedores. La importancia de la atención personalizada y la calidad de los servicios aumenta su capacidad de elección.

Mom's Hub debe enfocarse en la diferenciación y calidad de los servicios para retener y atraer a clientes, además de implementar estrategias de fidelización para fortalecer la relación con las madres.

Poder de negociación de los proveedores: Es moderada, ya que existen servicios especializados, pero los costos pueden ser elevados. La moderada disponibilidad de proveedores especializados implica que Mom0s Hub necesita establecer relaciones estables con sus proveedores para asegurar costos razonables y

mantener la calidad del servicio. Sin embargo, se recomienda diversificar proveedores y negociar acuerdos a largo plazo pueden ayudar a gestionar los costos y garantizar la disponibilidad constante de servicios especializados.

Amenaza de competidores entrantes: Es baja debido a las barreras de entrada significativas. La inversión requerida para establecer un centro similar, así como la dificultad para obtener licencias y acreditaciones necesarias, crea un obstáculo significativo para nuevos participantes. Esto fortalece la posición de Mom's Hub en el mercado. En consecuencia, hay que centrarse en consolidar su presencia y trabajar en la construcción de barreras adicionales a través de asociaciones estratégicas y programas de fidelización.

Amenaza de productos sustitutos: Es baja dada la limitada disponibilidad de servicios especializados para mujeres en etapa postparto. La oferta de los servicios de Mom's Hub hace que la búsqueda de sustitutos sea difícil para las madres en esta etapa. La especialización y la escasez de alternativas consolidan la posición de Mom's Hub en el mercado.

Rivalidad entre competidores: Es alta debido a la presencia de varios centros que ofrecen servicios similares y compiten por la misma audiencia. Por tanto, Mom's Hub debe destacarse mediante la calidad del servicio, programas personalizados y una fuerte presencia en línea para atraer y retener a las madres.

Grado de Atractivo de la Industria:

Considerando la baja amenaza de nuevos competidores, la baja amenaza de productos sustitutos y la moderada influencia de los proveedores, la industria se

percibe como atractiva. Sin embargo, la alta rivalidad entre competidores y el alto poder de negociación de los clientes requieren que Mom's Hub implemente estrategias diferenciadoras para destacarse en el mercado y asegurar la lealtad del cliente.



Figura 13 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia

10.1.3.5. Colaboradores.

Los importantes aliados estratégicos que nos permitirán crear una comunidad de mujeres en etapa postparto son los siguientes.

- Psicólogos expertos con alta trayectoria en el manejo emocional para madres en etapa post parto.
- Psiquiatras con amplia experiencia en temas depresivos y ansiedad.
- Nutricionistas con el fin de brindar a la madre un buen estado de salud a través de la alimentación
- Masajistas capacitados con alta experiencia en la manipulación de tejidos blandos.
- Fisioterapistas expertos en formación del suelo pélvico (ayuda a la mujer a contraer su útero aplicando técnicas adecuadas durante este proceso el cual permitirá una mejor calidad de vida)
- Acupunturistas, quienes ayudarán a la madre a estimular puntos neurálgicos en su cuerpo.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones del estudio de mercado indican tendencias favorables para la demanda del producto, identifican segmentos clave y sugieren oportunidades para la diferenciación competitiva. Además, destacan la importancia de adaptarse a las preferencias del consumidor y la necesidad de estrategias de marketing efectivas.

El estudio de mercado para este proyecto dedicado para mamás en etapa postparto, revela una demanda significativa en áreas como productos para el cuidado de ellas y de su estabilidad emocional, servicios de apoyo a la maternidad y soluciones que faciliten la conciliación entre la vida laboral y familiar. se observa una oportunidad para la innovación centrada en las necesidades específicas de las madres, así como una receptividad positiva hacia iniciativas que promuevan el bienestar y la comunidad.

El estudio de mercado respalda la viabilidad de Mom's Hub, identificando una demanda significativa y oportunidades estratégicas en un mercado poco atendido. Con enfoque en servicios especializados, estrategias de marketing diferenciado y adaptabilidad a las condiciones del entorno, Mom's Hub puede posicionarse como un establecimiento líder en la atención a mujeres en etapa postparto en Guayaquil y Samborondón.

La población objetivo está conformada mujeres entre 20 y 40 años en la etapa postparto, ubicadas en el sector norte de Guayaquil y Samborondón, con enfoque en los niveles socioeconómicos A, B y C. La proyección de la población y nacidos vivos en el 2021 respalda la existencia de un mercado potencial considerable, estimando 13.729 mamás por año en Guayaquil, el cual es un nicho de mercado a explotar.

Gracias a las encuestas, se pudo revelar que el 81% de las mujeres encuestadas expresaron interés en recibir acompañamiento entre los primeros 15 días y el primer mes postparto, destacando la importancia de intervenir durante este período crítico. Existe una demanda significativa de servicios personalizados y la disposición a pagar entre \$80 y \$100, indicando la disposición del mercado para acceder a servicios especializados.

El análisis de la competencia muestra una falta de centros integrales similares en Ecuador, lo que presenta una oportunidad estratégica para Mom's Hub en el mercado local. Las tendencias del mercado reflejan un buen grado de aceptación entre la necesidad del cliente y la oferta propuesta por Mom's Hub, destacando la importancia de servicios integrales, atención médica especializada y apoyo emocional.

A pesar de las dificultades económicas y políticas en Ecuador, las oportunidades incluyen la adopción de tecnologías digitales, la biodiversidad como recurso, y reformas legales favorables para operar negocios. Esto incluye la inestabilidad política, la dependencia del petróleo y problemas sociales como la migración y la desigualdad.

Es importante que Mom's Hub se enfoque en desarrollar servicios especializados que aborden las necesidades físicas y emocionales de las mujeres en el postparto, incluyendo atención médica, apoyo psicológico y nutricional. Se deben desarrollar estrategias de fidelización, como programas de membresía y beneficios exclusivos, que puedan fortalecer la relación con las madres y garantizar la lealtad del cliente. También se Implementarán estrategias de marketing diferenciado, destacando

la falta de competencia directa y resaltando la importancia de la atención personalizada y servicios integrales.

El equipo de trabajo de Mom's Hub debe estar preparado para adaptarse a las condiciones económicas y políticas cambiantes en Ecuador, buscando oportunidades en medio de los desafíos, aprovechando las tendencias tecnológicas para ofrecer servicios en línea, consultas virtuales y recursos digitales que complementen la oferta presencial. Además, de contar con alianzas fortalecidas con profesionales de la salud mental, nutricionistas, masajistas y otros especialistas para ofrecer un enfoque integral y diversificado.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuja, V., & Dávalos, P. (2013). Extractivismo y posneoliberalismo: el caso de Ecuador. *Estudios Críticos Del Desarrollo*, III (4), 83–112.
<http://estudiosdeldesarrollo.net/critical/rev4/3.pdf>
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución del Ecuador. *In Registro Oficial 449*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Alles, M. (2015). *Dirección Estratégica de RR.HH. Vol I - (3a Ed.)*. Ediciones Granica.
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Estadísticas Macroeconómicas*.
<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-reporto-un-crecimiento-interanual-de-4-3-en-el-cuarto-trimestre-de-2022>
- Chiavenato, Idalberto. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones (8a ed.)*. Mc Graw Hill.
- Código del Trabajo. Gob.ec. Recuperado el 22 de enero de 2024, de
https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf
- Fernandez-Berrocal, P. y Extremera, N. (2005). La Inteligencia Emocional y la educación de las emociones. *Revista Interuniversitaria de Formación Del Profesorado*, 19(3), 63–93. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27411927005>

García, R. M. M., Ortega, A. I. J., Peral-Suárez, Á., Bermejo, L. M., & Rodríguez-Rodríguez, E. (2020). *Importancia de la nutrición durante el embarazo. Impacto en la composición de la leche materna. Nutricion Hospitalaria*, 37(2), 38–42.
<https://doi.org/10.20960/nh.03355>

Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas. *Recuperado el 22 de enero de 2024*, de http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf

Hernández Sampieri Roberto, (2014), *Metodología de la Investigación, Sexta Edición*, McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. De C.V, México DF.

Hügel, J. (2023). *Ecuador: muerte cruzada mantiene al presidente Lasso en funciones. Diálogo Político*. <https://dialogopolitico.org/agenda/muerte-cruzada-mantiene-presidente-lasso/>

Instituto de Investigaciones Económicas. (2020). *Crisis Económica y Pandemia COVID-19 en Ecuador 2020. Boletín de Coyuntura 2020-01*, 1(4), 1–15.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34603.80165>

Kottasová, I. (2022). *La depresión posparto le costó la vida a una mujer y su hijo. CNN Español*. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/05/04/depresion-posparto-suicidio-mujer-hijo-trax/>

Ley de Compañías. Gob.ec. *Recuperado el 22 de enero de 2024*, de

https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Mella, C. (2022). *Efectos del paro: escasez de productos y aumento de precios*.

Recuperado:<https://www.primicias.ec/noticias/economia/efectos-paro-escasez-productos-aumento-precios-ecuador/>

Merchan Villama, J. A. r, Cedeño Cedeño, S. E., & Rayo Caicedo, K. E. (2020). *Covid 19, el embarazo, el parto y la lactancia materna*. *Reciamuc*, 4(3), 58–68.

[https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.\(3\).julio.2020.58-68](https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.(3).julio.2020.58-68)

Ministerio de Telecomunicaciones. (2020). *El 40,4% de los ecuatorianos utilizó internet en los últimos 12 meses*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-404-de-los-ecuatorianos-utilizo-internet-en-los-ultimos-12-meses/>

Moncayo, G. A. (2019). *La economía de la felicidad y la inversión pública en Ecuador: evidencias de una relación causal*. *Estado & Comunes, Revista de Políticas y Problemas Públicos*, 2(9), 309–332.

https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n9.2019.131

Obregón, N., Armenta Hurtarte, C., Harari, D., & Ortiz-Izquierdo, R. (2020). *Maternidad cuestionada: diferencias sobre las creencias hacia la maternidad en mujeres*.

Revista de Psicología, 047. <https://doi.org/10.24215/2422572xe047>

- Palmeros, G., & García, A. (2018). *Inclusión Educativa y Grupos Vulnerables. Un Análisis de los Estudiantes de la DAEA. Perspectivas Docentes*, 28(64), 58–64.
<https://doi.org/10.19136/pd.a28n64.2129>
- Red SMS Latinoamérica. (s. f.). SMS Auditores y Consultores con Tecnología en Ecuador. *Recuperado 22 de enero de 2024*, de <https://smsecuador.ec/>
- Sánchez, E. (2020). Depresión postparto en atención primaria. *Revista Médica Sinergia*, 5(2), e355. <https://doi.org/10.31434/rms.v5i2.355>
- Vaca-Merino, V., Maldonado-Rengel, R., Montaña, P. T., Ochoa-Camacho, A., Guamán-Ayala, D., Riofrio-Loaiza, L., Cristian Vaca-Sarango, & Del Sol, M. (2022). *Estado Nutricional de la Mujer Embarazada y su Relación con las Complicaciones de la Gestación y el Recién Nacido. Int. J. Morphol*, 40(2), 384–388.
- Weisstaub, S. G. (2003). Evaluación antropométrica del estado nutricional en pediatría. *In Revista de la Sociedad Boliviana de Pediatría (Vol. 42, pp. 144–147)*. Scielobo.