

Maestría en Negocios Digitales

Trabajo de Titulación

Modalidad Examen complejo – Portafolio de Proyectos de Aplicación
Profesional

Ensayo reflexivo sobre estrategias de transformación digital aplicadas a tres
casos prácticos del Ecuador durante el año 2022

Ing. Walter Marcelo Conto Andrade

Trabajo final para la obtención del título de Máster en Negocios Digitales

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Diciembre - 2022

INDICE

Introducción.....	Pág. 3
1er Caso. Marketplace de Servicios Profesionales Traby	Pág. 4 - 5
2do. Caso Ciberseguridad Traby.....	Pág. 6 - 7
3er Caso Marketing Digital GeekStore.....	Pág. 8 - 10
Aprendizajes 1er Caso.....	Pág. 11 - 14
Aprendizaje 2do Caso.....	Pág. 15 - 17
Aprendizaje 3er Caso.....	Pág. 18 – 19
Conclusiones y Recomendaciones	Pág. 20 - 21
Bibliografía.....	Pág. 22
Anexos.....	Pág. 23

INTRODUCCION

El avance de la tecnología es cada vez más sorprendente, empezando con el desarrollo de hardware creando circuitos y dispositivos, luego con el desarrollo de software, y ahora para alcanzar lo que es más potente aun, la integración de estos, en la búsqueda de dar facilidades a las personas.

Las tareas o actividades que realizamos a diario han sido reemplazadas cada vez más por tecnología, lo que nos ha permitido mejorar en muchos aspectos y reducir tiempos en tareas que antes eran casi imposibles, lo que antes parecía una película de ficción, hoy es una realidad, cambiamos reuniones de oficina y viajes de trabajo, por una aplicación Zoom, en un principio, cuando hace varios años escuche de la plataforma, en su primera etapa habían dirigido su enfoque como una sala de reuniones para máximo 50 personas. En ese momento año 2017 en pleno auge de las video llamadas personales por Skype, pensé 50 personas conectadas a la vez, debería ser una empresa muy grande que requiera esos servicios, en ese entonces me pareció una locura, sin prever que las clases, los talleres, las conferencias en medio de una pandemia se volcarían a la virtualidad. Y si, es gracias a la creación de esta plataforma digital que el mundo continuó conectado, estudiando, aprendiendo y capacitándose.

Hoy en día no dejo de sorprenderme con cada aplicación, cada elemento de domótica y cada empresa a nivel mundial que desarrolla productos digitales para simplificar la vida de las personas.

Dentro de la Maestría de Negocios Digitales tuvimos la oportunidad de desarrollar, analizar y aplicar lo aprendido en los módulos, a 3 casos prácticos que están en este documento, y a su vez también a cada uno de nuestros proyectos, siendo de gran ayuda para definir de mejor manera mi proyecto Traby una plataforma de conexión laboral.

De allí que esta maestría en negocios digitales es una semilla invaluable incorporada en los estudiantes que estoy seguro impactara la vida de muchas personas a corto plazo con la construcción y desarrollo de productos que vengán a facilitar las actividades cotidianas de nuestra sociedad.

Primer Caso Práctico Marketplace de Servicios Profesionales TRABY



Traby App S.A.S forma parte del primer laboratorio donde de forma personal por 2 meses, desarrolle las actividades de prototipado, pruebas y modelo de negocio. Y consiste en un Marketplace digital de servicios profesionales.

Desde hace algún tiempo trabajo en una propuesta digital que permita conectar la oferta y demanda laboral en el Ecuador y en los primeros módulos nos sirvieron de mucho para poder identificar los puntos críticos de crear una plataforma digital, empezando por el prototipado, realizar las pruebas necesarias, pero sobre todo buscar definir un modelo de negocio sostenible. Aquí pudimos definir el cliente junto con la propuesta de valor que deseamos generar, junto con los aspectos éticos y legales para la plataforma.

Traby permite “Conectar a personas con oportunidades de trabajo” resolviendo el problema de Equidad Social siendo una herramienta de productividad para los usuarios, donde se publican trabajos o tareas para que los usuarios registrados hagan match de acuerdo con su profesión o habilidad.

Según el instituto nacional de estadísticas y censos INEC en Ecuador 362.000 personas se encuentran desempleadas. El 18,4% ha buscado empleo por más de seis meses. En Cuenca la tasa de desempleo alcanza el 5,1%. En la actualidad según el censo del INEC 4.6% de la población en Ecuador se encuentra en situación crítica de desempleo.

La pandemia ha traído consigo varios problemas miles de personas perdieron sus trabajos, si desde antes teníamos:

- Profesionales que no encuentran trabajo.
- Egresados de la universidad en busca de su primer empleo
- Personas mayores a los 35 años sin una oportunidad laboral.

Todos tienen en común una habilidad o una profesión que les permitiría generar ingresos. Por otra parte, tenemos:

- Restaurants buscando meseros
- Amas de Casa buscando Electricistas
- Dueños de Pymes buscando Profesionales.

Traby es la plataforma que conecta a estas personas con tecnología permitiendo buscar profesionales, con experiencia, recomendados, calificados y cerca de nuestra ubicación. Por otra parte, permite encontrar trabajos de acuerdo con mi habilidad cerca de mi ubicación. El elemento innovador de traby es la conectividad inmediata, al estar la hoja de vida de las personas en línea pueden ser contratados inmediatamente por la persona o empresa que los solicita, esto sumado a un sistema de notificaciones, que informa cuando existe una vacante dentro de mi profesión cerca de mi ubicación, ampliando así mi productividad. Al momento tenemos la plataforma lista, con casi 2mil usuarios de varias profesiones psicólogos, profesores, ingenieros, electricistas, choferes, personal de limpieza.

Traby Pitch: <https://www.youtube.com/watch?v=syHASGgx508&t=22s>

Plataforma Traby: www.traby.app

Segundo Caso Práctico Transformación Digital y Recomendaciones de Ciberseguridad.



Dentro del segundo caso práctico analice de forma personal las recomendaciones de ciberseguridad de la plataforma por 3 meses y gracias a las indicaciones del módulo de transformación digital y ciberseguridad se logro los objetivos de definir una estrategia que permita el desarrollo seguro de la plataforma.

Traby es una plataforma que conecta la oferta y demanda laboral, al ser una plataforma digital en su totalidad y estar basada en la generación de datos que el usuario registra dentro de la plataforma, dichos datos son de gran sensibilidad debido a que describen aspectos personales de cada usuario de la plataforma.

Debido a la sensibilidad de la información se logro determinar que la plataforma esta en constante riesgo de sufrir ciberataques, dentro de los cuales pudimos identificar que esta más propensa a:

- Robo de Datos
- Suplantación de Identidad
- Ransomware

Con el afán de mitigar los riesgos de robo, suplantación y rasomware se procedió a realizar las siguientes acciones dentro de la plataforma:

- 1.- Usamos servidores web seguros que permitan el crecimiento progresivo de la información y sobre todo seguro, por lo que usamos los

servicios de Amazon Web Service.

2.- Código de la Plataforma, con el afán de resguardar la información y el código fuente, usamos repositorios en la nube como es el caso de GITHUB, adicional a esto tenemos un repositorio físico en un equipo de respaldo.

3.- Accesos a Plataforma. Debido a la gran vulnerabilidad existente en el ámbito digital hemos decidido usar los accesos claves y login de Google. Configurando la plataforma para que el usuario pueda acceder con su cuenta de Gmail a nuestra plataforma., de manera adicional usamos el login de Facebook para mantener la seguridad de contraseñas.

4.- Base de Datos. Tenemos una base de datos en sql, cuyo repositorio se encuentra en amazon web service, adicional a eso realizamos backups periódicos cada 15 días donde guardamos la nueva base y mantenemos actualizada en un equipo en la empresa.

5.- Los programadores y personal que tiene acceso al código e información de la empresa tienen firmado un contrato de confidencialidad donde toda la información desarrollada pertenece a la empresa y en caso de tener fuga de información se podría usar las leyes para pedir pagos de indemnización.

Estas acciones se han realizado para salvaguardar la disponibilidad, confidencialidad e integridad de la información.

Tercer Caso Práctico Marketing Digital GEEKSTORE.



Dentro del tercer caso práctico de marketing digital realizamos el estudio del caso con mis compañeros Sonia Rivadeneira y con Walter Zumba donde por varias semanas mantuvimos reuniones para determinar los puntos críticos que debíamos trabajar para lograr una correcta estrategia de marketing para la empresa.

GeekStore es una empresa que comercializa productos geek, y gaming incluso artículos coleccionables anime, por lo que era fundamental crear una estrategia de marketing que vaya enfocada en su segmento de cliente objetivo.

Para esto determinamos de forma principal el buyer persona como una persona que siempre está apurada para llegar a su trabajo, utiliza su tiempo libre para jugar en línea, y en breaks de trabajo utiliza su celular para ver videos en Youtube sobre juegos en línea, historias anime, y todo relacionado con la parte de gaming.

Consume comida rápida que compra a través de aplicaciones, aprovecha cada promoción de estas aplicaciones, frecuentan centros comerciales que tengan tiendas de video juegos, artículos de colección, y objetos relacionados con comics, anime, etc. Juega mucho en horarios nocturnos y fines de semana, sus amigos de juego son de la universidad y se reúnen un par de veces al mes para ir al cine.

Una vez definido el Buyer persona, definimos también los KPI (Key Performance Indicator), que para el caso de esta empresa vamos a tener en cuenta las visitas a la página web, la tasa de conversión, el ROAS para determinar la eficacia del gasto en publicidad y la Tasa de Carrito abandonado.

Para mejorar y potenciar el posicionamiento de la página dentro de Google hemos definido las siguientes estrategias:

- **Definir Objetivo.** - El principal objetivo es poder mejorar en un periodo de 3 meses el posicionamiento de la página en Google.
- **Definir Buyer Persona.** - Hemos logrado ya definir claramente el segmento de mercado al que llegaremos basados en el buyer persona descrito previamente.
- **Definir Palabras Clave.** - Se utilizará diferentes herramientas para definir las palabras clave, en este caso usamos Google Trends, lo que nos ha permitido definir las siguientes palabras claves más buscadas:
 - Video Juegos guayaquil
 - Comic guayaquil
 - Artículos coleccionables comic.

Adicionalmente se realizó una estrategia de precio que permita persuadir e incrementar las compras en el sitio, para esto nos basamos en:

a.- Heurísticos de Categorías

Todos los productos de la página deberán tener descripciones breves pero claras de las características del producto con el afán de facilitar la decisión de compra del cliente.

b.- Efecto de Arrastre

Cada producto tendrá su reseña y recomendaciones escrita por los últimos compradores de cada artículo dentro del e-commerce.

c.- Sesgo de Escasez

Se mantendrá un stock máximo de 10 unidades por producto dentro del e-commerce para estimular a los usuarios que hay pocas unidades y pueda persuadir su compra.

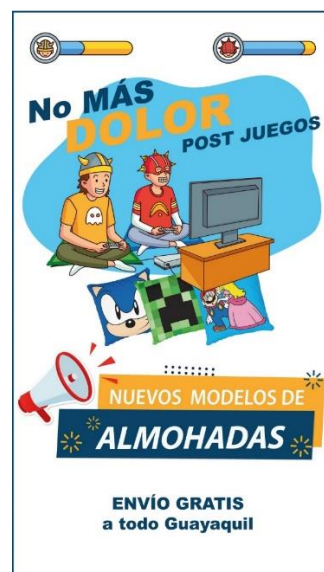
d.- Efecto Gratis

Sugerimos al cliente que toda compra realizada en su e-commerce incluya un regalo gratis en este caso hemos definido que por cada compra que realice el usuario se podría entregar una funda decorativa intercambiable para la almohada.

Así también hemos definido la estrategia para potenciar las ventas en el e-commerce:

- Se integrará los canales de venta junto con las redes sociales para mejorar y lograr una correcta comunicación con cada usuario.
- Mejorar la calidad de las fotografías y el contenido de la página controlando tiempo de carga.
- Mejorar y Facilitar la experiencia de pago.
- Se mejorará la experiencia de compra y se incluirá un mejor aviso de compra segura.
- Se propone a mediano plazo incluir mensajes o reseñas de usuarios que realizaron la compra.
- Creación de nuevos canales de venta.

Luego de la determinación de estas estrategias, creamos los diferentes posts para redes sociales, donde basados en el segmento del cliente y el producto que deseamos comercializar realizamos los siguientes posts.



RESUMEN DE APRENDIZAJES APLICANDO LOS CASOS

Primer Caso Marketplace Traby.

Para la realización del primer caso nos fue de fundamental ayuda el concepto y la visualización de la digitalización por parte del profesor Scolari, en donde mediante el proceso de Design Thinking pudimos definir y ver la digitalización como una oportunidad para emprender en negocios, pero sobre todo ampliar nuestra creatividad y capacidad para el desarrollo de productos digitales innovadores.

Basados en la inspiración de ver la realidad de las personas por encontrar trabajo, que aun al ser personas trabajadoras es muy difícil encontrar fuentes de empleo, recurrimos a la empatía para poder generar una lluvia de ideas que permita digitalizar el proceso de conectar a personas con oportunidades de trabajo, comprendiendo que la motivación principal de los clientes es comprar un producto por lo que este hace por las personas así necesitábamos definir un producto con una propuesta de valor fuerte y a la vez que sea escalable.

A pesar de tener la idea de emprender digital desde hace algún tiempo, fue de fundamental ayuda las recomendaciones adquiridas ya que permitieron que veamos otra forma de implementar la solución, otro mercado, pero sobre todo definir de mejor forma el segmento de mercado, de igual forma determinar las oportunidades de emprender dentro del área laboral definiendo socios estratégicos y competidores.

En si gracias a la realización de este caso pudimos visualizar de mejor forma la solución, e implementación de la plataforma lo que nos ha servido para definir y perfeccionar aspectos como el pitch y el análisis en lienzo canvas.

Adicionalmente las herramientas que mas aportaron para desarrollar el caso fueron:

Herramientas en el Design Thinking

a) Empatizar.

- 1.- Crear un mapa de actores, donde pudimos definir los actores que intervienen en el proceso, las características de cada uno de ellos y como se encuentran interrelacionados.
- 2.- Grupo Focal, se realizó visitas a diferentes lugares donde pudimos contactar con grupos de personas en situación de desempleo donde nos ayudo a definir el comportamiento del consumidor.

b) Definir.

- 3.- Mapa Mental, gracias a esta herramienta pudimos visualizar de forma sencilla concepto, pero sobre todo establecer relaciones entre ideas que podían servir para implementarlas.

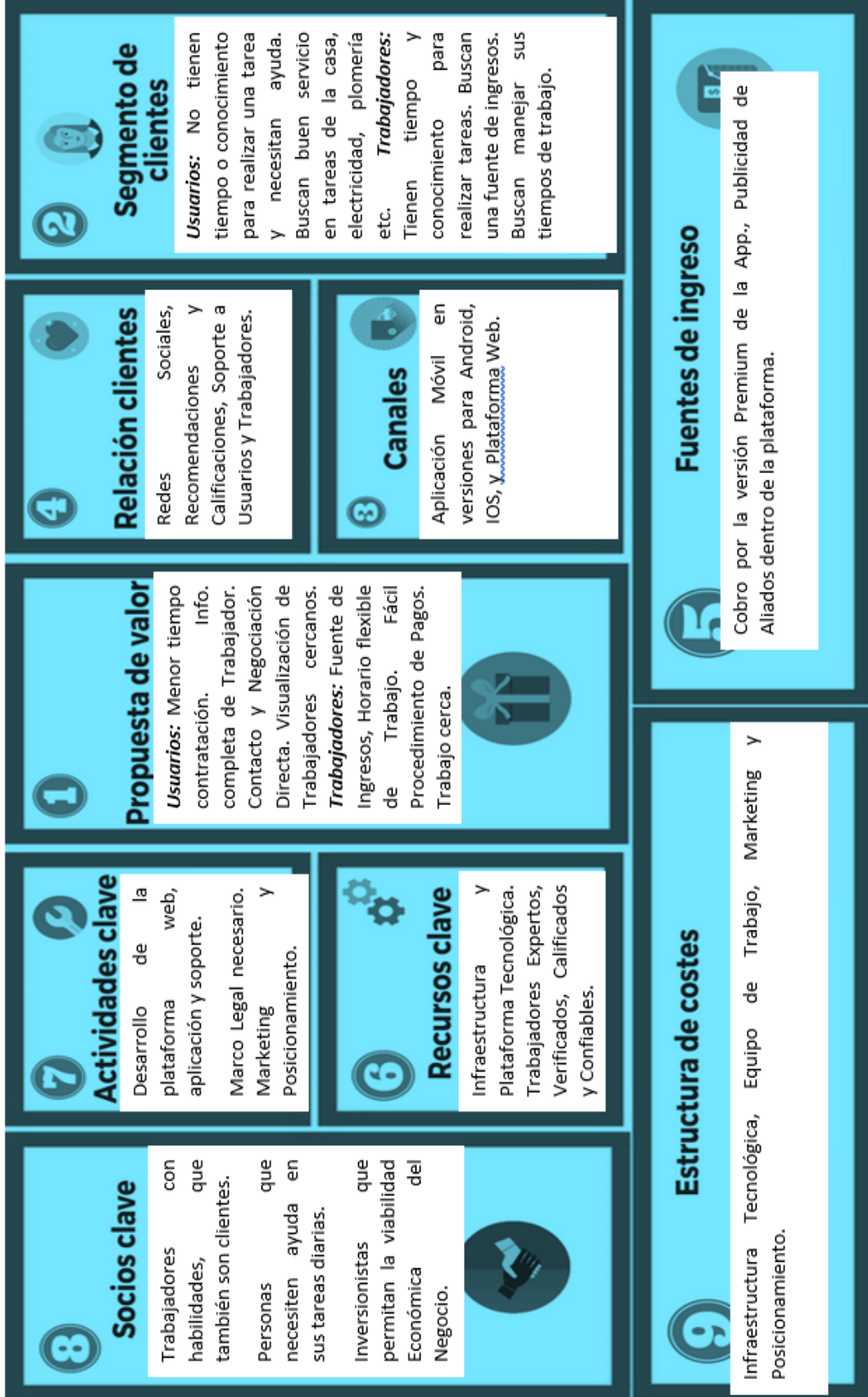
c) Idear.

- 4.- Brainstorming se creó una lluvia de ideas con el equipo, que permitió visualizar hacia donde se debería implementar la solución, en si como el producto puede ayudar en la búsqueda de empleo.

c) Validación

- 5.- Entrevistas. Se realizo varias entrevistas tanto a personas en situación de desempleo como a personas que necesitan contratar un profesional, lo que nos permitió definir algunos aspectos como un buscador directo, que al abrir la página brinde la solución directa de encontrar el profesional.
- 6.- Test de Usuario. Una vez prototipado un mínimo producto viable se realizo pruebas con usuarios que ayudaron a corregir errores que teníamos dentro de la plataforma.

Realizar el desarrollo del Lienzo Canvas fue de gran ayuda ya que pudimos definir:



Dentro de las principales ideas aprendidas serian:

- *Propuesta de Valor*, crear una propuesta de valor efectiva, basada en los dolores del cliente y que permita definir el objetivo de la plataforma.
- *Segmentar el Mercado*, lograr una definición clara del segmento de mercado es fundamental para saber quienes son nuestros clientes y quienes son nuestros beneficiarios.
- *Modelo de Negocio*, plantear de manera clara el modelo de negocio, definir métodos de pago y transaccionalidad.

Los principales desafíos para este caso ha sido lograr la construcción de un modelo de negocio que permita ser sostenible, y que pueda ser una solución real para el tema del desempleo, adicional a esto el desafío mas grande que enfrentamos al momento es como acelerar la brecha digital en los usuarios para que puedan confiar en productos digitales.

Segundo Caso Ciberseguridad Marketplace Traby

Al ser un producto completamente digital el módulo de ciberseguridad nos ayudo a comprender los conceptos de Ramsonware y lo vulnerables que podemos estar en el mundo digital, para poder implementar estrategias que permitan controlar y mantener nuestros datos de una forma segura.

Dentro de los principales conceptos o herramientas que logramos identificar comprendimos que debido a la información que se maneja y entregan los usuarios tanto personal como de tarjetas de crédito, es importante crear planes de contingencia que nos permitan estar preparados para los ciberataques, donde la empresa sea capaz de recuperar la información, pero sobre todo utilizando tecnologías que bloqueen en un mayor porcentaje los ataques, ya que los datos son el core del funcionamiento de la plataforma.

Implementar controles periódicos de acceso a los datos donde se pueda comprobar que no existen puntos débiles donde se puedan violar vulnerabilidades de la plataforma. Y sobre todo utilizar tecnologías seguras que nos permitan tener un mejor grado de confianza de los datos que manejamos como es el caso de Amazon web service para el almacenamiento de los datos de la empresa.

Además, definimos la importancia de estos conceptos.

- *Aplicación de Claves Segura.* Actualmente en el mercado existe varias ofertas de aplicaciones donde las contraseñas se guardan de forma segura, estas aplicaciones son de pago como por ejemplo Password1 que con 13 usd al mes permite guardar y encriptar las claves tanto de sitios web como de tarjetas de crédito.
- *Accesos Seguros.* Es necesario implementar accesos seguros de preferencia con plataformas existentes en el mercado login con Gmail por ejemplo de tal forma que ayude a disminuir riesgos.

- *Servidores de Datos.* Que logren mantener la seguridad en la web de los datos generados, y a la vez que sean elásticos para el constante crecimientos de usuarios.
- *Repositorios Seguros.* Repositorios que permitan mantener en la nube el código fuente y que este se almacene de una forma segura como puede ser el caso de GITHUB.
- *Contratos de Confidencialidad.* Con este modulo comprendimos que los ataques no solo pueden ser externos sino también internos por ello la necesidad de implementar contratos de confidencialidad que nos permitan limitar el uso de nuestro código y nuestras bases de Datos.
- *Backups Permanentes.* Se debe realizar un cronograma de backups permanente que nos permita tener en un lugar seguro y a mano nuestras bases de datos como código de la plataforma.

Dentro de las principales ideas aprendidas dentro de este caso, podemos definir que:

- Las plataformas siempre son susceptibles a ataques cibernéticos tanto de manera interna como externa.
- Se debe mantener un respaldo y cronograma de backups constante de la información, para que al momento de ser vulnerada pueda ser recuperada de forma íntegra e inmediata.
- La transformación digital es necesaria sin embargo siempre se debe planificar y desarrollar planes de contingencia que nos permitan estar a salvo de potenciales ataques tanto a nuestras bases de datos como a nuestro código fuente.

Específicamente en este segundo caso, el mayor desafío que encontramos es encontrar plataformas seguras que nos permitan mantener la información resguardada, crear y cumplir un cronograma de respaldo de información para no estar tan vulnerables y poder tomar acción inmediata al momento de que se presentare un ataque.

Tercer Caso Marketing Digital GeekStore

Este caso ha sido de gran ayuda para comprender la relevancia crear una buena estrategia de marketing digital, ya que muchas veces pensamos que únicamente es realizar la pauta en las redes sociales, sin definir el proceso como tal. En este modulo aprendimos que lo primordial es definir el buyer persona lo que nos permite dirigirnos a nuestro segmento de mercado, adicional a esto debemos definir los KPI (key performance indicator) para poder medir el impacto de la publicidad que estamos generando.

Los principales conceptos y herramientas que fueron de mayor ayuda para desarrollar el caso han sido:

- *Definir el Buyer Persona.* Lograr definir nuestro cliente ideal, no solo describirlo de manera general sino lograr definirlo de manera específica, ya que al conocer muy bien a nuestro cliente podremos generar el contenido necesario para impactar de una mejor manera.
- *Definir Estrategia SEO.* Una vez definido el buyer persona es importante definir una estrategia SEO (Search Engine Optimization) donde se base en encontrar las palabras claves que nuestro segmento de mercado esta buscando para esto hay varias herramientas que nos permiten definir las palabras mas buscadas de acuerdo a nuestra área de negocio.
- *Definir KPI.* Para hacer un seguimiento adecuado de la estrategia de marketing debemos siempre definir los KPI los mismo que deben ser generados según la estrategia que vayamos a usar en el caso de realizar un marketing para conocimiento de marca se podrá medir el número de visitas al sitio web, y estos kpi deberán ir variando según el objetivo que tengamos con nuestro marketing digital.
- *Definir Canales de Comunicación.* Es fundamental al lanzar una campaña definir los canales de comunicación que brindaran atención al cliente junto con los mensajes de respuesta que se van a enviar para lograr un mejor

posicionamiento de marca y una mejor atención a los usuarios.

- *Estrategia de Precio.* Se debe diseñar una buena estrategia de precios, donde los productos sean descritos de manera clara y concisa de tal forma que sean fáciles de comprender para los usuarios, pero sobre todo aumenten el impulso de compra en los usuarios, utilizando los efectos de arrastre, de escasez, el efecto gratis, que nos permitirán incrementar las ventas en un ecommerce.
- *Definir Medios Digitales.* Lo importante de definir un buyer persona es que nos permitirá tener claramente definido nuestro segmento de mercado, y así podremos definir los medios digitales o plataformas por donde vamos a llegar a nuestro cliente objetivo.

Dentro de las Ideas principales aprendidas en este caso:

- Se debe generar un segmento específico a donde dirigir nuestra publicidad con el afán de precautelar y maximizar recursos
- Se debe medir las campañas que lancemos ya que eso nos permitirá mejorar y potenciar la misma.
- No todas las redes llegan a todas las personas, de acuerdo con nuestro segmento de mercado y nuestro buyer persona podemos dirigir la publicidad por determinadas plataformas.

El principal desafío del caso es construir el buyer persona y definir de manera clara el segmento de mercado, lo cual lo superamos haciendo una lluvia de ideas, planteando también los kpi necesarios para medir el impacto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El acceso a la Maestría en Negocios Digitales ha sido pilar fundamental para conseguir logros académicos y profesionales, ya que, con el desarrollo de cada caso, y cada módulo de la maestría, he logrado definir y enfocar de mejor manera la creación del producto digital, incluso desde el Design Thinking me ayudo mucho a ver de mejor forma y plantear de manera mas eficaz la solución de la plataforma de trabajos. Ya con la realización del mínimo producto viable y la mejora de la herramienta logre ser elegido como uno de los 50 emprendedores innovadores del país, que obtuvimos una beca de estudio en Israel para conocer su sistema de emprendimiento e innovación, lo que nos ha potenciado aun más como una solución para la falta de conexión laboral, adicionalmente nos ha permitido asistir a congresos internacionales de ciudades inteligentes donde hemos logrado comprobar que la transformación digital es real y estoy seguro invadirá en corto plazo al país, es por eso que es necesario estar capacitado para emprender digital.

Todo lo aprendido en la Maestría ha sido aplicado a la plataforma de trabajo Traby, gracias a ello hemos podido mejorar procesos, y definir de mejor manera el alcance del producto.

Como recomendaciones, para las personas que buscan entender o saber más de transformación digital, compartirles que realmente tenemos una oportunidad muy grande para crear negocios digitales en el país, pero sobre todo para crear plataformas que vayan en apoyo a la vida de las personas, hace poco pude ser testigo de lo que esta logrando Estonia en la transformación digital, con carros autónomos, con buses eléctricos autónomos, con sistemas de parqueo inteligente para las ciudades. Así que las oportunidades son infinitas para emprender en el ámbito digital, pero siempre se recomienda estar preparados y capacitados para los diferentes retos que el emprendimiento digital representa, para terminar, quiero dejar aquí dos conceptos principales que aprendí:

¡Nada es Imposible y Sueña en Grande! Cuando empecé a diseñar la plataforma de trabajos Traby, muchas personas me dijeron que era algo imposible que era un sueño muy grande de alcanzar, sin embargo, en el camino encontramos cómplices personas e instituciones que nos apoyan y nos permiten seguir construyendo nuestros sueños. En ese sentido mi más profundo agradecimiento a la Universidad Casa Grande, que por medio de su concurso Master Challenge Digital me permitió cursar la maestría y mejorar mi plataforma de trabajos. ¡Estoy seguro de que impactaremos la vida de los ecuatorianos!

BLIBLIOGRAFIA

- Oppenheimer, A. (2020). Las 5 claves de la Innovación. Crear o Morir
- Eyal, N.(2014). Como Construir Productos Digitales Exitosos. Enganchado
- McLuhan, E. (2009). Las leyes de los Medios.
- Scolari, C. (2019). La Guerra de las plataformas.



MAESTRIA EN NEGOCIOS DIGITALES 2021 – 2022

Plataforma Digital de Trabajo Inmediato

Ing. Marcelo Conto Andrade

Proyecto Digital creado para mitigar el desempleo en el Ecuador

metodología de Osterwalder

INDICE

1.- RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO.....	Pag. 3
2.- MODELO DE NEGOCIO.....	Pag. 4
3.- INNOVACION DEL PROYECTO.....	Pag. 4
4. VIABILIDAD DEL PROYETO Y MERCADO.....	Pag. 5
5.- DISEÑO DE LOGOTIPO.....	Pag 5
6.- DISEÑO Y MODELADO CANVAS.....	Pag 6
7.- FUNCIONALIDADES.....	Pag. 7
8.- BENEFICIOS.....	Pag. 8
9.- HITOS.....	Pag.8
10.- MENSAJE CLAVE.....	Pag 8
11.- MEDIOS DE PAOYO.....	Pag. 9
12.- PERSONAL TECNICO.....	Pag.10
13.- CONCLUSIONES.....	Pag.10



PROYECTO TRABY

RESUMEN EJECUTIVO.

Traby es una plataforma que permite que tiene por objeto **“Conectar a personas con oportunidades de trabajo”** resolviendo el problema de **Equidad Social** siendo una herramienta de productividad para los usuarios, donde se publican trabajos o tareas para que los usuarios registrados hagan match de acuerdo a su profesión o habilidad.

Según el instituto nacional de estadísticas y censos INEC en Ecuador 362.000 personas se encuentran desempleadas. El 18,4% ha buscado empleo por más de seis meses. En Cuenca la tasa de desempleo alcanza el 5,1%. En la actualidad según el censo del INEC 4.6% de la población en Ecuador se encuentra en situación crítica de desempleo.

La pandemia ha traído consigo varios problemas miles de personas perdieron sus trabajos, si desde antes teníamos:

- Profesionales que no encuentran trabajo.
- Egresados de la universidad en busca de su primer empleo
- Personas mayores a los 35 años sin una oportunidad laboral.
- estudiantes buscando hacer pasantías laborales para tener experiencia sin encontrar una empresa.

Todos tienen en común una habilidad o una profesión que les permitiría generar ingresos.

Por otra parte, tenemos:

- Restaurants buscando meseros
- Amas de Casa buscando Electricistas
- Dueños de Pymes buscando Contadores, Abogados, Arquitectos.

Traby es la plataforma que conecta a estas personas con tecnología permitiendo buscar profesionales, con experiencia, recomendados, calificados y cerca de nuestra ubicación. Por otra parte, permite encontrar trabajos de acuerdo a mi habilidad cerca de mi ubicación.

El elemento innovador de traby es la conectividad inmediata, al estar la hoja de vida de las personas en línea pueden ser contratados inmediatamente por la persona o empresa que los solicita, esto sumado a un sistema de notificaciones, que informa cuando existe una vacante dentro de mi profesión cerca de mi ubicación, ampliando así mi productividad.

Al momento tenemos la plataforma lista, con casi 2mil usuarios de varias profesiones psicólogos, profesores, ingenieros, electricistas, choferes, personal de limpieza. Hemos logrado además algunas alianzas con empresas para publicar sus vacantes primero en Traby.

Tenemos previsto para finales de este año crecer a 10mil usuarios y empezar con el uso del plan premium donde los usuarios tendrán mayores beneficios.

Para el modelo de negocios hemos definido 3 etapas.



MODELO DE NEGOCIO.

1.- Gratis mientras dure la pandemia como una forma de ayudar a nuestra sociedad y lograr poner esta herramienta en manos de quien más necesitan.

2.- Incorporaremos la versión premium, es decir los usuarios que deseen acceder a su 4to trabajo o 4ta publicación de requerimiento de mano de obra tendrán que acceder a la versión pagada para hacerlo, además en la Premium puede abrir el mapa y contratar en diferentes ciudades y tener acceso a trabajos remotos desde cualquier parte de latinoamerica.

3. Verificación de Usuarios, los usuarios podrán verificarse y así conseguir mayor visibilidad en su profesión, adicional partners publicitarios dentro de la app, y un fee transaccional por trabajos exitosos dentro de la app.

Al momento la plataforma esta disponible en www.traby.app de manera gratuita, pero necesitamos una inversión inicial y acompañamiento para poder mejorar el producto al momento tenemos casi 2mil usuarios y 16 trabajos agendados exitosamente.

2. INNOVACION.

Traby es una plataforma innovadora que permite conectar ofertas de trabajo de manera inmediata y sin intermediarios, es un proyecto viable incluso hemos pasado ya 2 procesos de incubación donde expertos en tecnologías han aprobado el producto y dado aval por la Universidad Técnica Particular de Loja en Ecuador.

Es un producto escalable por que permite ser utilizado en cualquier parte de latinoamerica, permite usar el sistema de geolocalización para buscar trabajos o personas con habilidades en cualquier sitio de la ciudad país, o latinoamerica.

La plataforma se basa en la propuesta de valor de dar productividad a nuestros usuarios de una forma inmediata.

La primera versión de Traby se encuentra disponible en www.traby.app .

Es una propuesta innovadora, ya que antes se buscaban los trabajos por medio de los periódicos de la ciudad, luego con la venida de las tecnologías diferentes plataformas han salido al mercado, sin embargo, no permiten la contratación directa, o la geolocalización ni el uso directo por parte del usuario sino envíenos su hoja de vida y le avisamos.

En traby directamente los usuarios postulan al trabajo directo con el contratante y cierran el trato.

¿Alguna vez les paso que buscaban un diseñador de páginas web, y el diseñador estaba a dos pisos arriba del suyo en el mismo edificio o a dos cuadras a la redonda? Eso es lo que conectamos con traby trabajos cercanos, inmediatos y directos.

Conectamos con la comunidad debido a que las personas cada vez necesitamos generar ingresos y a la vez es difícil encontrar trabajo o personal recomendado, por eso traby es una solución innovadora y con potencial escalable.

Actualmente hemos resuelto el problema de desempleo a las personas de la Ciudad de cuenca en Ecuador, pero nuestra meta es abrir mercados internacionales a futuro.



3.VIABILIDAD DEL MERCADO:

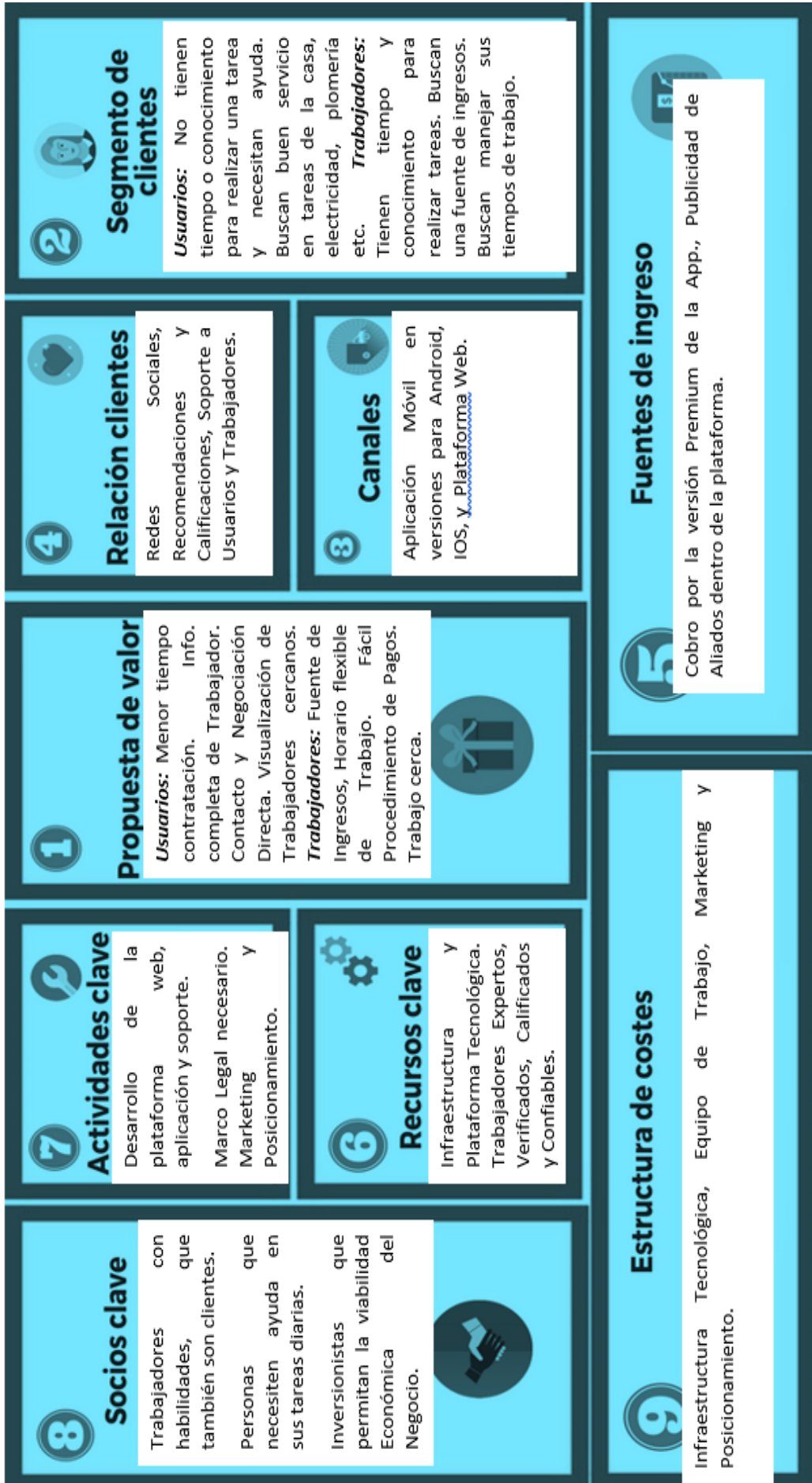
La tasa de desempleo en Ecuador alcanza un 6% antes de la pandemia y en Latinoamérica ese número crece hasta el 12% en países como Argentina o Brasil, por eso es que es tan necesario poner esta herramienta en manos de la mayor cantidad de personas posibles para que puedan generar ingresos y aumentar su productividad.

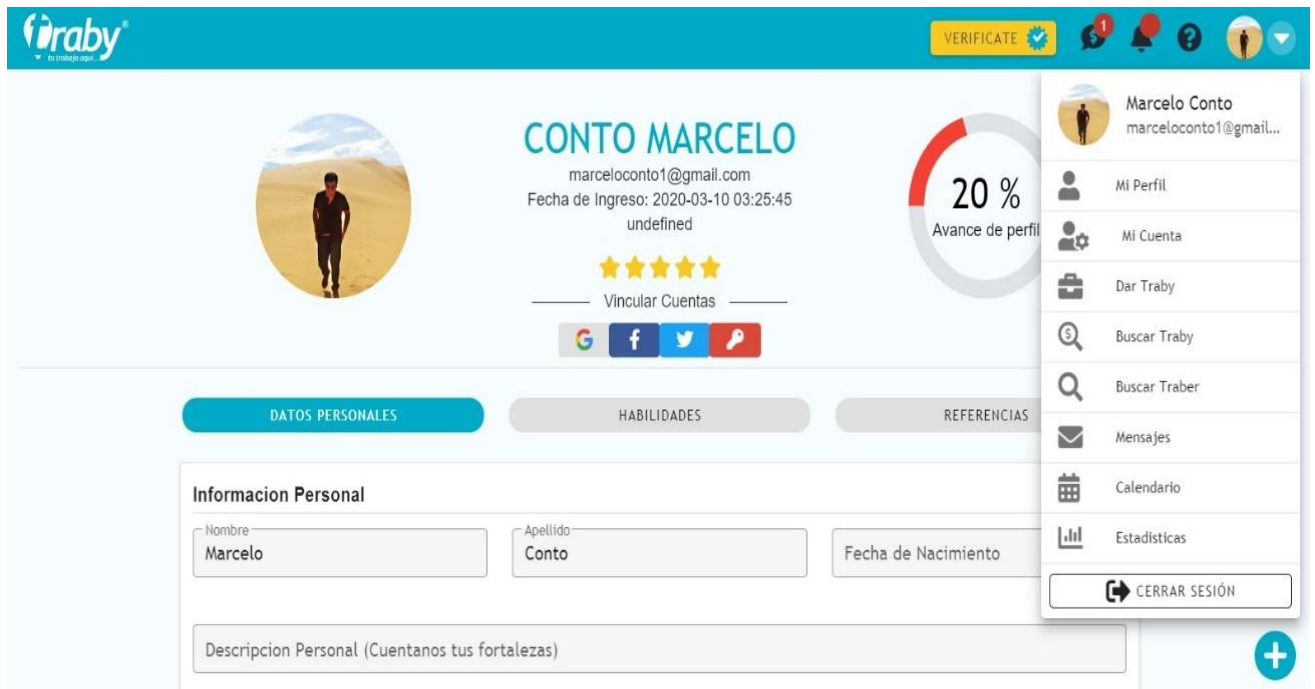
En la actualidad hay varios competidores como CompuTrabajo, LinkedIn, red socio empleo en Ecuador, sin embargo no prestan los servicios en donde Traby está enfocada, hace 2 años ingresé mis datos en CompuTrabajo y hasta la actualidad estoy esperando que me llamen para una entrevista de trabajo lo que es peor, a los trabajos que postulé jamás me notificaron si leyeron mi carpeta, o si la vacante ya se llenó, por eso la necesidad de potenciar en el mercado un producto con las características de Traby que permita directamente y con un sistema de notificaciones inmediatamente saber el estado de los puestos de trabajos disponibles.

Al momento tenemos 3 mil usuarios y hemos conectado 16 trabajos completados, queremos a mediano plazo llegar a los 10 mil usuarios y 100 trabajos completados, en realidad nos frenó un poco la inversión para marketing digital y publicidad de la plataforma por lo que el crecimiento ha sido prácticamente orgánico.

LOGOTIPO:







Tenemos definido varios canales de distribución para llegar a nuestro objetivo meta de audiencia, donde impactamos por medio de las redes sociales, publicidad en diferentes medios de la ciudad y el país, además pertenecemos al ecosistema de emprendimiento de Ecuador lo que nos permite ser parte de una red de aliados donde accedemos a capacitaciones, concursos y difusión por parte de la asociación de emprendimiento e innovación del Ecuador.

FUNCONALIDAD.

- Registro de Usuarios con Gmail, Facebook y validación de correo electrónico.
- Cada usuario define su perfil y habilidades.
- Ingresar su geolocalización y referencias personales.
- Permite listar usuarios por profesión, ciudad, calificación.
- Mensajería y Chat interno con opción de negociación de los valores por trabajo.
- Calendario y agenda de próximos trabajos.
- Estadísticas de trabajos realizados por zonas.
- Código QR para identificación de Usuarios.



BENEFICIOS:

- Dinamizar la Economía creando un workplace de usuarios y empresas.
- Fácil de encontrar personal capacitado.
- Fácil de encontrar trabajo cerca de mi ubicación.
- Permite convenir el precio a pagar.
- Minimiza el tiempo de encontrar un trabajo
- Visibiliza a personas con capacidades diferentes.
- Permite trabajo Remoto

HITOS.

- 2018 ranking 25 mejores ideas Grupo Ekkos Ecuador
- 2019 seleccionados para el proceso de incubación Prendho.
- 2020 lanzamiento de la plataforma y primeros 1000 usuarios.
- 2020 convenio con la Asociación de corredores de Bienes Raíces de Cuenca, esto permite que 400 corredores estén activos en la plataforma.
- 2020 convenio con la cámara de comercio de Cuenca para que las empresas puedan publicar sus trabajos en traby.
- 2021 finalistas de Concurso Emprendimiento ENCAJA TU PROYECTO

MENSAJE CLAVE.

Queremos solucionar el problema del desempleo, dinamizando la economía a través de la tecnología, haciendo que la oferta y la demanda sean más sencillas, ágiles y eficaces. Por una parte, existe personas que necesitan generar ingresos, mientras que en otro lugar de la ciudad hay personas dispuestas a pagar por un servicio. Con Traby los conectamos.

En la actualidad los seres humanos lo que menos tenemos es tiempo, siempre existen tareas que nos quedan pendientes de realizar por falta de tiempo diariamente. Qué pasaría si encontráramos alguien dispuesto ayudarnos en esas tareas que nos quedaron pendientes, por un precio conveniente. Tareas como pasear al perro, lavar el carro, retirar el traje de la tintorería o ayudarnos con la mudanza.

Incluso pensemos un poco más allá, ¿qué pasa en un restaurant cuando se acerca un evento y un mesero no llega? Por medio de la aplicación podría solicitar un ayudante mesero que se encuentre cerca y que tenga tiempo disponible de realizar el trabajo.

Allí es donde basados en la tecnología conectamos a personas en situación de desempleo que esperan una oportunidad para generar un ingreso.



MEDIOS DE APOYO

Basados en las nuevas tecnologías nuestros medios de apoyo serán:

- Página Web
- Aplicación Web
- Redes Sociales
- Centro de Apoyo.

PAGINA WEB.

Es le medio de comunicación para poder promocionar la aplicación dando a conocer su funcionabilidad y servicios, además siendo eje principal de apoyo para usuarios.

APLICACIÓN WEB

La aplicación tendrá disponible la información del empleado, junto con su puntuación. Cada vez que una persona brinde un servicio, este será calificado recomendado y tendrá su puntuación con estrellas a fin de que las personas mejor puntuadas, tengan mayor oportunidad de ser contratadas y los empleadores puedan conocer la calidad de servicio que se ofrece.

Y si necesitas ayuda en una tarea determinada, puedes publicar en la aplicación que servicio buscas o necesitas, ofrecer un pago por esa tarea, ver los perfiles de las personas que estarían dispuestas a realizar la tarea compararlos, contactarlos y cerrar el trato.

De esa forma conseguirás ayuda en las tareas y la otra persona generara ingresos. Sumado a esto la aplicación tiene un sistema de geo localización donde permitirá saber que personas cerca de ti pueden ayudarte con la tarea o que oportunidades de generar ingresos tienes cerca de tu radio de ubicación.

REDES SOCIALES.

Las redes sociales nos permitirán promocionar y conectar con las personas que busquen y ofrezcan soluciones de empleo.



PERSONAL TECNICO.

El personal está comprometido con alcanzar la viabilidad del proyecto creando así un impacto positivo en la comunidad. Detallamos a continuación el personal técnico para el desarrollo de la aplicación:

Asesor Legal: que se encargara del Manejo, Constitución de la Empresa, Patentes, Permisos y Contratación de personal, manejo de accionistas.

Ingeniero de Sistemas para creación y diseño de la Aplicación.

Desarrolladores de Código.

Personal de Marketing.

Financiero para manejar la parte económica.

CONCLUSIONES

Deseamos Generar nuevas oportunidades de ingresos, dinamizar la economía con tecnología, crear una nueva forma de realizar tareas o trabajos, en la actualidad se contactan los plomeros de forma anticuada, es por eso que una app como esta tiene gran potencial.

Sabemos que los ecuatorianos somos un pueblo trabajador y buscamos poner esta herramienta en las manos de las personas que más lo necesitan generando así una potencial disminución de la tasa de desempleo a nivel nacional.

VIDEO PITCH.

<https://youtu.be/TQqHyQbiisY>

PLATAFORMA

www.traby.app

www.traby.app



Marketplace de servicios profesionales simple y seguro.

www.traby.app

SI PUEDES COMPRAR CUALQUIER PRODUCTO EN INTERNET,
POR QUE NO CONTRATAR SERVICIOS PROFESIONALES EN LINEA?



traby[®]
tu trabajo aquí...

Que Servicio Profesional Necesitas?

🔍 Habilidad / Profesión/ Nombre

Buscar en Traby

Publicar un Trabajo

40 Electricista – 30 Entrenadores – 20 Limpieza- 50 Jardinería

📍 Cerca de tí

Limpieza



Chofer



Jardinera



Plomero



Enfermera



Electricista



- Contratante: Donde contratar servicios profesionales?

- * No sabe donde encontrar servicios profesionales.

Donde puedo encontrar una **enfermera**?

- * Buscan contratar servicios profesionales por referidos.

Conoces a un **electricista** que me recomiendes?

QUIEN ?

H/M de +40 años
Status: Media – Alta
Amigables con la tecnología

QUE ?

Tienen tareas técnicas por hacer.
No encuentran mano obra
recomendada.



POR QUE?

No tienen donde buscar mano obra.
Necesitan contratar personal.

CUANDO ? / DONDE?

Todos los días
En todas las ciudades



- Trabajador: Donde encontrar clientes en mi área de trabajo.

* No sabe donde encontrar trabajo dentro de su área profesional.

Donde puedo encontrar trabajo en mi área laboral?

* Buscan trabajo por referidos.

Conoces alguien que requiera un **contador**?



- Captura de Información:

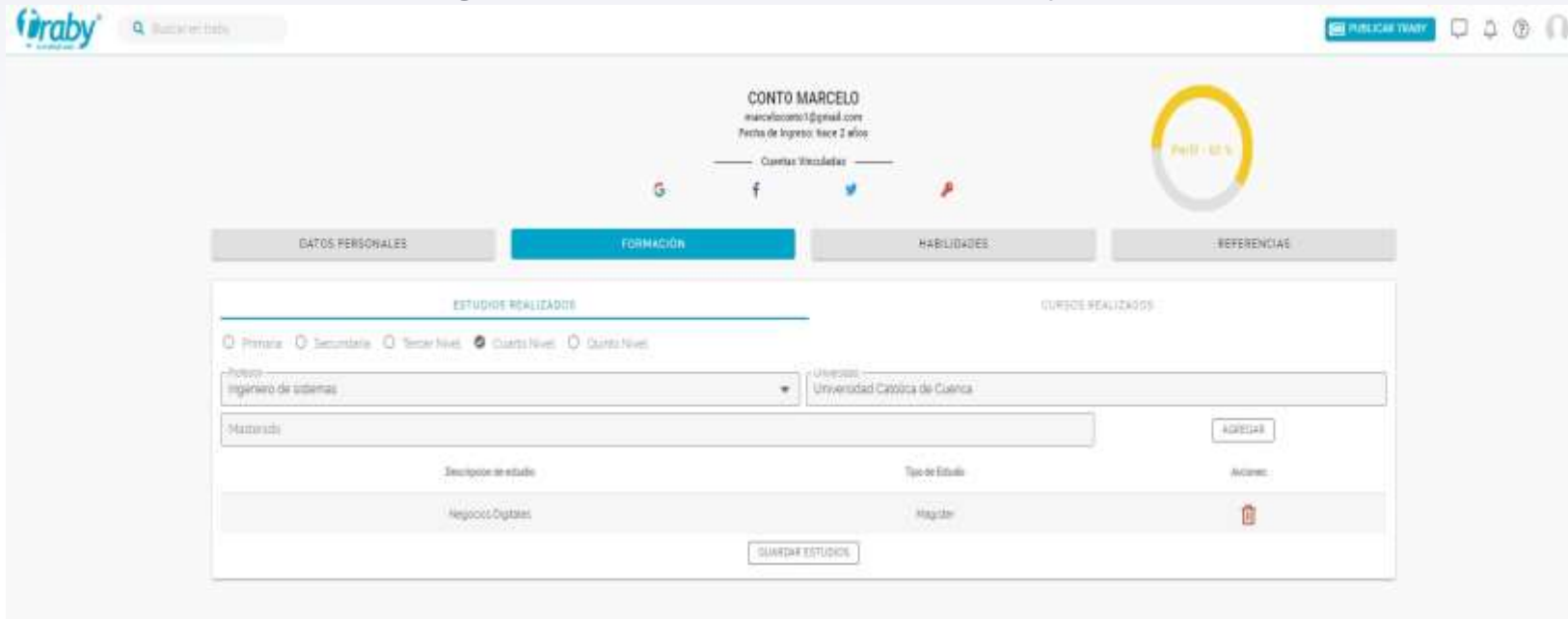
El usuario ingresa información y datos sensibles en nuestra plataforma

The screenshot displays the user profile page for 'CONTO MARCELO'. The page is titled 'CONTO MARCELO' and includes a profile picture placeholder. The navigation bar has four tabs: 'DATOS PERSONALES' (selected), 'FORMACIÓN', 'HABILIDADES', and 'REFERENCIAS'. Below the navigation bar, there is a section for 'Información Personal' with the following fields:


- Nombre: Marcelo
- Apellido: Castro
- Correo electrónico: abc@123.com
- Documento de identidad: 1234567890
- CONVINO (Discapacidad): No aplica
- Sexo: Masculino
- Estado: Equador
- Ciudad: Hato Chiriquí
- Dirección de correo: Calle 123
- Código postal: 12345
- Ciudad: Quito

- Captura de Información:

El usuario ingresa datos de su formación y habilidades.

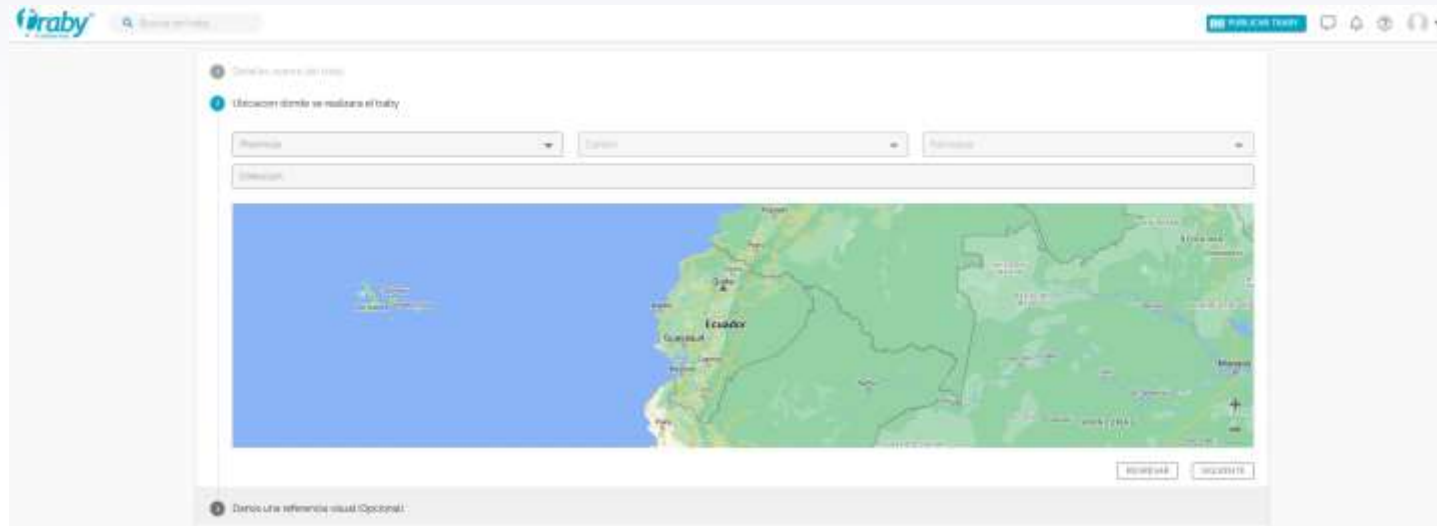


The screenshot shows the user profile for 'CONTO MARCELO' (marcelocont@gmail.com) on the Traby platform. The profile is 2 years old and has a 94% completion rate. The 'FORMACIÓN' (Education) section is active, showing a table of completed studies. The table has columns for 'Descripción de estudio', 'Tipo de Estudio', and 'Acción'. One study is listed: 'Ingeniería de sistemas' at 'Universidad Católica de Cuenca'. The 'Acción' column contains an 'AGREGAR' button and a trash icon. Below the table is a 'GUARDAR ESTUDIOS' button.

Descripción de estudio	Tipo de Estudio	Acción
Ingeniería de sistemas	Magister	AGREGAR 

- Captura de Información:

El usuario ingresa datos de su ubicación.



The screenshot displays the user interface for capturing location information on the traby website. At the top left is the traby logo and a search bar. At the top right are navigation icons and a 'Publicar Trabajo' button. The main content area is divided into steps:

- Step 1: 'Definir zona de trabajo' (Define work area).
- Step 2: 'Eleccion de donde se realizara el trabajo' (Selection of where the work will be done).

Below the steps are three dropdown menus for 'Provincia', 'Canton', and 'Parroquia', followed by a 'Ubicacion' text input field. A large map of Ecuador is shown below the form, with a red pin indicating the selected location. At the bottom of the map are 'Cancelar' and 'Guardar' buttons. Step 3, 'Darle un referencia visual (Opcional)', is partially visible at the bottom.

- Riesgos:

Al ser una plataforma que depende del ingreso de datos y de la información de los usuarios.

- Robo de Datos
- Suplantación de Identidad
- Ransomware

Sabemos que manejamos información muy delicada de los usuarios, implementamos técnicas de restauración y manejo de datos para mitigar en caso de pérdida a pesar de eso sabemos que debemos incrementar cada vez más la inversión en ciberseguridad y los protocolos de manejo de datos y de la información, ya que sin esta no podría funcionar la empresa, con este ejercicio comprendimos que se debe hacer análisis periódicos de la plataforma para determinar que no se tengan vulnerabilidades con los nuevos malware y sistemas que emplean los ciberataques.

- Acciones para mitigar Riesgos:

1.- Usamos servidores web seguros que permitan el crecimiento progresivo de la información y sobre todo seguro, por lo que usamos los servicios de Amazon Web Service.

2.- Código de la Plataforma, con el afán de resguardar la información y el código fuente, usamos repositorios en la nube como es el caso de GITHUB, adicional a esto tenemos un repositorio físico en un equipo de respaldo.

3.- Accesos a Plataforma. Debido a la gran vulnerabilidad existente en el ámbito digital hemos decidido usar los accesos claves y login de Google. Configurando la plataforma para que el usuario pueda acceder con su cuenta de Gmail a nuestra plataforma., de manera adicional usamos el login de Facebook para mantener la seguridad de contraseñas.

- Acciones para mitigar Riesgos:

4.- Base de Datos. Tenemos una base de datos en sql, cuyo repositorio se encuentra en amazon web service, adicional a eso realizamos backups periódicos cada 15 días donde guardamos la nueva base y mantenemos actualizada en un equipo en la empresa.

5.- Los programadores y personal que tiene acceso al código e información de la empresa tienen firmado un contrato de confidencialidad donde toda la información desarrollada pertenece a la empresa y en caso de tener fuga de información se podría usar las leyes para pedir pagos de indemnización.

Estas acciones se han realizado para salvaguardar la disponibilidad, confidencialidad e integridad de la información.

- Conclusiones:

Debido a la información que se maneja y entregan los usuarios tanto personal como de tarjetas de crédito, es importante crear planes de contingencia que nos permitan estar preparados para los ciberataques, donde la empresa sea capaz de recuperar la información, pero sobre todo utilizando tecnologías que bloqueen en un mayor porcentaje los ataques, ya que los datos son el core del funcionamiento de la plataforma.

Implementar controles periódicos de acceso a los datos donde se pueda comprobar que no existen puntos débiles donde se puedan violar vulnerabilidades de la plataforma. Y sobre todo utilizar tecnologías seguras que nos permitan tener un mejor grado de confianza de los datos que manejamos como es el caso de Amazon web service para el almacenamiento de los datos de la empresa.

www.traby.app



Contrata servicios profesionales en cualquier lugar.



Laboratorio 3

Almohadas GeekStore

Trabajo Final - Plan de Marketing Digital

Marcelo Conto
Sonia Rivadeneira
Walter Zumba

BUYER PERSONA

Carlos Anzules

Desde niño ha sido fanático de los video juegos, las consolas, la tecnología y los comics, es coleccionista de muñecos, productos publicitarios y accesorios comics.

Edad: 20 a 35 años

Estado Civil: Soltero

Sexo: Masculino

Nivel de Educación: Pregrado – Leyes

Condición laboral: Estudiante - Empleado Privado, emprendedor.

Personalidad: Introverso, metódico, Emocional.

Conducta Laboral: Su horario es: ingresa 8h30 y regularmente termina a las 18h30, pero tiene permiso para salir a las 17h45 para llegar a sus clases a las 19h00.

Clase social: Media – Media/Alta

Puntos de Dolor: Ver mucha información en redes sociales y no puede validar la calidad y veracidad del producto.

No confía en redes sociales o portales web que solo acepta efectivo o transferencia y que los envíos duren más de 72 horas.

Redes Sociales: TikTok, Instagram, Youtube, Twitch

Método de comunicación digital:

Whatsapp, Telegram

Método de Compra: Tarjetas de Crédito.

Relación con nuestra compañía o empresas similares: Suele realizar sus compras en Amazon y todo tipo de consulta sobre sus gustos y preferencias.

Que otros intereses tiene: Constantemente busca encontrar objetos y colecciones de comics que le permitan incrementar su colección.

Disfruta del cine y las ferias Comic Con y Cosplay

Qué desea o a qué aspira: Ampliar su colección de figuras, tener réplicas únicas y exclusivas

Qué le desmotiva: Que haya una mayor oferta y variedad de productos en el exterior y no tenerlo a disposición dentro del país

Otras cuentas que sigue:





BUYERPERSONA

Es una persona que siempre está apurada para llegar a su trabajo, utiliza su tiempo libre para jugar en línea, y en breaks de trabajo utiliza su celular para ver videos en Youtube sobre juegos en línea, historias anime, y todo relacionado con la parte de gaming.

Consume mucha comida rápida que compra a través de aplicaciones, aprovecha cada promoción de estas aplicaciones, frecuentan centros comerciales que tengan tiendas de video juegos, artículos de colección, y objetos relacionados con comics, anime, etc.

No es de asistir al gimnasio, prefiere reuniones más pequeñas en casa con piscina y comida rápida.

Juega mucho en horarios nocturnos y fines de semana, sus amigos de juego son de la universidad y se reúnen un par de veces al mes para ir al cine.

Etapas del Recorrido del Comprador de Almohadas Geek

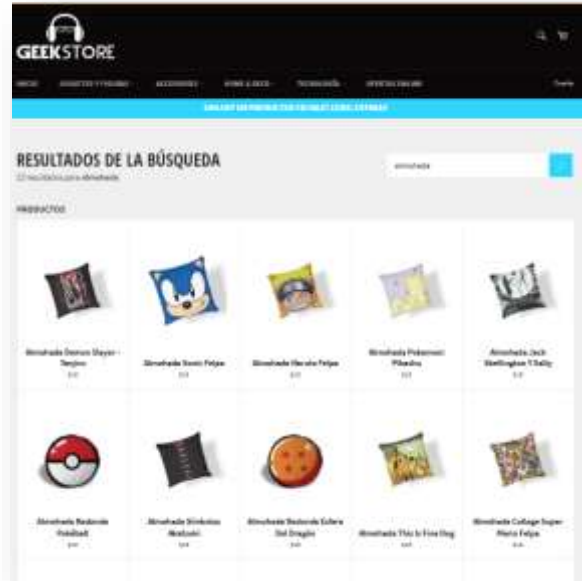
Etapas del comprador	1. Atraer	2. Convencer	3. Vender	4. Fidelizar
Tipos de contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Sitios web. - Anuncios en motores de búsqueda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Displays de foto de producto. - Reseñas de clientes. - Videos de demostración de producto. - Anuncios en Redes Sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mails con descuentos. - Formulario de cotización. - Tienda en línea. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mails con productos complementarios - Cupón de descuento por retorno - Whatsapp con novedades de historial de compras
Comportamiento del buyer	El buyer persona está buscando un regalo especial para un compañero con quién comparte sus gustos geek	Ha considerado que la almohada con su personaje favorito es una excelente opción	Está convencido de que esta tienda tiene lo que está buscando	Siempre se encuentra revisando productos coleccionables o relacionados a sus gustos y preferencias.
Información que busca	Busca diferentes tipos de artículos para regalar.	Ahonda en la información del producto y la marca, a su vez busca fuentes externas, como reseñas.	Comprueba la calidad del producto, compara costo beneficio, fija un presupuesto y revisa formas de pago.	Novedades Descuentos Lanzamiento de nuevos productos o colecciones
Palabras clave	<ul style="list-style-type: none"> • Emoción • Deseo • Motivación • Expectativas • Gusto 	Solución Atracción Demostración Características del producto Valor agregado	Comparación Pros y contras Precio Formas de pago Cierre de compra	Nombre de colección Año de lanzamiento Edición limitada

ZERO MOMENT OF TRUTH



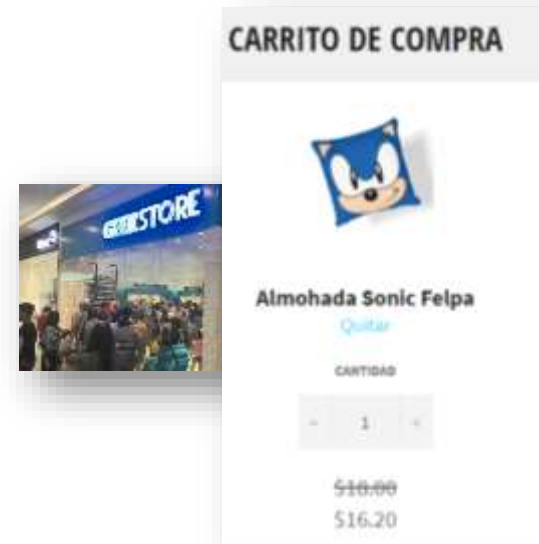
ESTIMULO

Generar a través de estrategia de pauta digital el interés.



ZOT

Zero Moment of Truth
En el cual se dirige directamente a investigar el producto



FOT

1st Moment of Truth
Cuando ya está dispuesto a comprar o revisa precios y promos

SOT

2nd Moment of Truth
Experiencia del usuario que genera un nuevo ZOT para otro usuario



➤ Estrategia digital del **marketing mix** dentro del ecosistema digital aplicado al segmento de cliente objetivo.

El modelo que se **negoció**

- Pautaje en META (Youtube e Instagram) con el objetivo de incrementar la tasa de conversión.

Variable **Promoción**

- Código promocional que se llenará en el carrito de compras al momento de realizar el pago para obtener envío gratuito dentro de Guayaquil.

➤ La Variable Plaza o **Distribución**

Se sugiere al cliente que dentro de la logística de entrega del producto utilice los siguientes métodos que facilitaran la llegada del producto a manos del usuario.

- Realizar un convenio con Urbano para priorizar la entrega del producto a nuestros usuarios enfocado en Quito, Guayaquil y sus alrededores.
- Tendrá la alternativa de hacer retiro desde las tiendas físicas en Guayaquil.
- Whatsapp Bussiness como medio de comunicación directa para establecer la Omnicanalidad a nivel nacional.



➤ La Variable Precio

El cliente nos proporcionará un código promocional para aplicar en el carrito de compras y así obtener envío sin costo dentro de Guayaquil.





Estrategia de Precio

Para la estrategia de los precios, basaremos la construcción del e-commerce en la teoría de sesgos cognitivos de Google de esta forma:

a.- Heurísticos de Categorías

Todos los productos de la página deberán tener descripciones breves pero claras de las características del producto con el afán de facilitar la decisión de compra del cliente.



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Zelda!! Home - Fundas de almohada decorativas para sofá, 18.0 x 18.0 in

Patrón	Estampado
Material	Poliéster & Mezcla de poliéster
Color	Blanco
Forma	Square
Instrucciones de cuidado del producto	Machine Wash

Sobre este artículo

- Material: hecho de 100% poliéster de alta calidad. Es un tejido supersuave y transpirable que te da la mejor experiencia en la piel.
- Tamaño: 18.0 x 18.0 in. Tamaño estándar. 1 funda de almohada sin relleno.
- Exquisita artesanía: cremallera oculta de calidad premium para un aspecto elegante e insertar fácilmente las almohadas. Costuras apretadas en zigzag para evitar que se deshilache y se rompa.
- Lavado: lavable a máquina. Fácil de limpiar. Impresión 3D, no se desvanece ni se deshilacha después del lavado.
- Adecuado para bar, hotel, hogar, dormitorio, cama, sala de estar, sofá, banco, suelo, oficina, silla, coche, fiesta, boda, comedor, al aire libre, etc. para decorar tu habitación de una manera personal y a la moda, las fundas de cojín combinan perfectamente con todo tipo de muebles.



Estrategia de Precio

b.- Efecto de Arrastre

Cada producto tendrá su reseña y recomendaciones escrita por los últimos compradores de cada artículo dentro del e-commerce.

 Caparazón

★★★★★ **Genial fue sutilmente como decoración de otoño.**
Calificado en Estados Unidos us el 22 de octubre de 2022
Color: Acción de Gracias **Compra verificada**

Se adapta a mis almohadas actuales. Buena manera de agregar decoración de otoño sin chocar con otros colores en la habitación.

[Traducir opinión al idioma Español](#)

 Irlanda

★★★★★ **Lindas fundas de almohada**
Calificado en Estados Unidos us el 14 de octubre de 2022
Color: Acción de Gracias **Compra verificada**

Perfecto para fundas de otoño para mis almohadas. No estoy seguro del lavado y la durabilidad, pero creo que deberían estar bien almohadas suaves y cómodas, pero aún así son geniales!

[Traducir opinión al idioma Español](#)

 Cliente de Amazon


★★★★★ **Justo lo que estaba buscando**
Calificado en Estados Unidos us el 23 de septiembre de 2022
Color: Acción de Gracias **Compra verificada**

Estas fundas eran justo lo que buscaba pedi las de navidad tambien

[Traducir opinión al idioma Español](#)


c.- Sesgo de Escasez

Se mantendrá un stock máximo de 10 unidades por producto dentro del e-commerce para estimular a los usuarios que hay pocas unidades y pueda persuadir su compra.




Zelda!! Home - Fundas de almohada decorativas para sofá, 18.0 x 18.0 in

Cantidad: **1 unidad** (10 disponibles)

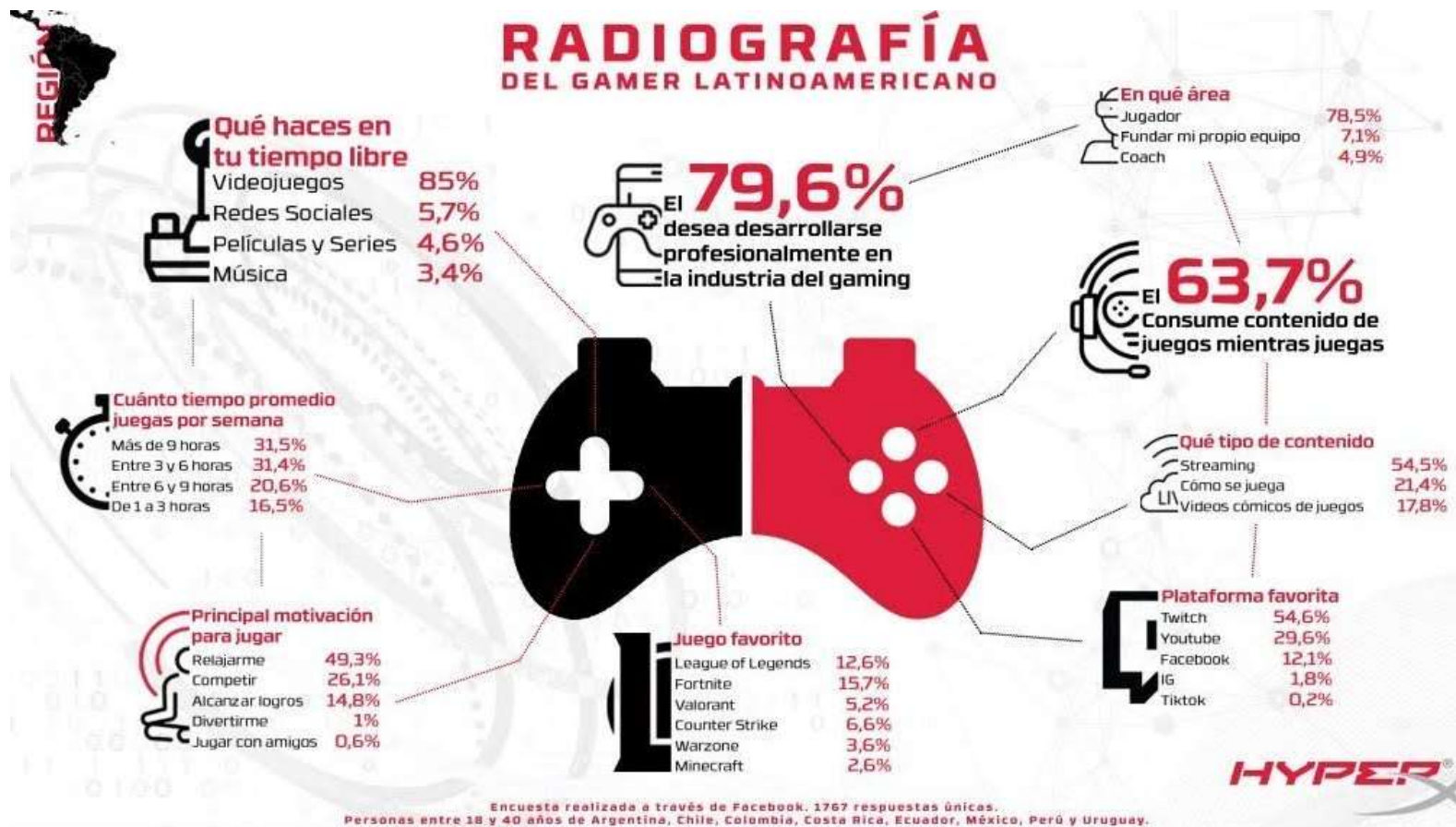
 **Compra Protegida.** recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Para el mouse encima de la imagen para aplicar zoom

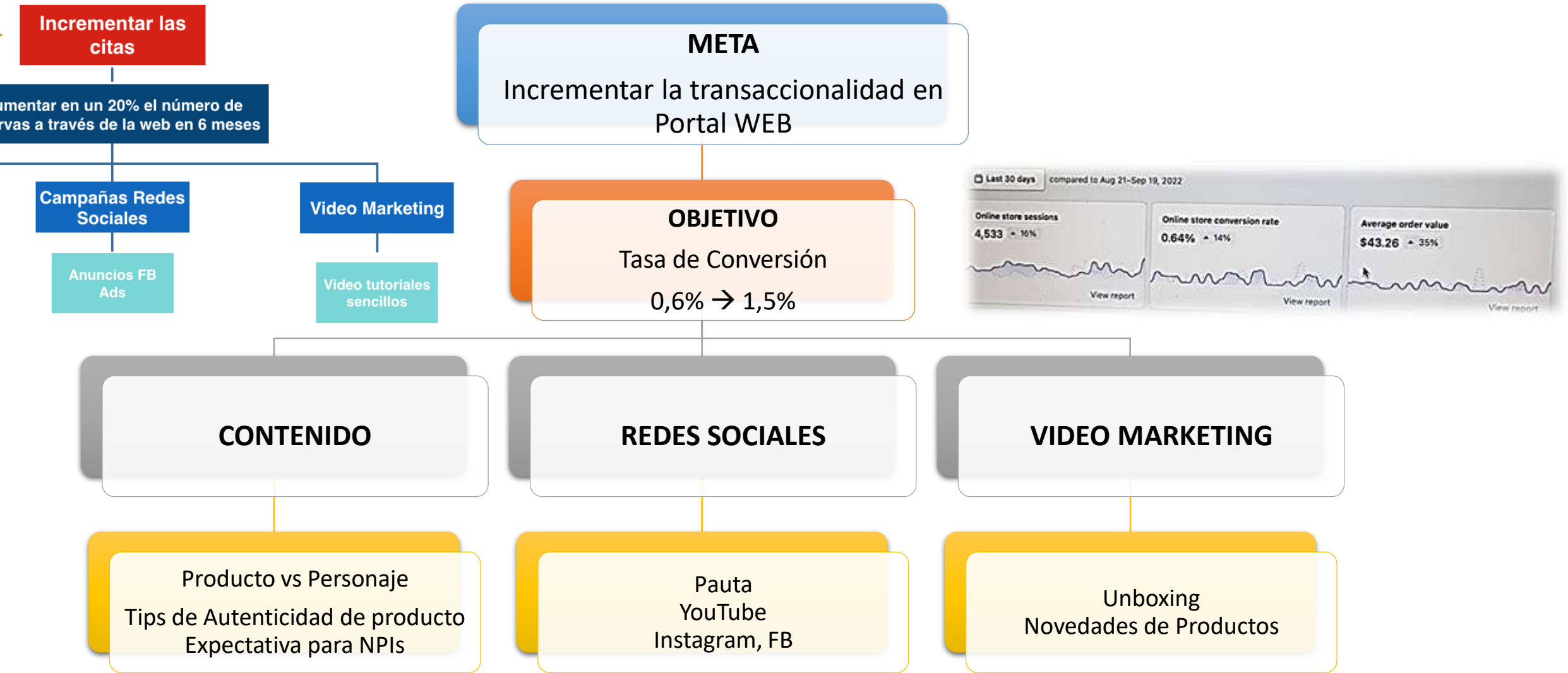


PLATAFORMA

Dentro de las plataformas de redes sociales más utilizadas por usuarios afines al gaming, comics, cosplay entre otros, encontramos estas 3 redes sociales.

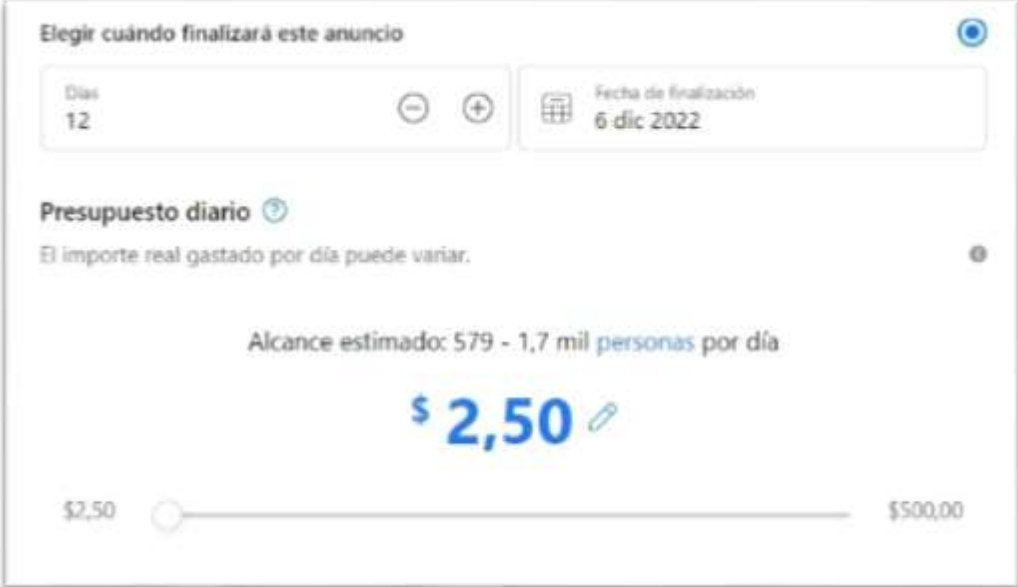


Estrategia de social media



➤ Estrategia de social media : Redes Sociales

Vamos a generar anuncios netamente para promocionar las almohadas en las plataformas Facebook e Instagram, que son las redes sociales que tiene el cliente. Destinando la totalidad del presupuesto de \$30 USD durante 12 días.



Elegir cuándo finalizará este anuncio

Días: 12 (with minus and plus icons)

Fecha de finalización: 6 dic 2022

Presupuesto diario ⓘ
El importe real gastado por día puede variar.

Alcance estimado: 579 - 1,7 mil personas por día

\$ 2,50 ⓘ

\$2,50 ————— \$500,00

Campaña: No MÁS DOLOR - www.geekstoreec.com

Copy: Compra ahora y te enviamos tu almohada sin costo

Botón Acción: <https://www.geekstoreec.com/collections/almohadas>

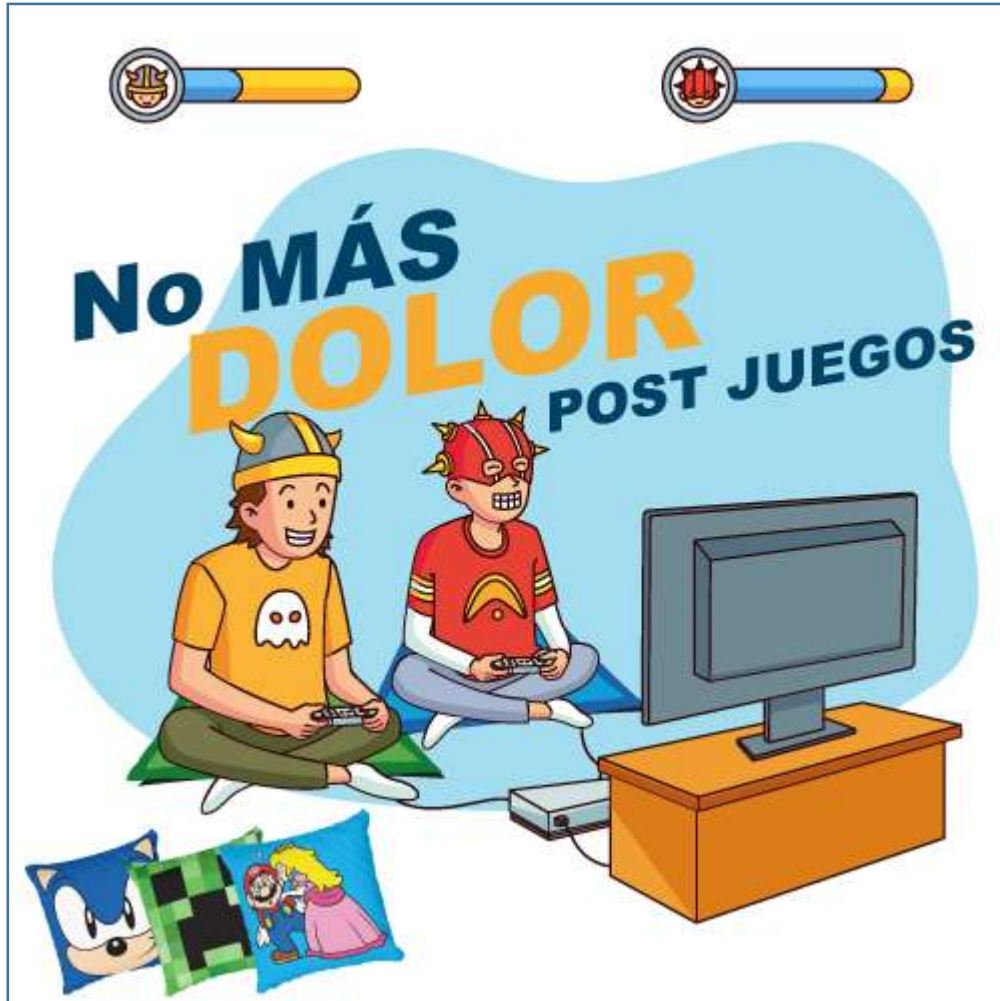


➤ Estrategia de social media : Redes Sociales



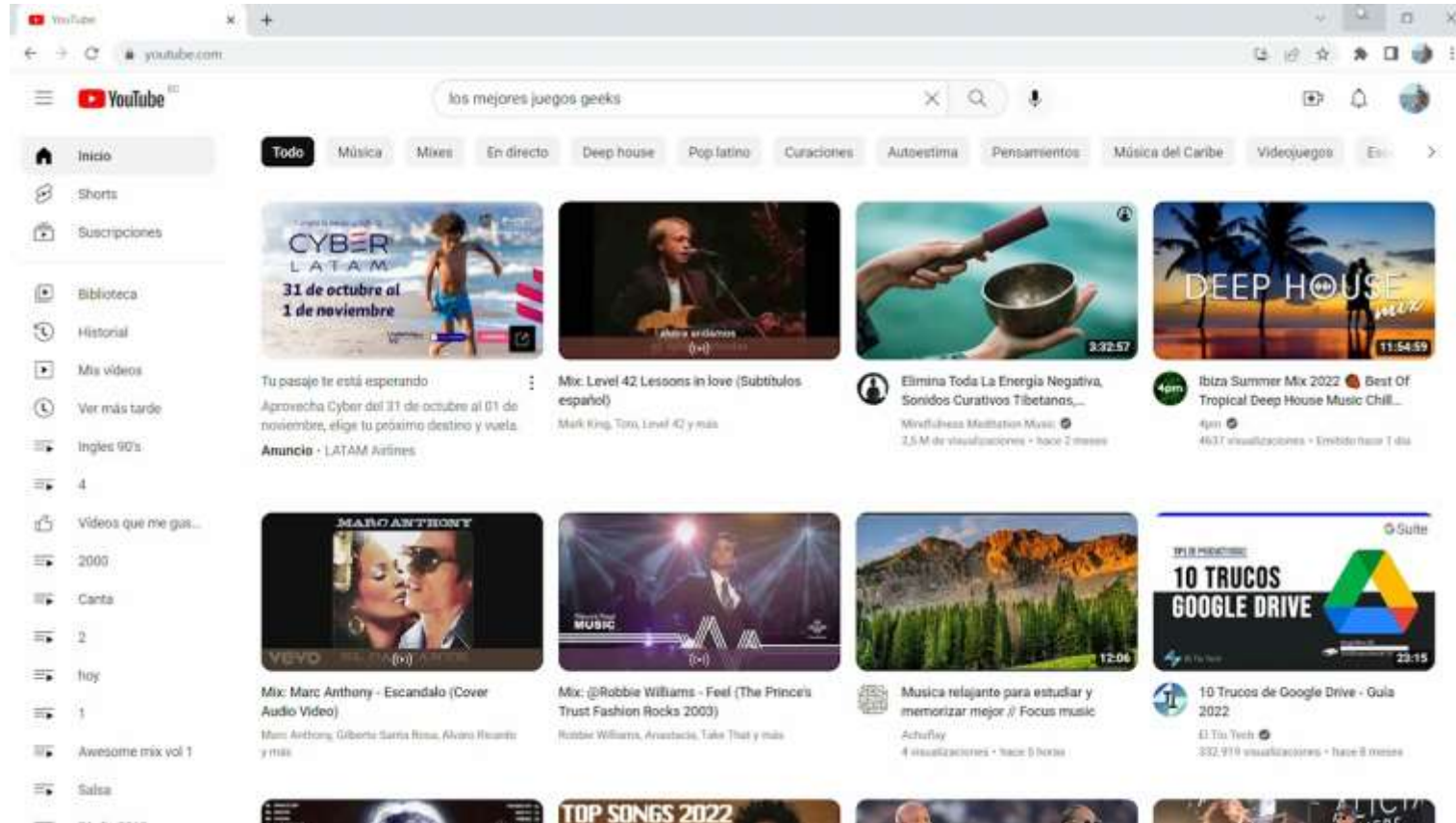
POST

HISTORIAS



➤ Estrategia de social media : **Redes Sociales**

Pauta in Stream saltables en los canales de mayor audiencia en nuestra categoría



ESTRATEGIA SEO

- Público Objetivo
 - Carlos Anzules
- Palabres Clavess



Características del público

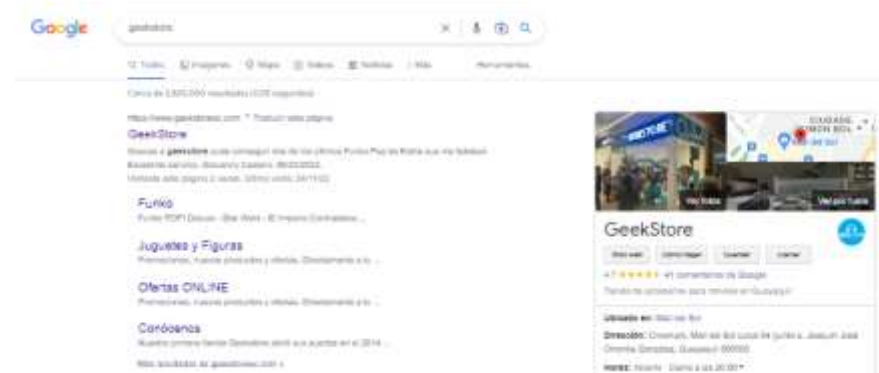
Lugar - Viviendo en: Ecuador: Guayaquil (+30 km) Guayas Province

Edad: 20 - 35

Personas que coinciden con: Intereses: Geek, Figura de acción, Juguetes, Juegos de acción, Juegos de azar, Juegos de carreras, Juegos de deportes, Juegos de estrategia, Videojuegos de navegador, Juegos de rol, Videojuegos de rol online multijugador, Juegos de simulación, Juegos online, Videojuegos, Videojuegos de agilidad mental, Videojuegos de disparos en primera persona, Videojuegos online multijugador, Vídeos musicales, Películas de animación japonesa, Películas animadas, Coleccionismo, Colección Frick, Juguetes de Colección, Coleccionismo de historietas, Jugador de videojuegos o Gadget Geeks, Comportamientos: Jugadores de videojuegos de consola, Personas que visitaron Facebook Gaming, Compra con oferta o Compradores que interactuaron

- Competencia
 - Magic Store
 - GG Toys EC
 - Full Toys

- Accesibilidad y Navegación



- Creación de Contenidos
 - Generación de Contenidos de acuerdo a la estrategia planteada en la Estrategia de Redes Sociales
- En constante análisis

KPI

Dentro del e-commerce hemos definido los siguientes indicadores claves del negocio para controlar y realizar mediciones de impacto tanto en publicidad como en ventas.

VISITAS

Se realizará la medición a través de Google Analytics, el cual nos permitirá ver el alcance que estamos teniendo.

Tasa de Conversión

Importante para comparar venta física vs on line.

ROAS

Este indicador nos servirá para determinar la eficacia del gasto de publicidad y el retorno de inversión sobre esta, para poder tomar decisiones a la hora de realizar la pauta en las diferentes redes sociales.

Tasa de Carrito abandonado.

Con este KPI determinaremos si necesitamos hacer correctivos en el proceso de compra ya que aquí se determinará el porcentaje de usuarios que abandonan productos en el carrito sin terminar la conversión.



Mejora en posicionamiento SEO

Para mejorar y potenciar el posicionamiento de la pagina dentro de Google hemos definido las siguientes estrategias:

- **Definir Objetivo.-** El principal objetivo es poder mejorar en un periodo de 3 meses el posicionamiento de la pagina en Google.
- **Definir Buyer Persona.-** Hemos logrado ya definir claramente el segmento de mercado al que llegaremos basados en el buyer persona descrito previamente.
- **Definir Palabras Clave.-** Se utilizara diferentes herramientas para definir las palabras clave, en este caso usamos Google Trends, lo que nos ha permitido definir las siguientes palabras claves mas buscadas:
 - Video Juegos guayaquil
 - Comics guayaquil
 - Artículos coleccionables comic.

➤ Estrategia de e-commerce

Hemos definido las siguientes estrategias para potenciar las ventas en el e-commerce:

- Se integrara los canales de venta junto con las redes sociales para mejorar y lograr una correcta comunicación con cada usuario.
- Mejorar la calidad de las fotografías y el contenido de la pagina controlando tiempo de carga.
- Mejorar y Facilitar la experiencia de pago.
- Se mejorara la experiencia de compra y se incluirá un mejor aviso de compra segura.
- Se propone a mediano plazo incluir mensajes o reseñas de usuarios que realizaron la compra.
- Creación de nuevos canales de venta.

Modelo CANVAS



➤ Consideraciones éticas, legales y de ciberseguridad

Basados en precautelar la información del usuario hemos definido algunas consideraciones para la pagina que nos ayudaran a mantener la seguridad.

- Uso de Servidores seguros que nos permitan el crecimiento progresivo de usuarios o clientes a los que queremos llegar por lo que se utilizara servidores en Amazon Web Service.
- Accesos a Plataforma. Debido a la gran vulnerabilidad existente en el ámbito digital hemos decidido usar los accesos claves y login de Google. Configurando la plataforma para que el usuario pueda acceder con su cuenta de Gmail a nuestra plataforma., de manera adicional usamos el login de Facebook para mantener la seguridad de contraseñas.
- La base de datos de usuarios y clientes tendrá que respaldarse cada 15 días de forma física para precautelar los datos.
- Los usuarios internos deberán firmar un contrato de confidencialidad para prevenir la fuga de información.



Universidad
Casa Grande

GRACIAS

Marcelo Conto
Sonia Rivadeneira
Walter Zumba