

Fabián Bueno: Innovar para generar negocios en el confinamiento

En el año 2020 la pandemia sorprendió a la mayoría de negocios; pero, para algunos, el problema se volvió una oportunidad. Hoy les cuento la historia de cómo una empresa reorientó su negocio y logró facturar en marzo del 2020 todo lo que facturó en el 2019.

Se trata de Nannyfy, startup española que creció con un propósito: liberar de carga funcional y emocional a las familias que se encuentren ocupadas.

Nannyfy fue creada para brindar un servicio de nanas a domicilio. Los padres que requerían de este servicio se comunicaban a través de una aplicación, accediendo a una red de nanas certificadas y con calificaciones para cuidar a sus hijos en su hogar.



Carlos Travezaño: Segunda vuelta de transformación digital



Víctor Cruzado: Tributación y economía digital



Estrella Peinado: Potenciar oportunidades para el cacao

Cuando llegó el confinamiento, este negocio no pudo seguir operando y obligó a esta startup a rediseñar su servicio. Así, en marzo del 2020 las nannys cuidaron y entretuvieron a los niños a distancia a través de videollamadas, considerando el nuevo contexto de padres de familia trabajando de forma remota.

Hoy Nannyfy es Nannyfy TV, plataforma que ofrece una experiencia interactiva y emocionante para niños de 3 a 12 años, con 7.000 familias suscritas.

Lecciones

Cinco lecciones de Nannify:

1. Tener una visión de largo plazo a prueba de cambios de contexto y virus. La visión es lo que te propones para ayudar al usuario y es el norte de tu negocio.

2. Entender los nuevos problemas de sus usuarios. El contexto cambia y entender los nuevos problemas por resolver de tus usuarios te permite crear productos que las personas realmente quieran.

3. Aprovechar sus fortalezas. Para reorientar un negocio no es necesario empezar de cero. Debes reconocer en qué eres bueno, con qué activos, aliados y clientes cuentas, y ver cómo puedes entregar un nuevo valor con lo que ya posees. Nannyfy posee

una base de profesionales en el cuidado de niños, conocimiento tecnológico y clientes que confían en la marca.

4. Romper lo establecido. El modelo de ingreso de Nannyfy se transformó y multiplicó. Para crecer exponencialmente es necesario salir de lo que estás acostumbrado a hacer.

5. Primero experimentar, luego invertir. Nannyfy no invirtió en una plataforma en el primer mes. Invirtió tiempo en reconfigurar la propuesta de valor y proponerlo al mercado a través de una página web sencilla. Comprobada la demanda, recién invirtió.

Innovar requiere que la empresa adopte una mentalidad hacia la transformación de forma sistemática y al mismo tiempo flexible. Cambiar no es una opción, es un estado natural para mantenerse y crecer. Innovar empieza por reconocer que existen espacios no explorados que nadie se atrevió tocar.

En caso desee mayor información o asesoría para sus proyectos de innovación puede contactarse con el Centro de Innovación de la CCL al correo: cchia@camaralima.org.pe.