



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO
“YAFUNCIONA!”:
GERENCIA DE PLAN DE MARKETING**

Elaborado por:

LUIS ALONSO PÉREZ PÉREZ.

Tutoría por: **BERTHA DE JANON TORRES**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2023

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Luis Alonso Pérez Pérez** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

Que soy el autor del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio YAFUNCIONA!: GERENCIA PLAN DE MARKETING**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **YAFUNCIONA!**

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.

Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Manuel Enrique Hormazábal Faust, Stefani Omara García Espinoza, Silvia Andreina Reyes Limones, Alcántara Angela Constante Santos, Fabricio Adalberto Constantes Paredes.

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 Alonso Pérez Pérez.

Declaro que

Yo, Luis Alonso Pérez en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio YAFUNCIONA!: GERENCIA PLAN DE MARKETING”** 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 Alonso Pérez Pérez.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto plantea la necesidad de un servicio que facilite la búsqueda y acceso a profesionales capacitados para solucionar problemas de mantenimiento y reparación en los hogares. Esto pone de manifiesto la dificultad de encontrar rápidamente a expertos en áreas como plomería, electricidad o albañilería, la misma que se acentúa en situaciones de emergencia, donde la falta de contactos y tiempo para resolver el problema resulta en una urgencia.

Asimismo, se resalta que muchos técnicos y maestros de oficios operan informalmente y a menudo carecen de seguridad laboral. Las tasas de desempleo y subempleo en el país resaltan la necesidad de propuestas que conecten la oferta y la demanda de servicios, generando una solución efectiva para ambas partes.

En la investigación de mercado se evidencia un crecimiento en el desarrollo habitacional del país, con miles de personas viviendo en urbanizaciones cerradas. Estos datos señalan a estas zonas como oportunidades de mercado para la empresa.

Los datos del Banco Central del Ecuador revelan que una porción significativa del PIB se destina al consumo para el hogar, lo cual destaca la disposición de las personas a invertir en el cuidado y mantenimiento de sus viviendas. Este interés se suma a la tendencia creciente de las ventas por canales digitales, lo que justifica la inversión en tecnología para el desarrollo de plataformas digitales como aplicaciones móviles y páginas web.

La propuesta de YAFUNCIONA! busca abordar esta creciente necesidad y proporcionar soluciones fiables y rápidas a problemas de reparación y mantenimiento en los hogares. La rapidez se establece como un punto crucial para los clientes, especialmente en casos de emergencia. La seguridad de los datos personales y la calidad de los servicios también son pilares fundamentales.

Para asegurar la calidad en los servicios de reparación, la empresa establece alianzas estratégicas con instituciones educativas y proveedores de materiales. Esto garantiza disponer técnicos calificados y actualizados, además de mantener estándares de calidad consistentes.

El modelo de negocio de YAFUNCIONA! se basa en una aplicación móvil que conecta a técnicos con usuarios. La plataforma permite a los clientes elegir técnicos según sus preferencias y necesidades; los pagos se realizan de manera segura a través de la aplicación. Todo esto se enmarca en una estrategia de marketing que incluye programas de fidelización para los clientes y prestadores de servicios, así como también en Crossfit de la construcción, un concepto innovador, un taller que se basa en el concepto de hágalo usted mismo.

YAFUNCIONA! es un negocio digital que busca conectar la oferta y la demanda de servicios de reparación y mantenimiento en el hogar, a través de una plataforma móvil, priorizando la calidad, rapidez y seguridad en el servicio, mientras aspira a un crecimiento sostenible y beneficioso para la comunidad.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Manuel Enrique Hormazábal Faust, Stefani Omara García Espinoza, Silvia Andreina Reyes Limones, Alcántara Angela Constante Santos, Fabricio Adalberto Constantes Paredes. y explica el plan de negocios del proyecto denominado YAFUNCIONA!; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

PALABRAS CLAVE

Reparaciones, mantenimiento, rapidez, hogar, crossfit de la construcción.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

El modelo de negocio YAFUNCIONA!, ha sido desarrollado respetando la propiedad intelectual y asumiendo comportamientos éticos con las personas involucradas.

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	4
PALABRAS CLAVE.....	6
CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO	13
1. PLAN DE MARKETING	17
1.1. La posición estratégica.....	18
1.1.1. Estrategia Competitiva.....	18
1.1.2. Diferenciales	19
1.1.3. Posicionamiento.....	22
1.1.4. Productos y Servicios:.....	22
1.1.5. Precio.....	22
1.1.6. Distribución.....	23
1.1.7. Promoción y Comunicación	23
1.1.7.1. Nombre de la empresa	24
1.1.7.2. Eslogan.....	24
1.1.7.3. Logotipo.....	25
1.1.7.4. Plan de medios y presupuesto	26

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

Índice de Anexo

Anexo 1. Preguntas de la encuesta	34
Anexo 2. Resultados de las Encuesta	36
Anexo 3. Focus group 1.....	40
Anexo 4. Focus group 2.....	43
Anexo 5. Entrevistas.....	45

Índice de Ilustraciones.

Ilustración 1. Logotipo YAFUNCIONA!.....	26
Ilustración 2. Significado de los colores.....	52

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En las conversaciones cotidianas entre amigos, colegas de trabajo o familiares es recurrente preguntar por datos de personas que puedan resolver problemas de mantenimiento o reparaciones para el hogar, como la rotura de cañerías de agua o de gas, la reparación de una pared agrietada, algún problema eléctrico, etc. ya que estos oficios no se encuentran con facilidad en un sitio web o por redes sociales. Es así que las personas tienen habitualmente dos opciones: la primera, recibir una recomendación para alguien y la segunda, salir a buscar en la calle con el riesgo que esto implica. Esta preocupación se vuelve mayor cuando pasa a ser una emergencia si no se tiene el contacto ni el tiempo para resolverlo. Sin considerar, además, la puntualidad o falta de ella, en la mayoría de los casos.

Por otro lado, muchos técnicos o maestros de oficio operan de manera informal y están a la espera de ser contactados por posibles clientes sin una certeza de que así ocurra, lo que ocasiona incertidumbre y precarización de su situación laboral. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2020) la tasa de desempleo a nivel nacional alcanzó el 3,8% en enero del 2023 y el subempleo en 19,3%. Una propuesta que conecte la demanda y oferta de servicios, podría ser una solución a esta problemática.

El diario El Comercio (El Comercio, 2018) realizó un reportaje en el que se evidencia que el desarrollo habitacional se ha incrementado. Treinta y tres mil personas viven en 30 urbanizaciones cerradas y la tendencia continúa con un crecimiento acelerado tanto en la vía a la Costa, vía a Samborondón y otros polos de desarrollo.

Estos antecedentes, sumados al estudio de investigación elaborado, permite anticipar que estas zonas debieran estar consideradas como foco de desarrollo de la empresa.

Según los resultados del año 2022 del Banco Central del Ecuador el 66% del PIB se destina a consumos para el hogar (BCE, 2023) de los cuales el 5,9% es para compra de muebles y reparaciones del hogar (INEC, 2013). Esto demuestra que las personas están dispuestas a invertir, de manera importante, en el cuidado y mantenimiento de sus hogares, teniendo en cuenta, además, que algunos servicios pueden ser recurrentes y con una estrategia bien elaborada, podría generarse una venta incremental a partir de cada servicio. Esto permitiría un crecimiento importante en el mediano plazo.

La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico indica que, entre los años 2021 y 2022, la venta por canales digitales creció más del 60% y para el 2023 se espera un crecimiento del 25% (Abril, Lizette, 2023). Por este motivo, se ha invertido en tecnología para el desarrollo de plataformas digitales, como la aplicación móvil y página web para la contratación de los servicios, pagos con tarjetas de crédito o débito, información actualizada sobre el progreso de las reparaciones y el proceso de contratación de técnicos.

YAFUNCIONA! se crea para cubrir esta necesidad creciente en el mercado y poder brindar soluciones confiables y oportunas a los problemas de reparación y mantenimiento en los hogares, la rapidez es un factor que atiende un punto de dolor clave e importante en nuestros clientes potenciales, ante un imprevisto doméstico urge una respuesta inmediata. Otro aspecto importante es la seguridad en el manejo de los datos personales y en la integridad del personal que acudirá a atender las solicitudes en los domicilios de los usuarios. La calidad y la eficiencia al final de cada reparación o mantenimiento es el factor diferenciador que YAFUNCIONA! certifica a sus clientes.

Para garantizar los servicios de reparación, se han establecido alianzas estratégicas con Colegios e Institutos Tecnológicos, Universidades y Asociaciones de

Artesanos para reclutar técnicos calificados e incluir maestros con experiencia que permita construir una red de prestadores de servicios ubicados en zonas estratégicas.

Asimismo, se han forjado acuerdos con importantes proveedores de materiales eléctricos y de construcción, quienes dictarán capacitaciones periódicas a los técnicos y maestros, lo que permite garantizar la calidad de los servicios que se ofrecen.

Esta propuesta tiene un impacto de dos vías, por un lado, soluciona las necesidades en los hogares, así como también ayuda a técnicos capacitados a tener un ingreso permanente, mejorando, de esta forma, su calidad de vida.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es:

Conectar la oferta y la demanda de servicio de reparación y mantenimiento en los hogares por medio de la plataforma digital YAFUNCIONA!

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos son:

1. Crear una aplicación móvil para ofrecer servicios de mantenimiento y reparación de los hogares de Guayaquil y Samborondón.
2. Construir una red de prestadores de servicios que permita tener una disponibilidad permanente.
3. Captar y mantener la cartera de clientes a través de servicios de calidad y fidelización de la empresa.
4. Asegurar el cumplimiento de la planeación financiera proyectada a cinco años.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

YAFUNCIONA! es un negocio digital que ofrece servicios de mantenimiento y reparación para el hogar a través de una aplicación móvil. Su modelo de negocio se basa en una red de prestadores de servicios que atienden las necesidades de los clientes en áreas como albañilería, pintura, reparaciones eléctricas, plomería, mantenimiento de aires acondicionados, mantenimiento de piscinas, carpintería y jardinería.

El negocio tiene un alto potencial de crecimiento, su grupo objetivo abarca a personas de entre 25 y 65 años, que sean propietarios o inquilinos de un departamento o casa, tengan acceso y la capacidad para utilizar aplicaciones en algún dispositivo móvil. Inicialmente, se enfocará en la zona norte de Guayaquil, vía a la costa y Samborondón atendiendo un mercado potencial de alrededor de 120,000 hogares (INEC, 2020).

Tabla 1. Población total de Ecuador por edades entre 25 y 65 años.

Segmento	Resultados
Población total Ecuador	17,510,643.00
Población total entre 25-65 años	8,151,660.00
% de la población entre 25-65 años	47%
Población total Guayaquil	2,698,000.00
Población 25-65 años Guayaquil	1,268,060.00

Fuente: Ecuador: Proyección De Población Por Años En Edades Simples.

(n.d.). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

La APP es el principal canal de transacciones, una vez descargada, en el caso de los clientes, deberán crear un perfil y pueden empezar a utilizar los servicios disponibles. Tienen la opción de elegir a un técnico de confianza o alguno disponible en la hora y fecha en la que programaron el servicio. Los pagos se realizan a través de la aplicación con tarjeta de crédito o débito.

En el caso de los prestadores de servicios, deberán crear una cuenta en la aplicación para ingresar sus datos personales y completar un registro para calificar su capacidad técnica en el servicio al que está aplicando, además de validar sus antecedentes personales. Una vez que el área de Recursos Humanos otorgue la validación de la información, será habilitada la cuenta del prestatario de forma permanente en la aplicación y formará parte del pool de técnicos habilitados.

El estudio de investigación mostró que las personas valoran, por sobre otros atributos -incluyendo el precio- la seguridad, garantía y la calidad cuando se requiere un servicio (Ver Anexo, encuesta de estudio de mercado). Y en los casos de emergencia, que el tiempo de respuesta sea el menor posible (rapidez), es por esto que, YAFUNCIONA! se enfoca en brindar seguridad, atender los requerimientos con celeridad y garantizar la calidad del trabajo a sus clientes.

La aplicación cuenta con encriptación de datos para proteger la privacidad de los usuarios. Además, se realiza un riguroso proceso de selección de los prestadores de servicios, y se llevan a cabo visitas de supervisión para asegurar la calidad del trabajo, por medio de la aplicación, los clientes pueden rastrear la ubicación del técnico y se recibirán notificaciones de los avances del trabajo realizado. Adicionalmente, se han establecido alianzas con colegios técnicos y proveedores de materiales quienes efectuarán capacitaciones permanentes para que los técnicos estén actualizados y

apliquen las mejores prácticas. Para asegurar esto, a los técnicos se les compensará con una mayor visibilidad en la aplicación, en la medida de que realicen estos cursos.

El estudio de mercado realizado durante este proceso, arrojó que sólo el 14.5% de los encuestados (Ver Anexo, encuesta de estudio de mercado) conoce a los competidores de la empresa. Por lo que, ¡YAFUNCIONA! planea invertir en marketing digital y tradicional para aumentar su visibilidad y captar clientes, con actividades que le brinden un valor diferenciador a lo existente en el mercado como programas de fidelización de clientes, fidelización de prestadores de servicio, programa de referidos y encuestas de satisfacción al cliente, también contratos de mantenimiento preventivos programados y "El Crossfit de la construcción" que es un centro de capacitación para técnicos y clientes.

La empresa iniciará sus actividades con cinco personas en nómina que tendrán un contrato de emprendimiento para tener la flexibilidad y un bajo costo en caso de necesitar hacer cambios en el corto plazo.

La estructura será de un Gerente con conocimientos en finanzas y bajo su responsabilidad habrá un Encargado de Operaciones que tendrá a cargo las compras a proveedores y logística, un Encargado de Recursos Humanos para la selección de los prestadores de servicios, un Supervisor Técnico que deberá estar visitando los servicios en ejecución y una persona de Servicio al Cliente que canalice las quejas y consultas de los clientes.

Además, de manejar estadísticas de los servicios y encuestas de los clientes. Se emplearán servicios externos puntuales o por contratos, dependiendo de la necesidad para el desarrollo de la aplicación y sitio web, manejo de redes sociales y publicidad, contabilidad y legal. Tomando en consideración que la aplicación y el sitio web son de alto impacto en el modelo de negocio, la empresa mantendrá contratos especiales de

derechos de propiedad en todos sus aspectos, diseño, lógica, software, etc. Los prestadores de servicio, no tendrán relación de dependencia, sus contratos serán de tipo prestación de servicios profesionales.

Los creadores de YAFUNCIONA! están conscientes de la importancia de la sostenibilidad en la política empresarial, por lo que es prioritario pensar y aplicar en función del aporte social que se pueda entregar a la comunidad.

En conclusión, la proyección a cinco años de YAFUNCIONA! financieramente es viable con una TIR de 89,14% y el VAN de \$86.419 considerando una inversión inicial de \$39.308 USD, que sería financiada en su totalidad y en partes iguales por los seis socios. Se considera un crecimiento en ventas anuales, conservador del 5% y captando en el primer año un 6% del potencial de mercado. Es decir, haciendo una correcta gestión, podría incrementarse fuertemente, sólo mejorando el crecimiento anual. Cabe mencionar que este modelo es sensible al margen bruto y éste no debe ser inferior al 28% bajo las condiciones con el que fue evaluado.

1. PLAN DE MARKETING

El presente Plan de Marketing tiene como objetivo principal impulsar el crecimiento y la competitividad de la empresa YAFUNCIONA!, dedicada a las reparaciones y mantenimiento del hogar. Conscientes de la importancia de ofrecer servicios de calidad, se ha desarrollado esta estrategia integral que nos permitirá destacar en el sector y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de manera eficiente.

En un contexto en el que los propietarios de viviendas buscan soluciones rápidas y seguras para mantener sus hogares en óptimas condiciones, nuestra empresa se posiciona como un aliado confiable y profesional. La experiencia, conocimientos técnicos y compromiso con la excelencia de YAFUNCIONA! permiten ofrecer servicios de reparación y mantenimiento que superan las expectativas de sus clientes.

La estrategia de competitividad de la empresa se basa en elementos claves como la diferenciación, la calidad y el profesionalismo, la excelencia en el servicio al cliente, la innovación tecnológica, las colaboraciones estratégicas con proveedores, precios competitivos, estrategias de marketing efectivas. La compañía busca destacar ofreciendo servicios únicos, brindando una atención al cliente excepcional y utilizando tecnologías avanzadas.

YAFUNCIONA! está comprometida con la mejora continua, buscando firmemente oportunidades para crecer y adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

1.1. La posición estratégica

Por medio de una plataforma digital, la empresa YAFUNCIONA! pretende ser el nexo entre la oferta y demanda, para solucionar la problemática de reparaciones y mantenimiento en el hogar.

El mercado objetivo comprende a personas que residen en la ciudad de Guayaquil y la vía a Samborondón, en edades comprendidas entre los 25 y 65 años, pertenecientes a estratos socioeconómicos A, B, C+, que, además son usuarios de plataformas digitales, compran o están dispuestos a comprar en línea y buscan un servicio de calidad, rápido y seguro como sus principales atributos.

YA FUNCIONA!, busca posicionarse como el aliado estratégico para resolver los problemas de reparaciones y mantenimiento del hogar.

1.1.1. Estrategia Competitiva

La estrategia de competitividad definida por YAFUNCIONA!, se basa en la calidad del servicio ofrecido, la colaboración y alianza estratégicas con escuelas técnicas que permitirán contar con personal capacitado de alto nivel.

Luego de haber identificado que la principal debilidad de los competidores de la empresa es la falta de disponibilidad de técnicos para brindar atención inmediata, YAFUNCIONA!, se proyecta posicionar como la empresa de reparación y mantenimiento del hogar con la mayor red de técnicos disponibles ubicados en posiciones geográficas estratégicas con el fin de atender los requerimientos de forma ágil, rápida y segura. Siendo esta, la principal fortaleza o ventaja estratégica frente a los competidores de la empresa. Teniendo en consideración este punto, gran parte del trabajo está enfocado en captar la mayor cantidad de técnicos capacitados y distribuirlos en zonas geográficas definidas como estratégicas. Además, se efectuarán rigurosos procesos de selección con el fin de garantizar la seguridad, el profesionalismo y la

capacidad técnicas de resolución de los colaboradores de YAFUNCIONA! con el fin de atender satisfactoriamente los clientes de la compañía.

1.1.2. Diferenciales

Las principales características que diferencian a YAFUNCIONA! Son las siguientes:

1.1.2.1. Rapidez en la atención:

Para lograr un servicio ágil y eficiente se han considerado los siguientes puntos como las principales para alcanzar el objetivo.

- Mayor red de prestadores de servicio del mercado, tendremos personal disponible para atender de forma inmediata las solicitudes de servicio de nuestros clientes.
- Sistema de geo referencia en la APP muestra a nuestros clientes el prestador de servicio más cercano para lograr este primer objetivo diferenciador.
- La selección adecuada de personal capacitado, permite solucionar en una sola visita los requerimientos solicitados por nuestros clientes.

1.1.2.2. Seguridad en el servicio:

Con el fin de brindar un servicio seguro a nuestros usuarios, hemos creado un riguroso proceso de contratación y seguimiento a las atenciones, lo que nos permitirá garantizar una atención segura.

- Aplicación de aspirantes a prestadores de servicio, se reciben por medio de la APP YAFUNCIONA!

- Análisis psicológicos del postulante con el fin de evitar la contratación de personal que pueda exponernos a situaciones de riesgo con los clientes.
- Validación de antecedentes penales, para garantizar que contamos personal con un historial intachable, frecuencia semestral.
- Hoja de vida con el detalle de la experiencia profesional y sus respectivas referencias y validación de información por funcionario de YAFUNCIONA!
- Vista de supervisor de campo para asegurar la calidad del servicio y la seguridad del cliente y prestador de servicio.
- Actualización en línea del estado del trabajo por medio de la APP, al cliente y al centro de monitoreo de servicio de YAFUNCIONA!.
- Todos los procesos de validación de datos en el momento de la selección del personal se llevarán a cabo por profesionales especializados en la materia.

1.1.2.3. Excelencia en el servicio al cliente:

Buscando atender y brindar el mejor de los servicios disponibles en el mercado, para la atención de reparación y mantenimiento del hogar, hemos considerado, entre otros los siguientes puntos como principales.

- Encuesta de satisfacción a los clientes. Busca evaluar entre otros puntos, la calidad de la atención recibida por parte del prestador de servicio. la calificación obtenida mejora o disminuye el ranking del técnico lo que dará menor o mayor exposición dentro de la APP. La encuesta se realizará a todos los clientes luego de cada servicio.

- Capacitaciones periódicas del personal en habilidades blandas, lo que nos permitirá asegurar una mejora continua en las atenciones brindadas por parte de nuestros prestadores de servicio.
- Selección de personal capacitado, lo que nos permitirá brindar un servicio profesional.

1.1.2.4. CrossFit de la construcción:

El Crossfit de la construcción es un centro de capacitación en el que se dictarán talleres prácticos de los diferentes servicios que se ofrecen en YAFUNCIONA!, para socios colaboradores, clientes de la plataforma y público en general. Bajo el concepto de hágalo usted mismo.

- Proyectos personalizados a medida para clientes, de todos los servicios de YA FUNCIONA!, que incluyen el espacio /taller, alquiler de herramientas y asesoría personalizada.
- Capacitación técnica y de habilidades blandas, de forma permanente para los prestadores de servicio de YAFUNCIONA!
- Capacitación técnica en diferentes niveles de complejidad para clientes, sobre los diferentes servicios que se ofrecen en la APP YAFUNCIONA!

El CrossFit de la construcción busca convertirse en un vínculo entre YAFUNCIONA! y la comunidad, darnos a conocer y que los clientes puedan solicitar nuestros servicios con confianza, este taller/centro de capacitación busca integrar el servicio de la empresa con la comunidad y convertirse en un ingreso adicional importante y permanente para la empresa.

1.1.3. Posicionamiento

YAFUNCIONA! Busca posicionarse como el proveedor de servicios de mantenimiento y reparación del hogar con la respuesta de atención más rápida del mercado. Para lograr este objetivo, se han identificado zonas geográficas estrategia en las que los técnicos harán “base” con el fin de dar una respuesta inmediata a los requerimientos de los clientes.

1.1.4. Productos y Servicios:

YAFUNCIONA! Ofrecerá sus productos y servicio por medio de plataformas digitales, página web y APP para dispositivos móviles disponibles en los sistemas operativos Android / iOS. Se ofrecerán 8 servicios: plomería, albañilería, servicios eléctricos, aire acondicionado, pintura, mantenimiento de piscinas, jardinería y carpintería. Siempre considerando nuestra propuesta de valor, ser fáciles de encontrar, rápidos en el contacto con el cliente, en la ejecución del servicio y brindando seguridad en cada uno de nuestros procesos hasta la entrega del trabajo terminado.

1.1.5. Precio

De acuerdo a las conclusiones de la investigación de mercado realizada, se identificó que los consumidores están dispuestos a pagar de acuerdo al tipo de trabajo que se vaya a realizar, es decir por proyecto ejecutado, para fijar los precios se han considerado utilizar el método de costo objetivo, es decir añadir un margen de utilidad al costo del trabajo que se vaya a realizar (T. Bruegelmann, 2002), utilizando la siguiente formula:

Tabla 2. Formula costo objetivo

COSTO OBJETIVO	
Costo base	X
Margen de utilidad	Y
Precio de venta	X+Y

Por lo que cada servicio solicitado será cotizado, considerando parámetros como grado de complejidad, tiempo de ejecución y materiales a utilizar.

El pago de los servicios se realizará por medio de la APP o página web, del valor total facturado, el 35% corresponde a la comisión por el servicio que brinda YA FUNCIONA! a sus socios colaboradores y el 65% restante el pago que recibirá el prestador de servicios.

1.1.6. Distribución

El canal de venta y distribución de los productos y servicio será directo (Acosta, 2017), lo que nos permitirá personalizar la experiencia de nuestros clientes por medio de la página web y App, con pagos por medio de tarjetas de crédito o débito, con la mayor red de técnicos ubicados en zonas geográficas estratégicas para atender de forma inmediata.

Los clientes podrán seleccionar los servicios que necesitan y elegir la fecha y hora de su conveniencia para la ejecución de las reparaciones o el mantenimiento, en cuyo caso la aplicación designará al técnico disponible en el horario solicitado. También, podrá seleccionar al técnico de confianza o al mejor puntuado de acuerdo al ranking que se genera mediante la calificación que otorgan los clientes luego de completar la encuesta de satisfacción, para este caso el cliente deberá ajustarse al horario y disponibilidad del técnico solicitado. Para el caso de trabajos que requieran una atención inmediata, por medio del sistema de geo referencia, se mostrará los técnicos disponibles más próximos al sitio del trabajo para una atención inmediata.

1.1.7. Promoción y Comunicación

Como parte de la campaña de promoción y comunicación de YA FUNCIONA!, se utilizarán estrategias de marketing digital, como publicidad en línea, SEM - SEO y marketing en redes sociales, para aumentar la visibilidad y llegar a los clientes objetivo,

generando ventas desde el primer día (tejedor, 2008). Adicionalmente, estaremos también en los principales medios de comunicación del país, en sus formatos digitales, así como también en la radio con una campaña enfocada en los técnicos.

Tendremos descuentos especiales para clientes, por medio del programa de fidelización clientes y clientes referidos, en los que se acumula puntos para ser canjeados en el crossfit de la construcción o en servicios gratuitos.

Por medio de la encuesta de satisfacción se fomentarán las reseñas y testimonios positivos de los clientes satisfechos, para construir una reputación sólida y generar confianza, además, por medio de estas encuestas, se calificará a los técnicos que hayan realizado el servicio, esta calificación servirá para generar un ranking que aumentará la visibilidad del técnico en la plataforma.

Se proporcionará contenido útil en el sitio web y en las redes sociales, como consejos de mantenimiento del hogar y guías de resolución de problemas, para mostrar la experiencia y el conocimiento técnico de nuestros colaboradores y construir relaciones con los clientes.

1.1.7.1. Nombre de la empresa

YA FUNCIONA!

Es un nombre que proyecta positividad y seguridad, transmite la idea de que los problemas del hogar se resuelven de manera efectiva, de forma rápida y segura.

YAFUNCIONA! Nos comprometemos a restablecer la funcionalidad y el bienestar en los hogares de nuestros clientes.

1.1.7.2. Eslogan

El eslogan debe ser una frase corta y fácil de recordar, que sirve para recordar la presencia de una marca, producto o servicio, debe cumplir 10 características principales:

Llamativo – Claro – Positivo – Persuasivo – Contextual – Emocional – Inspirador – Original – Creativo (Comunicare, 2023).

Fácil de encontrar, fácil de solucionar.

El eslogan se centra en dos características clave que representan a la empresa YAFUNICONA!:

La primera parte, resalta la idea de ser fácil de encontrar, siempre disponible y accesible para los clientes que buscan soluciones para sus necesidades de mantenimiento y reparación en el hogar. También, la segunda parte del eslogan, "fácil de solucionar", destaca la capacidad de la empresa para abordar los problemas de manera rápida y efectiva.

Esto comunica a los clientes que pueden confiar en que los servicios brindarán soluciones efectivas a sus problemas de mantenimiento y reparación en el hogar.

1.1.7.3. Logotipo

EL logotipo se utiliza para identificar la marca en el mercado, es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imágenes (Hubspot, 2023)

El logotipo de “YAFUNICIONA!” es un diseño simple, fácil de recordar, con elementos que reflejan la naturaleza de nuestro negocio, en el que se utilizan colores como azul y el rojo para transmitir acción, confianza y profesionalismo (Significado de los colores, 2023). Mediante el logotipo, se busca que los clientes puedan asociar a YAFUNICIONA! como una empresa de confianza a la que pueden encargar sus problemas de mantenimiento y reparación. Ver Anexo 2

Ilustración 1. Logotipo YAFUNCIONA!



1.1.7.4. Plan de medios y presupuesto

El plan de medios de YA FUNCIONA! está diseñado con el fin de cumplir con los siguientes objetivos específicos del proyecto:

1. Captar y mantener la cartera de clientes a través de servicios de calidad y fidelización de la empresa.
2. Construir una red de prestadores de servicios que permita tener una disponibilidad permanente.

Con un primer enfoque en el cliente cuyo perfil cumple con las siguientes características de acuerdo a los datos analizados luego del estudio de mercado realizado para la elaboración del presente proyecto.

Personas que residen en la ciudad de Guayaquil entre las edades de 25 a 65 años de edad y pertenecientes al estrato socioeconómico A, B, C+. Son usuarios de plataformas digitales, compran o están dispuestos a comprar en línea.

Un segundo enfoque dirigido a captar la atención con un llamado a la acción con el fin de lograr incorporar el mayor número de prestadores de servicios, de tal forma que podamos atender los requerimientos de los clientes en el menor tiempo posible.

Se considera para el presente plan de medios, publicaciones en los principales periódicos del país con publicidad en sus ediciones digitales, dirigida únicamente a los usuarios de la provincia del Guayas, pertenecientes al grupo objetivo, spots publicitarios en las cadenas de radio de mayor rating de la ciudad y publicaciones diarias en redes sociales (TikTok e Instagram).

Con el fin de aparecer en las primeras páginas de los principales buscadores aplicaremos una estrategia SERP (*search engine ranking page*) en donde se pagará 0.72 centavos por click. (Pencil Speech, 2022).

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto, los medios en lo que se realizarán las publicaciones, la frecuencia y los costos del plan de medios de YAFUNCIONA!.

Tabla 3. Presupuesto plan de medios YAFUNICONA!

Presupuesto plan de medios									
Medios	Sección	Formato	Frecuencia	Costo por publicidad	Costo quincenal	Costo mensual	Duración de la campaña	Costo total	
Periódicos									
El Universo	Digital	Anunico gráfico rectangular	Diario	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 1.00	12.00	\$ 12.00	
EL comercio	Digital	Anunico gráfico rectangular	Diario	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 1.00	12.00	\$ 12.00	
Televisión									
Ecuavisa	Digital	Spot	Diario	\$ 1	\$ 2	\$ 4	12	\$ 48	
Teleamazonas	Digital	Spot	Diario	\$ 1	\$ 2	\$ 4	12	\$ 48	
Rádios									
Caravana	Matutino	Spot	Diario	\$ 50	\$ 50	\$ 100	12	\$ 1,200	
Radio Centro	En la tarde	Spot	Diario	\$ 50	\$ 50	\$ 100	12	\$ 1,200	
Redes Sociales									
Instagram	Redes YA FUNCIONA!	Anunico gráfico	Diario	0.72	\$ 1	\$ 1	12	\$ 17	
TikTok	Redes YA FUNCIONA!	Anunico gráfico	Diario	0.72	\$ 1	\$ 1	12	\$ 17	
					\$ 213			\$ 2,555	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el primer taller estudiado en el proceso de titulación, Design Thinking, la consigna fue identificar tres problemas que existan en un segmento específico (adultos mayores, jóvenes, millenials, centennial, etc), con el fin de desarrollar una de ellas y luego de un proceso guiado, darle forma y transformarla en un modelo de negocio rentable.

Una vez que fue seleccionada la idea a desarrollar por parte de los integrantes del grupo, la misma que surge de la necesidad de uno de nuestros compañeros de localizar de forma urgente, un técnico especializado en mantenimientos y reparaciones del hogar y no poder ubicar a nadie de forma rápida que brinde este tipo de servicio, decidimos aceptar el reto de crear el modelo de negocio YAFUNCIONA!

Si bien parece una idea sencilla y relativamente fácil de implementar, se debió poco a poco ir analizando y entendiendo el problema a profundidad, sus posibles “soluciones” y en muchas ocasiones las soluciones planteadas llevaron los integrantes del grupo a un “callejón sin salida”, este fue de mis primeros grandes aprendizajes en el proyecto del modelo de negocios, siempre se puede y se debe regresar al punto de partida, identificar los errores para cambiar y mejorar la estrategia.

A lo largo del proceso en el cual el grupo fue desarrollando el modelo de negocios, la idea original cambió y se fue perfeccionando a medida que avanzaban los talleres, incluso el nombre, originalmente fue MAESTRO!, luego REPARAYA! hasta que finalmente decidimos cambiar por el nombre que proyecta y describe la esencia del modelo de negocios elaborado, YAFUNCIONA!.

Mientras se realizaba el taller de Administración, el grupo consideró necesario contar con nueve colaboradores de planta, en la nómina de la empresa. Cuando se desarrolló el estudio técnico, se planificó y diseñó una infraestructura e incluso se

consideró crear un modelo de ingresos, siempre pensando que el grupo se encontraba en el camino correcto, sin realmente haber puesto a prueba los números en escenarios reales, y para eso está el taller financiero. En finanzas se pudo detectar los errores estructurales del modelo, por lo que se debió regresar, identificar errores y mejorar la estrategia. Muchos de los servicios que antes constaban como parte de la nómina, serán tercerizados. Fue necesario reinventarse y ser más eficientes, creando una estructura más liviana de 5 colaboradores en nómina cada uno con funciones específicas que agregan valor y ayudan a lograr los objetivos de la empresa.

Durante el proceso de desarrollo del estudio de mercado, por medio de encuestas, entrevista a posibles clientes, expertos en el tema de las reparaciones (Ver anexo, entrevistas a expertos), en focus groups (Ver anexo, grupos focales) y demás actividades realizadas, se pudo identificar a los clientes, entender sus dolores y necesidades insatisfechas. Mediante este análisis se logró a lo largo del proceso generar ideas que aporten valor a la propuesta de modelo de negocios, las mismas que se han plasmado en el plan de marketing y que sin duda hacen del proyecto YA FUNCIONA! una empresa que se diferencia de sus competidores.

Ya en el desarrollo del proyecto, el taller legal, mostró la variedad de tipos de empresas disponibles, cada una con sus beneficios y limitaciones, por lo que seleccionar la ideal para el modelo de negocios, generó un debate, decidiendo finalmente formar una compañía S.A.S, sociedad anónima simplificada, la cual brinda cierta libertad y facilidades al momento de la creación de la empresa y de algún modo da protección si algún accionista quiere vender o endosar acciones, lo que como grupo brinda la seguridad de que en el futuro nadie que no sea aprobado de forma unánime pueda formar parte del grupo de accionistas de la empresa, además de otras simplificaciones en el proceso tributario.

El taller de responsabilidad social, ratificó un tema discutido por el grupo a lo largo del proceso, el modelo de negocio planteado además de ser rentable, tomando en consideración los números obtenidos, tiene un valor agregado social sustancialmente mayor que el de muchas otras empresas, reinsertando al mercado laboral y generando oportunidades a personal calificados que por la situación del país no se les ha presentado esa oportunidad que todos de una u otra forma estamos esperando y para la que se debe de estar preparados para poder identificar.

Sin duda todo proyecto es perfectible y el nuestro está lejos de ser la excepción, en el caso de la gerencia que me tocó desarrollar, Marketing me hubiese gustado poder contar con un presupuesto menos ajustado, que me brinde la oportunidad de desarrollar otras ideas que a lo largo del proyecto surgieron, pero implican una inversión que no encajaba en los parámetros, como por ejemplo las salas de espera de los técnicos en distintos sitios identificados como estratégicos en la ciudad, en donde los técnicos cuenten con un espacio para hacer base entre una atención y otra, además este sería un punto de cobro de servicios y punto de venta para aquellas personas que no utilizan o no están cómodos con la tecnología.

Pienso que el crossfit de la construcción tiene un gran potencial, es una idea que se debe desarrollar al detalle, un nuevo modelo de negocio, aplicar la fórmula aprendida, desde el problema/necesidad hasta los números.

El modelo de negocios propuesto, tiene como principal objetivo unir la oferta y la demanda por medio de una aplicación digital, “la fórmula del éxito”, suena fácil, se aprendió mucho, no solo de este modelo específico que se desarrolló, sino del proceso en general, me parece que no hay mejor forma de aprender, que aprender haciendo, tal como lo hicimos a lo largo de este proyecto de titulación.

Además del acompañamiento profesional, la investigación y el aplicar lo aprendido en el proyecto. Creo sin temor a equivocarme que el mayor aprendizaje ha sido el método, el proceso, empezar con la identificación del problema y paso a paso, “gerencia a gerencia” con un orden establecido ir desarrollando la idea y dándole forma, estructura al modelo, minimizando los riesgos, conociendo el mercado, identificando oportunidades, validando y prototipando, haciendo ajustes y reajustes, regresando al inicio en caso de ser necesarios para tener un producto final probado con una hoja de ruta establecida, que garantice un altísimo porcentaje de éxito al salir al mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, Lizette. (15 de junio de 2023). Comercio electrónico en Ecuador crecerá un 25% en 2023. *EL Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/comercio-electronico-ecuador-crecera-ecuador-negocios.html>
- Acosta, A. L. (2017). *Canales de distribución*. Bogota: Fundación Universitaria del área andina.
- BCE. (Marzo de 2023). *Cuentas Nacionales Trimestrales* . Obtenido de Resultados cuarto trimestre 2022: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt65/ResultCTRIM122.pdf>
- Comunicare. (2023). *comunicare.es*. Obtenido de <https://www.comunicare.es>: <https://www.comunicare.es/que-es-un-slogan-y-para-que-sirve-2023/>
- El Comercio. (20 de Septiembre de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/guayaquil-crecimiento-urbanizaciones-ciudad-movilidad.html>
- Herrero, A. (18 de 03 de 2022). *titular.com*. Obtenido de <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>
- Hubspot. (27 de Marzo de 2023). *blog.hubspot.es*. Obtenido de blog.hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>
- INEC. (2013). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/12/INFOENIG2.jpg>
- INEC. (2020). *ecuadorencifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Pencil Speech. (Enero de 2022). *pencilspeech.com*. Obtenido de

<https://pencilspeech.com/publicidad-en-internet/>.

Significado de los colores. (8 de 2023). <https://www.significados.com>. Obtenido de

<https://www.significados.com/color>.

T. Bruegelmann, G. H. (2002). FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo).

scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-59232002000200001&script=sci_arttext,

Vol, 65 No. 10, Pág. 65.

tejedor, R. J. (2008). *Posicionamiento web*. ramonmillan .com.

www.walhallab. (2023). *walhallab.nl*. Obtenido de <https://www.walhallab.nl/>

ANEXOS

Anexo 1. Preguntas de la encuesta

Preguntas encuesta

Encuesta de servicios y reparaciones del hogar. (google.com)

1. ¿Ha utilizado o utiliza actualmente alguna plataforma digital para contratar servicios de reparaciones y mantenimiento del hogar? Ej. Gasfiteros, albañiles, electricistas.

- Si
- No

2. ¿Qué tan probable es que usted contrate servicios de mantenimiento y

reparaciones para su hogar por medio de una plataforma digital?

- Muy probable
- Probable
- Indiferente
- Poco probable
- Nada probable

3. ¿Con qué frecuencia solicita usted los servicios de un tercero para realizar

reparaciones en su hogar?

- Cada mes
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- 1 vez al año
- No solicitó servicios.

4. En promedio, ¿cuánto gasta en mantenimiento del hogar al mes?

- Menos de 20 dólares
- 21 a 30 dólares
- 31 a 40 dólares
- 41 a 50 dólares
- 51 a 60 dólares
- 71 a 80 dólares
- Más de 81 dólares

5. ¿Cuáles son los canales digitales que utiliza con mayor frecuencia para

encontrar un servicio?

- Instagram
- Facebook
- Influencer
- LinkedIn
- Aplicaciones para celulares (App)

- Páginas web
- WhatsApp
- No utiliza canales digitales

6. ¿Qué considera usted que es lo más importante al recibir un servicio

contratado por medio de una plataforma digital? (Seleccione máx 2 opciones)

- Profesionalismo.
- Garantía.
- Honestidad / Seguridad
- Rapidez.
- Precio.

7. ¿En qué tipo de vivienda vive usted en la actualidad?

- Departamento
- Casa
- Otra.

8. Género

- Masculino
- Femenino

9. Edad

- 20 - 24
- 25 - 29
- 30 - 34
- 35 - 39
- 40 - 44
- 45 - 49
- 50 - 54
- 55 - 59
- 60 - 64
- 65 o más

10. Estado civil

- Soltero/a
- Unido
- Casado/a
- Separado
- Viudo/a
- Divorciado/a

11. Sector donde vive

- Norte
- Centro
- Sur
- Vía a la Costa
- Samborondón
- Vía a Daule

12. Nivel de ingreso mensual

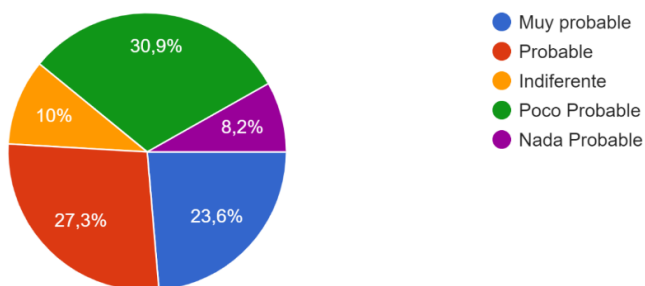
- Menos de \$ 500
- Entre \$500 y \$1,000
- Entre \$1,001 y \$1,500
- Entre \$1,501 y \$2,000
- Más de \$2,000

Anexo 2. Resultados de las Encuesta

Meta número de encuestas: 385

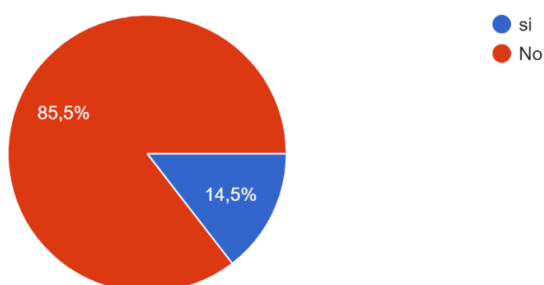
¿Qué tan probable es que usted contrate servicios de mantenimiento y reparaciones para su hogar por medio de una plataforma digital?

110 respuestas



¿Ha utilizado o utiliza actualmente alguna plataforma digital para contratar servicios de reparaciones y mantenimiento del hogar? Ej. Gasfiteros, albañiles, electricistas.

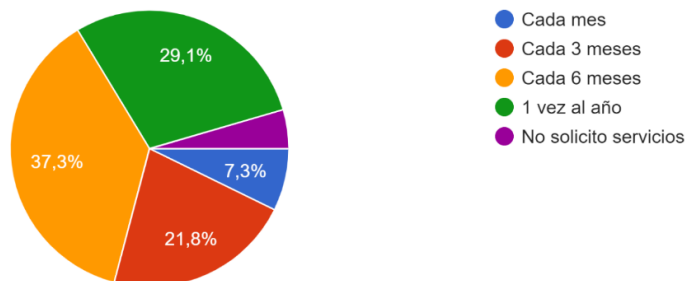
110 respuestas



Número de encuestas respondidas al 31 de mayo: 110

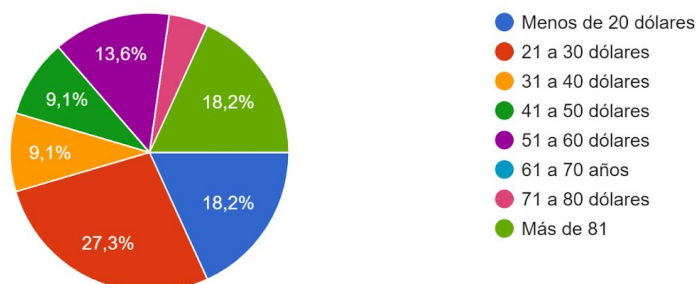
¿Con qué frecuencia solicita usted los servicios de un tercero para realizar reparaciones en su hogar?

110 respuestas



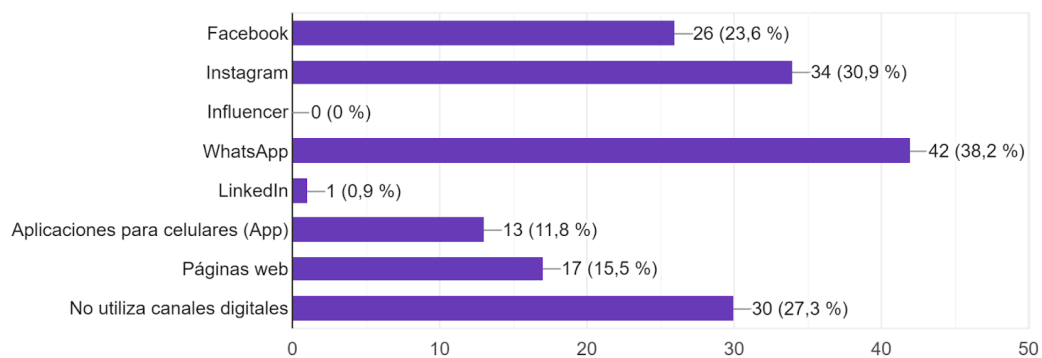
En promedio, ¿Cuánto gasta en mantenimiento del hogar al mes?

22 respuestas



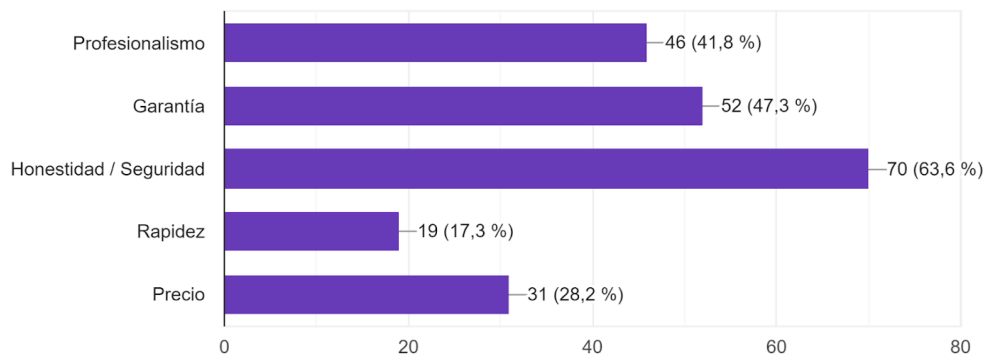
¿Cuáles son los canales digitales que utiliza con mayor frecuencia para encontrar un servicio?

110 respuestas



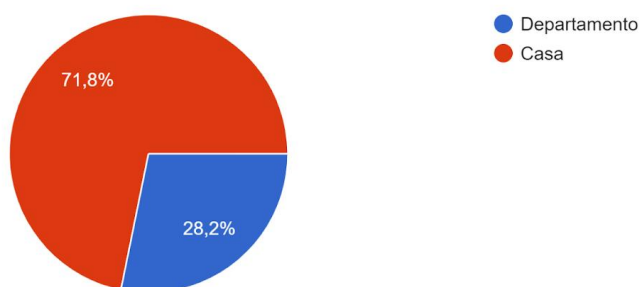
¿Qué considera usted que es lo más importante al recibir un servicio contratado por medio de una plataforma digital? Escoger máximo 2 opciones

110 respuestas



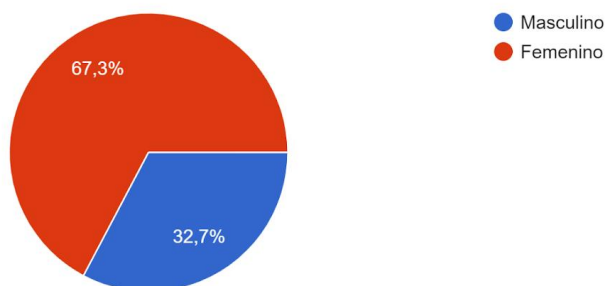
¿En que tipo de vivienda habita usted en la actualidad?

110 respuestas



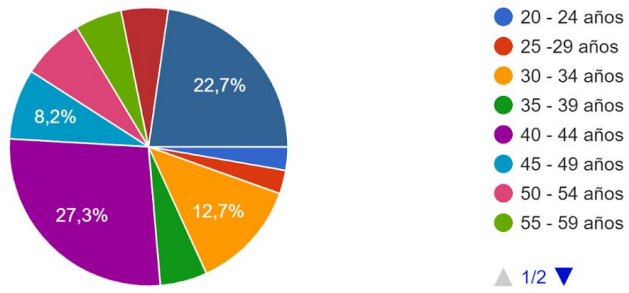
Género

110 respuestas



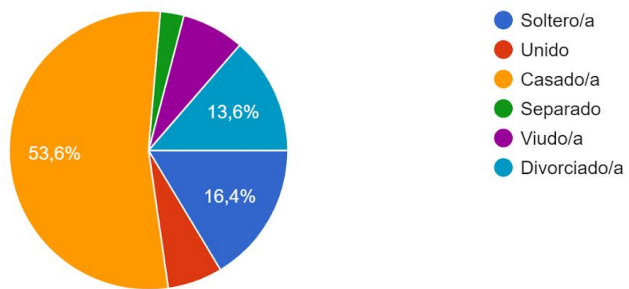
Edad

110 respuestas



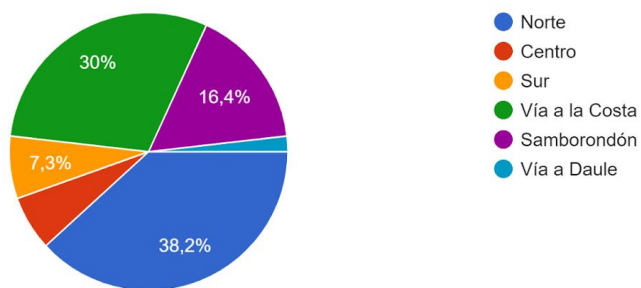
Estado civil

110 respuestas



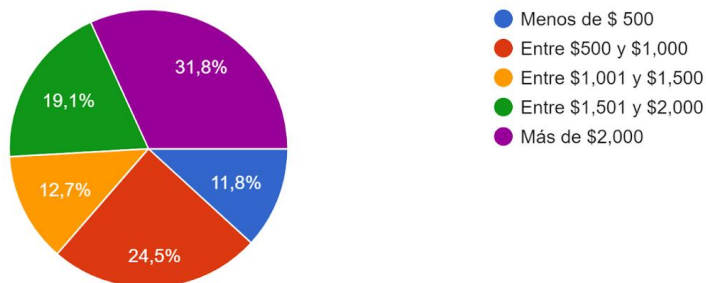
Sector donde vive

110 respuestas



Nivel de ingreso mensual

110 respuestas



Grupos focales

Anexo 3. Focus group 1

Participantes:

- Ma. Fernanda Villa, Ing en contabilidad y auditoría trabaja en la Empresa Industria Camaronera Vigormar.
- Marco González, Ing. En desarrollo empresarial trabaja en la empresa Constamar IVAC, bodeguera.
- Yaritza Rocafuerte, Ing. En finanzas, Supervisora Comercial encargada también de logística
- Ma. Mercedes Villa, Ing. Comercial, Empresa Constamar de asistente contable
- Lissette Lindao, Lic. en computación, Supervisora de Cobranzas.
- Nelson Tomalá chofer profesional
- Oswaldo Basilio, Empresa Constamar, recepción y facturación.

1. ¿Qué importancia tiene la tecnología en su vida?

Es importante porque ayuda a resolver los problemas de manera inmediata, ha resuelto la vida a muchos por el tiempo que ahorras, por el acceso de información de manera rápida, tanto en las empresas como en los hogares y en todo aspecto. Se optimiza tiempo y dinero.

2. ¿Alguna vez ha comprado por internet servicios en línea? ¿Cuéntenos su experiencia?

6 de los 7 participantes no han buscado servicios en línea, productos sí han comprado. Respecto a la experiencia de la persona que ha comprado, indica que su experiencia fue buena.

3. ¿Qué opina usted de que exista una página web y aplicación que integre proveedores que ofrecen servicios de reparaciones en línea?

Generaría confianza porque facilita recurrir a alguien cuando tenga problemas, ayudaría a buscar soluciones, optimizaría el tiempo porque encontraría todo en una sola aplicación, que tenga un buen menú de servicios para contratar y facilitaría tiempo, porque se tiene acceso a los comentarios, referencias de otros clientes, y sólo tendría a una sola empresa de confianza que para resolver los problemas del hogar.

4. ¿Qué es lo peor que le ha pasado con maestros que le han prestado los servicios de reparación?

Garantía del servicio, ya que arreglan algo e inmediatamente se daña hay que volver a gastar, no se ha cumplido en el tiempo que se hizo el contrato, maestros que no son profesionales ni especializados para realizar un buen trabajo, sólo lo hacen porque necesitan el dinero.

5. ¿Qué es lo que más le preocupa cuando entra un desconocido a su hogar?

Con tanta delincuencia, por cómo está el país, hasta las personas corren riesgos. Les preocupa que le roben, que los estafen o que se pierdan los objetos de la casa. Se genera inseguridad al no poder confiar en las personas que ingresan.

6. ¿En el momento de existir un problema en su hogar, usted prefiere contratar a una persona natural o a una empresa que preste servicios de reparación?

Elegirían, en su mayoría, a una empresa conocida por la seriedad, seguridad y garantía, porque generaría confianza ya que es la empresa la responsable de enviar al profesional.

7. ¿Qué tan fácil le resulta encontrar el servicio de reparación al momento de existir un problema en su hogar?

Tanto en el hogar como en la empresa genera estrés porque no es fácil encontrar a alguien que haga bien un trabajo, que le dé seguridad y garantía, es complicado.

8. ¿Qué opina de una empresa dedicada y especializada a dar servicios de reparaciones?

Sería una buena opción de búsqueda, una plataforma donde encuentre todo en el mismo lugar, que se pueda confiar, que brinde seguridad y garantía. Lo que facilita las cosas.

9. ¿Cuándo existe un problema de reparaciones quien busca el servicio?

Acude a un conocido, a un maestro, alguien que tenga buenas referencias, es complicado porque no los conoces, no se confía, e incluso por los precios que cobran.

10. ¿Ha utilizado las redes sociales para solucionar su problema de reparación?

Buscan en Facebook, en Marketplace, pero es difícil aprender a confiar en ese medio, no les da seguridad de que vayan a sus casas.

11. ¿Cómo evalúa el pago por el servicio de reparación a través de una empresa que garantice el trabajo realizado?

Cumplimiento, puntualidad, que pongan atención al requerimiento, que sea comprometido. También actualmente, se cotiza, se compara precios y evalúa la calidad del servicio.

12. En cuanto al precio, y de acuerdo a su experiencia ¿podría contar cuánto ha pagado por servicios contratados?

- Se evalúa el tiempo del trabajo que se va a contratar.
- Mantenimiento de aire 25 y si se coloca gas desde 50 a 60 y más.
- Electricista cobra por cada punto \$25,00 a \$30,00, sin embargo, a pesar de cobrar mucho, toca contratar, por la confianza de meter a una persona que no se conoce. Jardinero desde \$25,00 cada visita, 2 veces al mes son \$50,00.

13. ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de reparación en línea y por qué?

Sí, porque es una empresa y brinda confianza, seguridad, compromiso y sobre todo si tiene precios asequibles. Por el tiempo, seguridad y cumplimiento del servicio en el tiempo contratado.

Y si se encuentra todo en la aplicación, que se haga el pago desde la misma aplicación porque ahorraría tiempo para varios tipos de servicios. Si son personas comprometidas y si la empresa está comprometida con los clientes.

14. ¿Cuántas veces al año ustedes contratan servicios de reparación?

Hay más demanda cuando hay invierno, se necesita arreglar la parte eléctrica, instalaciones, pintura, entre otros. Una vez al año, pintura y mantenimientos eléctricos. Cada 3 meses dar mantenimiento a los electrodomésticos para el uso diario.

Anexo 4. Focus group 2

Participantes: Trabajadores de TIA - OFICINA CENTRAL

- Fabián Suárez – Ingeniero en Logística – Jefe de implantación de categorías.
- María Fernanda Tituaña – Ingeniera en Marketing – Catman sección de perfumería
- Jazmín Choez – Licenciada en Administración de empresas – Catman de sección de limpieza.
- Valeria Valle – Licenciada en Marketing y publicidad - Administradora de textiles
- María Zambrano – Ingeniera en estadística - Analista
- Omar Cruz – Ingeniero Industrial - Procesos
- Isabel Vera - Licenciada en Marketing y publicidad – Catman sección comestibles

1. ¿Qué importancia tiene la tecnología en su vida?

Los participantes indican que en una escala de 1 al 10, para ellos es 9 ya que por este medio realizamos pedidos de comida, medicinas y cualquier otra cosa que nos hace falta en el hogar.

2. ¿Alguna vez ha comprado por internet servicios en línea? ¿Cuéntenos su experiencia?

De las 7 personas que estuvieron en el grupo, indicaron que realizan compras en línea y su experiencia es satisfactoria ya que no necesitan movilizarse a un lugar para adquirir lo que necesitan para obtenerlo. Así podemos dedicarnos a otras actividades.

3. ¿Qué opina usted de que exista una página web y aplicación que integre proveedores que ofrecen servicios de reparaciones en línea?

No conocíamos que existe una aplicación que brinde este servicio en Guayaquil, para nosotros es una muy buena opción ya que para buscar a un maestro y de fácil acceso. En el hogar existen diferentes de estas necesidades y no hay como acceder a estos servicios al menos no sabemos.

4. ¿Qué es lo peor que le ha pasado con maestros que le han prestado los servicios de reparación?

Lo peor que nos ha pasado es que hemos llamado a algún maestro recomendado, realiza el trabajo se le cancela por este, pero después nos damos cuenta que el trabajo quedó mal hecho y lo peor de todo cuando se los vuelve a llamar ya no contestan o salen enojados.

5. ¿Qué es lo que más le preocupa cuando entra un desconocido a su hogar?

La seguridad es lo que más preocupa ya que no siempre son recomendados los encuentran en las calles o aparecen en internet y no sabemos quienes realmente son estas personas, los llevamos a nuestros hogares y conocen donde vivimos y lo que hay dentro de la casa.

6. ¿En el momento de existir un problema en su hogar, usted prefiere contratar a una persona natural o a una empresa que preste servicios de reparación?

Elegiría una empresa que me brinde este servicio y que garantice que sus aliados son confiables y lo más importante que de seguridad. Nosotros buscamos la mayoría de servicios en aplicaciones.

7. ¿Qué tan fácil le resulta encontrar el servicio de reparación al momento de existir un problema en su hogar?

Es muy difícil encontrar quien realice los trabajos en el hogar y a veces los que nos recomiendan no tienen la disponibilidad inmediata para resolver los problemas del hogar en el momento que lo necesitamos.

8. ¿Qué opina de una empresa dedicada y especializada a dar servicios de reparaciones?

Nos parece que es una opción viable y lo mejor que es por medio de aplicación, vamos a obtener una respuesta rápida de esa forma encontrar el técnico que necesitamos.

9. ¿Cuándo existe un problema de reparaciones quien busca el servicio?

Actualmente acudimos a nuestros esposos, hermanos o en el caso de algunos participantes hombres tratan de repararlos ellos mismos. También algún maestro que nos recomiendan de nuestro círculo cercano.

10. ¿Ha utilizado las redes sociales para solucionar su problema de reparación?

Si claro, la mayoría de nuestros problemas del hogar o queremos adquirir algo los buscamos en google, Marketplace en Facebook, Instagram, etc.

11. ¿Cómo evalúa el pago por el servicio de reparación a través de una empresa que garantice el trabajo realizado?

El pago del servicio se evalúa dependiendo del trabajo que realiza, los materiales que lleve para la reparación o el mantenimiento que ejecute en ese trabajo que realiza, la dedicación por resolver y no poner excusas en reparar lo que está dañado.

12. ¿En cuanto al precio y de acuerdo a los servicios contratados, podrían decir precios?

- Esto va a depender del trabajo que se realice:
- Si es por electricidad creo que cuesta máximo 30 dólares.
- Mantenimiento de aire acondicionado – 25 dólares.
- Jardinera – 30 dólares.
- Gasfitería – 20 dólares.
- Claro está que estamos conscientes que esto va a variar de acuerdo al daño que presente.

13. ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de reparación en línea y por qué?

Si actualmente contactamos a personas para limpieza por las redes sociales, si la empresa que nos estás presentando tiene la aplicación se realiza la descarga para experimentar el servicio y la rapidez que brinda.

14. ¿Cuántas veces al año ustedes contratan servicios de reparación?

Las veces que necesite realizar una reparación o mantenimiento en mi hogar, lo que realizamos dos o hasta tres veces al año es el mantenimiento del aire acondicionado.

Anexo 5. Entrevistas

Entrevista a proveedor de servicios de mantenimiento de piscinas

Entrevistado: Franklin Zabala

1. ¿Cuál es su profesión?

Mantenimiento de piscinas

2. ¿Trabaja independiente o pertenece a alguna empresa?

Es independiente y tiene su propia empresa, Zabala Pool Service

3. ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Dedicada a la mantención de piscinas en la Ciudad de Salinas y alrededores.

4. ¿Cuál es su mercado?

Zabala Pool Service presta sus servicios a hogares, ciudades y edificios entre otros.

5. ¿Con qué frecuencia semanal o mensual usted realiza el trabajo?

El sr. Zabala visita a sus clientes de 2 a 3 veces por semana. Por su conocimiento y planificación que tiene con sus clientes, sólo tiene un asistente.

6. ¿Cuáles son las tarifas que cobra por el mantenimiento de las piscinas?

Piscinas pequeñas de hogares, de \$70,00 a \$100,00 mensuales.

Piscinas medianas en edificios, de \$150,00 a \$200,00 mensuales.

Piscinas grandes en ciudadelas, \$300,00 a \$400,00 mensuales.

7. ¿Las tarifas que maneja es por la mano de obra o incluye materiales?

El sr. Zabala incluye en el servicio todos los gastos de químicos que usa para dar el respectivo mantenimiento en las piscinas. De esta forma, el usuario no debe ocuparse de comprar materiales o que compre algo que no le sirva.

8. ¿Cuál es su mayor satisfacción en su trabajo?

Con años de experiencia y buen servicio, el sr. Zabala se ha ganado la confianza de sus clientes, al punto que estos les dejan las llaves de sus casas para que él pueda realizar su trabajo.

9. ¿Cuál cree usted que ha sido lo más difícil en su profesión?

Al principio porque no lo conocían desconfiaban de su persona y de su trabajo, teniendo que demostrar honestidad y profesionalismo.

10. ¿Cuáles han sido los mayores obstáculos con los que se ha enfrentado?

- Que no le paguen
- Que se molesten los clientes para no pagar
- Reclamos de los clientes porque se les irritan los ojos o la piel por exceso de productos químicos.
- Reclamos de clientes porque el agua se pone verde por falta de mantenimiento oportuno.

Entrevistas a especialista en tecnología

Entrevistada: Carmen Margarita Loor, Programadora

1. ¿Qué opina sobre las compras en línea?

Son una herramienta muy útil que nos facilita un poco la obtención de bienes o servicios.

2. ¿Cuáles considera usted que son las tendencias de compras en línea actualmente?

Ropas y tecnología

3. ¿Considera Usted a la tecnología un buen medio de compras, y por qué?

Sí, porque nos disminuye el tiempo en que nos tomaría ir a buscar un objeto o servicio a un centro comercial o a otro lugar, dándonos múltiples opciones de los mismos.

4. ¿Según su experiencia qué es lo más relevante en el momento de hacer una App para venta de servicios?

La seguridad al momento de querer realizar los pagos.

5. ¿Usted cree que resulta fácil a los usuarios realizar compras de servicios en línea?

Considero que depende de la persona que realice la compra, no es lo mismo con las personas que han nacido rodeadas de tecnología a personas mayores que suelen ser las más reacias al cambio tecnológico.

6. ¿Según su experiencia qué es lo que más valoran los usuarios a la hora de elegir un producto o servicio en línea?

El tiempo en obtenerla y el costo monetario más la seguridad que una empresa en línea confiable puede dar.

7. ¿Según su experiencia, ¿dónde se le hace más fácil comprar al usuario en una APP o en una página web?

En una app

8. ¿Qué nos recomienda en el manejo de la página o App?

Verificar la seguridad de las mismas y que estas sean intuitivas con el usuario.

9. ¿Cómo saber si una página es segura para comprar en línea?

- Verificar que tengan protocolos https al momento de realizar los pagos.
- Verificar su ranking para saber si se puede comprar en ella (que no sea estafa).

Entrevista a especialista en tecnología

Entrevistado: Álvaro Yturburo García, Líder de proyectos Agrosoft

1. **¿Qué opina sobre las compras en línea?**

Las compras en línea ofrecen una serie de ventajas significativas, como la comodidad de comprar desde cualquier lugar y en cualquier momento, la amplia disponibilidad de productos y servicios, y la posibilidad de comparar precios y leer reseñas de otros compradores. Sin embargo, también existen desafíos en términos de seguridad y confianza en las transacciones en línea.

2. **¿Cuáles considera usted que son las tendencias de compras en línea actualmente?**

Actualmente, algunas tendencias destacadas en las compras en línea incluyen el aumento de las compras a través de dispositivos móviles, la personalización de la experiencia de compra, el uso de chatbots y asistentes virtuales para brindar soporte al cliente, la adopción de tecnologías como la realidad aumentada para mejorar la experiencia de compra y la creciente popularidad de los marketplaces en línea.

3. **¿Considera Usted a la tecnología un buen medio de compras, y por qué?**

Sí, la tecnología es un medio muy eficiente y conveniente para realizar compras.

La tecnología ha facilitado el acceso a una amplia gama de productos y servicios, ha mejorado la velocidad y eficiencia de las transacciones, y ha proporcionado opciones de pago seguras. Sin embargo, es importante tener precauciones en cuanto a la seguridad de las transacciones y proteger los datos personales.

4. **¿Según su experiencia, qué es lo más relevante en el momento de hacer una App para venta de servicios?**

En el desarrollo de una App para venta de servicios, es fundamental ofrecer una experiencia de usuario intuitiva y fluida. La aplicación debe ser fácil de navegar, tener un diseño atractivo y contar con funciones que faciliten la búsqueda, selección y compra de servicios. También es importante asegurarse de que la App sea rápida, segura y esté optimizada para dispositivos móviles.

5. ¿Usted cree que resulta fácil a los usuarios realizar compras de servicios en línea?

En general, realizar compras de servicios en línea puede ser relativamente fácil para los usuarios, especialmente si la plataforma de compra proporciona una interfaz intuitiva y un proceso de pago sencillo. Sin embargo, la facilidad de uso puede verse afectada por factores como la complejidad del servicio, la confianza en el proveedor y la seguridad de las transacciones.

6. ¿Según su experiencia, qué es lo que más valoran los usuarios a la hora de elegir un producto o servicio en línea?

Los usuarios suelen valorar la calidad del producto o servicio, las reseñas y calificaciones de otros usuarios, la confiabilidad y reputación del vendedor, las opciones de entrega y devolución, así como la seguridad y privacidad de los datos personales.

7. ¿Según su experiencia, dónde se le hace más fácil comprar al usuario en una App o en una página web?

La facilidad de compra puede variar según la preferencia del usuario y la interfaz de la App o página web en cuestión. Algunos usuarios pueden encontrar más fácil comprar a través de una App debido a su diseño centrado en dispositivos móviles y funcionalidades específicas.

Otros usuarios pueden preferir una página web por su capacidad para mostrar más información de manera simultánea. Ambas opciones pueden ser igualmente efectivas si están bien diseñadas y optimizadas para brindar una buena experiencia de compra.

8. ¿Qué nos recomienda en el manejo de la página o App?

En el manejo de una página o App para venta de servicios, es recomendable priorizar la facilidad de uso, la velocidad de carga, la seguridad de las transacciones y la atención al cliente. Mantener una interfaz intuitiva y atractiva, proporcionar información clara sobre los productos o servicios, ofrecer diversas opciones de pago y brindar un servicio de atención al cliente eficiente son elementos clave para el éxito en la gestión de una página o App de compras en línea.

9. ¿Cómo saber si una página es segura para comprar en línea?

Para determinar si una página es segura para comprar en línea, se pueden

considerar los siguientes aspectos:

- Verificar si la página utiliza una conexión segura mediante el protocolo HTTPS.
- Buscar sellos o certificados de seguridad reconocidos, como SSL.
- Revisar las políticas de privacidad y protección de datos de la página.
- Investigar la reputación y comentarios de otros usuarios sobre la página.
- Utilizar métodos de pago seguros y confiables, como tarjetas de crédito con protección contra fraudes.
- Mantener actualizado el sistema operativo y el software antivirus del dispositivo utilizado para realizar la compra.

Entrevista a experto de ventas en tiendas digitales

Entrevistada: Ariana Veronica Pardo, Empresa digital en línea QA BIOFEEDER

1. ¿Qué rango de edad se interesan por las compras de productos o servicios en líneas?

20 a 35 años

2. ¿Qué medio de pagos utilizan frecuentemente?

Transferencias

3. ¿Cuáles son las sugerencias o ayudas que solicitan los usuarios en el momento de hacer sus compras?

Información del producto y medios de cómo retirar o donde ver el producto.

4. ¿Cuáles creen que son los servicios en líneas más solicitados por los usuarios?

Comida

5. ¿Cómo ve usted las tendencias de las compras en las tiendas digitales, y por qué?

Creciente ya que se consigue productos más baratos que en tiendas físicas

6. ¿Cómo cree usted que se les da seguridad a los clientes que están en una página confiable al comprar en línea?

Cuando se le envía fotos del producto real o de su paquete listo con los datos

7. ¿Qué estrategias se deben de tener en cuenta para vender servicios o productos en líneas?

Indicar siempre el precio del producto con las especificaciones técnicas que se

tengan

8. ¿Según su experiencia qué cree usted que les atrae a los clientes en una tienda digital?

La variedad de productos o las alternativas que no se encuentran en otro lugar

9. ¿Qué sugerencias o recomendaciones considera usted que nos puede proporcionar para manejar bien la tienda de servicio?

Tener el producto en stock para despachar inmediatamente.

Entrevista a experto de ventas en tiendas digitales

Entrevistado: José Mairongo, Empresa ZONA COMPU

1. ¿Qué rango de edad se interesan por las compras de productos o servicios en líneas?

Desde 17 años en adelante

2. ¿Qué medio de pagos utilizan frecuentemente?

- Tarjetas de crédito.
- Tarjetas de débito
- Transferencias

3. ¿Cuáles son las sugerencias o ayudas que solicitan los usuarios en el momento de hacer sus compras?

Lo que sea suficiente para su necesidad y que sea económico.

4. ¿Cuáles creen que son los servicios en líneas más solicitados por los usuarios?

Compras de equipos tecnológicos, en caso de niños recargas y compras de juegos

5. ¿Cómo ve usted las tendencias de las compras en las tiendas digitales, y por qué?

Muy precisa, porque hace que los usuarios ya tengan una idea de lo que buscan y no se sienten obligados o presionados si lo hacen personalmente en un mostrador con un vendedor.

6. ¿Cómo cree usted que se les da seguridad a los clientes que están en una página confiable al comprar en línea?

Teniendo buen registro de calificación de vendedores y teniendo datos reales y verificables al momento de hacer la compra

7. ¿Qué estrategias se deben de tener en cuenta para vender servicios o productos en líneas?

No ofrecer lo que busca y, más bien crear una necesidad y darle la solución a su necesidad

8. ¿Según su experiencia qué cree usted que les atrae a los clientes en una tienda digital?

Lo llamativo, interactivo con detalles, palabras claves y que ellos entiendan en lenguaje sencillo.

9. ¿Qué sugerencias o recomendaciones considera usted que nos puede proporcionar para manejar bien la tienda de servicio?

Entre más sencillo e intuitivo mejor para los usuarios no familiarizados con tecnologías

Ilustración 1. Logo YA FUNCIONA!



Ilustración 2. Significado de los colores

	Rojo: acción
	Amarillo: armonía
	Azul: confianza
	Naranja: entusiasmo
	Verde: naturaleza
	Morado: misterio
	Rosado: jovialidad
	Negro: poder
	Blanco: sencillez
	Gris: moderación