



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

**MODELO DE NEGOCIO
“SERVILIMPIO”:**

DESIGN THINKING

Elaborado por:

JAMIE NOELIA RIVADENEIRA AYÓN

Tutoría por: VERÓNICA CARRERA DEL RÍO MÁRQUEZ DE LA PLATA

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2023

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Jamie Noelia Rivadeneira Ayón** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Design Thinking**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Servilimpio**”.
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 Angulo Quisirumbay Jorge Luis, Rivadeneira Ayón Jamie Noelia, Ruiz Pinela Shirley Lisbeth y María Magdalena Martínez Zapata.

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.



Jamie Noelia Rivadeneira Ayón

092741213-0

Declaro que

Yo, Jamie Noelia Rivadeneira Ayón en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Design Thinking**” 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.



Jamie Noelia Rivadeneira Ayón

092741213-0

3. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto "Servilimpio" surge como una solución innovadora para abordar el problema de propiedades abandonadas y terrenos sin mantenimiento en la provincia de Santa Elena. Con un enfoque en brindar servicios de limpieza y mantenimiento especializados, el objetivo es revitalizar el entorno urbano, mejorar la calidad de vida de los residentes y promover el desarrollo sostenible.

Se dirige a propietarios de viviendas residentes en Santa Elena, dueños de viviendas vacacionales y propietarios de solares sin construcción. Este grupo comparte la necesidad de mantener sus propiedades limpias y bien cuidadas, pero a menudo carecen de tiempo, distancia geográfica o prioridades laborales para hacerlo por sí mismos.

La propuesta de valor de "Servilimpio" se basa en la innovación tecnológica, la confiabilidad en el cumplimiento de compromisos y la meticulosa atención al detalle en cada servicio. A través de una aplicación móvil innovadora, los clientes pueden acceder a información en tiempo real sobre el progreso del equipo de limpieza y mantenimiento en sus propiedades. Esto brinda comodidad y tranquilidad, permitiéndoles controlar el proceso incluso cuando no están presentes físicamente.

Para validar la propuesta, se implementó un Producto Mínimo Viable (PMV) que incluyó un video promocional en redes sociales, destacando los desafíos que resuelve "Servilimpio". Los resultados iniciales indicaron un interés positivo, en plataformas como TikTok, Instagram y Facebook.

El proyecto no solo aborda la problemática de propiedades abandonadas, sino que también tiene un impacto positivo en el medio ambiente y la comunidad. La incorporación de servicios adicionales, como pintura y limpieza de vidrios, así como una plataforma en línea para reservas y seguimiento, son recomendaciones para la

evolución futura de "Servilimpio". Además, se recomienda establecer alianzas estratégicas y programas de fidelización para fortalecer la relación con los clientes.

Servilimpio se presenta como una solución que no solo satisface las necesidades de limpieza y mantenimiento, sino que también contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la comunidad. Al innovar en tecnología, brindar un servicio de alta calidad y ser conscientes del impacto ambiental, el proyecto busca mejorar el entorno urbano y la calidad de vida de los residentes en la provincia de Santa Elena.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Angulo Quisirumbay Jorge Luis, Rivadeneira Ayón Jamie Noelia, Martínez Zapata María Magdalena, Santos Jaramillo María Isabel, Ruiz Pinela Shirley Lisbeth y explica el plan de negocios del proyecto denominado "Servilimpio"; 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.

4. PALABRAS CLAVE

Limpieza de propiedades, mantenimiento residencial, Santa Elena, Ecuador, servicios de limpieza personalizados, cuidado de áreas exteriores.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

En la elaboración de la propuesta de negocio de Servilimpio, hemos dado un enfoque primordial a las consideraciones éticas, asegurando el respeto tanto a la propiedad intelectual de las ideas presentadas como a los asuntos éticos relacionados con las personas involucradas en el proyecto.

Respeto a la Propiedad Intelectual: Hemos tomado todas las medidas necesarias para asegurar que la información, ideas y contenido presentados en esta propuesta sean originales y respeten los derechos de propiedad intelectual de terceros. Cualquier referencia, cita o uso de material de terceros se ha realizado de manera adecuada, asegurando que se cumplan las normas de atribución y reconocimiento.

Transparencia y Veracidad: Nuestra propuesta de negocio se basa en información precisa y verificable. Nos comprometemos a ser transparentes en nuestras afirmaciones y proporcionar datos respaldados por fuentes confiables.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVE	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO	7
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	11
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	12
10. DESIGN THINKING.....	14
10.1.1 Empatizar	14
10.1.1.1 Mapa: ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué?	15
10.1.1.2 Mapa de empatía	16
10.1.1.3 Mapa de trayectoria.....	16
10.1.2 Definir	17
10.1.2.1 Mapa Usuario + necesidad + <i>insight</i>	21
10.1.3 Idear.....	22
10.1.3.1 Brainstorming.....	22
10.1.3.2 Mapa de costo / relevancia	23
10.1.3.3 Poster de concepto.....	23
10.1.4 Prototipar.....	24
10.1.1 Proceso de prototipado	24
10.1.2 Diseño del prototipo	25
10.1.5 Validar	25
10.1.5.1 Testeo del prototipo	26
10.1.5.1.1 Hallazgos.....	26
10.1.5.1.2 Oportunidades de mejora identificadas	27
10.1.5.1.3 Adaptación del prototipo	27
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	28
Referencias bibliograficas	31

Figura 1. Proceso de Design Thinking

Figura 2. Mapa ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué?

Figura 3. Mapa de empatía

Figura 4. Mapa de trayectoria

Figura 5. Buyer persona

Figura 6. Buyer persona – Propietario de solar sin construcción

Figura 7. Buyer persona – Residente en Santa Elena

Figura 8. Mapa de usuario + necesidad + Insight

Figura 9. Mapa de costo / relevancia

Figura 10. Poster de concepto

Figura 11. Diseño del prototipo

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En la provincia de Santa Elena, se enfrenta un desafío significativo relacionado con la gran cantidad de terrenos inhabilitados y propiedades abandonadas. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), más del 15% de las propiedades en la provincia de Santa Elena se encuentran en estado de abandono, lo que equivale a más de 500 propiedades que no reciben el mantenimiento adecuado ni cumplen con las normas y regulaciones municipales.

En cumplimiento con la Ordenanza que crea la Dirección de Ambiente Municipal DIAMU, se establece la obligación de mantener limpios, salubres y cuidados los solares privados y/o en arrendamiento en la provincia de Santa Elena para evitar afectar al ambiente. De manera similar, la Ordenanza que Regula y Promueve la Gestión de Manejo de los Residuos Sólidos Comunes y Biopeligrosos menciona que quienes no acaten estas disposiciones serán sancionados.

Además de las implicaciones financieras, el abandono de estas propiedades ha llevado a un deterioro progresivo del entorno urbano en lugares de la península de Santa Elena. La falta de mantenimiento ha resultado en la acumulación de basura y maleza descontrolada, generando preocupaciones de seguridad y afectando la calidad de vida de los residentes. Estos problemas también han propiciado la proliferación de plagas y enfermedades, creando un ambiente insalubre para la comunidad.

Adicionalmente, se ha identificado la presencia de propietarios no residentes que poseen casas en la provincia de Santa Elena. Estos propietarios, en su mayoría provenientes de otras ciudades o incluso de otros países, visitan la península periódicamente y esperan encontrar sus propiedades en buen estado. Sin embargo, debido al abandono y falta de

mantenimiento, muchas de estas propiedades se encuentran en un estado de deterioro, generando insatisfacción y afectando negativamente la experiencia de los propietarios durante su estadía.

Estas cifras y problemáticas respaldan la necesidad de desarrollar un proyecto integral que aborde la revitalización y el mantenimiento de las propiedades en la provincia de Santa Elena. Este proyecto proporcionará asistencia a los residentes locales que necesitan apoyo en la limpieza y cuidado de sus hogares, especialmente aquellos que han debido ausentarse por motivos laborales. Asimismo, garantizará que las propiedades de los propietarios no residentes estén listas para ser disfrutadas cuando visiten, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los residentes y promoviendo el turismo en la región.

El proyecto "Servilimpio" surge como una respuesta innovadora y creativa para abordar el desafío de propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena. La magnitud del problema, respaldada por datos del INEC y la implicación de regulaciones municipales, subraya la necesidad de intervenir de manera activa y efectiva para revitalizar la provincia y mejorar la calidad de vida de los residentes. Al proporcionar servicios de limpieza y mantenimiento, el proyecto busca solucionar los problemas de acumulación de basura, maleza y plagas, y fomentar un ambiente más saludable y seguro para la comunidad. Al mismo tiempo, se pretende involucrar activamente a la comunidad local en la revitalización de las propiedades abandonadas, promoviendo un sentido de pertenencia y orgullo en la región. Con un enfoque integral, el proyecto "Servilimpio" contribuirá a mejorar la estética urbana y a impulsar el turismo, generando beneficios para la provincia y sus residentes a largo plazo.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

Objetivo General:

Brindar servicios de limpieza y mantenimiento especializados para propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena, con el propósito de revitalizar el entorno urbano, mejorar la calidad de vida de los residentes y promover el desarrollo sostenible.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar y priorizar las propiedades abandonadas que requieren intervención para la revitalización urbana.
- Implementar planes de limpieza personalizados para cada propiedad, abordando desafíos específicos como basura y maleza.
- Aplicar prácticas sostenibles de limpieza y manejo de residuos para contribuir a la conservación del medio ambiente.

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

El modelo de negocio de Servilimpio se fundamentará en la prestación de servicios integrales de limpieza y mantenimiento residencial en la provincia de Santa Elena. Nuestros ingresos surgirán de las tarifas que cobraremos a los clientes por los servicios que proporcionemos, las cuales se ajustarán según la naturaleza y alcance de las tareas realizadas. Nuestra estrategia de precios competitivos y flexibles nos permitirá atender tanto a clientes puntuales como recurrentes, presentando opciones de tarifas por hora y paquetes mensuales.

Nuestra principal ventaja competitiva residirá en la fusión de tecnología avanzada y sostenibilidad en la oferta de servicios. Implementaremos una aplicación móvil para gestionar solicitudes y rastrear en tiempo real, brindando transparencia y conveniencia a nuestros clientes. Asimismo, fomentaremos prácticas de limpieza sostenible y forjaremos alianzas estratégicas para expandir nuestra base de clientes.

La meticulosa selección y formación de nuestro equipo asegurarán calidad y profesionalismo en cada servicio que brindemos. Nuestra cultura organizacional cultivará la excelencia en la atención al cliente y la adaptación a las nuevas tecnologías y enfoques de limpieza.

Enfocados en la promoción a través de branding sólido, marketing digital y eventos comunitarios, aspiramos a incrementar nuestra visibilidad y atraer nuevos clientes. La evidencia física, como una imagen corporativa profesional, imágenes de resultados y acceso a herramientas de seguimiento, reforzarán la confianza de nuestros clientes en nuestros servicios.

Concluimos que nuestro modelo de negocio se fundamentará en la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento de calidad y avanzados tecnológicamente, avalados

por un equipo altamente capacitado y dedicado, con un enfoque en la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

10. DESIGN THINKING

10.1.1 Empatizar

El núcleo de la ciudadanía ecuatoriana es catalogado como "familiar", es decir que se inclina más por generar entornos en los que pueda compartir espacios de esparcimiento con su familia. En la región costa por su parte, es muy común que dichos lazos se estrechen con el deleite de la naturaleza, los espacios de esparcimiento al aire libre y la zona costera, bañara por las bellas playas, especialmente de la Provincia de Santa Elena.

Propio de las obligaciones de los ciudadanos para con el respeto de la limpieza y ordenamiento de la ciudad, nace la propuesta de Servilimpio, una empresa especializada en la oferta de servicios de limpieza de exteriores para la eliminación de malezas y mantenimiento de espacios externos de los terrenos con y sin construcción en la Provincia de Santa Elena.

Design Thinking es un método de estudio que se ejecuta a través del desarrollo de un proceso basado en cinco etapas que permiten generar ideas a partir del levantamiento de información acerca de una problemática en especial, misma que tendrá como solución, propuestas innovadoras que permitan brindar soluciones prácticas, distintas que respondan a la necesidad de los usuarios de forma directa (Vargas, 2021).

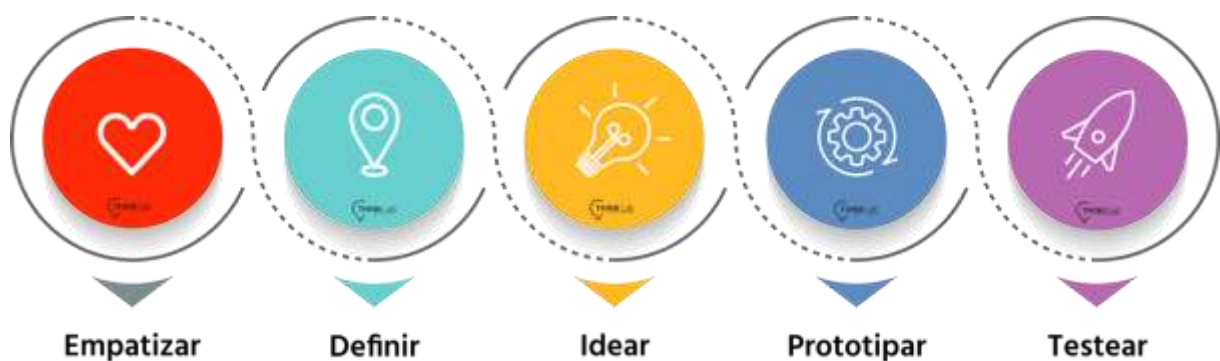


Figura 1. Proceso de *Design Thinking*

A partir de la ejecución de estas cinco etapas, nace el planteamiento de las siguientes preguntas: ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué?, interrogantes que permitirán que se desarrolle la idea de negocio a partir del método en mención, el concepto y forma en la que se desarrollará el negocio y así mismo, la manera idónea de ejecutarlo de forma exitosa.

10.1.1.1 Mapa: ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué?

En ésta etapa del proceso es posible determinar: “¿qué?”, haciendo referencia a qué es lo que oferta la propuesta innovadora de negocio; “¿cómo?” relativo a cómo se ejecutará el proyecto en desarrollo y “¿por qué?”, se desarrollará y llevará a cabo (Galindo, 2019).



Figura 2. Mapa ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué?

10.1.1.2 Mapa de empatía

El mapa de empatía permitirá que a través de la información obtenida, sea posible determinar cuáles son los datos necesarios para que el proyecto pueda ser llevado a cabo, ya que con la ayuda de las preguntas planteadas será factible esclarecer qué es lo que siente, lo que piensa y lo que hace el cliente (García, 2019).



Figura 3. Mapa de empatía

10.1.1.3 Mapa de trayectoria

El mapa de trayectoria representa una herramienta eficaz para sea posible empatizar con los futuros clientes, ya que a través de la información que proporciona es posible entender la problemática desde su óptica, así como sus necesidades puntuales, sus motivaciones y la forma en la que reaccionan o se comportan como parte del problema identificado (Arcentales, 2022).




Figura 4. Mapa de trayectoria

10.1.2 Definir

La segunda etapa del proceso de *Design Thinking* se sostiene en la definición del problema mismo que es desarrollado a partir de toda la información recabada en la fase de empatía, conociendo a profundidad el perfil del futuro cliente objetivo hacia el cual se direccionan las acciones y soluciones de la empresa, así como la resolución definitiva de los problemas que tienen, superando sus dificultades y determinando de qué manera pueden reaccionar y/o tomar decisiones. Es decir que a partir del levantamiento de éstos datos, es posible dar una propuesta que responda directamente a las necesidades del cliente (Beltrán, 2019).

Es así que en esta fase se ha identificado a una mujer profesional y madre de familia con 03 hijos que reside en una ciudad / provincia distinta pero que cuenta con una propiedad en la provincia de Santa Elena, por su gusto por los viajes y espacios en familia. Como segundo perfil, un hombre joven y soltero que es residente en la provincia y así mismo, un tercer

cliente prospecto que cuenta con un solar sin construcción en la costa ecuatoriana De igual manera, se han determinado sus necesidades, comportamiento e intereses:



BUYER PERSONA

MARÍA RODRÍGUEZ

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

María desea proporcionar a sus clientes una experiencia turística de alta calidad alquilando su casa de playa en Santa Elena. Para lograr esto, busca mantener su propiedad en óptimas condiciones garantizando la salubridad y limpieza para sus huéspedes.

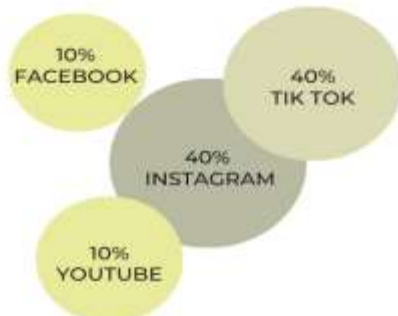
DOLORES Y DESAFÍOS

María se enfrenta a la dificultad de encontrar servicios de limpieza y mantenimiento confiables en la provincia de Santa Elena. Ha tenido malas experiencias en el pasado con prestadores que no cumplen con los estándares de limpieza y calidad requeridos.

SOBRE MÍ

EDAD	45 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Ecuador
EDUCACIÓN	Lic. en Administración
OCUPACIÓN	Gerente de empresa de servicios
ESTADO CIVIL	Casada con 3 hijos

REDES SOCIALES




PERSONALIDAD

Creativo	Metódico
Sentimental	Pensativo
Extrovertido	Introverso


COMPORTAMIENTO

María es una persona investigativa y se informa a través de internet y redes sociales. Se informa y compara diferentes opciones antes de tomar decisiones sobre los servicios de limpieza y mantenimiento para su propiedad en Santa Elena.


GUSTOS Y AFICCIONES



FAMILIA



FOTOGRAFÍA



VIAJAR

OBJETIVOS DEL PROYECTO PARA MARÍA

Encontrar una empresa de servicios de limpieza y acondicionamiento confiable y eficiente en la provincia de Santa Elena que le brinde la seguridad de que su propiedad estará en óptimas condiciones para recibir a sus huéspedes.

- Garantizar la salubridad y limpieza de su propiedad para ofrecer una experiencia turística de alta calidad a sus clientes.
- Cumplir con las normativas locales y evitar multas públicas por el incumplimiento de las regulaciones de limpieza y mantenimiento en la provincia de Santa Elena.

Figura 5. Bayer persona – Vacacionista



BUYER PERSONA

DANIELA FERNÁNDEZ

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

- Invertir de forma inteligente
- Sacar provecho de su terreno sin construcción
- Realización personal
- Contribución al entorno

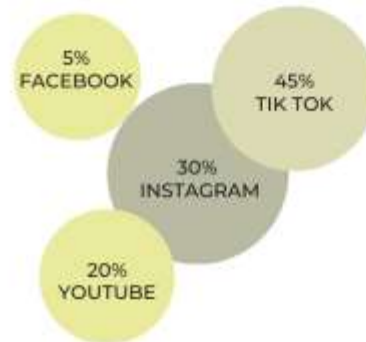
DOLORES Y DESAFÍOS

- Burocracia y regulaciones
- Recursos financieros

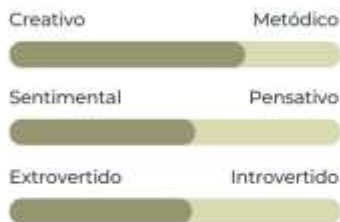
SOBRE MÍ

EDAD	35 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Ecuador
EDUCACIÓN	Arquitecta
OCUPACIÓN	Diseñadora Inmobiliaria
ESTADO CIVIL	Casada

REDES SOCIALES



PERSONALIDAD



COMPORTAMIENTO

- Investigadora y analítica
- Interesada en el diseño sostenible
- Red de contactos profesionales

OBJETIVOS DEL PROYECTO PARA MARÍA

- Contratar un servicio de limpieza profesional y puntual
- Limpiar su terreno
- Ahorrar tiempo y esfuerzo

GUSTOS Y AFICIONES



Figura 6. Bayer persona – Propietario de solar sin construcción



BUYER PERSONA

JUAN RAMÍREZ

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

- Comodidad y tranquilidad
- Eficiencia y productividad
- Mantener una buena imagen

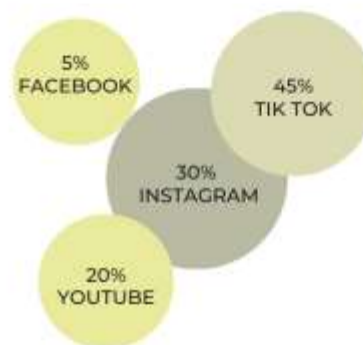
DOLORES Y DESAFÍOS

- Falta de tiempo
- Dificultad para hallar servicios confiables
- Falta de conocimiento en procesos de limpieza

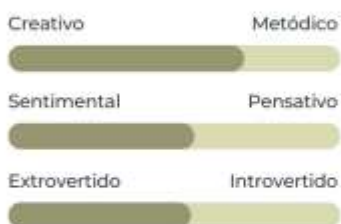
SOBRE MÍ

EDAD	28 años
SEXO	Hombre
PAÍS	Ecuador
EDUCACIÓN	Ing. en Informática
OCUPACIÓN	Asesor de Proyectos
ESTADO CIVIL	Soltero

REDES SOCIALES



PERSONALIDAD



COMPORTAMIENTO

- Investigador en línea
- Valora la tecnología
- Selectivo con sus decisiones

GUSTOS Y AFICIONES



OBJETIVOS DEL PROYECTO PARA MARÍA

- Contratar un servicio de limpieza confiable
- Mantener su hogar limpio y con aspecto salubre siempre
- Ahorrar tiempo y esfuerzo

Figura 7. Buyer persona – Residente en Santa Elena

10.1.2.1 Mapa Usuario + necesidad + *insight*

El resultado innovador de una propuesta surge a partir de una propuesta en donde se recopila la información pertinente y se seleccionan los datos más relevantes para poder cumplir con las expectativas de los clientes.

La correcta identificación del futuro cliente o consumidor del servicio, la manera idónea de satisfacer sus necesidades y determinar los *insights*, realmente tiene una alta complejidad, pero es precisamente ello lo que permitirá marcar una pauta a seguir.

Los *insights* son entonces las palabras clave que aportarán datos exactos que permitan cubrir los requerimientos y aspiraciones del consumidor (Camacho, 2022).



Figura 8. Mapa de usuario + necesidad + *Insight*

- ¿Qué podríamos hacer para que el usuario mantenga la sensación de bienestar?

- ¿Cómo lograríamos que el usuario se sienta bien atendido y confíe en la gestión diligente de la empresa?
- ¿Qué podríamos hacer para que el usuario se visualice en un entorno limpio, ordenado y que ansíe volver a su inmueble en Santa Elena / valore la inversión en su propiedad sin construcción / se sienta a gusto con las inmediaciones de su residencia?
- ¿Cómo podríamos colaborar para que el usuario pueda disfrutar del entorno costero sin tener que realizar desembolsos por sanciones?

10.1.3 Idear

En esta parte del proceso es posible desarrollar las ideas generadas a partir de los *insights* obtenidos con toda la información recabada, data que se procesará para que a través de una lluvia de ideas y trabajo conjunto para que se determine el planteamiento más innovador, que cumpla con los requerimientos del cliente y que cubra sus expectativas respecto al servicio y la experiencia de consumo.

10.1.3.1 Brainstorming

La técnica de *brainstorming* o lluvia de ideas, es una herramienta utilizada para plantear de mejor forma las pautas para identificar las aspiraciones del consumidor y así mismo, la solución del problema para que a partir de ello, se desarrolle correctamente la idea de negocio.

Este método aspira recopilar tantas ideas como fuera posible, de forma espontánea y sin que sean filtradas. La transparencia de la información sin que fuera sesgada permitirá tener puntos de partida mucho más orgánicos y útiles para el planteamiento de soluciones que no segreguen ningún requerimiento del cliente (Montes, 2022).

10.1.3.2 Mapa de costo / relevancia

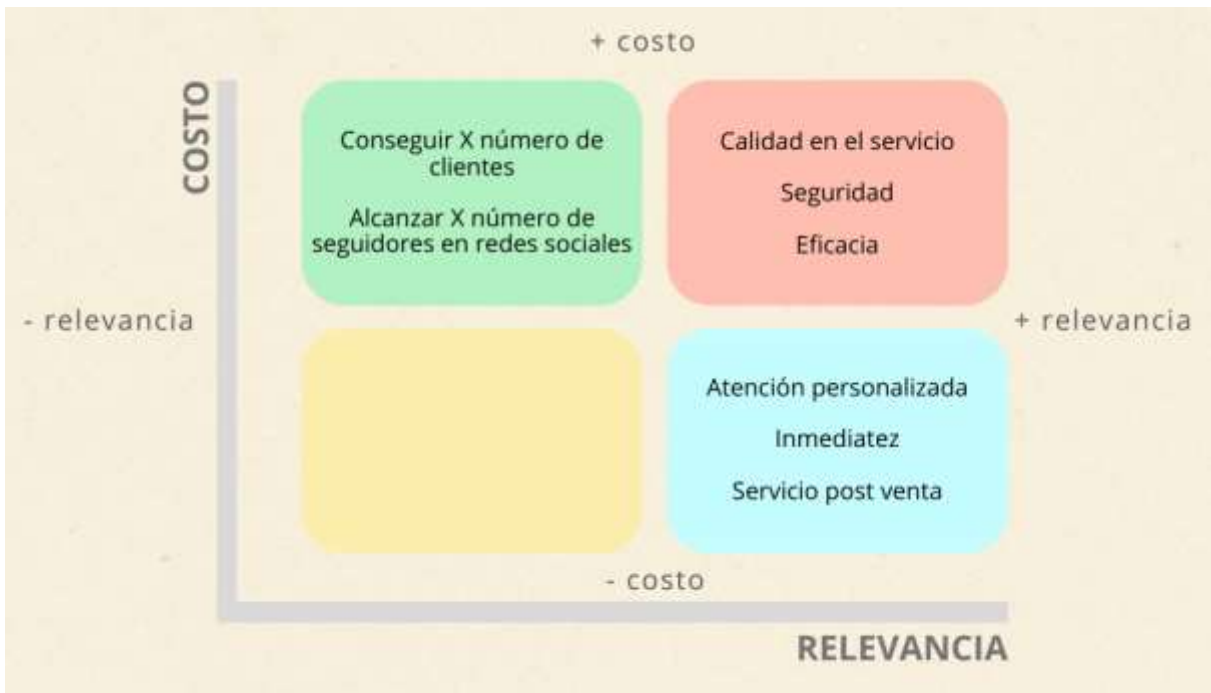


Figura 9. Mapa de costo / relevancia

10.1.3.3 Poster de concepto



Figura 10. Poster de concepto

10.1.4 Prototipar

En ésta etapa, luego de un profundo análisis de la información, se selecciona la idea más idónea e innovadora de negocio para poder determinar los pasos a seguir para su correcta ejecución.

El objetivo principal, es plantear en detalle una propuesta muy aterrizada de como podría llevarse a cabo la idea de negocio de Servilimpio.

Es así que las principales ventajas del prototipar son:

- Aterrizar la idea de negocio muy apegada a la realidad del cliente.
- Contar con la muestra de un prototipo del servicio a desarrollar para los posibles socios estratégicos y/o futuros clientes.
- Contemplar las posibles adaptaciones, mejores y cambios que se puedan hacer a la idea de negocio.

10.1.1 Proceso de prototipado

Para la realización del prototipo, se tomó contacto con un diseñador gráfico y un programador, quienes en trabajo conjunto, recabaron las directrices que el equipo de Servilimpio quería contemplar para determinar de qué manera funcionaría la aplicación, con la firme intención de generar una experiencia positiva para el cliente.

En primera instancia, se realizó el diseño del logo, evocando tonos que evoquen paz y tranquilidad, así como un isotipo que haga referencia a la limpieza y pulcritud.

Posterior a ello, el equipo profesional plasmó la idea primaria en lienzo para posterior a ello, bosquejar de forma digital el logo, identidad y la interfaz de la aplicación, acercándose a lo que se anhelaba transmitir a través de la marca Servilimpio.

10.1.2 Diseño del prototipo

Registro de la APP:

La aplicación estará disponible para descarga gratuita para dispositivos Android y iOS. Una vez que el cliente instala la aplicación, podrá crear un usuario fácilmente con los datos personales principales: número de cédula / RUC, nombre, dirección y número de contacto.

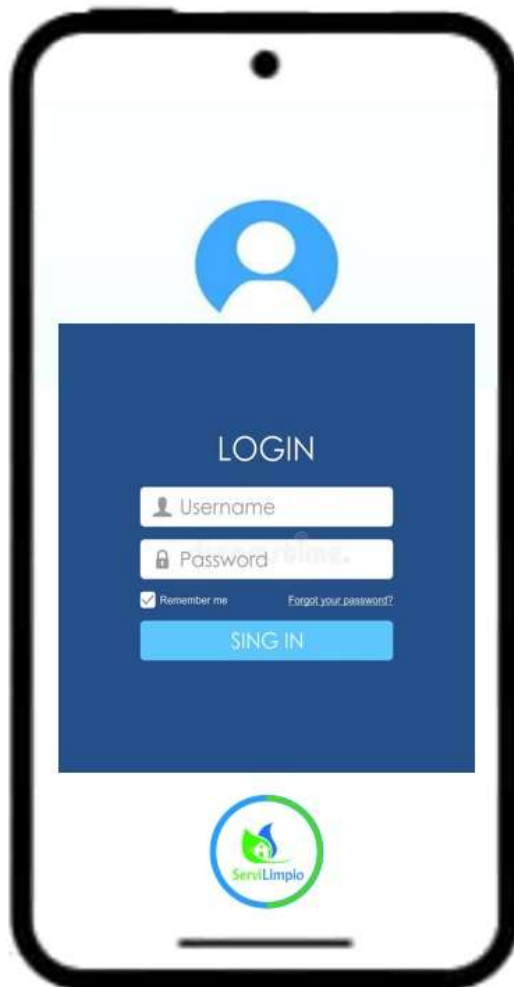


Figura 11. Diseño del prototipo

10.1.5 Validar

Para ejecutar la idea de negocio con la que nació la propuesta del servicio de limpieza especializada en eliminación de malezas de Servilimpio, se procedió a validar el mismo,

constatando que el público objetivo respondería de forma positiva con la activación de la marca y prestación de su servicio.

10.1.5.1 Testeo del prototipo

Para realizar el testeo del prototipo, se aplicaron las siguientes herramientas:

- Grupo focal
- Entrevista
- Encuesta

Las herramientas en mención fueron aplicadas para poder validar correctamente el prototipo de la idea de negocio, en la que se pudo conocer en detalle la opinión del grupo focal, sus intereses, la forma en la que toman decisiones, su falta de tiempo y/o conocimiento para mantener la limpieza de sus terrenos con o sin construcción, evitando las malezas y plagas, así como la exposición a sanciones municipales por falta de aseo.

Con la exposición de la propuesta de Servilimpio, se considera que se cumple ampliamente con las expectativas de los posibles clientes, ya que contarían con una solución profesional y acompañamiento permanente para el cuidado y limpieza de sus propiedades de forma correcta y oportuna, ideal para su salud y el bien de la comunidad.

10.1.5.1.1 Hallazgos

La propuesta de idea de negocio de Servilimpio fue aceptada ampliamente, ya que cubriría la necesidad existente de la prestación de un servicio profesional de limpieza de exteriores y eliminación de maleza para los propietarios residentes o vacacionistas de terrenos en la provincia de Santa Elena.

10.1.5.1.2 Oportunidades de mejora identificadas

Las oportunidades de mejora identificadas son las siguientes:

- Posibilidad de ofrecer otros servicios relacionados a la limpieza como: limpieza de interiores, mantenimiento de cercos eléctricos, encementado de bordillos y aceras.
- Oferta de servicios de limpieza de fin de obra.
- Extender ofertas especiales para clientes que adquirieron recientemente un terreno.
- Desarrollar un paquete que contemple la limpieza del terreno y la instalación de cerramiento.
- Negociación con corredores de bienes raíces o empresas inmobiliarias para la concesión de valores preferenciales por varios terrenos.

10.1.5.1.3 Adaptación del prototipo

Una vez ejecutada la validación del prototipo de la idea de negocio de Servilimpio, se consideraron las sugerencias y comentarios de las personas entrevistadas y encuestadas, determinando que la empresa ofertaría un servicio diferenciado que brindará bienestar a las familias de la provincia de Santa Elena y así también, para quienes son propietarios de inmuebles en la zona costera y no residen en la provincia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

Servilimpio es una empresa que cuenta con una alta factibilidad para el correcto desarrollo de la idea de negocio, con la intención de brindar una solución eficaz para el mantenimiento y limpieza de los terrenos con y sin construcción, en la provincia de Santa Elena. Es válido acotar que muchos de éstos terrenos prospectados, han sido abandonados por sus propietarios quienes por desconocimiento, han recibido sanciones y amonestaciones de cifras altas por el incumplimiento de las ordenanzas municipales respectivas al orden y la limpieza, afectando la salubridad del terreno y la comunidad.

En el caso de las familias residentes en la provincia o quienes cuentan con una segunda propiedad pero residen en otras ciudades, el escenario es similar ya que las inmediaciones de sus inmuebles sufren las inclemencias del clima, falta de cultura de aseo por parte de la comunidad o exposición de que personas de otras zonas, elijan su morada como botadero.

El servicio diferenciado que aspira brindar Servilimpio, junto con el empleo de productos biodegradables y prácticas socialmente responsables, podrá satisfacer las necesidades del público objetivo a través de la oferta de un servicio innovador en pro de la comunidad y mejora de la calidad de vida de los habitantes de la provincia.

El incremento de la demanda de servicios de limpieza y erradicación de malezas y plagas, se encuentra en auge, dada el complejo panorámica climático que ataca la zona costera del país, misma que en sus épocas de sequía como en las profusas lluvias, prolifera un sinnúmero de factores negativos que afectan la salubridad de las familias residentes y visitantes, problemática que incluso afecta al rubro turístico de la provincia. Así mismo, elevar la calidad de vida de los residentes y vacacionistas.

El crecimiento de la consciencia ambiental, así como las versátiles propuestas turísticas, demandan mayor ordenamiento y cuidado para el bien común, motivo por el que la propuesta de servicio de Servilimpio es idónea para la atención de los terrenos abandonados, habitados, sin construcción o destinados a las épocas de vacaciones, ampliando considerablemente el alcance de los clientes que podrían ser beneficiados.

La propuesta innovadora de Servilimpio también augura un amplio alcance de consumidores y popularización del servicio, ya que los consumidores tendrán la oportunidad de contactar a la empresa de forma ágil y rápida a través de la utilización de medios digitales y tecnologías en boga a través de su aplicación, brindando comodidad con la aplicación de herramientas que aportan de forma positiva a la oferta del servicio y reserva del mismo.

El proyecto no solo contribuirá a mejorar la estética urbana y la calidad de vida de los residentes, sino que también tendrá un impacto positivo en el medio ambiente al abordar la acumulación de basura y maleza, así como al promover prácticas sostenibles de limpieza y manejo de residuos. Además, el proyecto tiene el potencial de generar empleo local y fomentar un sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad al involucrar a los residentes en la revitalización de las propiedades abandonadas.

2. Recomendaciones

Dado que es una empresa nueva con un servicio diferenciado, es ampliamente recomendable que se establezcan alianzas estratégicas con las distintas autoridades zonales y municipales, fin de promulgar la oferta del servicio y a su vez, contribuir a la salud de la comunidad. Es incluso posible sumarse de forma activa a las diversas campañas de salud en las comunidades, que permiten promulgar la indispensable necesidad de habitar en un medio libre de plagas y desechos que pueden causar serias afectaciones a la salud.

De igual manera es válido acotar que el acercamiento con empresas constructoras e inmobiliarias permitirá tener un alcance mucho más importante, dado que existen muchos casos de familias que adquieren sus terrenos sin construcción, que posteriormente son empleados como botaderos de basura e incluso, alojamiento para personas sin hogar. Lamentablemente, éstos espacios abandonados son empleados en muchos casos para actos vandálicos dada su ubicación, abandono, falta de alumbrado y seguridad.

Con la intención de generar mayor visibilidad para la neo marca y atraer a clientes del público objetivo, es indispensable plantear y ejecutar estrategias de marketing efectivas a partir de la promulgación del servicio en eventos comunales y municipales como eco de la importancia de la salud comunitaria.

De igual manera, la utilización de las plataformas digitales permitirá generar mayor alcance entre los propietarios que no residen en la provincia y que viajan para vacacionar. Éste grupo de cliente potenciales abre una brecha interesante de consumidores que visitan la costa ecuatoriana en dos o tres ocasiones por año durante las festividades; para ellos, es posible contemplar un servicio distinto, con mantenimientos programados.

Referencias bibliograficas

- Arcentales, C. (2022). *Modelo de negocio “Empresas con-sentido”*: gerencia de design thinking. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Beltrán, M. (2019). *El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial*. Milagro: Revista Científica Mundo de la investigación y el conocimiento.
- Camacho, L. (2022). *Caso de éxito de la aplicación de un plan de marketing en una empresa cántabra de conservas*. Cantabria: Universidad de Cantabria.
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados*. Malva: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).
- García, L. (2019). *Aplicación del mapa de empatía: una herramienta de valor en los modelos de negocio*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Montes, I. (2022). *Brainstorming y el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de un instituto de educación superior pedagógico público de Ayacucho 2022*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Vargas, B. (2021). *Design Thinking aplicado al Diseño de Experiencia de Usuario*. Innovación y software - Volumen 2.