



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

**MODELO DE NEGOCIO
“EMPRESA DIGITAL DE SERVICIOS DE REPARACIÓN Y
MANTENIMIENTO PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”:**

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

SILVIA ANDREINA REYES LIMONES

Tutoría por: BERTHA DE JANON

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

**Guayaquil, Ecuador
Septiembre, 2023**

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Reyes Limones Silvia Andreina** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **“Empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento para el hogar en la ciudad de Guayaquil”**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **YAFUNCIONA!**
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:

Silvia Reyes Limones

Stefani García Espinoza

Fabricio Constante Paredes

Luis Alonso Pérez Pérez

Manuel Hormazábal Faust

Ángela Constante Santos

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.

Andreina Reyes L.

Reyes Limones Silvia Andreina
0926416009

Declaro que:

Yo, Reyes Limones Silvia Andreina en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento para el hogar en la ciudad de Guayaquil”** 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.



Reyes Limones Silvia Andreina
0926416009

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, se establecen alianzas estratégicas con instituciones educativas y proveedores de materiales. Esto garantiza 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, y 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, es 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 CLAVES

Reparaciones, mantenimiento, tecnología, hogar, técnico reparación.

CONSIDERACIONES ETICAS

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

INDICE

1. Índice	
2. Antecedentes Y Justificación:	9
3. Breve descripción del Modelo de Negocio completo	12
1. Estudio de Mercado	16
3.1. Objetivo general.....	16
3.2. Objetivos específicos	16
3.3. Población	17
3.4. Muestra	19
3.5. Diseño de la Investigación	19
3.5.1. Metodología.....	19
3.5.2. Alcance	20
3.5.3. Técnicas de investigación.....	20
3.6. Resultados de la investigación	20
3.6.1. Expertos en tecnologías	20
3.6.2. Especialistas en tiendas online	21
3.6.3. Expertos en mantenimiento de piscina	22
3.7. Focus Group.....	22
3.7.1. Resultados del Focus Group	22
3.8. Resultados de la Encuesta.....	24
4. Análisis 5C's	24
4.1. Contexto.....	24
4.2. Factores Políticos	25
4.3. Factores Económicos	25
4.4. Factores Sociales - Culturales	25
4.5. Factores Tecnológicos	26
4.6. Factores Ecológicos	26
4.7. Factores Legales	26
4.8. Compañía	27
4.9. Análisis FODA	27
4.9.1. Fortalezas.....	27
4.9.2. Debilidades	28
4.9.3. Oportunidades.....	28
4.9.4. Amenazas.....	29

4.10.	Cliente	29
4.10.1.	Mercado Objetivo	30
4.10.2.	Mercado Potencial	30
4.10.3.	Demanda Potencial	31
4.10.4.	Descripción Del Mercado	31
4.11.	Competencia.....	31
4.11.1.	Análisis de las cinco fuerzas de Porter	32
4.11.2.	Poder de negociación de los clientes	32
4.11.3.	Amenaza de entrada de nuevos competidores	33
4.11.4.	Poder de negociación de los proveedores	34
4.11.5.	Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	34
4.11.6.	Rivalidad entre competidores	34
4.12.	Colaboradores.....	35
5.	Conclusiones y Recomendaciones	36
5.1.	Conclusiones	36
5.2.	Recomendaciones	38
6.	Bibliografía.....	40
7.	Anexos.....	41

2. 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. Finalmente, las personas tienen habitualmente dos opciones, que les recomienden a alguien o salir a buscarlos en la calle con el riesgo que esto implica. Esta preocupación se vuelve mayor cuando pasa a ser una emergencia y 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), 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.

En el año 2018, diario 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 realizado, 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, 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! garantiza 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 ESPECIFICOS:

Los objetivos específicos son:

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

3. Breve descripción del Modelo de Negocio

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. 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.

En el estudio de mercado realizado durante este proceso, arrojó que sólo el 14.1% de los encuestados ver anexo (**Figura1**) 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, además de "El Crossfit de la construcción" es un centro de capacitación para técnicos y clientes, así como también contratos de mantenimiento preventivos programados.

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. Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado analizará a la empresa YAFUNCIONA! que presta servicios técnicos de reparación y mantenimientos de diversas áreas. La cartera de servicios en la aplicación en línea es amplia: albañilería, plomería, electricidad, jardinería, pintura, aire acondicionado y piscinas, entre otros, para los hogares en la ciudad de Guayaquil.

Esta empresa está especializada en reparaciones del hogar, trabajos que siempre son necesarios ya que con el uso de los elementos en una vivienda se van deteriorando con el tiempo y, de acuerdo con el Informe de Tendencias 2021 de Zendesk, el 75% de los clientes quieren comprar a las empresas que facilitan las transacciones online y permiten que sean rápidas (da Silva, 2022).

El presente estudio permite indagar los objetivos planteados, conocer al consumidor del servicio en línea, posibles clientes, competidores y precios. Al mismo tiempo, también identifica y define las oportunidades y problemas para monitorear, rectificar y planificar. Además, este trabajo de investigación de mercado y marketing diseña las técnicas para recabar toda la información que se requiere analizar; se recopilan los datos, se analizan los resultados se presentan los hallazgos y sus implicaciones.

3.1. Objetivo general

Evaluar la aceptación de la empresa YAFUNCIONA que presta servicios técnicos de reparación y mantenimiento en los hogares por medio de canales digitales.

3.2. Objetivos específicos

- Validar que la propuesta satisface las necesidades del cliente.
- Determinar los canales digitales con mayor aceptación para solicitar servicios de reparación y mantenimiento del hogar.
- Identificar el conocimiento de los clientes sobre otros actores que compiten en el mercado con este tipo de servicios.

- Conocer las preferencias de los clientes al momento de elegir empresas de servicios.

3.3. Población

Se considera a los residentes de la ciudad de Guayaquil de 25 a 65 años pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B, C+.

Ecuador se divide en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D (INEC).

De acuerdo la información obtenida anexo (**Figura 1**) se constata que la población de Guayaquil entre hombre y mujeres con edades comprendidas entre 25 y 65 años es de 1,268,060 habitantes. Como se puede observar en el anexo (**Figura 2**), el grupo objetivo comprende los niveles económicos de A, B, C + que representan en su conjunto el 35.9% de la población, lo que equivale a 455,233.54 habitantes. Tomando en cuenta que la media de integrantes por hogar en el Ecuador es de 3.8 personas por vivienda, esto da un total de 119,798.30 posibles hogares a las que se les podrá brindar el servicio.

Tabla A 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

Ecuador: Proyección De Población Por Años En Edades Simples. (en..). www.inec.gob.ec.

Tabla A 2.*Población total de Guayaquil por edades entre 25 y 65 años.*

Segmento	Estrato socioeconómico	% de la Población Total	Población (Número de Habitantes)
Población total Guayaquil			2,698,000.00
Población entre 25 y 65 años		47%	1,268,060.00
Niveles económicos	A	1.9%	24,093.14
	B	11.2%	142,022.72
	C+	22.8%	289,117.68
Total, población clientes			455,233.54
Segmento		Integrantes promedio por vivienda	Potencial de viviendas en Guayaquil
Integrantes por familia		3.8	119,798.30

Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico NSE 2011. www.ine.gob.ec

3.4. Muestra

Con el dato de la población al que se ha llegado, se puede calcular la muestra a la que se realizará la encuesta. Para determinar la muestra se utilizará la siguiente fórmula obtenida con los datos ingresados en la página web surveymonkey.com

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales) • z = puntuación z

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media. Para encontrar la puntuación z adecuada, se considera un margen de error del 5% el cual resulta, de acuerdo con el anexo (**Figura 3**), que la muestra para la encuesta debe ser de **385** personas para que sea significativa.

3.5. Diseño de la Investigación

Se requiere obtener información que responda a los objetivos específicos para lograr el objetivo general de este estudio. Para esto se deben realizar actividades de exploración que permitan a la compañía obtener información desde la perspectiva del mercado y aliados claves.

3.5.1. Metodología

La metodología será mixta porque se necesitan obtener datos del mercado que se medirán cuantitativa y cualitativamente como datos demográficos y otros antecedentes que ayuden a complementar o validar la propuesta, pero también, se requieren conocer las preferencias y percepciones que se tiene acerca de esta propuesta (Hernández-Sampieri, 2014).

3.5.2. Alcance

Se ha definido que el alcance de esta investigación será del tipo exploratoria, visto que se requiere indagar en el mercado objetivo las necesidades y expectativas de este (Hernández-Sampieri, 2014).

3.5.3. Técnicas de investigación

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- **Entrevista** a profundidad de tipo estructurada y semi abierta serán realizadas a un Experto en App, expertos que tienen tienda en línea y trabajadores del sector y maestros profesionales.
- **Focus Group:** El grupo focal se realizará a dos grupos de personas entre los 25 y 65 años, mujeres y hombres trabajadores de acuerdo con nuestro mercado objetivo.
- **Encuesta:** Mediante la plataforma de Google Forms se realizará una encuesta a los clientes potenciales como familias. De acuerdo con los datos de la población actual, en la ciudad de Guayaquil, la muestra arroja que el número mínimo de encuestados deben ser 385 personas para que tenga una relevancia estadística.

3.6. Resultados de la investigación

3.6.1. Expertos en tecnologías

Los expertos en tecnología expresan que, 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.

Entrevistas a especialista en tecnología.

Sin embargo, también existen desafíos en términos de seguridad y confianza en las transacciones en línea, pero sigue siendo ventajoso el ahorro de tiempo porque se encuentra todo en un mismo lugar al tener múltiples opciones de servicios y productos.

Los usuarios valoran el costo monetario, seguridad, garantía, las reseñas, calificaciones de otros usuarios, confiabilidad y reputación de la empresa, y confianza que la empresa en línea le puede dar, así como la seguridad y privacidad de los datos personales.

Es recomendable tener en cuenta en la App 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 buen servicio al cliente. Además, deben verificar que tengan protocolos https al momento que el usuario realice los pagos, es importante tener precauciones en cuanto a la seguridad de las transacciones y proteger los datos personales.

En conclusión, todo este soporte de sugerencias y recomendaciones de los expertos ha permitido mejoras en el desarrollo de la App de YAFUNCIONA, tanto de los servicios como de la seguridad para el usuario.

3.6.2. Especialistas en tiendas online

Tomando en consideración las entrevistas realizadas a los especialistas proveedores de servicios se puede utilizar este tipo de búsqueda para las personas con edades comprendidas entre los 25 a 45 años que corresponde a las generaciones Millennials y Centennials.

Adicionalmente, se tiene la percepción por parte de los usuarios que los bienes y servicios que se promueven en plataformas digitales son más baratos que a través de tiendas físicas. De igual manera, se mantiene la percepción de que existen un abanico de servicios adicionales en una sola aplicación que durante la búsqueda de forma física.

Los clientes esperan tener la facilidad de pago de diferentes formas, mediante pago de tarjeta de crédito, débito o transferencia, lo que satisface la comodidad al usuario y se adapta a la realidad de cada cliente; de esta forma no se sienten presionados de solo tener que cancelar en efectivo.

3.6.3. Expertos en mantenimiento de piscina

Tomando la experiencia de un proveedor de mantenimiento de piscinas, se determinó que entre los principales problemas manifestados se tiene que es difícil generar confianza a los clientes en el inicio de operaciones y el incumplimiento de pago por parte de algunos clientes a pesar de haber realizado el trabajo a cabalidad y con profesionalismo. Estas situaciones se eliminarían con el modelo de pago de la plataforma a través de la página web o App.

De igual manera, se observa que el modelo de ingresos está segmentado de acuerdo con la magnitud del trabajo a realizar con tarifas altas que puedan garantizar la calidad de servicio y productos a utilizar.

3.7. Focus Group

El Focus Group se realizó el 31 de mayo del 2023, siendo el objetivo principal evaluar la propuesta de servicios de reparación y mantenimiento en línea, con interfaz en aplicación tecnológica. Los detalles de esta actividad.

3.7.1. Resultados del Focus Group

Entre los principales resultados, se pueden mencionar:

- Los clientes asocian nuestros servicios con mantenimiento preventivo/correctivo, sin embargo, lo primero en qué piensan al preguntar por mantenimiento es limpieza del hogar. Otros servicios asociados fueron limpieza de muebles y cocina.

- Los clientes buscan a alguien que resuelva sus problemas de reparación y mantenimiento porque no cuentan con las herramientas, conocimiento ni tiempo para resolverlos.
- Buscan recomendaciones de familiares y amigos para ubicar un maestro de confianza. A veces también contactan a la persona que realiza mantenimiento en sus centros de labores o buscan en redes sociales personas que realizan este servicio.
- En un mantenimiento de rutina, los atributos que más se valoran se muestran en economía, seguridad, referencia de precios, puntualidad y calidad
- Ante reparaciones urgentes, los atributos más valorados se presentan en seguridad, rapidez y calidad.

Entre los aspectos positivos encontrados que se considerarán para la configuración de atributos del servicio, podemos mencionar:

- Rapidez, seguridad y calidad. - Staff con experiencia y altamente calificado.
- Ser un aplicativo y sea fácil de usar, tener página web y sea amigable con el usuario.
- El técnico debe hacer referencia a la empresa (con logo) para favorecer la imagen. Deben estar capacitados en las nuevas construcciones. Estar en capacidad de leer los planos de las instalaciones para reparaciones complejas. La empresa debería tener presencia en Twitter, Instagram y LinkedIn. Podría tener una línea de WhatsApp.
- Se valorará tener la opción de escoger otro medio de pago: no solo a través de la aplicación. Sin embargo, pedir el servicio a través de la aplicación no generaría resistencia.
- La principal publicidad debería ser a través de Facebook y la recomendación boca a boca. Se podrían generar dando algún servicio gratuito adicional al que están contratando.

3.8. Resultados de la Encuesta

Luego de dimensionar el tamaño de mercado, se utilizó una fórmula simple para validar el tamaño de la muestra a la que se deberá realizar las encuestas. El objetivo quedó fijado en 385 encuestas y al momento se recibieron respuesta de 110 participantes, por medio de la plataforma Google Forms, por lo que el análisis y la conclusión podrá variar al momento de cumplir con el objetivo propuesto.

Se realizó encuesta a residentes de Guayaquil y Samborondón con un rango de edades comprendido entre los 20 y 65 años, en donde el 71% de los encuestados tiene entre 40 y 44 años, 67% mujeres, casados el 54%, con ingresos mayores a mil dólares el 50% de las respuestas. Únicamente el 14% ha contratado servicios de reparaciones o mantenimiento para el hogar por medio de plataformas digitales, el 60% de los encuestados estaría dispuesto a contratar este tipo de servicio por medio de APP o página web, el 4,5% de los encuestados no solicita este tipo de servicio por ningún medio.

En promedio, los encuestados destinan \$54,5 dólares al mes para mantenimiento y reparaciones del hogar, siendo WhatsApp con el 38,2% el medio más utilizado para conseguir este tipo de servicio. El 63% de los encuestados considera que la honestidad y la seguridad son los principales factores por considerar para la toma de decisiones al momento de contratar un servicio.

4. Análisis 5C's

4.1. Contexto

Para este elemento se utilizará el análisis PESTEL, en el cual se consideran los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que podrían afectar directa o indirectamente a la compañía. Para este fin, se ha considerado información hasta el 30 de abril del 2023.

4.2. Factores Políticos

La inestabilidad e incertidumbre política afecta la inversión y frena la economía. Sumado a esto, la desconfianza en las autoridades genera incertidumbre en las personas y empresas que prefieren no invertir más que lo mínimo indispensable ya que, nuevamente, el Ecuador ha sido calificado con una baja puntuación de 36 / 100 en índices de corrupción.

Esta incertidumbre podría afectar en algunos servicios de la compañía que no sean de alta prioridad para los consumidores (PRIMICIAS, 2023).

4.3. Factores Económicos

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano proyectado para el año 2023 se ha visto levemente reducido a un 2.9% según el FMI debido a una reducción de las inversiones a causa del alto riesgo del país. Esto genera una influencia negativa en el mercado sobre el cual se quiere operar y podría verse afectada la venta de servicios no esenciales. Este mismo organismo señala, además, que el desempleo se reducirá del 3.8% al 3.6%. Por lo tanto, se podría considerar que la disponibilidad de técnicos seguiría estando potencialmente disponible (ECUADOR B. C., 2023).

4.4. Factores Sociales - Culturales

La inseguridad social, actualmente, está exigiendo protocolos más estrictos para la contratación de empresas que prestan servicios. De la misma manera, hay una tendencia en los ciudadanos a ser más restrictivos con las personas de servicios que ingresan a sus hogares por un asunto de seguridad periódico La Hora (HORA, 2023).

En otro aspecto, según la publicación “Las 10 tendencias globales de consumo en 2023” de (EUROMONITOR, 2023) International, en su contenido “Controlar el scroll” indica, entre otras cosas, que la inversión ha crecido después de pandemia alrededor de un 50% más en el desarrollo de aplicaciones, plataformas móviles y marketing a medida y cerca del 46% en

mejoras de búsqueda en la web debido a que los consumidores pasan mucho más tiempo frente a una pantalla pero en aquellas aplicaciones o suscripciones que les sean de valor.

Todo esto debe considerarse en el diseño de las plataformas que se diseñen para la compañía, que sea de fácil uso, visualmente atractiva y que otorgue seguridad a los consumidores a través de alguna herramienta tecnológica.

4.5. Factores Tecnológicos

Las tendencias tecnológicas están llevando a que las empresas inviertan en tecnología como parte de una estrategia para modernizar o innovar su modelo de negocio, tanto para desarrollar una nueva propuesta de valor como para maximizar la experiencia del cliente. Además, los datos que se generan permiten hacer más eficiente el proceso de toma de decisiones (LEON, 2023).

4.6. Factores Ecológicos

En la temporada de *invierno* en Guayaquil, es habitual las intensas lluvias y con esto los daños estructurales en algunas viviendas. Algunos usuarios o residentes se ven forzados a reparar sus hogares de manera urgente como así también, otros realizan mantenimientos preventivos para la temporada siguiente.

Según el diario El Universo en su publicación del 23 de marzo 2023, nos señala que, en el segundo semestre del año, podría presentarse El Niño, según informó el comité para el Estudio Regional del fenómeno El Niño (Erfen) (UNIVERSO, 2023).

4.7. Factores Legales

La nueva Ley de Protección de Datos Personales que rige desde mayo 2023 y aplica a todos los sectores y tamaños de empresas, es una condicionante que debe ser considerada por el impacto legal y que no siempre, se le da la importancia que reviste. En el caso de las plataformas digitales deben tomarse los resguardos pertinentes para que los clientes ni prestadores de servicios se vean afectados (PRODUCCION, 2023).

4.8. Compañía

La empresa vende servicios de reparación y mantenimiento para el hogar como albañilería, plomería, servicios eléctricos, jardinería y otros.

4.9. Análisis FODA

Se analiza el contexto de la empresa YAFUNCIONA a través del FODA con el fin de planificar estrategias para identificar la situación actual de la empresa y su proyección en el tiempo.

Es esencial que exista un procedimiento que esté captando, recurrentemente, nuevos prestadores de servicios para alcanzar el nivel óptimo en la experiencia del cliente y mantener un ambiente favorable que reduzca la rotación de los prestadores de servicios.

4.9.1. Fortalezas

- **Amplia red de prestadores de servicios:** Con los profesionales seleccionados en los diversos institutos más los prestadores de servicio que no tengan un título, pero que por su experiencia puedan validar sus conocimientos, se logrará mantener una cobertura con técnicos de diversas áreas para una atención oportuna en los diferentes puntos de la ciudad.
- **Materiales de alta calidad:** Alianza estratégica con MAVIJU, empresa con 25 años de experiencia en la importación de productos de iluminación, material eléctrico, herramientas y material de construcción, entre otros. (maviju.com).
- **Plataformas digitales que facilitan la experiencia del cliente:** Para que la experiencia del cliente sea de calidad, se diseñó una aplicación (App) y página web, en la que se prioriza la facilidad de uso, la velocidad de carga y la seguridad de las transacciones, manteniendo una interfaz intuitiva y atractiva, que proporciona

información clara sobre los servicios, ofrece diversas opciones de pago y brinda un servicio de atención al cliente eficiente.

- **Desarrollar el posicionamiento de marca por medio de campañas de marketing:**

Los competidores directos no realizan campañas masivas promocionando sus servicios, por lo que se tiene la oportunidad de captar mercado realizando campañas de marketing dirigidas a nuestro grupo objetivo.

4.9.2. Debilidades

- **Empresa nueva en el mercado:** La penetración de la marca en el mercado, captación de clientes y participación de mercado es una evidente debilidad en el inicio de operaciones.

- **Alta rotación de prestadores de servicios:** Se espera la deserción por parte de técnicos debido a las exigencias de calidad y servicio de la empresa durante el ciclo inicial de operaciones.

- **Movilización propia limitada:** Al inicio de las operaciones dependeremos de los medios de movilización de los prestadores de servicios (moto, transporte público, etc.).

4.9.3. Oportunidades

- **Alianzas estratégicas con universidades o colegios técnicos y asociaciones de artesanos para contar con profesionales calificados:** Se convierte en nuestra fuente de reclutamiento y recursos humanos.

- **Alianzas estratégicas con fabricantes de materiales de construcción y eléctricos:** Aumentar el número de proveedores aliados, permitirá ampliar la disponibilidad y variedad de productos.

- **Prestadores de servicios capacitados:** Los prestadores de servicios serán seleccionados de los principales Institutos tecnológicos de la costa validados por el SENESCYT y se continuará con el proceso de aprendizaje en el centro de capacitación “Crossfit de la construcción” (ECUADOR E., 2023).

4.9.4. Amenazas

- **La inseguridad social podría limitar la solicitud de servicios en los hogares:** Los servicios serán monitoreados por los clientes a través de un panel visual dentro de la página web y/o la APP con localización GPS en tiempo real. Mediante un código QR con un número de identificación el cliente comprobará que prestador de servicio es efectivamente la persona que ha contratado para brindar el servicio. Adicionalmente, se levantará la información geográfica de la ubicación del domicilio de cada técnico en el registro de ingreso más su récord policial. Esta información se comunicará mediante campañas a los clientes para minimizar la percepción de inseguridad que puedan sentir los usuarios.
- **Reformas a leyes de índole tributaria o laboral que encarezca la operación:** Los cambios permanentes de la política fiscal del Gobierno podrían afectar el retorno de la inversión y el modelo tarifario de los servicios.
- **Nuevos competidores con precios más bajos:** Compañías con políticas fuera del marco jurídico podrían afectar en un corto plazo las tarifas de mercado.

4.10. Cliente

El servicio va dirigido a personas entre 25 y 65 años residentes de la ciudad de Guayaquil, que requieran servicios de reparación o mantenimiento en sus hogares y que usen herramientas digitales en su vida cotidiana. Estos clientes compran por dos razones: para realizar un mantenimiento preventivo o un mantenimiento correctivo. Y en el caso del

mantenimiento correctivo puede ser programado o de emergencia. Por lo tanto, dependerá de la naturaleza de la solicitud del cliente el tipo de respuesta que espera obtener.

En la actualidad, la situación social ha hecho que los clientes prioricen la seguridad por sobre el precio, además, del profesionalismo o responsabilidad de quienes contratan, considerando que, hasta hace poco tiempo, no era habitual la compra de este tipo de servicios a través de plataformas. Sin embargo, el cambio generacional y las estadísticas poblacionales señalan que cada vez hay más usuarios realizando compras a través de plataformas digitales.

4.10.1. Mercado Objetivo

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

4.10.2. Mercado Potencial

Según el INEC existe una población total de 2,698,000.00 en la ciudad de Guayaquil y el 47% corresponde a edades comprendidas entre los 25 a 65 años, es decir 1,268,060.00 habitantes.

Adicionalmente, la distribución socioeconómica indica el INEC, corresponde a niveles detallados de la siguiente manera:

Nivel A:	24,093
Nivel B:	142,022
Nivel C:	289,118
Total:	455,233

El estudio del INEC indica también, que existen 3,8 miembros por cada familia, por lo que existen en total 119,798 posibles clientes.

De acuerdo con los resultados parciales de la encuesta, se muestra que cada familia consume en promedio 56 USD mensuales por reparaciones y mantenimiento del hogar.

4.10.3. Demanda Potencial

En el inicio del primer año de funcionamiento, se considera que la penetración de mercado será el 5% de la población detallada por el INEC, alcanzando a 5,990 familias, lo que resulta una atención de 16 familias promedio diario.

Según los resultados de la encuesta realizada, el 52% de la muestra estaría dispuesta a obtener el servicio a través de una aplicación digital.

4.10.4. Descripción Del Mercado

El servicio que se ofrece varía para diferentes grupos objetivos que van desde los millennials, generación X hasta los baby boomers (25 a 65 años) de edad de la ciudad de Guayaquil, principalmente a personas con un estado civil casado, unidos o divorciados que forman un hogar y viven en casas o departamentos, con un nivel de ingresos que vayan desde los 2 salarios mínimos vitales.

Se utilizarán las redes sociales para promocionar y promover el servicio de reparación de forma constante a través de un plan de marketing segmentado, llevando la propuesta de valor a todos los hogares, evidenciando el profesionalismo y seguridad que brinda el servicio.

4.11. Competencia

Los competidores se pueden clasificar en tres tipos: las personas naturales que prestan servicios específicos, las empresas que proveen servicios específicos o un abanico de ellos, pero que están orientados principalmente a atender otras empresas y las empresas que ofrecen servicios de reparación y mantenimiento para oficinas y hogares. La comparación se realizará con estos últimos.

Son tres las empresas que hasta hoy ofrecen un servicio similar y que prestan servicios en la ciudad de Guayaquil, estas son AORA, EasyFix y Casera. De estas se puede destacar en general lo siguiente:

- Sólo el 14.1 % conoce la existencia de estas empresas.
- No se aprecia una gestión de marketing para promocionar su marca y servicios.
- El tiempo de respuesta para la ejecución de un servicio es mayor a 3 días, en promedio.
- Sólo la empresa AORA tiene una aplicación y sitio web bien estructurado y claro, sobre lo que ofrece y cómo lo hace, tanto para los usuarios como para los prestadores de servicios.

Teniendo como base llegar a la excelencia en el servicio al cliente, se debe realizar una campaña permanente de marketing apoyado en herramientas y recursos digitales para ganar espacio y ser reconocidos por los potenciales clientes, en el menor tiempo posible.

4.11.1. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Se analiza el entorno utilizando el modelo de las cinco fuerzas competitivas enunciadas por Michael Porter, las que influyen e interactúan de forma significativa con la operación de la empresa y por consiguiente con el plan de negocio.

4.11.2. Poder de negociación de los clientes

El servicio va dirigido a hogares, razón por la cual su poder de negociación es débil. Al ofrecer servicios diferenciados, los clientes dejan de contar con tal poder de negociación sobre las tarifas. No obstante, los precios deben estar acorde al mercado y servicio que se presta.

Para retener a los clientes y reducir su poder de negociación, la empresa puede ofrecer servicios de alta calidad, precios competitivos y programas de fidelización.

4.11.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La barrera de entrada en este mercado puede variar. Si bien no es extremadamente difícil comenzar una empresa de reparación a domicilio, se requiere una inversión inicial en herramientas, técnicos calificados y marketing.

La empresa debe seguir mejorando su reputación y establecer relaciones sólidas con los clientes para protegerse contra la amenaza de nuevos competidores.

Para que otros competidores ingresen con éxito a este mercado, tendrían que considerar los siguientes aspectos:

- **Personal técnico capacitado:** El personal capacitado es escaso. Se deberá incrementar sus ingresos o incentivos para retenerlos o traerlos de la competencia. O bien, hacer alianzas con colegios e instituciones técnicas para tener técnicos para desarrollar.
- **Publicidad y presencia on-line:** Los servicios ofrecidos, actualmente, no enfocan su difusión en las redes sociales. Se requiere invertir en publicidad y estrategias digitales para difundir la plataforma web y aplicación móvil.
- **Tecnológica:** Es necesario contar con herramientas de software de fácil uso, necesario para el funcionamiento del negocio.
- **Procedimientos:** Se requieren procedimientos claros para la agenda de los prestadores de servicios, servicio al cliente y garantía post venta.
- **Amenaza de entrada de productos sustitutos:** Los servicios que ofrecen se verían sustituidos por los técnicos independientes informales.

4.11.4. Poder de negociación de los proveedores

En este caso, los proveedores pueden tener un alto poder de negociación si son pocos y dominan el mercado de los suministros y piezas necesarios para las reparaciones. La empresa debe asegurarse de tener múltiples fuentes de suministros y buscar acuerdos que le permitan mantener costos bajos y evitar dependencias.

El poder de los proveedores es fuerte debido a que la empresa en sus inicios será desconocida y, por lo tanto, deberá asumir las condiciones que estos le impongan.

4.11.5. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Para la mayoría de los servicios de reparación a domicilio, no hay sustitutos directos. Sin embargo, existe la posibilidad de que los clientes opten por no realizar la reparación y, en su lugar, compren un nuevo producto si el costo de la reparación es demasiado alto, o a su vez el mismo cliente haga la reparación. La empresa debe ofrecer precios competitivos y demostrar el valor de sus servicios para minimizar estas amenazas.

4.11.6. Rivalidad entre competidores

La competencia entre empresas de reparación a domicilio puede ser intensa, especialmente en áreas urbanas. La empresa debe buscar diferenciarse a través de la calidad del servicio, la rapidez de respuesta, la disponibilidad las 24 horas y estrategias de marketing efectivas. Además, la inversión en tecnología para la gestión de citas y la optimización de rutas puede ser un factor clave para mejorar la eficiencia y la competitividad.

La rivalidad y la competencia en la ciudad de Guayaquil es intermedia ya que existen los maestros informales y la empresa AORA que presta servicios de reparación y mantenimiento del hogar en varias ciudades del Ecuador y México.

4.12. Colaboradores

Se pueden separar en tres grupos: prestadores de servicios, distribuidores y fabricantes de materiales eléctricos y de construcción.

Los prestadores de servicios tienen el beneficio de llegar a un potencial de clientes enorme a través de la empresa y sus plataformas, sin invertir en publicidad y pudiendo mejorar la continuidad de su trabajo y desarrollo profesional. Para ellos se deberá definir un procedimiento de reclutamiento estricto para garantizar responsabilidad y seguridad a los clientes. Así también, brindar acceso para capacitaciones permanentes para perfeccionar su oficio o profesión.

Los distribuidores de materiales de construcción y eléctricos son relevantes para el proyecto debido a que se requiere ser eficientes en los costos y además contar con una logística y disponibilidad adecuada.

El contacto con los fabricantes es esencial para conseguir acuerdos para capacitar, permanentemente, a los prestadores de servicios con el fin de que estén actualizados en nuevos productos, mejores prácticas y aplicaciones. Además, en la medida de que el negocio crezca, permitiría tener un contrato directo con los fabricantes para comercializar sus productos a través de la plataforma de la empresa y ampliar el giro de negocio.

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Después de un análisis exhaustivo de la empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento para el hogar en la ciudad de Guayaquil, se llega a las siguientes conclusiones clave:

Existe una demanda constante de servicios de reparación y mantenimiento en Guayaquil, lo que indica un mercado potencial significativo para la empresa debido que se atenderá a un nicho de mercado poco explorado.

La empresa ha logrado con éxito su transición hacia una plataforma digital, lo que ha aumentado la captación de nuevos clientes, gracias a la eficiencia operativa los clientes expresan un alto nivel de satisfacción con los servicios proporcionados por la empresa, destacando la calidad del trabajo y la puntualidad.

El mercado de servicios de reparación y mantenimiento en Guayaquil es altamente competitivo, por lo que la empresa debe mantenerse innovadora para destacar en este entorno competitivo ya ha experimentado un crecimiento constante, lo que sugiere oportunidades para expandirse geográficamente y diversificar sus servicios.

Tras un análisis financiero, se ha determinado que la empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento en Guayaquil es rentable en la actualidad. Los ingresos generados por los servicios superan los costos operativos, lo que ha permitido la generación de beneficios consistentes. El Margen de Beneficio indica que existe un margen saludable después de cubrir los costos directos de los servicios.

La empresa ha demostrado una efectividad en el control de costos operativos, lo que ha contribuido significativamente a su rentabilidad. La gestión eficiente de recursos y la optimización de gastos son áreas destacadas.

La inversión en tecnología, incluida la plataforma digital, ha tenido un impacto positivo en la rentabilidad al mejorar la adquisición de clientes y la eficiencia operativa.

Después de implementar una serie de mejoras operativas y tecnológicas, se ha observado una notable optimización de los procesos en la empresa. Los procedimientos se ejecutan de manera más eficiente y rápida, lo que ha llevado a una reducción significativa en los tiempos de ejecución de los servicios.

La capacitación continua de los técnicos y el personal de operaciones ha sido fundamental para acelerar los tiempos de ejecución. Los empleados están mejor preparados y más eficientes en la realización de las tareas asignadas.

Se ha implementado sistemas de seguimiento y métrica que han permitido a la empresa monitorear y medir con precisión los tiempos de ejecución de los servicios. Esto facilita la identificación de áreas de mejora continua.

Se puede decir que empresa de servicios de reparación y mantenimiento para el hogar en Guayaquil es rentable en la actualidad, pero para asegurar su éxito a largo plazo, debe seguir innovando, expandirse y mantener una gestión financiera sólida y proactiva. Estas conclusiones proporcionan una visión general de la salud financiera de la empresa y guiarán las decisiones financieras futuras.

Las mejoras implementadas en la empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento en Guayaquil han tenido un impacto significativo en la reducción de los tiempos de ejecución de los servicios. Estas mejoras han llevado a una mayor eficiencia operativa, satisfacción del cliente y competitividad en el mercado. Las conclusiones resaltan la importancia de la innovación continua y la inversión en tecnología y capacitación para mejorar los tiempos de ejecución y la calidad de los servicios.

5.2. Recomendaciones

Basadas en las conclusiones anteriores, detallamos las siguientes recomendaciones clave para la empresa digital de servicios de reparación y mantenimiento en Guayaquil:

Se recomienda continuar invirtiendo en la mejora de la plataforma digital para una experiencia de usuario más amigable y una gestión de servicios más eficiente.

A demás hay que proporcionar capacitación continua a los técnicos para mantener y mejorar la calidad del trabajo, así como mantenerse actualizados con las últimas tecnologías.

Evaluar la viabilidad de expandir los servicios a otras áreas de Guayaquil y provincias del Ecuador y potenciar la expansión y explorar nuevos mercados.

Considerar la diversificación de los servicios ofrecidos, como la incorporación de mantenimiento preventivo, instalaciones de equipos y servicios relacionados con la tecnología del hogar inteligente.

Implementar programas de fidelización para premiar a los clientes recurrentes y fomentar la recomendación boca a boca.

Se van a realizar análisis competitivos periódicos para mantenerse al tanto de las estrategias de la competencia y ajustar la estrategia en consecuencia.

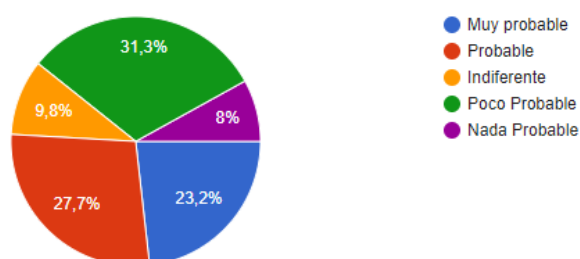
Incentivamos explorar iniciativas de responsabilidad social corporativa en la comunidad local para fortalecer la imagen de la empresa y su relación con la comunidad.

En estas recomendaciones buscamos guiar a la empresa hacia un crecimiento sostenible y la mejora continua de sus operaciones.

Debemos llevar a cabo una evaluación continua de riesgos financieros, incluyendo fluctuaciones económicas, costos de materiales y competencia, para anticipar y mitigar posibles amenazas a la rentabilidad.

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

112 respuestas



6. Bibliografía

(<https://capex.law/sociedades-de-acciones-simplificadas-en-ecuador/#:~:text=Limitaci%C3%B3n%20de%20responsabilidad%20limitada,a.> (s.f.).

El Comercio. (20 de Septiembre de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/guayaquil-crecimiento-urbanizaciones-ciudad-movilidad.html>

INEC. (2020). *ecuadorencifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

(<https://capex.law/sociedades-de-acciones-simplificadas-en-ecuador/#:~:text=Limitaci%C3%B3n%20de%20responsabilidad%20limitada,a.> (s.f.).

El Comercio. (20 de Septiembre de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/guayaquil-crecimiento-urbanizaciones-ciudad-movilidad.html>

INEC. (2020). *ecuadorencifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

(<https://capex.law/sociedades-de-acciones-simplificadas-en-ecuador/#:~:text=Limitaci%C3%B3n%20de%20responsabilidad%20limitada,a.> (s.f.).

El Comercio. (20 de Septiembre de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/guayaquil-crecimiento-urbanizaciones-ciudad-movilidad.html>

INEC. (2020). *ecuadorencifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/guayaquil-crecimiento-urbanizaciones-ciudad-movilidad.html>

7. Anexos

RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN GOOGLE FORMS.

Figura 1

Figura 2

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

112 respuestas

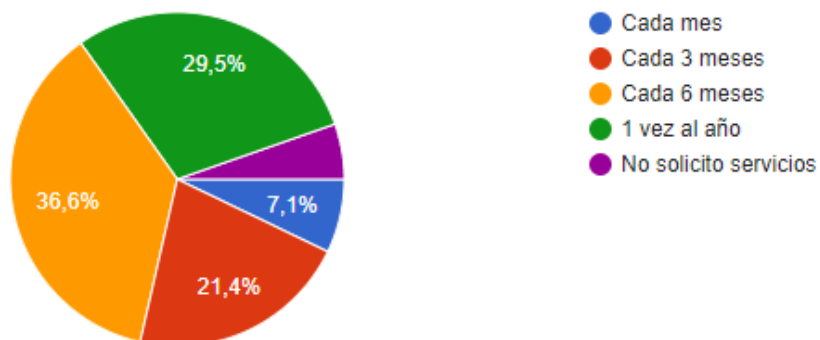


Figura 3

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

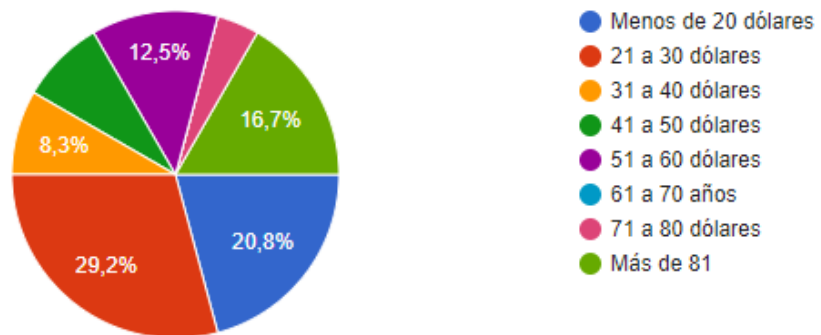


Figura 4

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

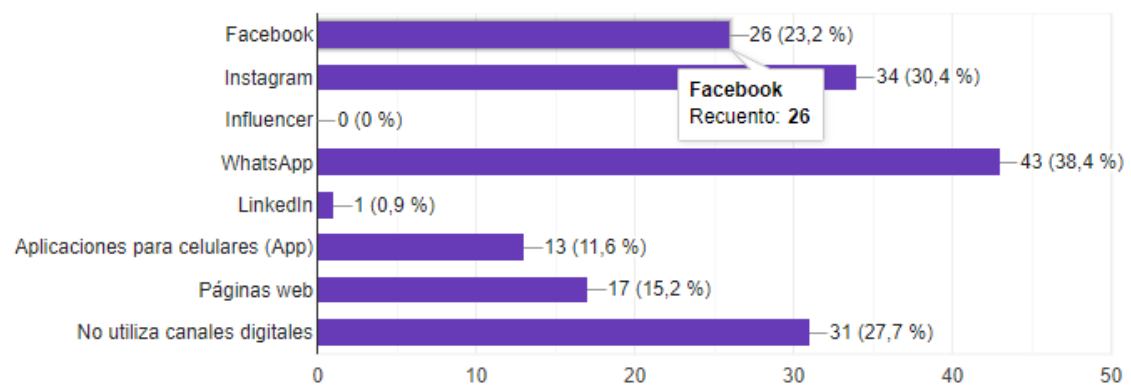


Figura 5

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

Escoger máximo 2 opciones

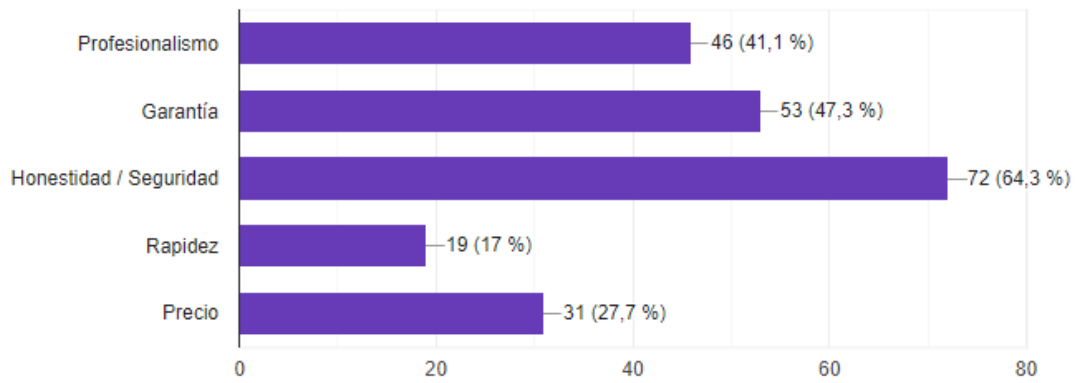


Figura 6

Género

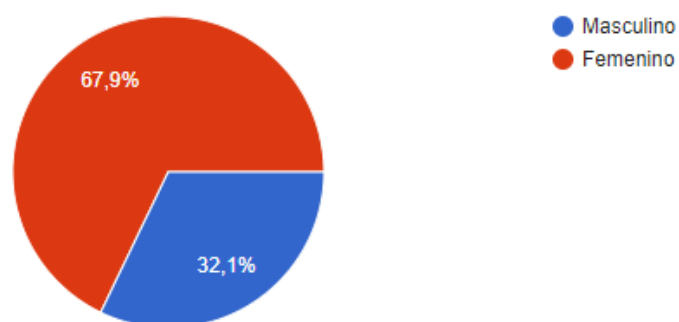


Figura 7

Nivel de ingreso mensual

