



# ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

**AUTORES:**

Cecilia del Rocío Carrera Noritz  
Oscar Miguel Hidalgo Gallegos  
Melani Nicole Maldonado Loor  
María José Sotomayor Sotomayor  
Franco Antonio Toro Sánchez  
Marjorie Gabriela Zambrano Vera

**TUTOR:**

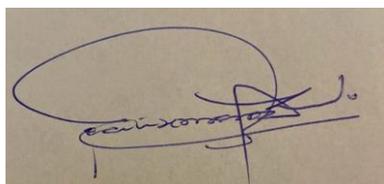
PhD. Odette Pantoja Díaz

PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR LA APP  
“FASTPRO” DE SERVICIOS TÉCNICOS PROFESIONALES PARA EL  
AÑO 2024.

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

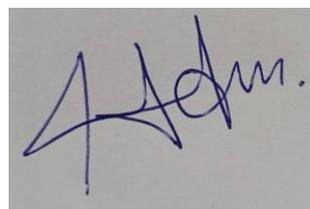
Nosotros, Cecilia del Rocío Carrera Noritz, Oscar Miguel Hidalgo Gallegos, Melani Nicole Maldonado Loor, María José Sotomayor Sotomayor, Franco Antonio Toro Sánchez y Marjorie Gabriela Zambrano Vera declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



Cecilia del Rocío Carrera Noritz

Cédula: 170653669-3



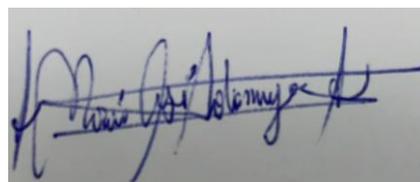
Melani Nicole Maldonado Loor

Cédula: 095517434-7



Oscar Miguel Hidalgo Gallegos

Cédula: 171831372-7



María José Sotomayor Sotomayor

Cédula: 172109570-9



Franco Antonio Toro Sánchez

Cédula: 070272072-3



Marjorie Gabriela Zambrano Vera

Cédula: 172203823-7

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Odette Pantoja Díaz, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo de titulación “Plan de Negocios para implementar la APP “FastPro” de Servicios Técnicos Profesionales para el Año 2024”, Cecilia del Rocío Carrera Noritz, Oscar Miguel Hidalgo Gallegos, Melani Nicole Maldonado Loor, María José Sotomayor Sotomayor, Franco Antonio Toro Sánchez y Marjorie Gabriela Zambrano Vera, siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

PhD. Odette Pantoja Díaz  
TUTOR DE PROYECTO  
CI 095814926-2

## Resumen ejecutivo

El presente proyecto se centra en la creación y desarrollo de una aplicación móvil llamada FastPro, diseñada para ofrecer servicios técnicos profesionales en Ecuador. El objetivo principal es desarrollar un plan de negocios integral que abarque la conceptualización del negocio, análisis de mercado, estrategias de marketing, modelo de ingresos y proyecciones financieras. FastPro busca proporcionar a los usuarios soluciones rápidas y eficientes para problemas cotidianos en sus hogares y negocios mediante una plataforma que integra múltiples servicios técnicos en una sola aplicación.

Para lograr este objetivo, se realizó un análisis exhaustivo del mercado ecuatoriano para identificar las necesidades y demandas de los usuarios, evaluando también la competencia y las tendencias del mercado. Posteriormente, se desarrollaron estrategias de marketing sólidas y personalizadas para promover la adopción de la aplicación entre la población ecuatoriana, utilizando campañas en redes sociales y publicidad en línea. Además, se elaboraron proyecciones financieras detalladas que incluyen estimaciones de ingresos, costos operativos, inversiones requeridas y análisis de punto de equilibrio.

Como resultado de la investigación y análisis, se determinó que la APP FastPro es económicamente viable y rentable a corto y largo plazo. Con una inversión total de \$31.405,01, se proyecta un Valor Actual Neto de \$9.560,09; una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18,16%, y un periodo de recuperación de la inversión al cuarto año, dejando un margen de ganancias. Estos resultados concluyen que el negocio de servicios técnicos profesionales mediante la APP FastPro es viable y recomendable.

**Palabras clave:** Aplicación Móvil, Servicios Técnicos, Mercado Ecuatoriano, Viabilidad Financiera

## **Abstract**

This project focuses on the creation and development of a mobile app called FastPro, designed to offer professional technical services in Ecuador. The primary objective is to develop a comprehensive business plan that includes business conceptualization, market analysis, marketing strategies, a revenue model, and financial projections. FastPro aims to provide users with quick and efficient solutions for everyday problems in their homes and businesses through a platform that integrates multiple technical services into a single application.

To achieve this objective, an exhaustive analysis of the Ecuadorian market was conducted to identify user needs and demands, as well as to evaluate the competition and market trends. Subsequently, solid and personalized marketing strategies were developed to promote the adoption of the application among the Ecuadorian population, leveraging social media campaigns and online advertising. Additionally, detailed financial projections were made, including income estimates, operating costs, required investments, and break-even analysis.

As a result of the research and analysis, it was determined that the FastPro app is economically viable and profitable in both the short and long term. With a total investment of \$31.405,01, a Net Present Value (NPV) of \$9.560,09 is projected, along with an Internal Rate of Return (IRR) of 18,16% and a payback period within the fourth year. These results indicate that the professional technical services business through the FastPro app is highly viable and recommendable.

**Keywords:** Mobile Application, Technical Services, Ecuadorian Market, Financial Viability

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, que han sido la luz en nuestro camino y el refugio en los momentos de oscuridad. A nuestros padres, cuya fortaleza y amor nos han moldeado, siendo la fuente inagotable de nuestra motivación y valentía. A quienes nos han acompañado en esta travesía, compartiendo no solo sus vidas, sino también sus sueños y esperanzas con nosotros.

A nuestros seres queridos, cuya presencia silenciosa ha sido un recordatorio constante de que nunca estamos solos, incluso cuando los desafíos parecen insuperables.

Dedicamos también este esfuerzo a aquellos que ya no están con nosotros, pero cuya influencia sigue viva en cada paso que damos. Este trabajo es un testimonio de su legado en nuestras vidas y de todo lo que nos han enseñado, directa o indirectamente.

Finalmente, este trabajo es un tributo a la amistad y al amor que nos une, a la resiliencia que hemos cultivado juntos, y al futuro que construimos desde hoy, con cada decisión y cada esfuerzo compartido.

Cecilia del Rocío Carrera Noritz  
Oscar Miguel Hidalgo Gallegos  
Melani Nicole Maldonado Loor  
María José Sotomayor Sotomayor  
Franco Antonio Toro Sánchez  
Marjorie Gabriela Zambrano Vera

## **Agradecimiento**

A lo largo de este viaje académico, hemos contado con el apoyo y guía de muchas personas a quienes deseamos expresar nuestro más profundo agradecimiento.

A nuestras familias, por su inquebrantable fe, apoyo y aliento, que nos impulsaron a seguir adelante. A nuestra directora de tesis, Odette Pantoja, por su invaluable orientación, paciencia y sabiduría, que fueron esenciales para el desarrollo de este proyecto. A nuestros compañeros de la carrera, por su respaldo y amistad, fundamentales en esta travesía. A todos nuestros profesores, por proporcionarnos las herramientas y conocimientos necesarios. A todos los que participaron en las pruebas y validaciones, y a quienes contribuyeron en este logro, nuestro más sincero agradecimiento.

Gracias por ser parte de este importante capítulo en nuestras vidas.

Cecilia del Rocío Carrera Noritz

Oscar Miguel Hidalgo Gallegos

Melani Nicole Maldonado Loor

María José Sotomayor Sotomayor

Franco Antonio Toro Sánchez

Marjorie Gabriela Zambrano Vera

## Índice de Contenidos

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>4</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA</b> .....	<b>38</b>
<b>IDEA DE NEGOCIO</b> .....	<b>46</b>
<b>VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD - VIABILIDAD - DESEABILIDAD</b> .....	<b>81</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL</b> .....	<b>119</b>
<b>PLAN DE MARKETING</b> .....	<b>143</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>170</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>187</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>189</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>193</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Matriz FODA.....	76
<b>Tabla 2</b> Matriz de estrategias (FODA) .....	77
<b>Tabla 3</b> Comisión por Transacción.....	115
<b>Tabla 4</b> Suscripción Premium.....	116
<b>Tabla 5</b> Publicidad In-App .....	116
<b>Tabla 6</b> Ofertas y promociones Patrocinadas .....	117
<b>Tabla 7</b> Programas de afiliados .....	117
<b>Tabla 8</b> Análisis de posible localización del proyecto en Ecuador .....	119
<b>Tabla 9</b> Localización óptima del proyecto.....	122
<b>Tabla 10</b> Perfiles de los cargos de la empresa FastPro.....	130
<b>Tabla 11</b> Operaciones del Mapa de Procesos de la empresa FastPro .....	133
<b>Tabla 12</b> Plan de contenido para FastPro “Accesibilidad a un solo clic”.....	164
<b>Tabla 13</b> Ingresos por Ventas .....	171
<b>Tabla 14</b> Equipos de oficina .....	172
<b>Tabla 15</b> Muebles de Enseres .....	172
<b>Tabla 16</b> Equipos de cómputos.....	172
<b>Tabla 17</b> Activos Fijos Tangibles .....	173
<b>Tabla 18</b> Activos Fijos Intangibles .....	174
<b>Tabla 19</b> Inversión.....	175
<b>Tabla 20</b> Sueldos y salarios .....	177
<b>Tabla 21</b> Composición del financiamiento .....	178
<b>Tabla 22</b> Composición del financiamiento Propio .....	179
<b>Tabla 23</b> Amortización anual del Préstamo.....	180
<b>Tabla 24</b> Punto de equilibrio .....	181
<b>Tabla 25</b> Estado de Pérdidas y Ganancias .....	182
<b>Tabla 26</b> Flujo de Caja.....	183
<b>Tabla 27</b> Análisis de Escenarios .....	185
<b>Tabla 28</b> Determinación del WACC.....	186

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Modelo de negocio digital .....	11
<b>Figura 2</b> Uso de servicios generales .....	17
<b>Figura 3</b> Medios para contratar servicios .....	17
<b>Figura 4</b> Satisfacción de servicios generales contratados.....	18
<b>Figura 5</b> Utilidad de la aplicación .....	20
<b>Figura 6</b> Disposición de pago .....	22
<b>Figura 7</b> Importancia de los proveedores de servicios .....	23
<b>Figura 8</b> Comparación de precios y reseñas .....	23
<b>Figura 9</b> Buyer persona .....	33
<b>Figura 10</b> Mapa de empatía .....	35
<b>Figura 11</b> Mapa de actores .....	36
<b>Figura 12</b> Árbol del problema (Causas - efectos).....	41
<b>Figura 13</b> Matriz Problem – Solution Fit .....	47
<b>Figura 14</b> Lienzo PV .....	48
<b>Figura 15</b> Fuente Serif Fonts .....	50
<b>Figura 16</b> Colorimetría .....	51
<b>Figura 17</b> Logotipo blanco y negro .....	52
<b>Figura 18</b> Logotipo escala de grises .....	52
<b>Figura 19</b> Logotipo a color .....	53
<b>Figura 20</b> Presentaciones .....	56
<b>Figura 21</b> Presentación del primer boceto para inicio de sesión o registro .....	58
<b>Figura 22</b> Presentación del boceto para acceder a los servicios .....	58
<b>Figura 23</b> Presentación del primer boceto del acceso para solicitar el servicio .....	59
<b>Figura 24</b> Matriz Lean CANVAS .....	62
<b>Figura 25</b> Frecuencia de uso de servicios generales.....	86
<b>Figura 26</b> Fuentes actuales para encontrar proveedores de servicios.....	86
<b>Figura 27</b> Los principales problemas que enfrenta buscar y contratar estos servicios.....	87
<b>Figura 28</b> Interfaz de usuario intuitiva .....	88
<b>Figura 29</b> La funcionalidad básica de búsqueda y contratación de servicios.....	88
<b>Figura 30</b> Capacidad de registrar usuarios y perfiles de proveedores .....	89
<b>Figura 31</b> Sistema de calificación y reseñas.....	89
<b>Figura 32</b> Funcionalidad de programación de citas y pagos en línea.....	90

<b>Figura 33</b> Integración con servicios de geolocalización para encontrar proveedores cercanos .....	90
<b>Figura 34</b> Funcionalidad de chat en tiempo real entre usuarios y proveedores.....	91
<b>Figura 35</b> Personalización de perfiles de usuarios .....	91
<b>Figura 36</b> Ofertas y promociones exclusivas para usuarios frecuentes.....	92
<b>Figura 37</b> Edad, género y ocupación .....	92
<b>Figura 38</b> Género.....	93
<b>Figura 39</b> Ocupación .....	93
<b>Figura 40</b> Product-Market Fit Canvas .....	102
<b>Figura 41</b> Boceto 2.0 .....	105
<b>Figura 42</b> Página de Inicio Mejorada .....	106
<b>Figura 43</b> Exploración de Servicios Mejorada .....	107
<b>Figura 44</b> Perfil de Jornaleros Mejorado .....	107
<b>Figura 45</b> Registro y Autenticación Mejorada .....	108
<b>Figura 46</b> Proceso de Contratación Simplificado.....	109
<b>Figura 47</b> Confirmación y Seguimiento Mejorado.....	110
<b>Figura 48</b> Producto Mínimo Viable (PMV) .....	111
<b>Figura 49</b> Ubicación de FastPro en la Zona Industrial, Guayaquil Ecuador.....	124
<b>Figura 50</b> Layout 1 de las oficinas de FastPro .....	126
<b>Figura 51</b> Layout 2 de las oficinas de FastPro .....	127
<b>Figura 52</b> Organigrama funcional del personal de FastPro .....	129
<b>Figura 53</b> Mapa de Proceso de FastPro .....	132
<b>Figura 54</b> Procesos Principales de FastPro.....	135
<b>Figura 55</b> Proceso de monitoreo de la aplicación FastPro .....	136
<b>Figura 56</b> Proceso de gestión proveedores FastPro.....	137
<b>Figura 57</b> Proceso de Marketing y Ventas FastPro .....	137
<b>Figura 58</b> Proceso de Administración y Finanzas FastPro.....	138
<b>Figura 59</b> Proceso de Operaciones de Servicio FastPro.....	139
<b>Figura 60</b> Flujograma del Proceso de Solicitud y Asignación de Servicios de FastPro...	140
<b>Figura 61</b> Flujograma del Proceso de Registro de Proveedores de FastPro.....	141
<b>Figura 62</b> Presentación post uno promoción FastPro.....	145
<b>Figura 63</b> Presentación post dos FastPro.....	145
<b>Figura 64</b> Diferentes niveles de servicio (Básico, Profesional y Premium).....	147
<b>Figura 65</b> Canales de Distribución .....	148

<b>Figura 66</b> Página Web Oficial de FastPro .....	149
<b>Figura 67</b> RRSS Publicidad pagada / Ads manager .....	153
<b>Figura 68</b> RRSS Publicidad pagada/ adstiktok.....	154
<b>Figura 69</b> Estadística de la red .....	154
<b>Figura 70</b> Post promocional .....	154
<b>Figura 71</b> Estadística de la promoción .....	155
<b>Figura 72</b> Post de interacción .....	155
<b>Figura 73</b> Post ventajas.....	155
<b>Figura 74</b> Interacciones .....	155
<b>Figura 75</b> Estadística de la oferta de servicios .....	156
<b>Figura 76</b> Post promocional 1 .....	156
<b>Figura 77</b> Estadística de la oferta de servicios .....	156
<b>Figura 78</b> Post estadística reproducciones.....	156
<b>Figura 79</b> Post promocional 2 .....	157
<b>Figura 80</b> Estadística de la oferta de servicios .....	157
<b>Figura 81</b> Post de comunicación .....	157
<b>Figura 82</b> Post promocional 3 .....	157
<b>Figura 83</b> Estadística de la comunicación .....	158
<b>Figura 84</b> Estadística de la oferta de servicios .....	158
<b>Figura 80</b> Programa de referidos FastPro .....	159
<b>Figura 81</b> Punto de Equilibrio .....	181

## Introducción

En el dinámico contexto de la economía moderna, la demanda de servicios generales de calidad y confiabilidad es una constante que no conoce límites de tiempo ni fronteras geográficas Godoy et al. (2022). En esta línea, respecto a la penetración de mercado de aplicaciones de servicios bajo demanda en Ecuador, se estima que aproximadamente el 60% de la población ecuatoriana utiliza aplicaciones móviles para acceder a servicios y soluciones bajo demanda (Líderes, 2023). De ese 60%, se calcula que el 40% utiliza activamente aplicaciones de servicios generales, como las que pretende ofrecer FastPro.

En lo que concierne al crecimiento anual del mercado de aplicaciones de servicios en Ecuador, se proyecta un crecimiento anual del 15% en la adopción de aplicaciones de servicios generales en Ecuador, lo que indica una demanda creciente en el mercado (LEXIS, 2023). Según encuestas realizadas por (Demarquet & Aguirre, 2022), el 80% de los usuarios de aplicaciones de servicios en Ecuador reportan altos niveles de satisfacción con la conveniencia y la calidad de los servicios ofrecidos a través de estas plataformas.

En respuesta a esta necesidad creciente y diversa, surge la idea de FastPro, una aplicación pionera que tiene como objetivo ofrecer una amplia gama de servicios profesionales, disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para satisfacer las demandas de los ecuatorianos. FastPro se presenta como una solución integral para las múltiples necesidades de los usuarios, abarcando desde plomería, cerrajería, mecánica, albañilería, carpintería, herrería, pintura, costura, electricidad, jardinería, hasta servicios especializados como técnicos de refrigeración, reparación de electrodomésticos, celulares e incluso atención odontológica entre otros. Esta amplia oferta de servicios, combinada con la disponibilidad ininterrumpida, posiciona a FastPro como una herramienta indispensable en el día a día de los ecuatorianos, brindándoles la tranquilidad de saber que siempre podrá encontrar ayuda profesional que necesitan, sin importar la hora o lugar.

La relevancia de FastPro radica en su capacidad para simplificar y agilizar el proceso de búsqueda y contratación de servicios profesionales, eliminando las barreras tradicionales de tiempo y distancia. Los usuarios de la aplicación podrán acceder de manera rápida y sencilla a una red confiable de profesionales verificados, asegurando calidad y satisfacción en cada servicio prestado. La propuesta de valor de esta aplicación se destaca no solo por la diversidad y disponibilidad de servicios, sino también por su enfoque en la calidad, la seguridad y la comodidad para los usuarios. Cada profesional registrado en la plataforma será sometido a un riguroso proceso de verificación, garantizando así la confiabilidad y el profesionalismo en cada trabajo realizado. Además, la aplicación ofrecerá funciones de reserva y seguimiento en tiempo real, permitiendo a los usuarios programar y monitorear sus servicios de manera conveniente desde sus dispositivos móviles.

En la era digital actual, la demanda de soluciones rápidas y eficientes para diversas necesidades de servicios generales está en constante aumento. Para abordar esta demanda y capitalizar las oportunidades del mercado, surge la idea de FastPro, una innovadora aplicación diseñada para ofrecer una amplia gama de servicios generales de manera rápida, conveniente y confiable.

Este plan de negocios se centra en la conceptualización, desarrollo y lanzamiento de FastPro, destacando su propuesta de valor única, su modelo de negocio sólido y su estrategia de crecimiento escalable. Mediante un análisis exhaustivo del mercado, la identificación de la competencia, el estudio de viabilidad financiera y la delineación de estrategias de marketing, este plan establece los cimientos para la creación exitosa de FastPro como una marca líder en el mercado de servicios generales basados en aplicaciones.

### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios integral y detallado para la creación de la APP FastPro, una aplicación de servicios técnicos profesionales, en el año 2024, que abarque

aspectos clave como la conceptualización del negocio, análisis de mercado, estrategias de marketing, modelo de ingresos y proyecciones financieras.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis exhaustivo del mercado ecuatoriano para identificación de las necesidades y demandas de los usuarios en términos de servicios generales, incluyendo una evaluación de la competencia y las tendencias del mercado.
- Desarrollar estrategias de marketing sólidas y personalizadas para el conocimiento de la marca de FastPro a fin de captar usuarios potenciales fomentando la adopción de la aplicación entre la población ecuatoriana.
- Elaborar proyecciones financieras detalladas que incluyan estimaciones de ingresos, costos operativos, inversiones requeridas y análisis de punto de equilibrio, con el fin de garantizar la viabilidad económica y la rentabilidad del negocio a corto y largo plazo.

## **Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico**

### **1.1 Marco teórico. Hallazgos de la Investigación Documental**

El desarrollo de los hallazgos de la investigación para llevar a cabo el plan de negocios para la implementación de una aplicación de servicios técnicos profesionales “FastPro”, es fundamental para comprender diversos aspectos teóricos relacionados con el emprendimiento, la economía digital y el comportamiento del consumidor en el mercado de servicios bajo demanda. A continuación, se presentan, antecedentes, algunos enfoques teóricos y fundamentaciones relevantes:

### **1.2 Antecedentes**

Los hallazgos de la investigación documental sobre planes de negocio para la creación e implementación de aplicaciones de servicios generales revelan una serie de tendencias y prácticas comunes en el sector. Se han identificado numerosos casos de éxito y fracaso en el lanzamiento de aplicaciones de servicios generales en diferentes regiones del mundo. Estos antecedentes proporcionan lecciones valiosas sobre estrategias efectivas, desafíos enfrentados y oportunidades emergentes en el mercado.

La investigación documental muestra un aumento significativo en la demanda de servicios generales bajo demanda, impulsado por factores como la urbanización, la digitalización y los cambios en el estilo de vida de los consumidores. Se observa una creciente competencia entre diversas plataformas que ofrecen servicios similares, lo que destaca la importancia de la diferenciación y la innovación en el modelo de negocio.

En los últimos cinco años, se ha observado un crecimiento significativo en la producción nacional e internacional de estudios relacionados con la creación de aplicaciones de servicios generales similares a FastPro. Estos estudios han destacado diversos objetivos y han reportado resultados positivos, evidenciando el impacto y la viabilidad de este tipo de

emprendimientos en diferentes contextos Almeida-Santana et al. (2019). A continuación, se presentan algunos casos de éxito destacados:

**Caso de Éxito Nacional:** "EasyFix" en Ecuador: El objetivo principal de EasyFix es una app cuyo propósito es facilitar el contacto entre usuarios y expertos en tareas de mantenimiento doméstico (Dávalos, 2020). Hoy en día, su proyecto incluye a más de 150 técnicos especializados en diversas áreas como electricidad, informática, pintura, fontanería, control de plagas, climatización, jardinería, limpieza, cerrajería, carpintería y albañilería.

**Caso de Éxito Internacional:** "Handy" (EE.UU.): Handy se propuso crear una plataforma digital para conectar a usuarios con servicios de limpieza del hogar, reparaciones y mejoras del hogar, entre otros. Según el estudio de (Smith & Johnson, 2020), Handy logró expandirse a múltiples ciudades de Estados Unidos y experimentó un crecimiento exponencial en el número de servicios prestados. Además, la plataforma obtuvo una alta calificación de satisfacción del cliente, con una tasa de retención del 80% de los usuarios activos.

El análisis de casos de éxito como EasyFix Ecuador y Handy proporciona a los investigadores insights valiosos sobre las estrategias efectivas, los desafíos enfrentados y las oportunidades emergentes en el mercado de aplicaciones de servicios generales. Estos antecedentes son fundamentales para comprender las mejores prácticas, identificar áreas de mejora y diseñar un plan de negocios sólido y viable para FastPro. Además, permiten contextualizar la investigación dentro de un marco más amplio y proporcionar evidencia empírica de la viabilidad y el potencial de éxito de este tipo de emprendimientos.

Estos antecedentes constituyen punto de referencia clave para la investigación en curso sobre la creación de FastPro, ya que permitirán a los investigadores identificar estrategias probadas, evitar errores comunes y diseñar un modelo de negocio innovador y competitivo que se adapte a las necesidades del mercado ecuatoriano.

### **1.3 Enfoques teóricos**

#### ***1.3.1 Teoría de la Innovación Tecnológica***

La Teoría de la Innovación Tecnológica, propuesta por el economista Joseph Schumpeter, argumenta que la innovación tecnológica es el motor principal del crecimiento económico en una sociedad. Según esta teoría, las nuevas tecnologías, productos y procesos de producción no solo conducen a la eficiencia económica, sino que también generan cambios estructurales en los mercados y en la economía en su conjunto. Schumpeter destacó la importancia de la "destrucción creativa", un proceso mediante el cual las nuevas innovaciones reemplazan a las antiguas tecnologías y modelos de negocio, dando lugar a una reconfiguración del panorama económico (Schumpeter, 2010).

En el contexto de FastPro, la Teoría de la Innovación Tecnológica sugiere que la introducción de una nueva plataforma digital para la prestación de servicios generales puede tener un impacto significativo en el mercado. Al ofrecer una solución innovadora y conveniente para acceder a una amplia gama de servicios, FastPro tiene el potencial de transformar la forma en que se realizan las transacciones en el sector de servicios generales. La implementación de tecnología digital puede mejorar la eficiencia, reducir los costos y aumentar la accesibilidad para los usuarios, lo que a su vez puede estimular la demanda de servicios y generar nuevas oportunidades de negocio para los proveedores.

#### ***1.3.2 Teoría de la Economía de Plataformas***

La Teoría de la Economía de Plataformas es un marco conceptual que describe el modelo de negocio en el que las empresas operan como intermediarios entre proveedores de servicios y consumidores, facilitando la interacción y transacción a través de una plataforma digital. Este enfoque se centra en la creación de valor a través de la conexión de diferentes partes interesadas en una red digital, aprovechando la tecnología para aumentar la eficiencia y mejorar la experiencia del usuario Parker et al., (2016).

Para el estudio y desarrollo de la aplicación FastPro, esta teoría cobra relevancia ya que la aplicación actúa como una plataforma que permite a los usuarios acceder a una amplia gama de servicios generales ofrecidos por profesionales verificados. Al centralizar la oferta de servicios y proporcionar herramientas de búsqueda y reserva convenientes, FastPro facilita la conexión entre los proveedores de servicios y los consumidores que requieren esos servicios.

La Teoría de la Economía de Plataformas resalta la importancia de la intermediación digital como un modelo de negocio efectivo en la economía actual. Al eliminar las barreras tradicionales entre oferta y demanda, las plataformas como FastPro pueden generar eficiencias, reducir los costos de transacción y crear valor para ambas partes involucradas. Además, este enfoque permite la escalabilidad y la expansión a nuevos mercados, lo que contribuye al crecimiento y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

### ***1.3.3 Teoría del Comportamiento del Consumidor***

La Teoría del Comportamiento del Consumidor es un área fundamental en el estudio del marketing y la economía que se centra en entender cómo los individuos toman decisiones de compra y cómo interactúan con los productos y servicios en el mercado. Esta teoría se basa en diversos enfoques psicológicos, sociológicos y económicos para comprender los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, incluyendo sus necesidades, preferencias, percepciones, actitudes y motivaciones (Solomon, 2020).

En el contexto de FastPro, la comprensión de la Teoría del Comportamiento del Consumidor es esencial para diseñar una experiencia de usuario que satisfaga las demandas y expectativas de los usuarios de la aplicación. Al entender cómo los consumidores buscan, evalúan y seleccionan servicios generales, FastPro puede adaptar su plataforma para ofrecer una experiencia más personalizada y relevante.

Esta teoría sugiere que los consumidores pasan por un proceso de toma de decisiones que incluye la identificación de la necesidad, la búsqueda de información, la evaluación de alternativas, la toma de decisiones y la evaluación post-compra (Solomon, 2020). FastPro puede diseñar su plataforma para facilitar cada etapa de este proceso y proporcionar información relevante y herramientas de comparación para ayudar a los usuarios a tomar decisiones informadas.

#### ***1.3.4 Teoría de la Red de Valor***

La Teoría de la Red de Valor es un marco conceptual que se centra en la creación de valor a través de la interacción entre diferentes actores en una red o ecosistema. En este enfoque, se reconoce que el valor no se crea únicamente dentro de una organización, sino que emerge de las conexiones y relaciones entre múltiples partes interesadas, como clientes, proveedores y socios.

Para FastPro, esta teoría es relevante porque la aplicación actúa como una plataforma que facilita la interacción entre proveedores de servicios y usuarios, permitiendo la creación de valor para ambas partes. A través de FastPro, los proveedores de servicios pueden llegar a una audiencia más amplia y acceder a oportunidades de negocio adicionales, mientras que los usuarios pueden encontrar y contratar fácilmente servicios que satisfagan sus necesidades.

Esta teoría sugiere que las interacciones en la red de valor deben generar beneficios mutuos para todas las partes involucradas. FastPro crea valor al proporcionar una plataforma que permite a los proveedores de servicios ampliar su alcance y aumentar sus ingresos, mientras que los usuarios se benefician al acceder a una amplia gama de servicios de manera conveniente y eficiente (Gulati & Sytch, 2007).

#### ***1.3.5 Teoría de la Disrupción***

La Teoría de la Disrupción, popularizada por Clayton Christensen, es un marco

conceptual que describe cómo las innovaciones tecnológicas pueden desplazar a los productos, servicios o modelos de negocio establecidos en el mercado, dando lugar a cambios significativos en la industria. Según esta teoría, las innovaciones disruptivas suelen surgir inicialmente en segmentos de mercado periféricos, donde atienden las necesidades de clientes menos exigentes o no satisfechas. Con el tiempo, estas innovaciones pueden mejorar rápidamente en términos de calidad y funcionalidad, eventualmente desplazando a los productos o servicios existentes y transformando la estructura de la industria Christensen et al. (2015).

En el contexto de FastPro, la aplicación puede considerarse una innovación disruptiva que desafía los modelos de negocio tradicionales en el sector de servicios generales. En lugar de depender de métodos de búsqueda y contratación de servicios convencionales, FastPro introduce un modelo digital que facilita la conexión entre proveedores de servicios y usuarios a través de una plataforma en línea. Esto ofrece una alternativa conveniente y eficiente a los métodos tradicionales, lo que podría cambiar la forma en que se realizan las transacciones en el mercado de servicios generales.

Las innovaciones disruptivas tienden a mejorar rápidamente en términos de calidad y funcionalidad, lo que les permite competir con productos o servicios establecidos en el mercado. FastPro puede aprovechar la retroalimentación de los usuarios y la evolución tecnológica para mejorar constantemente su plataforma y expandir su oferta de servicios.

## **1.4 Fundamentación teórica**

### ***1.4.1 Emprendimiento Digital***

El emprendimiento digital se refiere al proceso de crear, desarrollar y gestionar un negocio o proyecto empresarial utilizando principalmente herramientas y plataformas digitales. Este enfoque empresarial aprovecha las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para crear valor, innovar y llegar a un público más amplio a través de

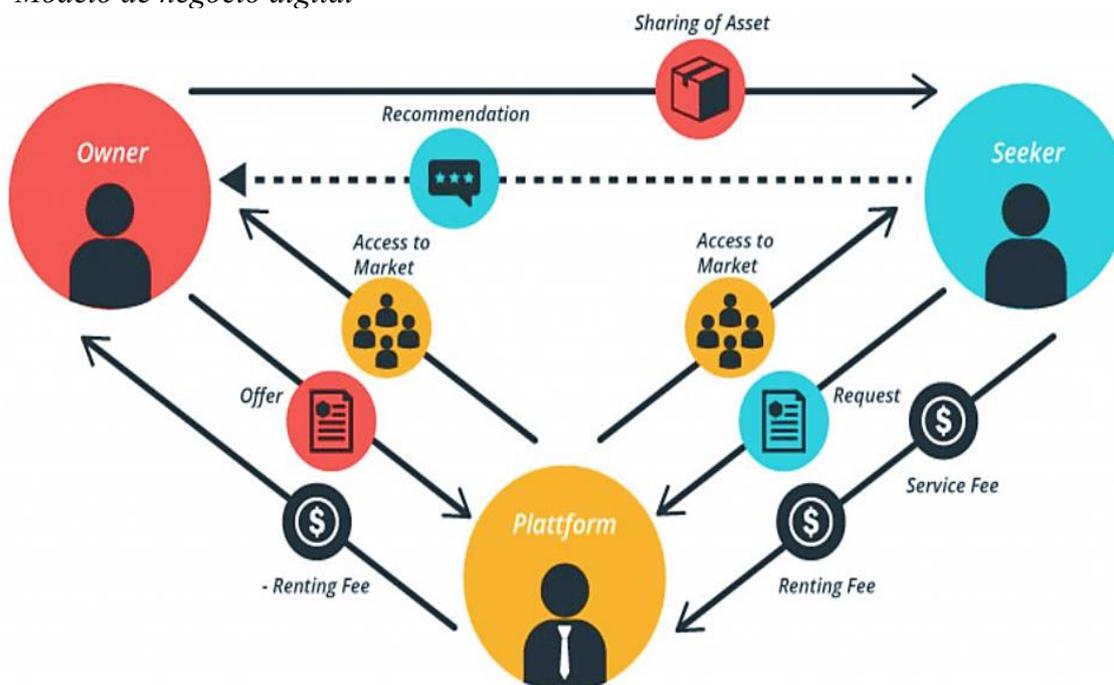
internet y otros canales digitales Mendoza-Vargas et al. (2024).

El emprendimiento digital puede involucrar la creación de una amplia gama de negocios, incluidos comercios electrónicos, aplicaciones móviles, plataformas en línea, servicios digitales, contenido multimedia, entre otros. Se caracteriza por su enfoque en la innovación, la agilidad y la capacidad de adaptación a un entorno empresarial en constante evolución (España Digital, 2024).

Algunas características clave del emprendimiento digital según (Salgado, 2023) incluyen:

- **Innovación Tecnológica:** El emprendimiento digital se basa en la creación y aplicación de nuevas tecnologías para resolver problemas, satisfacer necesidades del mercado y generar valor para los usuarios.
- **Escalabilidad:** Las empresas digitales suelen tener una capacidad significativa para escalar rápidamente, ya que pueden llegar a una audiencia global a través de internet y expandir sus operaciones con relativa facilidad.
- **Modelos de Negocio Disruptivos:** El emprendimiento digital a menudo desafía los modelos de negocio tradicionales al introducir nuevas formas de crear, distribuir y monetizar productos y servicios utilizando plataformas digitales.
- **Enfoque en la Experiencia del Usuario:** Las empresas digitales ponen un fuerte énfasis en la experiencia del usuario, buscando proporcionar interfaces intuitivas, contenido relevante y soluciones personalizadas para sus clientes.
- **Agilidad y Flexibilidad:** El entorno digital permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado, probar nuevas ideas y ajustar sus estrategias en función de los datos y la retroalimentación del usuario.

**Figura 1**  
*Modelo de negocio digital*



Fuente: (Martínez, Pérez, & Gómez, 2021)

#### 1.4.2 Economía de Plataformas

La economía de plataformas es un modelo de negocio que se basa en la intermediación digital, donde las empresas actúan como facilitadoras para conectar a proveedores de servicios o productos con consumidores a través de una plataforma en línea. Este marco teórico analiza los principios fundamentales que guían el funcionamiento de estas plataformas digitales, así como los impactos económicos y sociales que generan (Cárdenas, 2023).

Algunos aspectos clave de la economía de plataformas, según Maya et al. (2022) incluyen:

- Creación de valor a través de la red: Las plataformas digitales crean valor al facilitar la interacción entre múltiples partes interesadas, como proveedores y consumidores. Al proporcionar un entorno donde se pueden realizar transacciones de manera eficiente y conveniente, estas plataformas generan valor para todos los participantes.
- Escalabilidad: Una de las características distintivas de las plataformas digitales es su

capacidad para escalar rápidamente y llegar a una amplia audiencia. A medida que más usuarios se unen a la plataforma, aumenta su valor para todos los participantes, lo que puede impulsar un crecimiento exponencial.

- Efecto de red: El valor de una plataforma digital aumenta a medida que más personas la utilizan. Este efecto de red crea un círculo virtuoso donde el crecimiento de la plataforma atrae a más usuarios, lo que a su vez aumenta su valor y atractivo para nuevos usuarios y participantes.
- Desafíos regulatorios y de competencia: La economía de plataformas presenta desafíos únicos en términos de regulación y competencia. Las regulaciones gubernamentales y las preocupaciones sobre la competencia justa pueden afectar el funcionamiento de estas plataformas y su capacidad para innovar y crecer.
- La economía de plataformas representa un cambio significativo en la forma en que se realizan las transacciones comerciales y se crean y distribuyen productos y servicios en la era digital. Al entender los principios fundamentales de las plataformas digitales, podemos analizar mejor su impacto en la economía y la sociedad, así como abordar los desafíos y oportunidades que presentan Godoy et al. (2022).

### ***1.4.3 Comportamiento del Consumidor en Línea***

El estudio del comportamiento del consumidor en línea se centra en entender cómo los usuarios interactúan con las aplicaciones y servicios digitales, incluyendo factores como la usabilidad, la confianza en la plataforma, la percepción de valor, la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca. Se examinan teorías psicológicas y sociológicas para comprender las motivaciones y preferencias de los usuarios en el contexto digital (Mendoza, y otros, 2023).

La economía de plataformas es un modelo de negocio en el que las empresas actúan como intermediarios que conectan a proveedores de servicios o productos con consumidores a través de una plataforma digital. Este modelo se basa en la facilitación de transacciones y

la creación de valor a través de una red digital, permitiendo que múltiples partes interesadas interactúen de manera eficiente y conveniente Martínez et al.(2021). Las plataformas digitales ofrecen un entorno donde se pueden realizar transacciones comerciales, intercambiar información y acceder a servicios de una manera escalable y global. Este modelo ha ganado popularidad debido a su capacidad para generar crecimiento exponencial, aprovechando el efecto de red y la escalabilidad inherentes a las plataformas digitales (Salgado, 2023).

## **1.5 Marco Conceptual**

### ***1.5.1 Segmentos de mercado objetivo***

Son grupos específicos de clientes a los que una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y ventas. Su importancia radica en identificar segmentos de mercado objetivo permite a una empresa concentrar sus recursos en los clientes más propensos a comprar sus productos o servicios, lo que mejora la eficiencia de las estrategias de marketing y aumenta las posibilidades de éxito (Solomon, 2020).

Los segmentos de mercado objetivo se definen en función de características demográficas, geográficas, psicográficas y de comportamiento de los clientes, lo que permite una segmentación precisa y una personalización efectiva de las estrategias de marketing (Cárdenas, 2023).

### ***1.5.2 Propuesta de valor***

Es la promesa única y convincente que una empresa ofrece a sus clientes, destacando los beneficios clave que la diferencian de la competencia. Una propuesta de valor única ayuda a una empresa a destacarse en un mercado competitivo, atraer a los clientes adecuados y generar lealtad a la marca. Se basa en identificar las necesidades y deseos no satisfechos de los clientes y en ofrecer soluciones innovadoras y valiosas que resuelvan esos problemas de manera más efectiva que la competencia (Salgado, 2023).

### ***1.5.3 Experiencia de usuario***

Se refiere a la facilidad y la comodidad con la que los usuarios pueden interactuar con un producto, servicio o plataforma digital. Una experiencia de usuario intuitiva mejora la satisfacción del cliente, aumenta la retención de usuarios y fomenta el boca a boca positivo, lo que contribuye al éxito a largo plazo de una empresa. Una experiencia de usuario intuitiva se caracteriza por una interfaz fácil de usar, navegación clara, diseño atractivo y funcionalidades intuitivas que satisfacen las necesidades y expectativas del usuario de manera eficiente Almeida-Santana et al., (2019).

### ***1.5.4 Estrategias de marketing***

Son planes y acciones diseñados para promocionar y comercializar los productos o servicios de una empresa y alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Las estrategias de marketing ayudan a una empresa a aumentar la visibilidad de su marca, atraer clientes potenciales, generar demanda, fomentar la lealtad del cliente y aumentar las ventas (Arribas & Islas, 2021).

Las estrategias de marketing pueden incluir una combinación de tácticas publicitarias, promocionales, de relaciones públicas, de marketing digital, de contenido y de redes sociales, adaptadas a las características del mercado objetivo y los objetivos comerciales de la empresa (Cárdenas, 2023).

### ***1.5.5 Sostenibilidad financiera***

Se refiere a la capacidad de una empresa para mantener una salud financiera a largo plazo, generando ingresos suficientes para cubrir sus gastos operativos y de inversión. La sostenibilidad financiera es esencial para la viabilidad y el crecimiento de una empresa a largo plazo, garantizando su capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras, invertir en el desarrollo del negocio y generar valor para los accionistas (Salgado, 2023).

La sostenibilidad financiera se logra mediante una gestión prudente de los ingresos,

costos y activos de la empresa, así como una planificación financiera estratégica que tenga en cuenta los riesgos y oportunidades del mercado (Cárdenas, 2023).

### ***1.5.6 Escalabilidad del negocio en el largo plazo***

Se refiere a la capacidad de una empresa para crecer y expandirse de manera sostenible a lo largo del tiempo, manteniendo o mejorando su rentabilidad y eficiencia operativa. La escalabilidad del negocio es fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa, permitiéndole aprovechar nuevas oportunidades de mercado, aumentar su participación en el mercado y generar mayores ingresos y ganancias Fernández et al.(2021).

La escalabilidad del negocio se logra mediante la implementación de procesos eficientes, la adopción de tecnologías escalables, la diversificación de productos o servicios, la expansión geográfica y la capacidad de adaptarse a cambios en el entorno empresarial y tecnológico (Salgado, 2023).

## **1.6 Investigación de Campo**

En lo que concierne a la metodología de estudio, para llevar a cabo la investigación de campo, se empleó un enfoque cuantitativo que permitió recopilar datos objetivos y medibles sobre el mercado ecuatoriano de servicios generales. Se optó por utilizar una encuesta como método principal para el estudio de mercado, ya que proporciona una manera eficiente y sistemática de recopilar información de una muestra representativa de la población objetivo.

El tipo de estudio utilizado para las proyecciones financieras fue descriptivo de campo, ya que el objetivo era recopilar datos detallados sobre los ingresos, costos y otras variables financieras relevantes para el negocio. Este enfoque permitió obtener una comprensión clara de la situación financiera actual y proyectada de FastPro, así como identificar posibles riesgos y oportunidades.

La encuesta se diseñó cuidadosamente para recopilar información relevante sobre las

necesidades y preferencias de los usuarios ecuatorianos en cuanto a servicios generales, así como su disposición a utilizar una aplicación como FastPro. Se distribuyó el enlace de la encuesta a través de la plataforma en línea Encuesta, que permite crear y administrar encuestas de manera fácil y eficiente.

El proceso de obtención de datos se dividió en varias etapas:

- **Diseño de la encuesta:** Se desarrolló un cuestionario estructurado que incluía preguntas sobre las preferencias de los usuarios en términos de servicios generales, su disposición a utilizar una aplicación como FastPro, y su percepción de la competencia en el mercado.
- **Distribución del enlace de la encuesta:** Se compartió el enlace de la encuesta (<https://www.onlineencuesta.com/s/jnwsfih>) a través de diversos canales, incluyendo redes sociales, correos electrónicos, y sitios web relevantes para el público objetivo. Se aseguró de alcanzar una muestra representativa de la población ecuatoriana en cuanto a edad, género, ubicación geográfica y otros factores demográficos relevantes.
- **Recopilación de respuestas:** Se recolectaron las respuestas de 62 participantes a través del enlace de la encuesta durante un período de tiempo determinado. Se monitoreó el progreso de la encuesta y se fomentó la participación activa a través de recordatorios y promociones.
- **Análisis de datos:** Una vez completada la fase de recopilación de datos, se llevó a cabo un análisis estadístico de los resultados para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas. Se utilizó software especializado de la misma plataforma Online Encuesta que además de gestionar el formulario, también permite analizar los datos y generar informes detallados sobre los hallazgos de la encuesta.

La investigación de campo se realizó de manera sistemática y rigurosa, empleando un enfoque cuantitativo mediante la técnica de encuesta semiestructurada, que constó de 12

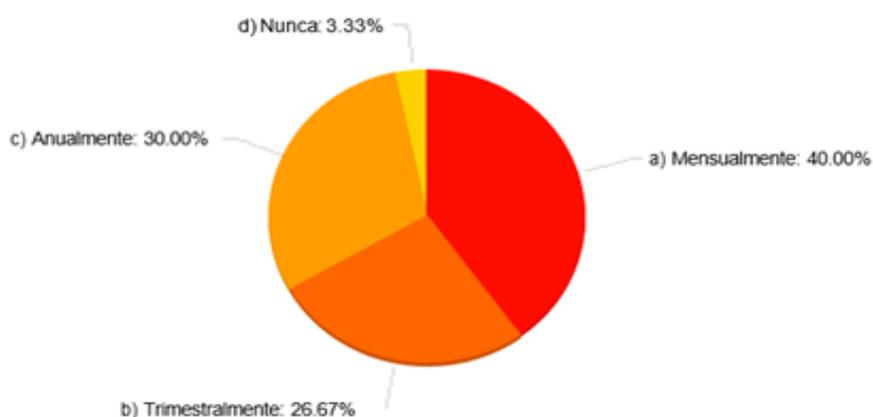
ítems, para recopilar datos sobre el mercado ecuatoriano y las proyecciones financieras de FastPro, aplicada a 62 participantes. Esta metodología proporcionó información valiosa y fundamentada para la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo y lanzamiento de la aplicación.

### 1.6.1 Resultados

**Pregunta 1:** ¿Con qué frecuencia utiliza servicios generales (plomaría, electricidad, limpieza, etc.)?

#### Figura 2

*Uso de servicios generales*

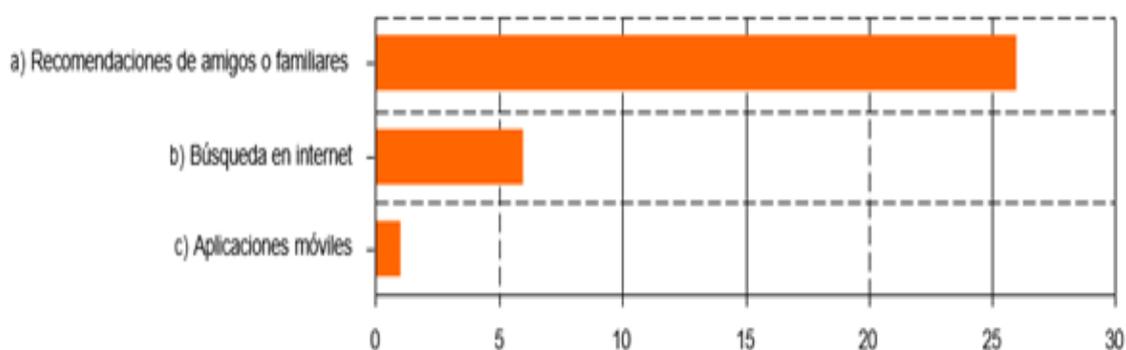


*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 2:** ¿Qué medios utiliza actualmente para contratar servicios generales?

#### Figura 3

*Medios para contratar servicios*

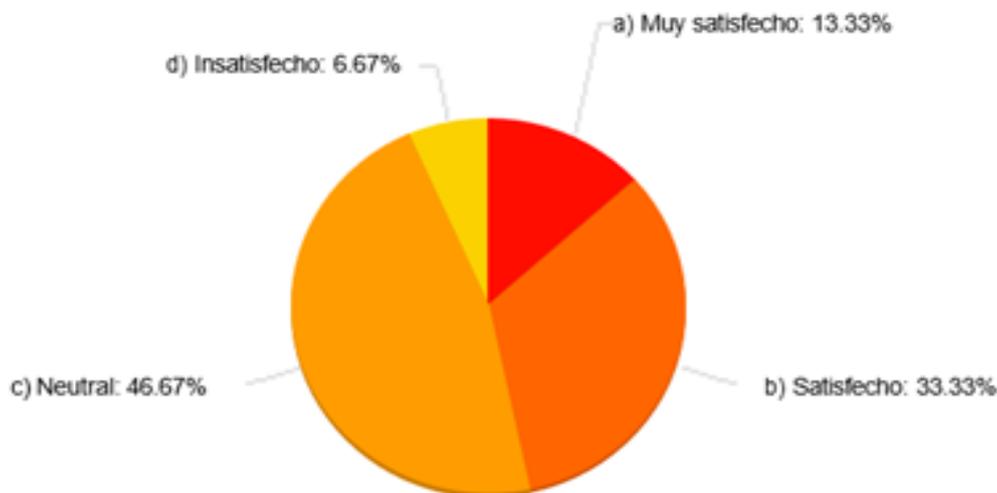


*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 3:** ¿Está satisfecho con los servicios generales que ha contratado en el pasado?

**Figura 4**

*Satisfacción de servicios generales contratados*



*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 4:** ¿Cuáles son los mayores problemas que ha encontrado al contratar servicios generales?

Al analizar los resultados de la encuesta sobre los mayores problemas al contratar servicios generales, se identifican varias categorías de problemas frecuentes. Los principales hallazgos se organizan de la siguiente manera:

Uno de los problemas más recurrentes, con más de 25% es la falta de responsabilidad y honestidad, lo cual se menciona de forma general. Además, la falta de seriedad y compromiso por parte de los proveedores de servicios es un punto crítico señalado por varios encuestados. La irresponsabilidad y el incumplimiento de sus funciones también son problemas destacados, lo que sugiere una falta de profesionalismo en muchos casos.

La impuntualidad y la demora en la realización del trabajo se identifican como uno de los problemas más significativos con un 15%. Los encuestados mencionan que los

proveedores no cumplen con los horarios y fechas acordadas, lo que genera frustración y desconfianza. Además, hay quejas sobre la no finalización de los trabajos en el tiempo estipulado y sobre las demoras excesivas que, en algunos casos, incluyen la solicitud de repuestos que no se utilizan finalmente.

La falta de experiencia de los maestros es otro problema recurrente. El 30% encuestados señalan que, en muchas ocasiones, el trabajo realizado no cumple con las expectativas, reflejándose en comentarios sobre la mala calidad del servicio prestado. La repetición de este problema en varias respuestas subraya una preocupación generalizada por la eficiencia y la habilidad de los trabajadores contratados.

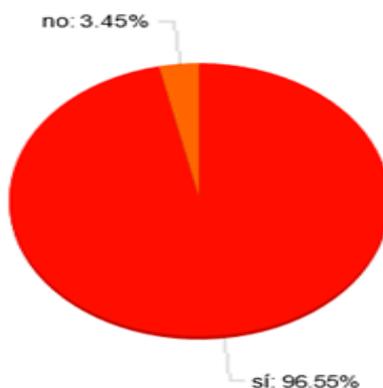
La seguridad es una preocupación mencionada, junto con la falta de herramientas adecuadas por parte de los proveedores de servicios (10%). Esto indica una percepción de falta de preparación y profesionalismo, lo que puede afectar tanto la calidad del trabajo como la confianza del cliente.

Entre otros aspectos, se destacó el costo de los servicios es una queja frecuente (5%). Los encuestados mencionan que los precios son elevados y, en muchos casos, no se justifican por la simplicidad de las reparaciones realizadas. La percepción de que los proveedores cobran mucho se repite en varias respuestas, lo que sugiere una insatisfacción general con la relación costo-beneficio.

Otro 5% mencionó que, la lentitud al responder y la informalidad de los proveedores son problemas señalados que afectan la comunicación y la relación con los clientes. Además, la dificultad en encontrar la persona adecuada para realizar el trabajo es una preocupación mencionada, lo que implica desafíos en el proceso de selección y contratación de servicios.

**Pregunta 5:** ¿Le resultaría útil una aplicación móvil que ofrezca una amplia variedad de servicios generales en un solo lugar?

**Figura 5**  
*Utilidad de la aplicación*



*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 6:** ¿Qué características considera esenciales en una aplicación de servicios generales?

Al analizar las características esenciales que los usuarios consideran importantes en una aplicación de servicios generales, se identifican varios aspectos clave. Estos se pueden resumir y detallar con sus respectivas frecuencias relativas:

- Seguridad y Confianza (20%): La seguridad es una de las características más mencionadas, junto con la confianza y la verificación de los proveedores. Los usuarios consideran fundamental que la aplicación garantice la seguridad de sus datos y de los servicios contratados, lo cual fomenta un ambiente de confianza.
- Facilidad de Uso (18%): La facilidad de uso es otra característica crucial. Los usuarios desean una aplicación intuitiva, fácil de manejar, y con una interfaz clara que no presente complicaciones, facilitando así la navegación y el uso eficiente de la app.
- Precios Justos y Transparencia (15%): La transparencia en la información sobre precios y la percepción de precios justos son esenciales. Los usuarios quieren saber cuánto costarán los servicios de manera clara y anticipada, evitando sorpresas

desagradables y asegurando que el costo se corresponda con el trabajo realizado.

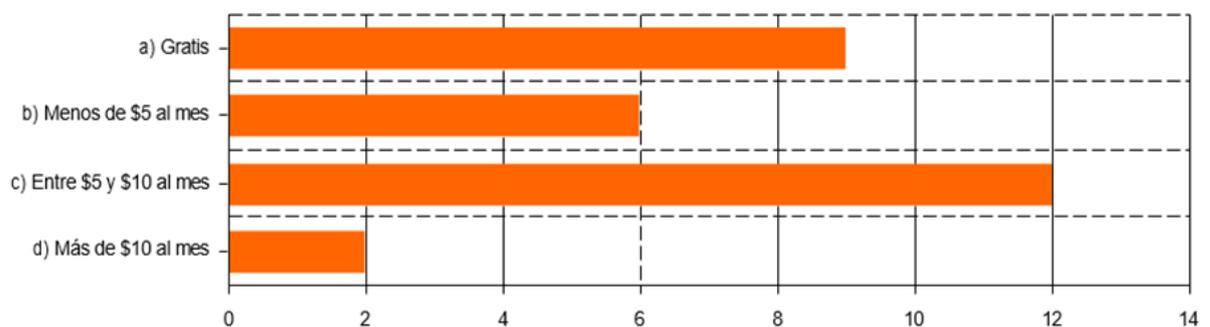
- **Garantía y Calidad del Trabajo (13%):** La calidad del servicio y la garantía del trabajo realizado son aspectos vitales. Los usuarios esperan que los servicios contratados cumplan con altos estándares de calidad y que haya una garantía que respalde el trabajo realizado.
- **Publicidad y Promociones (10%):** La buena publicidad del servicio y la demostración de las capacidades de los proveedores son importantes para atraer y mantener usuarios. Una buena presentación y promoción de los servicios disponibles son clave para generar interés y confianza.
- **Variedad de Servicios y Disponibilidad (8%):** Los usuarios valoran que la aplicación ofrezca una amplia variedad de servicios y que sea fácil buscar y contactar a los proveedores. La disponibilidad y accesibilidad de distintos tipos de servicios son esenciales para satisfacer diversas necesidades.
- **Puntualidad y Eficiencia (7%):** La puntualidad y eficiencia en la realización de los trabajos son mencionadas como características esenciales. Los usuarios desean que los servicios se realicen en el tiempo acordado y de manera eficiente, cumpliendo con las expectativas establecidas.
- **Soporte al Cliente y Notificaciones (5%):** Un soporte al cliente eficaz y notificaciones en tiempo real son importantes para una experiencia de usuario completa. Los usuarios valoran la capacidad de recibir asistencia cuando la necesitan y estar informados sobre el progreso de sus solicitudes.
- **Experiencia y Profesionalismo (4%):** La experiencia y el profesionalismo de los proveedores son aspectos destacados. Los usuarios prefieren proveedores con un historial comprobado y habilidades demostradas.

- **Información Detallada y Reseñas (3%):** Perfiles detallados de los proveedores y la posibilidad de dejar comentarios y recomendaciones son valorados. Esta información ayuda a los usuarios a tomar decisiones informadas sobre a quién contratar.
- **Otros (7%):** Aspectos como empatía, amabilidad y pronta respuesta también se mencionan, aunque con menor frecuencia. Estos factores contribuyen a una experiencia de usuario más positiva y satisfactoria.

En resumen, los usuarios consideran esenciales en una aplicación de servicios generales la seguridad y confianza, facilidad de uso, precios justos y transparencia, garantía y calidad del trabajo, publicidad y promociones efectivas, variedad de servicios y disponibilidad, puntualidad y eficiencia, soporte al cliente y notificaciones, experiencia y profesionalismo de los proveedores, y la posibilidad de acceder a información detallada y reseñas. Estos hallazgos reflejan una amplia gama de expectativas que buscan satisfacer al contratar servicios a través de una aplicación.

**Pregunta 7:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la comodidad de utilizar una aplicación como FastPro?

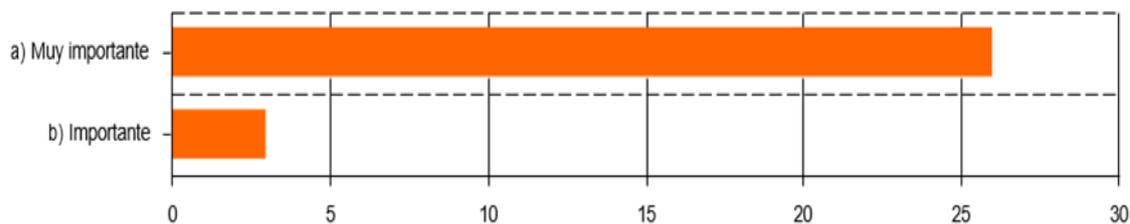
**Figura 6**  
*Disposición de pago*



*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 8:** ¿Qué tan importante es para usted que los proveedores de servicios estén verificados y certificados?

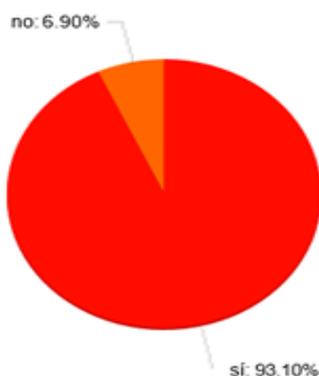
**Figura 7**  
*Importancia de los proveedores de servicios*



*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 9:** ¿Utilizaría una aplicación que permita comparar precios y leer reseñas de otros usuarios antes de contratar un servicio?

**Figura 8**  
*Comparación de precios y reseñas*



*Nota:* Representación gráfica de los datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios (público objetivo) del estudio. (2024)

**Pregunta 10:** ¿Cuáles son sus expectativas en cuanto al tiempo de respuesta de un proveedor de servicios contactado a través de una aplicación?

Al analizar las expectativas de los usuarios en cuanto al tiempo de respuesta de un proveedor de servicios contactado a través de una aplicación, se identifican varios puntos clave. La mayoría de los encuestados (60%) esperan una respuesta inmediata, utilizando términos como "inmediata" e "inmediato". Esta necesidad de una atención rápida y oportuna es clara y recurrente.

Un 15% de los usuarios considera aceptable un tiempo de respuesta de unas pocas

horas, idealmente dentro de las primeras 24 horas, reflejando un balance entre la necesidad de rapidez y la comprensión de posibles retrasos logísticos. Además, un 10% de los encuestados tiene expectativas de respuesta en un máximo de 30 minutos a 1 hora, destacando un alto nivel de urgencia para la resolución de problemas.

Además de la rapidez, otro 10% de los encuestados resalta la importancia de la calidad y eficiencia del servicio. Frases como "buen funcionamiento de su trabajo", "que cumplan con su trabajo con eficiencia y eficacia", y "servicio de calidad" indican que la rapidez debe ir acompañada de un servicio bien hecho. Finalmente, un 5% de los encuestados expresa expectativas muy altas en general, sin especificar un tiempo exacto, pero destacando la importancia de un servicio excelente y eficiente.

En síntesis, las expectativas de los usuarios en cuanto al tiempo de respuesta de un proveedor de servicios contactado a través de una aplicación se centran en una respuesta inmediata (60%), una respuesta dentro de las primeras horas (15%), una respuesta en un máximo de 30 minutos a 1 hora (10%), y en la alta calidad y eficiencia del servicio (10%). Además, un 5% de los usuarios tiene expectativas muy altas en términos generales. Estos hallazgos reflejan la importancia de la rapidez en la respuesta, sin comprometer la calidad del servicio, para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios al utilizar aplicaciones de servicios generales.

**Pregunta 11:** ¿Qué otros tipos de servicios le gustaría encontrar en una aplicación como FastPro?

En cuantos a las respuestas sobre los tipos de servicios adicionales que los usuarios desearían encontrar en una aplicación como FastPro, se destacan varias categorías clave. A continuación, se presenta un resumen de los principales hallazgos:

- Servicios de Cuidado Personal (12%): Servicio de cuidado personal y niñera son mencionados como servicios adicionales deseados.

- Servicios para el Hogar (25%): Plomería, electricidad, limpieza de casas, mantenimiento y reparación de electrodomésticos como lavadoras y secadoras, construcción y albañilería, y mantenimiento general del hogar.
- Seguridad (12%): Seguridad privada por corto periodo de tiempo, escolta y protección escolar son importantes para varios usuarios.
- Transporte y Mudanzas (8%): Servicios relacionados con transporte, ayuda en mudanzas y organización de espacios como clósets.
- Salud y Bienestar (7%): Servicios de salud y bienestar, asesoría y educación.
- Soporte Técnico y Tecnología (6%): Soporte técnico y servicios tecnológicos.
- Organización de Eventos y Asistencia en Emergencias (7%): Organización de eventos y asistencia en emergencias.
- Preparación de Alimentos y Limpieza Especializada (6%): Preparación de alimentos y limpieza especializada.
- Accesibilidad y Usabilidad (5%): Necesidad de una aplicación amigable para personas adultas.
- Recomendaciones y Artículos para el Hogar (5%): Servicios de recomendación y suministro de artículos para el hogar.
- Otros Servicios (7%): Varias menciones de querer "de todo" o "de todos" tipos de servicios, reflejando una demanda por una plataforma versátil.

Los usuarios de una aplicación de servicios generales como FastPro tienen diversas expectativas en cuanto a los servicios adicionales que les gustaría encontrar. Un 12% de ellos desea servicios de cuidado personal, incluyendo niñeras y cuidado de mascotas. El 25% quiere servicios para el hogar, como plomería, electricidad, limpieza de casas, y

mantenimiento de electrodomésticos, así como construcción y albañilería. Un 12% considera importantes los servicios de seguridad privada y escolar.

El 8% de los usuarios busca servicios relacionados con transporte y mudanzas, incluyendo ayuda en la organización de clósets. Los servicios de salud y bienestar, asesoría y educación son deseados por el 7% de los encuestados. El 6% necesita soporte técnico y servicios tecnológicos, mientras que otro 7% quiere servicios para la organización de eventos y asistencia en emergencias.

La preparación de alimentos y la limpieza especializada son importantes para el 6% de los usuarios, y un 5% destaca la necesidad de una aplicación amigable para personas adultas. Los servicios de recomendación y el suministro de artículos para el hogar son mencionados por el 5% de los usuarios. Finalmente, un 7% expresa un deseo por una amplia gama de servicios adicionales, reflejando la demanda por una plataforma versátil y accesible que pueda atender diversas necesidades cotidianas de manera eficiente.

**Pregunta 12:** ¿Qué aspectos de seguridad y privacidad considera cruciales para utilizar una aplicación de este tipo?

En conformidad a las respuestas obtenidas en la encuesta sobre los aspectos de seguridad y privacidad considerados cruciales para utilizar una aplicación de servicios generales, se destacan varios puntos clave. A continuación, se presenta un resumen de los principales hallazgos:

- **Protección de Datos Personales (30%):** Buen manejo de datos, seguridad de los datos personales del cliente, confidencialidad, cuidar los datos de los solicitantes del servicio, que nuestros datos no sean visibles ante otras personas que descarguen la aplicación, y no compartir datos personales son aspectos mencionados por muchos usuarios, destacando la importancia de la protección de la información personal.
- **Seguridad en las Transacciones (15%):** Seguridad de pago, almacenamiento seguro

de información financiera, y encriptación de datos son aspectos cruciales para garantizar la seguridad en las transacciones realizadas a través de la aplicación.

- Verificación de Proveedores (15%): Identidad del proveedor, verificación de antecedentes, colaboradores certificados, y certificación de no tener antecedentes son aspectos importantes para asegurar la confiabilidad y seguridad de los proveedores de servicios.
- Autenticación y Control de Acceso (10%): Autenticación de dos factores, usuario y clave, y políticas claras de privacidad son importantes para asegurar que solo usuarios autorizados puedan acceder a la información y servicios.
- Seguridad General de la Aplicación (10%): Mayor seguridad en la aplicación, toda la seguridad posible, y que la aplicación sea muy segura son menciones generales que subrayan la necesidad de una plataforma robusta en términos de seguridad.
- Confianza y Seriedad (10%): Seriedad con el trabajo realizado, personal de confianza y seguro, y que no se falso y que enserio sea seguro son aspectos importantes para generar confianza en los usuarios.
- Transparencia e Información (5%): Información que soliciten y dirección de oficinas son aspectos mencionados que reflejan la importancia de la transparencia y la disponibilidad de información clara y accesible.
- Otros (5%): Menciones como "ninguno" o "tendría que investigar" indican una minoría de usuarios que no tienen una opinión definida o necesitan más información para formarse una.

Los usuarios consideran cruciales varios aspectos de seguridad y privacidad para utilizar una aplicación de servicios generales. El 30% de los usuarios enfatiza la protección de datos personales, subrayando la importancia de un buen manejo de datos,

confidencialidad, y evitar que la información personal sea visible o compartida sin permiso. La seguridad en las transacciones es esencial para el 15% de los usuarios, quienes destacan la seguridad de pago, el almacenamiento seguro de información financiera, y la encriptación de datos.

La verificación de proveedores es vital para otro 15% de los encuestados, quienes buscan asegurarse de que los proveedores de servicios sean confiables y no tengan antecedentes. La autenticación y el control de acceso son importantes para el 10% de los usuarios, quienes mencionan la necesidad de autenticación de dos factores, políticas claras de privacidad, y el uso de usuarios y contraseñas.

Un 10% adicional destaca la necesidad de una seguridad general robusta en la aplicación, mencionando la necesidad de mayor seguridad y una plataforma muy segura. La confianza y seriedad en el trabajo realizado son cruciales para otro 10%, quienes desean que el personal sea confiable y seguro. La transparencia e información clara son importantes para el 5% de los usuarios, quienes desean acceso a información detallada y precisa.

Finalmente, un 5% de los usuarios no tiene una opinión definida o necesita más información para formarse una. Estos hallazgos reflejan la importancia de implementar medidas de seguridad y privacidad robustas para satisfacer las expectativas de los usuarios al utilizar una aplicación de servicios generales.

### **1.7 Necesidades y Características del Segmento**

El análisis del segmento de mercado objetivo para FastPro, una aplicación de servicios generales es fundamental para diseñar estrategias de negocio efectivas. Identificar las necesidades y características de los usuarios potenciales permitirá crear una oferta de valor alineada con sus expectativas y maximizar la adopción de la aplicación. A continuación, se detallan las principales necesidades y características del segmento objetivo en el mercado ecuatoriano.

### ***1.7.1 Necesidades del Segmento***

- **Acceso Rápido y Confiable a Servicios:** Los usuarios buscan una manera rápida y confiable de acceder a diversos servicios generales, como plomería, cerrajería, mecánica, albañilería, carpintería, herrería, pintura, costura, electricidad, jardinería, técnicos de refrigeración, reparación de electrodomésticos y celulares, entre otros. La falta de tiempo y la necesidad de soluciones inmediatas impulsan la demanda de una plataforma que centralice y facilite el acceso a estos servicios.
- **Calidad y Profesionalismo:** Los clientes valoran la calidad del servicio y el profesionalismo de los proveedores. Prefieren contratar a profesionales con buenas referencias y garantías de calidad. La experiencia negativa con servicios informales o de baja calidad crea una demanda de opciones más confiables y profesionales.
- **Transparencia y Seguridad:** Existe una necesidad de transparencia en cuanto a precios, tiempos de servicio y la identidad de los proveedores. Los usuarios buscan plataformas que ofrezcan información clara y opciones de pago seguras. La confianza en la seguridad de las transacciones y la transparencia en las condiciones del servicio son esenciales para la adopción de nuevas tecnologías y plataformas.
- **Disponibilidad 24/7:** La necesidad de acceso a servicios en cualquier momento, especialmente en situaciones de emergencia, es un factor crucial. La capacidad de resolver problemas urgentes en horarios no convencionales añade un valor significativo a la plataforma.

### ***1.7.2 Características del Segmento***

#### **Demográficas**

**Edad:** La población objetivo se centra principalmente en adultos entre 25 y 55 años. Dentro de este grupo, se identifican dos subgrupos:

- **Adultos jóvenes (25-35 años):** Este segmento representa a personas que

probablemente estén comenzando a formar familias o independizándose económicamente. A menudo tienen trabajos estables y están en la etapa de adquisición de propiedades y bienes.

- **Adultos de mediana edad (35-55 años):** Este segmento incluye a profesionales establecidos, jefes de familia y personas con responsabilidades laborales y familiares avanzadas. Son más propensos a delegar tareas del hogar y buscar soluciones rápidas y eficientes para sus necesidades cotidianas.

**Género:** Aunque el servicio está dirigido a ambos géneros, existe una ligera inclinación hacia las mujeres, quienes suelen tomar decisiones relacionadas con la organización del hogar y la contratación de servicios domésticos. Según estudios en Ecuador, las mujeres lideran la toma de decisiones en el hogar en un 52%, lo que indica que este segmento tiene una gran influencia en la demanda de servicios a domicilio.

**Ingreso:** Se identifican tres grupos principales:

- **Ingresos medios (USD 1,000 a USD 2,000):** Personas con trabajos estables, generalmente en el sector formal, que pueden permitirse contratar servicios profesionales ocasionalmente.
- **Ingresos altos (más de USD 2,000):** Este grupo incluye profesionales y empresarios con ingresos suficientes para delegar tareas del hogar de manera más regular. Este segmento es crucial, ya que están dispuestos a pagar por servicios premium que ofrezcan comodidad, calidad y seguridad.
- **Segmento por debajo del salario mínimo:** Aunque menos propensos a ser usuarios frecuentes, este grupo puede recurrir a los servicios en situaciones esporádicas de emergencia o necesidad particular.

## **Geográficas**

**Ubicación:** La ciudad de Quito es el mercado inicial debido a su alta densidad poblacional

(aproximadamente 2.7 millones de habitantes según el INEC en 2024). Las áreas urbanas y suburbanas son prioritarias, ya que concentran el poder adquisitivo necesario para consumir servicios a domicilio.

- **Zonas específicas:** Sectores como La Carolina, La Floresta, Cumbayá y el Valle de los Chillos tienen una alta concentración de población de ingresos medios a altos, lo que representa una oportunidad para la oferta de servicios personalizados y premium.

**Acceso a Internet:** Más del 80% de los habitantes de Quito tienen acceso a dispositivos móviles y conexión a internet, lo que facilita el uso de aplicaciones móviles para contratar servicios. Este es un factor clave para la expansión de FastPro, ya que la facilidad de acceso a la plataforma es un atributo esencial para captar usuarios.

### **Psicográficas**

**Estilo de vida:** Se destacan tres perfiles psicográficos:

- **Profesionales ocupados:** Personas que valoran la eficiencia y la conveniencia en la gestión de sus responsabilidades diarias. Están dispuestos a pagar por soluciones rápidas que les permitan optimizar su tiempo libre. Los profesionales que trabajan desde casa o que tienen horarios flexibles, pero agitados, suelen demandar servicios como limpieza, cuidado de mascotas y reparaciones.
- **Padres con hijos pequeños:** Este segmento incluye a padres que buscan facilitar la administración del hogar, especialmente aquellos que trabajan y cuidan de sus hijos pequeños. Buscan servicios confiables para tareas que no pueden gestionar por falta de tiempo.
- **Adultos mayores:** Personas de entre 50 y 65 años que prefieren evitar desplazamientos innecesarios y valoran la seguridad y confianza en la contratación de servicios a domicilio. Este grupo prioriza la conveniencia y el ahorro de tiempo.

**Actitudes y Valores:** Los consumidores tienen una alta predisposición a adoptar tecnologías

digitales, y la mayoría busca plataformas que ofrezcan garantías de seguridad, calidad y servicio al cliente. En Ecuador, hay un creciente interés por servicios que ahorren tiempo y simplifiquen la vida diaria, debido a la alta carga de trabajo en la mayoría de los hogares de clase media y alta.

### **Comportamentales**

**Frecuencia de Uso:** Se identifican dos tipos de usuarios según su comportamiento:

- **Usuarios frecuentes:** Personas que requieren servicios regularmente, como limpieza semanal, mantenimiento del hogar o entregas de alimentos. Este grupo representa una fuente constante de ingresos para la empresa.
- **Usuarios ocasionales:** Aquellos que solo recurren a los servicios en situaciones de emergencia o necesidad puntual. Aunque este segmento no proporciona un flujo constante de ingresos, pueden generar ingresos adicionales significativos en picos de demanda.

**Lealtad a la Marca:** La lealtad es un factor clave para FastPro. Los usuarios se mantendrán fieles a la plataforma si cumple consistentemente con sus expectativas en términos de calidad, seguridad y confiabilidad. Se espera que los usuarios satisfechos se conviertan en defensores de la marca, promoviendo los servicios a través de recomendaciones boca a boca, una práctica

### **1.8 Perfil del Cliente (Buyer Persona)**

El análisis profundo del comportamiento y las percepciones de los usuarios ha dado lugar a la creación de perfiles detallados, conocidos como Buyer Personas, que representan a segmentos específicos de la audiencia objetivo de FastPro. Estos perfiles no solo delimitan las características demográficas de los usuarios, sino que también profundizan en sus preocupaciones, aspiraciones y puntos de dolor.

**Figura 9**  
*Buyer persona*



### María López

María es una profesional ocupada que equilibra su carrera en una empresa multinacional con sus responsabilidades familiares. Vive en un barrio residencial de Quito - Provincia de Pichincha, valora la eficiencia y la convivencia en su vida diaria. Tiene acceso a internet de alta velocidad y usa frecuentemente su smartphone para gestionar su día a día.

*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la aplicación de la encuesta

#### Información personal:

Edad: 28  
 Genero: Femenino  
 Ocupación: Gerente de Recursos Humanos  
 Ubicación: Quito, Ecuador  
 EIngresos: \$ 2,000 mensual  
 Estado civil: Casada, con 1 hijo

#### Personalidad:

- Desea mantener su hogar en un buen estado sin invertir demasiado tiempo en buscar proveedores.
- Quiere asegurar que los servicios contratados sean seguros y de alta calidad.
- Busca la tranquilidad de saber que puede resolver emergencias domésticas en cualquier momento.

#### Intereses:

Viajar, quedar con amigos, cocinar, bailar, cantar.

#### Objetivos:

- Necesita acceso rápido y confiable a servicios como plomería, electricidad y jardinería debido a las demandas de mantener su hogar.
- Busca profesionales que ofrezcan calidad y profesionalismo, como buenas referencias y garantías.
- Valora la transparencia en los precios y la seguridad en las transacciones.
- Prefiere servicios disponibles las 24 horas para emergencias domésticas fuera del horario laboral.

#### Comportamientos

- Usa aplicaciones móviles para pedir comida, transporte y compras.
- Confía en recomendaciones y reseñas de otros usuarios para elegir servicios.
- Está dispuesta a pagar un poco más por servicios de alta calidad y confiabilidad.
- Aprecia las soluciones tecnológicas que simplifican la gestión de su hogar y familia.

#### Frustraciones

- Ha tenido experiencias negativas con servicios informales que no cumplen con sus expectativas.
- Le molesta la falta de disponibilidad de servicios en horarios no convencionales.

## **1.10 Mapa de Empatía**

En esta presentación, se explora el Mapa de Empatía centrado en uno de los Buyer Personas principales, María López. A través de esta mirada detallada, se analizará lo que María ve, escucha, piensa y siente, así como los obstáculos, frustraciones, inseguridades y aspiraciones que moldean su experiencia como cliente potencial de FastPro.

El Mapa de Empatía no solo sirve como una herramienta para entender mejor a los clientes, sino que también orienta a FastPro en la creación de una propuesta de valor auténtica y relevante. Al comprender profundamente las necesidades y deseos de los usuarios, FastPro está mejor equipado para diseñar soluciones que resuenen con ellos y establecer conexiones significativas con su audiencia."

**Figura 10**  
*Mapa de empatía*



*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la aplicación de la encuesta

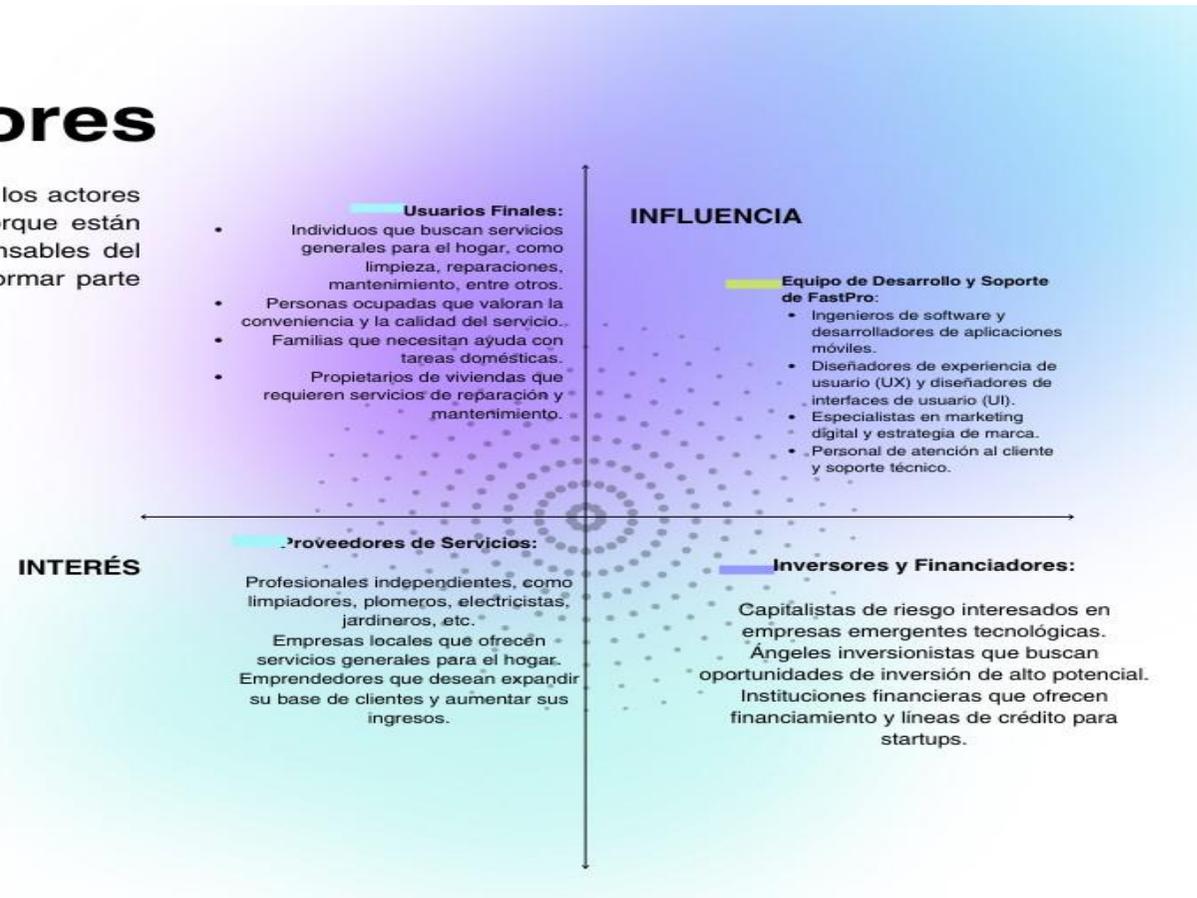
## 1.11 Mapa de Actores

**Figura 11**  
*Mapa de actores*

# mapa de actores

Un mapa de actores te permite conocer los actores a los que toca este desafío, ya sea porque están siendo afectados porque son los responsables del desafío que elegiste o porque pueden formar parte de la solución.

- Más involucrados
- Parcialmente involucrados
- Menos involucrados



*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la investigación documental.

El mapa de actores admite una visualización de todos los sujetos intervinientes en el proyecto, para ello se clasificaron desde los más involucrados, los parcialmente involucrados y menos involucrados de acuerdo con su incidencia. Siendo los usuarios finales los más involucrados, junto a los proveedores de servicios.

## Identificación de la Problemática

### 2.1 Planteamiento del Problema

En muchas ciudades, especialmente en áreas urbanas en crecimiento como Quito, Ecuador, existe una demanda significativa de jornaleros temporales para cubrir necesidades puntuales en diversos sectores. Estos trabajadores son esenciales para tareas que van desde la construcción y el mantenimiento hasta el apoyo en eventos y el trabajo doméstico. Sin embargo, el proceso de contratación de jornaleros temporales, rápida, eficiente y segura enfrenta varios desafíos que incluyen: falta de acceso a una base confiable de jornaleros disponibles, escasez de mecanismos de verificación de antecedentes y habilidades, poca transparencia de tarifas, dificultad para coordinar horarios y ubicaciones de trabajo, entre otras. Estas barreras resultan en ineficiencias, tiempos de espera prolongados, y riesgos tanto para el empleador como para el jornalero.

Los problemas categorizados por FastPro se enmarcan en:

- **Dificultad para Encontrar Proveedores Confiables:** Los usuarios a menudo enfrentan dificultades para encontrar proveedores de servicios generales confiables y de calidad. La falta de transparencia en cuanto a la reputación y la experiencia de los proveedores puede llevar a experiencias negativas y a la pérdida de tiempo y dinero.
- **Falta de Coordinación y Comunicación Eficientes:** Coordinar y comunicarse con múltiples proveedores de servicios puede ser complicado y consumir mucho tiempo para los usuarios. La falta de una plataforma centralizada para la gestión de servicios puede generar confusiones, retrasos y dificultades en la programación de citas y trabajos.
- **Inconsistencia en la Calidad y la Experiencia del Servicio:** Los usuarios pueden experimentar variaciones en la calidad y la experiencia del servicio proporcionado

por diferentes proveedores. Esto puede deberse a diferencias en la capacitación, la experiencia y los estándares de calidad entre los profesionales.

- **Horarios Limitados de Disponibilidad de los Proveedores:** Algunos proveedores de servicios pueden tener horarios limitados de disponibilidad, lo que dificulta la programación de citas y la obtención de servicios fuera del horario laboral estándar. Esto puede ser especialmente problemático en casos de emergencias o necesidades urgentes.
- **Falta de Transparencia en Precios y Condiciones:** La falta de transparencia en los precios y las condiciones de los servicios puede generar desconfianza y frustración en los usuarios. La incertidumbre sobre los costos finales y los términos de servicio puede ser un obstáculo para la contratación de servicios.
- **Problemas de Seguridad y Confianza:** Los usuarios pueden tener preocupaciones sobre la seguridad y la confiabilidad de permitir a extraños entrar en sus hogares para realizar trabajos de servicio. La falta de garantías sobre la idoneidad y la integridad de los proveedores puede disuadir a algunos usuarios de contratar servicios externos.

## **2.2 Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio**

La selección del problema con la mayor oportunidad de negocio para FastPro implica identificar el problema que afecta significativamente a un gran número de usuarios y que puede ser abordado de manera efectiva a través de la propuesta de valor de la empresa. Después de analizar los problemas del segmento de mercado objetivo, se puede determinar que el problema con la mayor oportunidad de negocio es la "Dificultad para Encontrar Proveedores Confiables".

Este problema presenta una oportunidad clave para FastPro debido a los siguientes factores:

- **Demanda del Mercado:** La dificultad para encontrar proveedores confiables es un problema común que afecta a muchos usuarios en el mercado. Existe una demanda

latente de una solución que simplifique y agilice el proceso de búsqueda y contratación de servicios generales.

- **Impacto en la Experiencia del Usuario:** La calidad y confiabilidad de los proveedores de servicios tienen un impacto directo en la experiencia del usuario. Al abordar este problema, FastPro puede mejorar la satisfacción del cliente al proporcionar acceso a una red de proveedores preseleccionados y evaluados.
- **Diferenciación Competitiva:** Al centrarse en la confiabilidad y la calidad del servicio, FastPro puede diferenciarse de la competencia que no aborda adecuadamente este problema. Una plataforma que garantice la calidad y la confiabilidad de los proveedores puede atraer a usuarios que valoren estos aspectos en la contratación de servicios.
- **Oportunidad de Generar Valor Agregado:** FastPro puede agregar valor al actuar como un intermediario confiable entre los usuarios y los proveedores de servicios. Al ofrecer una plataforma que simplifica el proceso de búsqueda, selección y contratación de proveedores confiables, FastPro puede resolver una necesidad crítica del mercado y generar lealtad entre los usuarios.

En resumen, la dificultad para encontrar proveedores confiables representa el problema con la mayor oportunidad de negocio para FastPro, ya que abordarlo puede satisfacer una necesidad importante del mercado, diferenciar a la empresa de la competencia y generar valor agregado para los usuarios.

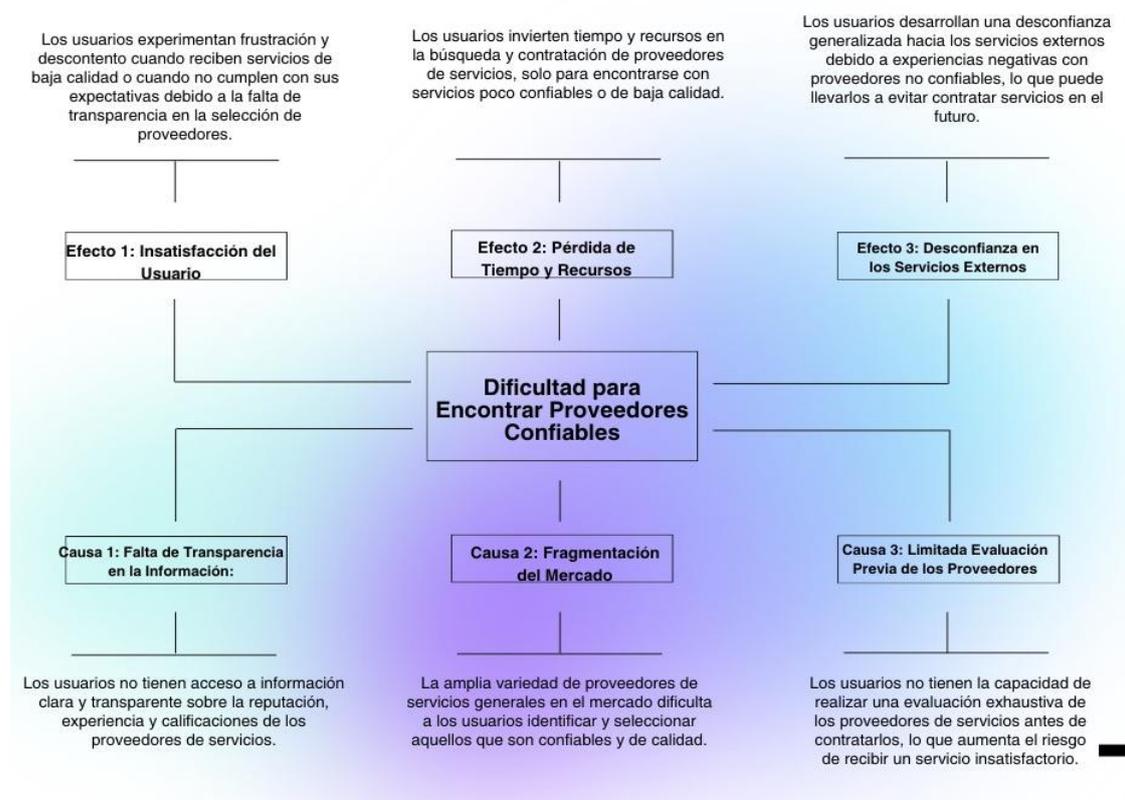
### **2.3 Análisis crítico (Árbol de Problemas)**

El árbol de problemas presentado identifica la dificultad para encontrar proveedores confiables, como problema central, y explora las causas y efectos asociados a este desafío. Las causas principales se dividen en tres áreas: la falta de transparencia en la información, la fragmentación del mercado y la limitada evaluación previa de los proveedores. Estas

causas generan un entorno en el cual los usuarios no pueden acceder a información clara sobre la calidad y la reputación de los proveedores, lo que dificulta la selección de servicios confiables.

**Figura 12**  
*Árbol del problema (Causas - efectos)*

## Árbol de problemas



*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación del problema

Como resultado de estas causas, los efectos negativos que se destacan incluyen la insatisfacción del usuario, la pérdida de tiempo y recursos, y la desconfianza en los servicios externos. La falta de transparencia y la fragmentación del mercado conducen a experiencias insatisfactorias, lo que provoca frustración entre los usuarios. Esta insatisfacción no solo afecta la percepción de los servicios contratados, sino que también lleva a una pérdida de recursos, ya que los usuarios deben invertir tiempo y dinero en buscar alternativas, muchas veces sin éxito.

El efecto a largo plazo de esta situación es una desconfianza generalizada hacia los servicios externos, lo que puede llevar a una disminución en la contratación de servicios por parte de los usuarios. Este ciclo negativo, donde la falta de confianza se alimenta de experiencias insatisfactorias y viceversa, resalta la necesidad de soluciones que aborden las causas fundamentales identificadas, como mejorar la transparencia y la capacidad de evaluar previamente a los proveedores de servicios.

#### **2.4 Propuesta Inicial (Fase 3 Ideación – Innovación e Impacto Social)**

En el siguiente apartado se presenta la propuesta inicial para abordar el problema de la dificultad para encontrar proveedores confiables:

**Nombre del Proyecto:** FastPro

**Descripción:**

La propuesta inicial de FastPro surge como una solución innovadora para abordar la dificultad que enfrentan los usuarios al no encontrar proveedores confiables de servicios generales. Basándose en los principios de ideación, innovación e impacto social, esta plataforma digital tiene como objetivo no solo resolver un problema común en la sociedad, sino también impulsar un cambio positivo en la forma en que se accede y se ofrecen servicios en el mercado.

**Componentes Clave:**

- **Perfil de Proveedor Verificado:** FastPro establecerá un riguroso proceso de verificación para todos los proveedores de servicios que deseen formar parte de la plataforma. Este proceso incluirá la validación de la experiencia laboral, certificaciones, referencias y calificaciones de clientes anteriores. Esta medida garantizará que solo los proveedores confiables y competentes sean aceptados en la plataforma.
- **Sistema de Evaluación y Reseñas Transparente:** La plataforma facilitará un sistema

transparente de evaluaciones y reseñas, permitiendo a los usuarios calificar y dejar comentarios sobre la calidad y la experiencia con los proveedores de servicios. Esto no solo brindará a los usuarios información útil para tomar decisiones informadas, sino que también motivará a los proveedores a mantener altos estándares de calidad.

- **Garantía de Satisfacción del Usuario:** FastPro implementará una política de garantía de satisfacción del usuario, donde se ofrecerán reembolsos o soluciones alternativas en caso de que los usuarios no estén satisfechos con el servicio recibido. Esta garantía no solo proporcionará tranquilidad a los usuarios, sino que también incentivará a los proveedores a brindar un servicio de calidad constante.
- **Beneficios para los Usuarios:** Acceso a una red exclusiva de proveedores de servicios verificados y confiables, lo que simplificará significativamente el proceso de búsqueda y contratación de servicios generales. Mayor tranquilidad y confianza al saber que los proveedores han sido cuidadosamente seleccionados y evaluados, lo que reducirá la incertidumbre y el estrés asociados con la contratación de servicios externos.

### **Innovación:**

#### **Estructura de la Plataforma:**

FastPro se diseñará con una estructura intuitiva y fácil de navegar, que permita a los usuarios acceder rápidamente a las funciones principales de la aplicación. La plataforma estará dividida en secciones claras y bien definidas, como la búsqueda de servicios, la gestión de perfiles de usuario y proveedor, la visualización de reseñas y calificaciones, y la gestión de pagos y reservas.

#### **Herramientas Tecnológicas:**

FastPro se desarrollará utilizando tecnologías modernas y herramientas de vanguardia para garantizar un rendimiento óptimo y una experiencia de usuario fluida. Se

utilizarán frameworks y lenguajes de programación robustos, como React Native para la construcción de la aplicación móvil, y Angular o React para el desarrollo del panel de administración web. Además, se implementarán APIs seguras y eficientes para la integración con servicios externos, como pasarelas de pago y sistemas de geolocalización.

**Escalabilidad:**

FastPro se diseñará teniendo en cuenta la escalabilidad, lo que significa que la plataforma será capaz de crecer y adaptarse a medida que aumente el número de usuarios y la demanda de servicios. Se implementarán arquitecturas y bases de datos escalables, como bases de datos NoSQL o sistemas de almacenamiento en la nube, para garantizar que la plataforma pueda manejar grandes volúmenes de datos y tráfico sin comprometer el rendimiento.

**Funcionalidades Principales:**

- **Búsqueda Avanzada de Servicios:** Los usuarios podrán buscar y filtrar servicios según sus necesidades específicas, como tipo de servicio, ubicación, disponibilidad y precio.
- **Perfiles de Usuario y Proveedor:** Los usuarios y proveedores tendrán perfiles personalizados donde podrán gestionar su información, servicios ofrecidos, horarios de disponibilidad y reseñas recibidas.
- **Reservas y Pagos Seguros:** Los usuarios podrán realizar reservas de servicios de manera rápida y segura a través de la aplicación, con opciones de pago integradas para una experiencia sin complicaciones.
- **Sistema de Evaluación y Reseñas:** Tanto los usuarios como los proveedores podrán calificar y dejar reseñas sobre las experiencias de servicio, lo que proporcionará retroalimentación útil para otros usuarios y garantizará la calidad y la confiabilidad de los proveedores.

- **Notificaciones y Recordatorios:** FastPro enviará notificaciones y recordatorios automáticos para mantener a los usuarios informados sobre el estado de sus reservas, actualizaciones de servicios y promociones especiales.

### **Usabilidad y Experiencia de Usuario:**

FastPro se diseñará con un enfoque centrado en el usuario, priorizando la usabilidad y la experiencia de usuario. Se realizarán pruebas exhaustivas de usabilidad para garantizar que la navegación sea intuitiva y que las funciones principales sean fácilmente accesibles. Además, se prestará especial atención al diseño visual y la estética de la aplicación, con interfaces limpias y atractivas que mejoren la experiencia del usuario.

### **Impacto Social:**

- **Empoderamiento de Pequeñas Empresas y Emprendedores Locales:** Al proporcionar una plataforma para que pequeñas empresas y emprendedores locales promocionen sus servicios, FastPro contribuirá al crecimiento y la sostenibilidad económica de estos actores clave en la comunidad.
- **Reducción de la Asimetría de Información:** La transparencia y la equidad promovidas por la plataforma reducirán la asimetría de información en el mercado de servicios generales, garantizando que tanto los usuarios como los proveedores tengan acceso a la misma información relevante.

## Idea de Negocio

### 3.1 Matriz Problem-Solution Fit

La presente Matriz Problem-Solution Fit ha sido desarrollada para evaluar la adecuación y efectividad de FastPro, una aplicación móvil diseñada para facilitar la contratación de servicios generales, tales como: plomería, electricidad y limpieza. Esta matriz destaca los problemas clave que enfrentan los usuarios en el proceso de encontrar y contratar estos servicios ocasionales y cómo FastPro ofrece soluciones específicas efectivas para estos problemas. El objetivo es demostrar la capacidad de FastPro para satisfacer las necesidades del mercado y proporcionar una experiencia de usuario mejorada.

El "Problem-Solution Fit Canvas" aborda problemas de segmentos de clientes, que enfrentan, y soluciones propuestas para abordar esos desafíos. El segmento de clientes identificado incluye individuos ocupados, familias, y propietarios de viviendas, quienes enfrentan dificultades para encontrar servicios confiables y profesionales calificados, además de lidiar la falta de tiempo para realizar tareas domésticas y de mantenimiento.

El análisis identifica problemas, como dificultad para acceder a proveedores confiables y falta de coordinación eficiente entre proveedores y clientes. Estos problemas conducen a pérdida de tiempo, frustración, y desconfianza en contratación de servicios externos. Las soluciones propuestas adoptan una plataforma intuitiva que conecta a clientes con una empresa que provee jornaleros calificados, facilitando la contratación y mejorando la visibilidad de servicios ofrecidos.

En resumen, la solución propuesta aborda limitaciones actuales del mercado mediante la creación de una plataforma que mejora la accesibilidad, confianza, y coordinación en la contratación de servicios, generando experiencias satisfactorias para los clientes. A continuación, se detalla la matriz.

**Figura 13**  
Matriz Problem – Solution Fit

**Problem-Solution Fit canvas** Purpose / Vision Version:

Define CS, PR into CL	<b>1. CUSTOMER SEGMENT(S)</b> <b>CS</b> Individuos ocupados, Familias, Propietarios de viviendas.	<b>6. CUSTOMER LIMITATIONS</b> EG. BUDGET, DEVICES <b>CL</b> Falta de tiempo para realizar tareas domésticas. Necesidad de ayuda adicional para tareas domésticas. Encontrar profesionales para reparaciones y mantenimiento. Encontrar clientes y trabajos consistentes.	<b>5. AVAILABLE SOLUTIONS</b> PLUSES & MINUSES <b>AS</b> Empresa de limpieza, amigos/familiares. Contratar ayuda temporal. servicios locales. Búsqueda en línea, recomendaciones. Publicidad, boca a boca.	Explore AS, alternatives
	<b>2. PROBLEMS / PAINS + ITS FREQUENCY</b> <b>PR</b> Necesitan servicios de limpieza, mantenimiento, asistencia técnica, alimentos. Dificultad para encontrar proveedores de servicios confiables. Dificultad para encontrar profesionales calificados. Falta de clientes y trabajo estable. Dificultad para atraer clientes.	<b>9. PROBLEM ROOT / CAUSE</b> <b>RC</b> Vida ocupada y falta de tiempo. Muchas responsabilidades y falta de tiempo. Falta de acceso a una red confiable de los proveedores y profesionales, lo que genera desconfianza. Falta de Coordinación y Comunicación Eficiente entre proveedor de servicios y clientes. Problemas de Seguridad y Confianza.	<b>7. BEHAVIOR + ITS INTENSITY</b> <b>BE</b> Buscan ayuda externa para tareas domésticas. Consultan recomendaciones, buscan en línea. Investigan y comparan opciones disponibles. Buscan oportunidades de trabajo, marketing personal. Los usuarios deben coordinar con múltiples proveedores, lo que consume tiempo y causa confusión. Preocupación por la seguridad al permitir acceso a proveedores desconocidos en el hogar.	
<b>3. TRIGGERS TO ACT</b> <b>TR</b> Necesidad de un ambiente limpio y ordenado. Eventos familiares, horarios ocupado Urgencia de reparaciones, mantenimiento periódico. Necesidad de ingresos estables y crecimiento profesional.	<b>10. YOUR SOLUTION</b> <b>SL</b> Plataforma intuitiva que ofrece múltiples servicios. Alianzas con proveedores locales y evaluación de calidad. Red de proveedores calificados, fácil acceso y contratación. Plataforma que conecta a profesionales con clientes Plataforma que ofrece herramientas de marketing y visibilidad Integración con una plataforma de alta visibilidad.	<b>8. CHANNELS of BEHAVIOR</b> <b>CH</b> ONLINE Aplicación móvil, sitio web, redes sociales. Recomendaciones Publicidad digital, alianzas estratégicas. OFFLINE	Identify strong TR & EM	
<b>4. EMOTIONS</b> BEFORE / AFTER <b>EM</b> Alivio, satisfacción Confianza, comodidad Seguridad, tranquilidad Esperanza, motivación Crecimiento, satisfacción Orgullo, realización				Extend online & offline CH of BE

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación del problema

### 3.2 Propuesta de Valor Específica (Lienzo de PV)

**Figura 14**  
*Lienzo PV*



La propuesta de valor de FastPro está alineada con las necesidades y frustraciones de su segmento de clientes. Los productos y servicios ofrecidos abordan directamente los problemas claves, proporcionando soluciones que no solo alivian dolores, sino que también generan beneficios significativos. La plataforma se distingue por su enfoque en la confiabilidad, eficiencia y transparencia, tres aspectos cruciales para los usuarios que buscan servicios generales. Al centrarse en estos elementos, FastPro tiene el potencial de establecerse como una opción preferida en el mercado, ofreciendo una experiencia de usuario superior y una solución integral a las necesidades de sus clientes.

### **3.3 Prototipaje 1.0 (2 prototipos para poder testear)**

#### ***3.3.1 Prototipo 1: Interfaz de Usuario Básica***

- **Descripción:** Este prototipo presenta una interfaz de usuario básica que permite a los usuarios navegar por las principales funciones de FastPro. Se centra en la simplicidad y la usabilidad, proporcionando una visión general de cómo se verá y se sentirá la aplicación.
- **Tipografía**

El prototipo 1.0 de FastPro utiliza principalmente fuentes serif cursiva en su diseño de interfaz de usuario. Las serif cursiva fonts son aquellas que tienen pequeños remates decorativos en los extremos de las letras. Estas serifas proporcionan un aspecto más tradicional, formal y legible al texto.

La elección de las serif fonts para el prototipo 1.0 de FastPro se basa en varias razones:

- **Legibilidad:** Las serifas ayudan a guiar el ojo a lo largo del texto, lo que facilita la lectura en pantallas digitales. Esto es especialmente útil en aplicaciones donde los

usuarios pueden necesitar leer largos bloques de texto, como instrucciones de uso o términos y condiciones.

- **Percepción de confiabilidad:** Las fuentes serif suelen asociarse con la autoridad y la confiabilidad debido a su larga historia de uso en medios impresos y en línea. Esta percepción de confiabilidad puede ser beneficiosa para FastPro, ya que busca establecerse como una plataforma confiable para servicios del hogar.
- **Estética clásica:** Las serif cursive fonts aportan una estética clásica y atemporal al diseño, lo que puede ayudar a transmitir la seriedad y la profesionalidad de la marca. Esto es importante para FastPro, ya que busca generar confianza entre los usuarios y proveedores de servicios.

En resumen, el uso de serif cursive fonts en el prototipo 1.0 de FastPro no solo mejora la legibilidad del texto, sino que también contribuye a la percepción de confiabilidad y la estética clásica de la marca.

**Figura 15**  
*Fuente Serif Fonts*



- **Colorimetría**

El uso de tonos azules y celestes en la colorimetría del prototipo 1.0 de FastPro tiene una justificación estratégica en términos de marketing y psicología del color. A continuación, se detallan los argumentos:

- **Confianza y profesionalismo:** El azul es comúnmente asociado con cualidades como confianza, seguridad y profesionalismo. Al elegir tonos de azul para FastPro, se

busca transmitir estas cualidades a los usuarios y proveedores de servicios, generando confianza en la marca y en la plataforma en sí misma. Esto es crucial en un servicio que implica la entrada de extraños a los hogares de los clientes.

- **Tranquilidad y calma:** Los tonos de azul más claros, como el celeste, tienen una connotación de tranquilidad y calma. Esto puede ser especialmente útil en un contexto donde los usuarios buscan servicios para el hogar, ya que se desea transmitir una sensación de paz y serenidad asociada con un entorno limpio y bien cuidado.
- **Profundidad y fiabilidad:** Además de sus asociaciones emocionales, el azul también se percibe como un color estable y fiable. Esto puede influir en la percepción de la marca, haciéndola parecer sólida y confiable para los usuarios.
- **Universalidad y aceptación:** El azul es uno de los colores más universalmente aceptados y preferidos en todo el mundo. Su amplia aceptación cultural lo hace adecuado para una marca que busca atraer a una audiencia diversa y global.

El uso de tonos azules y celestes en la colorimetría de FastPro no solo tiene en cuenta su estética visual, sino también las asociaciones emocionales y psicológicas que estos colores pueden evocar en los usuarios, ayudando a construir una marca sólida y confiable.

**Figura 16**  
*Colorimetría*



*Nota:* Paleta de colores del software Tailor Brands (2024)

- **Logotipo**

**Figura 17**

*Logotipo blanco y negro*



*Nota:* Diseño del software Tailor Brands (2024)

Al presentar el prototipo primero en blanco y negro, se puede centrar la atención en la estructura básica y la funcionalidad de la interfaz sin distracciones de colores. Esto permite a los diseñadores y evaluadores concentrarse en la disposición de los elementos, la jerarquía visual, y la usabilidad de la interfaz. Este paso inicial asegura que el diseño sea claro y legible en su forma más básica. Es una forma de prueba para confirmar que los textos, íconos y otros elementos sean perceptibles sin la influencia del color.

**Figura 18**

*Logotipo escala de grises*



*Nota:* Diseño del software Tailor Brands (2024)

La transición a una escala de grises ayuda a evaluar los diferentes niveles de contraste y la claridad de los elementos visuales. Esto es crucial para garantizar que todos los

componentes sean fácilmente distinguibles y accesibles para los usuarios, incluidos aquellos con discapacidades visuales. Evaluar en escala de grises permite identificar posibles problemas de contraste que podrían no ser tan evidentes en una paleta de colores completa. Esto es fundamental para la accesibilidad, ya que un buen contraste es esencial para la legibilidad y la usabilidad general del sitio o aplicación.

**Figura 19**  
*Logotipo a color*



*Nota:* Diseño del software Tailor Brands (2024)

Para resaltar el color azul celeste en el prototipo 1.0 de FastPro, se optó por resaltar el nombre de la marca con un techo de herramientas que están relacionadas a los diferentes servicios que ofrecemos. Esta decisión de diseño tiene varias razones estratégicas:

- Destacar la marca: El uso de herramientas sobre el nombre de la marca permite que este se destaque visualmente en la interfaz de usuario. Al resaltar el nombre de la marca de esta manera, se facilita su reconocimiento y memorización por parte de los usuarios.
- Coherencia visual: La elección de las herramientas sobre una casa que dan a entender al usuario que somos la solución a los diferentes problemas que se pueden presentar en el hogar lo que permite que el azul celeste del nombre de la marca cree coherencia visual con

el resto de la paleta de colores utilizada en el prototipo. Esto ayuda a mantener una apariencia visual consistente y armoniosa en toda la interfaz de usuario.

- **Énfasis en la identidad de marca:** Al colocar el nombre de la marca sobre una casa con un techo de herramientas, se refuerza la identidad visual de FastPro y se crea una asociación visual clara entre el nombre de la marca y el color característico de la misma.

El uso de herramientas sobre el techo de una casa resalta el nombre de la marca en el prototipo 1.0 de FastPro y ayuda a fortalecer su identidad visual y a mantener una apariencia coherente en toda la interfaz de usuario.

- **Presentaciones**

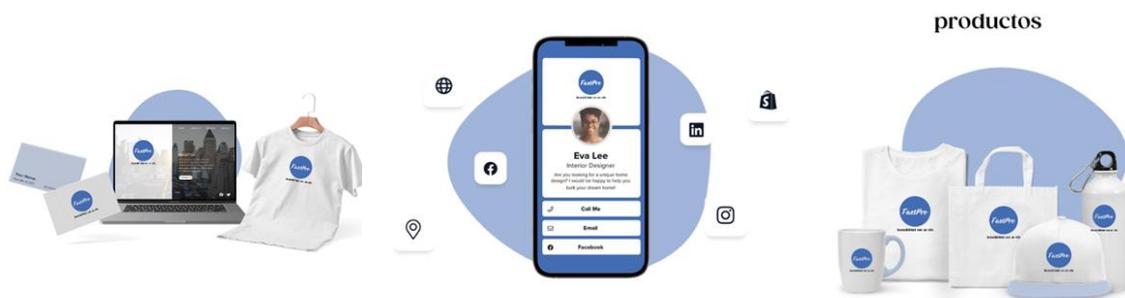
El prototipo 1.0 de FastPro ha sido meticulosamente diseñado para asegurar una coherencia visual y reforzar la identidad de la marca en todos los puntos de contacto con los clientes. Todos los elementos, desde el uniforme del personal hasta la presencia digital, han sido concebidos con la paleta de colores corporativos predominantes en azul celeste y blanco, asegurando que el logotipo se destaque de manera efectiva.

- **Camisas:** Las camisas del personal de FastPro están diseñadas para reflejar profesionalismo y cohesión con la marca. Utilizan colores corporativos, principalmente azul celeste y blanco, y están adornadas con el logotipo de FastPro. El cuerpo principal de las camisas es azul celeste, con detalles en blanco en los bordes de las mangas y el cuello, y el logotipo de FastPro se encuentra bordado en el lado izquierdo del pecho para asegurar durabilidad y una apariencia de alta calidad. Las camisas están hechas de un material cómodo y transpirable, ideal para largas jornadas de trabajo.
- **Gorras:** Las gorras complementan el uniforme del personal, manteniendo coherencia con la identidad visual de la marca. Son principalmente azul celeste, con

- el logotipo de FastPro bordado en la parte frontal. El diseño ajustable asegura comodidad y adaptabilidad a diferentes tamaños, y están hechas de tela ligera y resistente, ideal para el uso diario.
- **Fundas:** Las fundas de transporte para herramientas y dispositivos están diseñadas en azul celeste con el logotipo de FastPro impreso en un lugar visible. Estas fundas ofrecen varias divisiones y compartimentos para organizar herramientas y dispositivos, y están hechas de material resistente al desgaste y al agua para proteger el contenido.
  - **Tomatodo:** Los tomatodos de FastPro no solo son prácticos para el uso diario del personal, sino que también sirven como productos promocionales. Son azul celeste con el logotipo de FastPro en blanco y están disponibles en diferentes capacidades para adaptarse a las necesidades de los usuarios. Están hechos de plástico libre de BPA o acero inoxidable, asegurando seguridad y durabilidad.
  - **Tarjetas de Presentación:** Las tarjetas de presentación de FastPro están diseñadas para ser elegantes y profesionales, reflejando la calidad y el compromiso de la empresa. Tienen un fondo blanco con detalles en azul celeste y utilizan serif fonts para una apariencia profesional y confiable. Incluyen el nombre, cargo, número de teléfono, correo electrónico y dirección del sitio web de FastPro, y están impresas en papel de alta calidad con un acabado mate para una apariencia premium.
  - **Visualización en Canales Digitales:** La presencia digital de FastPro es crucial para su éxito, y la visualización en canales digitales sigue una línea coherente con su identidad de marca. El sitio web tiene un diseño limpio y moderno con colores corporativos (azul celeste y blanco), utilizando serif fonts para legibilidad y profesionalismo. Es intuitivo y fácil de navegar, con secciones claramente definidas para servicios, contacto y testimonios de clientes. En redes sociales, se mantiene el

uso consistente de los colores y el logotipo en todas las plataformas, con contenido visual atractivo y publicaciones regulares para mantener el compromiso de los usuarios. La aplicación móvil presenta una interfaz amigable y funcional, predominando el azul celeste en los botones y elementos interactivos, garantizando una experiencia de usuario intuitiva y agradable.

**Figura 20**  
*Presentaciones*



*Nota:* Diseño del software Tailor Brands (2024)

### **Razones Estratégicas**

- **Coherencia de Marca:** Mantener una apariencia coherente en todos los elementos (camisas, gorras, fundas, tomatodos, tarjetas de presentación y canales digitales) refuerza la identidad de la marca y la hace fácilmente reconocible.
- **Profesionalismo y Confianza:** El uso de colores y diseño consistente transmite profesionalismo y confiabilidad, cruciales para una empresa de servicios generales.
- **Visibilidad y Reconocimiento:** La repetición del logotipo y colores corporativos en diversos formatos y plataformas ayuda a construir el reconocimiento de la marca, aumentando la visibilidad y la recordación entre los clientes potenciales.

Estos elementos de presentación están diseñados no solo para mejorar la imagen de la marca, sino también para promover la cohesión y profesionalismo del equipo, asegurando que todos los puntos de contacto con los clientes reflejen los valores y la calidad de FastPro.

- **Boceto del prototipo 1.0**

El prototipo 1.0 de FastPro ha sido meticulosamente diseñado utilizando el software

Apphive, una plataforma de desarrollo de aplicaciones móviles que permite crear apps de forma rápida y eficiente mediante un enfoque de arrastrar y soltar. Todos los elementos, desde el uniforme del personal hasta la presencia digital, han sido concebidos con la paleta de colores corporativos predominantes en azul celeste y blanco, asegurando que el logotipo se destaque de manera efectiva.

Apphive fue elegido por su facilidad de uso, permitiendo una rápida creación de prototipos sin necesidad de conocimientos avanzados de programación. La plataforma ofrece una interfaz intuitiva y una amplia gama de plantillas y componentes personalizables, facilitando el diseño a medida que se ajusta a las necesidades específicas de FastPro.

### ***3.3.2 Proceso de Diseño***

#### **Definición de Requisitos:**

- **Objetivo principal:** Crear una aplicación móvil que conecte a los usuarios con proveedores de servicios generales de manera eficiente y segura.
- **Funcionalidades clave:** Registro de usuarios, búsqueda y selección de servicios, reserva y pago en línea, seguimiento de servicios, y calificaciones y reseñas de proveedores.

#### **Diseño de la Interfaz:**

- **Wireframes Iniciales:** Se crearon wireframes para delinear la estructura básica de la aplicación, incluyendo las pantallas principales y el flujo de navegación.
- **Selección de Colores y Tipografía:** Se utilizaron colores corporativos (azul celeste y blanco) y serif cursive fonts para mantener la coherencia con la identidad de la marca.

#### **Componentes Clave:**

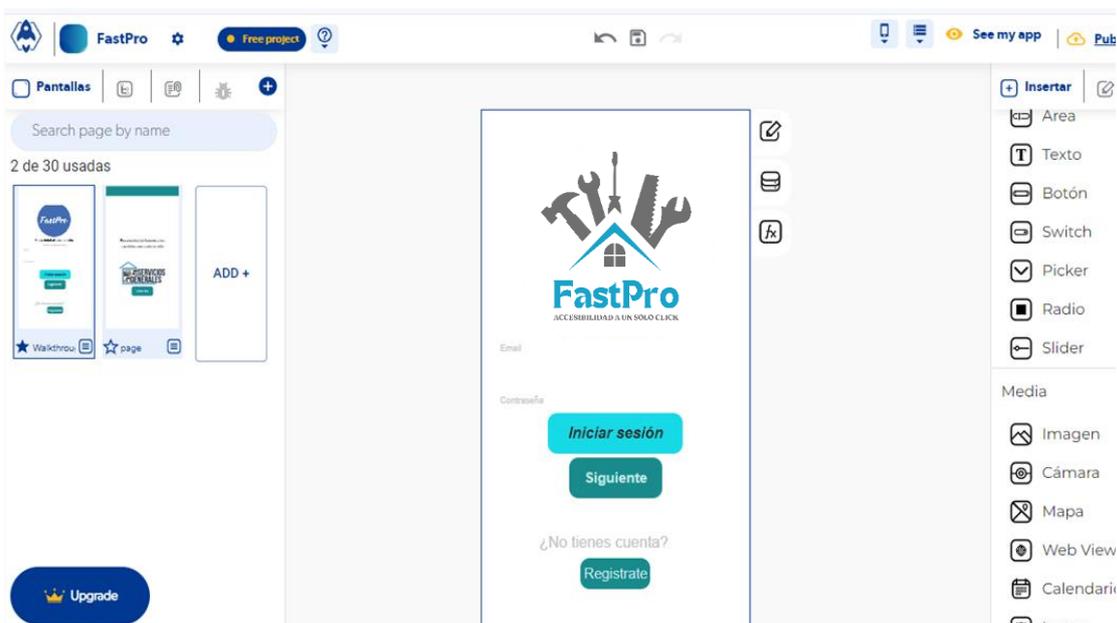
- **Pantalla de Inicio:** Presenta un diseño limpio con el logotipo de FastPro, botones de inicio de sesión y registro, y un menú de navegación intuitivo.
- **Registro y Perfil del Usuario:** Formularios sencillos para la creación de cuentas de

usuario y perfiles de proveedores de servicios. Incluye campos para información personal, detalles de contacto y preferencias de servicio.

- Búsqueda de Servicios: Barra de búsqueda y filtros avanzados para encontrar proveedores de servicios específicos. Los resultados se muestran en una lista con opciones para ver perfiles detallados y leer reseñas.

**Figura 21**

*Presentación del primer boceto para inicio de sesión o registro*



*Nota: Diseño del software Apphive (2024)*

**Figura 22**

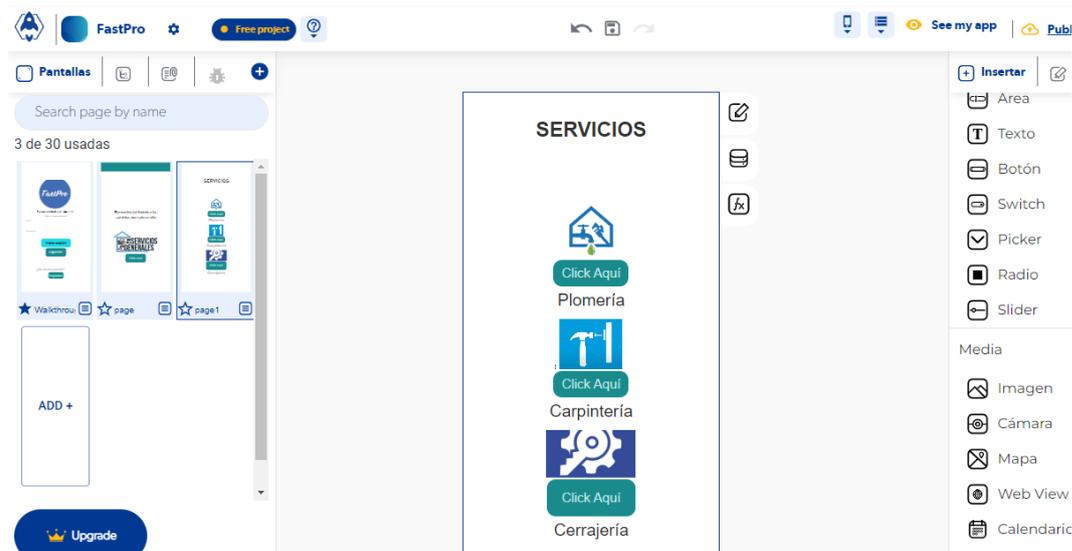
*Presentación del boceto para acceder a los servicios*



*Nota: Diseño del software Apphive (2024)*

**Figura 23**

*Presentación del primer boceto del acceso para solicitar el servicio*



*Nota: Diseño del software Apphive (2024)*

- **Características:**
  - **Página de Inicio:** La página de inicio presenta una interfaz limpia y fácil de entender, con opciones claras para iniciar sesión, registrarse o explorar como invitado. Se incluyen también secciones destacadas con los servicios más populares y los proveedores mejor valorados.
  - **Exploración de Servicios:** Los usuarios pueden explorar diferentes categorías de servicios, como plomería, electricidad, limpieza, etc. Cada categoría cuenta con una página dedicada donde se muestran una variedad de proveedores disponibles, con la opción de filtrar los resultados por ubicación, precio y calificación.
  - **Perfil de Proveedores:** Al hacer clic en un proveedor específico, los usuarios pueden acceder a su perfil completo, que incluye información detallada sobre los servicios ofrecidos, precios, horarios de disponibilidad y reseñas de clientes anteriores. También se proporcionan opciones de contacto directo, como chat o llamada telefónica.
  - **Registro y Autenticación:** Para acceder a funcionalidades adicionales, como la

reserva de servicios o la calificación de proveedores, los usuarios deben registrarse e iniciar sesión en sus cuentas. El proceso de registro es sencillo y requiere solo información básica del usuario.

- **Objetivo del Testeo:** Evaluar la facilidad de navegación y comprensión de la interfaz de usuario básica, así como identificar posibles mejoras en la experiencia del usuario. Se buscará recopilar feedback sobre la claridad de la navegación, la presentación de la información y la facilidad de uso en general.

### ***3.3.3 Proceso de Contratación Simplificado***

- **Descripción:** Este prototipo se centra en el proceso de contratación de servicios a través de FastPro. Ofrece una experiencia simplificada desde la búsqueda inicial hasta la confirmación del servicio, priorizando la eficiencia y la claridad en cada paso.
- **Características:**
  - **Búsqueda y Filtrado de Servicios:** Los usuarios pueden buscar servicios específicos utilizando palabras clave o seleccionando una categoría de servicios. Además, cuentan con opciones de filtrado por ubicación, precio y calificación para encontrar el proveedor ideal.
  - **Selección de Proveedor y Fecha:** Después de revisar los resultados de la búsqueda, los usuarios pueden seleccionar un proveedor específico y una fecha y hora para el servicio. Se muestran precios estimados y detalles adicionales para ayudar en la toma de decisiones.
  - **Reserva y Pago Seguro:** Una vez confirmados los detalles del servicio, los usuarios pueden proceder a reservar y pagar de forma segura a través de la aplicación. Se proporcionan múltiples opciones de pago, incluyendo tarjeta de crédito, transferencia bancaria y métodos de pago en línea.

- **Confirmación y Seguimiento:** Después de completar la reserva, los usuarios reciben una confirmación detallada del servicio, incluyendo información del proveedor y un número de contacto para cualquier pregunta o cambio. También pueden realizar un seguimiento del estado del servicio a través de la aplicación.
- **Objetivo del Testeo:** Evaluar la facilidad y eficacia del proceso de contratación de servicios, así como identificar posibles puntos de fricción o confusiones que puedan surgir durante la experiencia del usuario. Se buscará obtener comentarios sobre la claridad de los pasos, la facilidad de reserva y el nivel de satisfacción general con el proceso.

### 3.4 Lean CANVAS

**Figura 24**  
*Matriz Lean CANVAS*



*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

FastPro ofrece servicios generales para el hogar a través de una plataforma intuitiva, satisfaciendo necesidades de individuos ocupados, familias y empresas. Utiliza canales digitales y alianzas estratégicas para promover sus servicios. Su enfoque en relaciones sólidas con los clientes y métricas clave como la adquisición y retención de usuarios garantiza un crecimiento sostenible en un mercado competitivo.

### **3.5 Análisis del Macroentorno – PESTEL**

#### **3.5.1 Político**

- **Regulaciones gubernamentales:** Las regulaciones gubernamentales pueden variar significativamente según la ubicación geográfica. FastPro debe estar al tanto de las leyes laborales, fiscales y de protección al consumidor en cada mercado objetivo para garantizar el cumplimiento legal. Esto incluye la regulación de la contratación de servicios, los impuestos sobre las transacciones y las leyes de protección al consumidor.
- **Políticas de privacidad:** La protección de datos y la privacidad son temas cada vez más importantes. FastPro debe adherirse a las leyes de privacidad pertinentes y adoptar medidas adecuadas para proteger la información del usuario, como la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, que fue aprobada en 2021, la cual establece directrices claras sobre el manejo de datos personales en Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021). Esto implica implementar políticas claras de privacidad, asegurar la confidencialidad de los datos del usuario y obtener el consentimiento explícito para la recopilación y uso de datos.
- **Estabilidad política:** La estabilidad política en Ecuador ha sido variable en los últimos años, afectada por cambios de gobierno y protestas sociales. La confianza de los consumidores y el clima empresarial se ha visto influenciado por la estabilidad del gobierno y las políticas económicas implementadas (International Crisis Group.,

2023). Por tanto, FastPro debe monitorear estos factores para anticipar posibles riesgos y adaptarse a cambios en el entorno político en los mercados donde opera para anticipar posibles cambios o riesgos. Esto incluye evaluar la estabilidad del gobierno, los riesgos de inestabilidad social y la posibilidad de cambios en las políticas económicas.

- **Leyes de comercio electrónico:** Las leyes de comercio electrónico en Ecuador regulan las transacciones en línea, incluyendo la validez de los contratos digitales, métodos de pago seguros y la resolución de disputas. En ese caso, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (2002) establece el marco legal para estas actividades, asegurando que las transacciones electrónicas sean seguras y confiables (Asamblea Nacional del Ecuador, 2002). FastPro, debe registrarse bajo las regulaciones sobre contratos en línea, pagos electrónicos y resolución de disputas, esta debe cumplir con las leyes de comercio electrónico relevantes en cada mercado, lo que puede implicar ofrecer términos y condiciones claros, proporcionar métodos de pago seguros y resolver disputas de manera justa.
- **Incentivos gubernamentales:** El gobierno ecuatoriano ofrece diversos incentivos para empresas emergentes y tecnológicas, incluidos subsidios, créditos fiscales y programas de mentoría (Ministerio de Producción, 2023). Estas iniciativas buscan promover la innovación y el desarrollo tecnológico en el país, facilitando el crecimiento y la expansión de nuevas empresas como FastPro ayudando a la empresa a desarrollar su negocio y alcanzar sus objetivos estratégicos.
- **Políticas de competencia:** Las políticas antimonopolio y de competencia justa en Ecuador son reguladas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM). Estas políticas aseguran que las empresas operen en un entorno competitivo y eviten prácticas anticompetitivas. Estas políticas antimonopolio y de competencia

justa pueden influir en el entorno competitivo en el que opera FastPro, es por ello, que la importancia de estar al tanto de las regulaciones relacionadas con la competencia en cada mercado. Esto implica asegurarse de no participar en prácticas anticompetitivas, como la fijación de precios, el boicot de competidores o el abuso de posición dominante en el mercado.

### **3.5.2 Económico**

- Ciclos económicos: Los ciclos económicos tienen un impacto significativo en la demanda de servicios generales en Ecuador. Durante los períodos de expansión económica, los consumidores tienden a tener mayores ingresos disponibles y están más dispuestos a invertir en servicios de conveniencia y mejoras en el hogar. En contraste, durante las recesiones, el gasto discrecional suele disminuir, y los consumidores pueden priorizar sus necesidades esenciales sobre los servicios adicionales.

En la actualidad, Ecuador ha enfrentado desafíos económicos considerables, especialmente debido a la pandemia de COVID-19, que afectó gravemente la economía global. Según el Banco Mundial, la economía ecuatoriana ha mostrado signos de recuperación en los últimos años, con un crecimiento del PIB del 2.8% en 2022, después de una contracción del 7.8% en 2020. Sin embargo, la recuperación ha sido desigual y enfrenta riesgos debido a la inflación y la incertidumbre política (Banco Mundial., 2023).

En vista de lo anterior, es evidente que FastPro debe adaptar su estrategia para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores durante diferentes fases del ciclo económico. Durante las recesiones, por ejemplo, los consumidores pueden reducir el gasto discrecional en servicios no esenciales, mientras que durante las expansiones económicas pueden estar más dispuestos a invertir en mejoras en el

hogar o en servicios de conveniencia.

- **Acceso al crédito:** El acceso al crédito es otro factor económico importante para las empresas y los consumidores en Ecuador, las políticas de crédito del gobierno y de las instituciones financieras pueden facilitar o restringir la capacidad de las personas para financiar servicios y mejoras en el hogar (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2023). El acceso mejorado al crédito podría fomentar una mayor demanda de los servicios ofrecidos por FastPro.
- **Tasas de interés:** Las tasas de interés pueden influir en el costo del capital y la capacidad de endeudamiento de FastPro y sus usuarios. Variaciones en las tasas de interés pueden afectar la demanda de servicios y la viabilidad financiera de la empresa. Por ejemplo, tasas de interés más altas pueden desalentar la inversión en el hogar o en mejoras comerciales, mientras que tasas más bajas pueden estimular la actividad económica y aumentar la demanda de servicios.
- **Cambio en los patrones de gasto del consumidor:** Cambios en los patrones de gasto del consumidor pueden afectar la demanda de servicios generales. FastPro debe estar al tanto de las tendencias de consumo y adaptar su oferta en consecuencia. Por ejemplo, si hay una tendencia hacia una mayor conciencia ambiental, la demanda de servicios ecológicos, como la energía renovable o la eficiencia energética, puede aumentar.
- **Tipo de cambio:** FastPro puede estar expuesto al riesgo de fluctuaciones en los tipos de cambio si opera en mercados internacionales. Las variaciones en los tipos de cambio pueden afectar los costos de operación y la rentabilidad de la empresa. Por ejemplo, una depreciación en la moneda local puede aumentar los costos de importación de tecnología o servicios, mientras que una apreciación puede reducir los ingresos de exportación.

- **Inflación:** La inflación y los tipos de interés también son factores económicos cruciales que afectan el poder adquisitivo de los consumidores y el costo de los préstamos para empresas. En Ecuador, la inflación ha sido moderada en comparación con otros países de la región, pero sigue siendo una preocupación para los consumidores y las empresas. El Banco Central del Ecuador reportó una tasa de inflación del 3.2% en 2022, lo cual influye en los costos operativos y en la capacidad de gasto de los consumidores (Banco Central del Ecuador, 2023). Por tanto, la inflación puede afectar los costos de operación y los precios de los servicios ofrecidos por FastPro. Es importante gestionar los costos y ajustar los precios de manera adecuada para mantener márgenes saludables. Por ejemplo, si los costos de los materiales o la mano de obra aumentan debido a la inflación, FastPro puede verse obligado a aumentar los precios para mantener la rentabilidad.
- **Desigualdad económica:** Los niveles de desempleo e ingreso en Ecuador también afectan la demanda de servicios. La tasa de desempleo ha mostrado una tendencia a la baja, situándose en el 5.7% en 2022, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023). A medida que más personas encuentran empleo y los niveles de ingreso mejoran, se espera que la demanda por servicios de conveniencia y mantenimiento aumente. Asimismo, la desigualdad económica puede influir en la distribución de la riqueza y, por lo tanto, en la demanda de servicios generales. FastPro debe considerar las necesidades de diferentes segmentos de la población y asegurarse de ofrecer servicios accesibles para todos. Por ejemplo, si hay una brecha económica entre los usuarios de FastPro, la empresa puede necesitar ofrecer opciones de precios diferenciados o servicios adaptados a diferentes niveles de ingresos.

### **3.5.3 Social**

- **Cambios demográficos:** El envejecimiento de la población y la urbanización

alteran los patrones de consumo y demanda de servicios. FastPro debe adaptarse a las necesidades específicas de diferentes grupos demográficos.

- **Tendencias de estilo de vida:** Las preferencias cambiantes, como el aumento del trabajo remoto y la búsqueda de comodidad, influyen en la demanda de servicios a domicilio. FastPro debe ajustar su oferta para satisfacer estas tendencias emergentes.
- **Valores culturales y sociales:** Los valores como la sostenibilidad y la inclusión tienen un impacto significativo en las decisiones de compra. FastPro puede destacarse al ofrecer servicios que reflejen y promuevan estos valores.
- **Educación y conocimiento:** El nivel de alfabetización digital y la familiaridad con la tecnología afectan la adopción de servicios en línea. FastPro debe proporcionar una interfaz fácil de usar y recursos educativos para aumentar la participación de los usuarios.
- **Salud y bienestar:** La preocupación por la salud y el bienestar personal impulsa la demanda de servicios que promueven un estilo de vida saludable. FastPro puede ofrecer servicios relacionados con la salud en su plataforma para satisfacer esta necesidad creciente.
- **Diversidad e inclusión:** La diversidad étnica, cultural y de género influye en las preferencias de los consumidores. FastPro debe asegurarse de que su plataforma sea inclusiva y refleje la diversidad de su base de usuarios.

#### ***3.5.4 Tecnológico***

- **Avances tecnológicos:** La rápida evolución de la tecnología ofrece oportunidades para mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia operativa. FastPro debe adoptar tecnologías emergentes como inteligencia artificial y aprendizaje automático.
- **Ciberseguridad:** Con el aumento de las amenazas cibernéticas, la seguridad de la

plataforma es una prioridad. FastPro debe implementar medidas sólidas de ciberseguridad para proteger los datos del usuario y la integridad de la plataforma.

- **Movilidad:** La creciente penetración de dispositivos móviles permite a los usuarios acceder a servicios en cualquier momento y lugar. FastPro debe priorizar el desarrollo de una aplicación móvil intuitiva y receptiva.
- **Automatización:** La automatización de procesos puede mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos. FastPro debe identificar áreas donde la automatización pueda optimizar sus operaciones y mejorar la experiencia del cliente.
- **Análisis de datos:** La recopilación y el análisis de datos pueden proporcionar información valiosa sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios. FastPro debe utilizar análisis de datos para personalizar la oferta de servicios y mejorar la toma de decisiones empresariales.
- **Tecnologías emergentes:** El seguimiento de tecnologías emergentes como la realidad virtual y la computación cuántica puede ayudar a FastPro a mantenerse a la vanguardia de la innovación. La empresa debe estar atenta a las tendencias tecnológicas y evaluar su viabilidad para su aplicación en la plataforma.

### ***3.5.5 Ecológico***

- **Sostenibilidad:** La preocupación por el medio ambiente impulsa la demanda de servicios sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. FastPro puede diferenciarse al ofrecer servicios que minimicen su impacto ambiental.
- **Eficiencia energética:** El uso eficiente de la energía es una preocupación creciente para los consumidores y las empresas. FastPro puede ofrecer servicios que ayuden a mejorar la eficiencia energética en el hogar y en el lugar de trabajo.
- **Gestión de residuos:** La gestión adecuada de residuos es crucial para reducir el impacto ambiental. FastPro puede ofrecer servicios de reciclaje y gestión de residuos

para ayudar a sus usuarios a adoptar prácticas más sostenibles.

- **Transporte sostenible:** La promoción del transporte público y de medios de transporte sostenibles puede contribuir a la reducción de emisiones de carbono. FastPro puede asociarse con proveedores de servicios de transporte sostenible para ofrecer opciones de movilidad ecológicas.
- **Consumo responsable:** La promoción del consumo responsable y la economía circular puede influir en las decisiones de compra de los consumidores. FastPro puede educar a sus usuarios sobre la importancia del consumo responsable y ofrecer servicios que promuevan prácticas sostenibles.
- **Legislación ambiental:** Las regulaciones ambientales pueden afectar las operaciones de FastPro y la demanda de sus servicios. La empresa debe cumplir con las leyes ambientales relevantes y estar al tanto de los cambios en la legislación que puedan impactar su negocio.

### ***3.5.6 Legal***

- **Legislación laboral:** Las leyes laborales pueden influir en la contratación y gestión de proveedores en la plataforma de FastPro. La empresa debe cumplir con las leyes laborales pertinentes y garantizar condiciones de trabajo justas para sus empleados y proveedores.
- **Propiedad intelectual:** FastPro debe proteger su propiedad intelectual, como su marca registrada y su tecnología, mediante patentes, derechos de autor y otros mecanismos legales. Esto asegura que la empresa pueda mantener su ventaja competitiva y evitar la infracción de propiedad intelectual
- **Regulación de comercio electrónico:** Las leyes y regulaciones relacionadas con el comercio electrónico pueden afectar las operaciones de FastPro. La empresa debe cumplir con las leyes de protección al consumidor, privacidad de datos y comercio

electrónico en cada mercado donde opera.

- **Contratos y términos de servicio:** Los contratos y términos de servicios claros y justos son fundamentales para establecer relaciones comerciales sólidas con los usuarios de FastPro. La empresa debe garantizar que sus políticas sean transparentes y estén alineadas con las mejores prácticas del sector.
- **Protección de datos y privacidad:** Con el aumento de la preocupación por la privacidad de los datos, las regulaciones como el GDPR en la Unión Europea y leyes similares en otros lugares tienen un impacto significativo en cómo FastPro maneja los datos de sus usuarios. La empresa debe cumplir con estas regulaciones y garantizar la protección adecuada de la información del usuario
- **Resolución de disputas y cumplimiento contractual:** Las políticas claras para la resolución de disputas y el cumplimiento de los contratos son esenciales para mantener la confianza de los usuarios y las partes interesadas. FastPro debe establecer procesos transparentes y eficientes para resolver disputas y garantizar el cumplimiento de los acuerdos contractuales. Esto incluye tener en cuenta las leyes de arbitraje y mediación, así como los procedimientos legales para la ejecución de contratos.

### **3.6 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter**

#### **I. Rivalidad entre competidores existentes:**

- **Competencia intensa:** El mercado de aplicaciones para servicios generales en Ecuador está altamente competitivo con numerosos competidores como Doméstika, Tipti, Glovo, Rappi, HomeServe, LimpioYA, Mr. Jeff y Zolvers.
- **Guerra de precios y promociones:** Para destacarse en un mercado competitivo, las empresas a menudo recurren a la reducción de precios y promociones para atraer y retener clientes. Esto puede llevar a márgenes de beneficio más estrechos y una

mayor presión sobre las ganancias.

- Posibilidad de diferenciación: FastPro puede diferenciarse de sus competidores centrándose en la calidad del servicio y la experiencia del usuario. Al proporcionar una plataforma fácil de usar, confiable y con una amplia gama de servicios, puede destacarse en un mercado saturado.
- Competencia directa: Los competidores directos de FastPro son otras aplicaciones de servicios generales que ofrecen soluciones similares. Para mantenerse competitivo, FastPro debe monitorear de cerca las acciones de sus competidores y ajustar su estrategia en consecuencia.

## **II. Amenaza de nuevos participantes:**

- Barreras de entrada relativamente bajas: El desarrollo de una aplicación móvil puede ser más accesible que en otras industrias, lo que podría atraer a nuevos participantes al mercado.
- Costos significativos en la construcción de una base de usuarios y marketing: A pesar de las barreras de entrada bajas, el costo de construir una base de usuarios sólida y realizar campañas de marketing efectivas puede ser significativo.
- Foco en la fidelización de clientes y alianzas estratégicas: FastPro puede mitigar la amenaza de nuevos participantes al centrarse en la fidelización de clientes existentes y establecer alianzas estratégicas con proveedores de servicios y otras empresas complementarias.
- Inversión requerida en relaciones con proveedores y calidad del servicio: Además de atraer clientes, FastPro también debe invertir en construir relaciones sólidas con proveedores y mantener altos estándares de calidad del servicio para mantener su posición en el mercado.

## **III. Amenaza de productos o servicios sustitutos:**

- Alta amenaza debido a la posibilidad de optar por soluciones alternativas: Los usuarios pueden optar por soluciones alternativas como contratar servicios directamente con proveedores locales o utilizar otras plataformas en línea como Doméstika, Tipti, Glovo, Rappi, HomeServe, LimpioYA, Mr. Jeff y Zolvers.
- Diferenciación a través de la conveniencia, seguridad y calidad del servicio: FastPro puede mitigar esta amenaza diferenciándose a través de la conveniencia, seguridad y calidad del servicio. Al ofrecer una plataforma fácil de usar, segura y con una amplia gama de opciones de servicio, puede retener a sus usuarios.
- Amplia gama de servicios ofrecidos para retener a los usuarios: Al ofrecer una amplia gama de servicios, FastPro puede aumentar la probabilidad de retener a sus usuarios, ya que tendrán menos motivos para buscar soluciones alternativas en otros lugares.
- Necesidad de mantener una oferta atractiva para evitar la migración hacia otras opciones: FastPro debe estar atento a las necesidades y preferencias cambiantes de los usuarios para asegurarse de que su oferta siga siendo atractiva y competitiva en comparación con otras opciones disponibles en el mercado.

#### **IV. Poder de negociación de los compradores:**

- Alta capacidad de cambio entre aplicaciones y proveedores de servicios: Los usuarios tienen una alta capacidad para cambiar entre aplicaciones y proveedores de servicios, lo que les otorga un mayor poder de negociación.
- Sensibilidad al precio por parte de los compradores: Los usuarios son sensibles al precio y pueden cambiar de plataforma si encuentran una oferta más atractiva en otro lugar. Esto puede ejercer presión sobre FastPro para mantener precios competitivos.
- Estrategias de fidelización y descuentos para reducir la rotación de clientes: FastPro

puede implementar estrategias de fidelización, como programas de recompensas y descuentos exclusivos, para reducir la rotación de clientes y aumentar la lealtad.

- Importancia de ofrecer servicios exclusivos y de calidad para mantener la lealtad: Además de precios competitivos, FastPro debe ofrecer servicios exclusivos y de alta calidad para mantener la lealtad de los clientes y reducir su disposición a cambiar a otras plataformas.

#### **V. Poder de negociación de los proveedores:**

- Moderado poder de negociación: Dependiendo de la disponibilidad de proveedores alternativos y la estructura del mercado, el poder de negociación de los proveedores puede variar. Existe una amplia variedad de proveedores disponibles, lo cual puede reducir el poder de negociación de cada proveedor individual. Sin embargo, los proveedores de alta calidad y especializados pueden tener mayor poder de negociación debido a su demanda. A continuación, se presentan los principales proveedores.

#### **Proveedores de Servicios Generales**

**Plomeros:** Profesionales independientes o pequeñas empresas especializadas en la instalación, reparación y mantenimiento de sistemas de plomería. Ejemplos: "Servicios de Plomería Quito", "Plomería Express Guayaquil".

**Electricistas:** Técnicos certificados que ofrecen servicios de instalación, reparación y mantenimiento de sistemas eléctricos. Ejemplos: "Electricistas Quito 24/7", "Servicios Eléctricos Guayaquil".

**Limpieza:** Empresas y trabajadores independientes que ofrecen servicios de limpieza para hogares y oficinas. Ejemplos: "Limpieza Total", "CleanExpress".

**Mantenimiento y Reparaciones:** Profesionales que ofrecen servicios de mantenimiento general, reparaciones menores, pintura, etc. Ejemplos: "TodoServi",

"Mantenimiento Hogar".

#### Proveedores de Insumos y Materiales

Ferreterías y Tiendas de Suministros: Proveedores de materiales necesarios para plomería, electricidad, limpieza y mantenimiento general. Ejemplos: "Ferretería Ecuatoriana", "Sukasa".

Distribuidores de Equipos y Herramientas: Empresas que suministran herramientas especializadas y equipos necesarios para los proveedores de servicios generales. Ejemplos: "Distribuidora Ferremundo", "Herramientas Quito".

#### Proveedores de Tecnología y Soporte

Desarrolladores de Software y Aplicaciones: Empresas que pueden ofrecer servicios de desarrollo, mantenimiento y mejora de la plataforma FastPro. Ejemplos: "DevSolutions", "Tech Innovators".

Proveedores de Servicios en la Nube: Empresas que ofrecen servicios de alojamiento y almacenamiento de datos en la nube. Ejemplos: "Amazon Web Services (AWS)", "Microsoft Azure".

Proveedores de Seguridad Digital: Empresas que ofrecen soluciones de seguridad para proteger la información de la plataforma y los usuarios. Ejemplos: "SeguriTech", "CyberSecure".

#### Proveedores de Marketing y Publicidad

Agencias de Marketing Digital: Empresas que pueden ayudar a FastPro a crear y ejecutar estrategias de marketing digital para atraer y retener usuarios. Ejemplos: "Digital Impact", "MarketPro".

Medios de Comunicación: Proveedores de espacios publicitarios en medios tradicionales y digitales. Ejemplos: "El Comercio", "Teleamazonas", "Facebook Ads", "Google Ads".

- **Importancia de mantener relaciones sólidas:** FastPro debe mantener relaciones sólidas con sus proveedores para garantizar la disponibilidad y la calidad de los servicios ofrecidos en la plataforma.
- **Necesidad de condiciones justas y transparentes:** Es crucial que FastPro establezca condiciones justas y transparentes con sus proveedores para mantener una relación mutuamente beneficiosa.
- **Diversificación de la base de proveedores:** Para reducir la dependencia de un solo proveedor y mitigar el riesgo de interrupciones en el suministro, FastPro puede diversificar su base de proveedores y establecer relaciones con múltiples proveedores para cada tipo de servicio ofrecido.

### 3.7 Matriz FODA

**Tabla 1**  
*Matriz FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Tecnología avanzada que ofrece experiencia intuitiva	Mercado en constante crecimiento	Dependencia tecnológica	Entrada de nuevos competidores
Amplia gama de servicios generales	Avances tecnológicos para mejorar la plataforma	Competencia desleal	Cambios regulatorios
Reputación sólida y fiabilidad del servicio	Oportunidades de expansión internacional	Falta de reconocimiento de marca	Rápida evolución tecnológica

Alianzas estratégicas con proveedores locales	Cambios en las demandas del consumidor	Limitaciones financieras	Inestabilidad económica
Calidad del servicio y satisfacción del cliente	Innovación en la oferta de servicios	Baja diferenciación de la competencia	Cambios en las preferencias del consumidor
Flexibilidad y conveniencia en la prestación de servicios	Potencial para diversificar la oferta de servicios	Recursos humanos limitados	Impacto de crisis económicas en el comportamiento del consumidor

*Nota:* Elaboración propia. A partir de la información obtenida en identificación análisis PESTEL-PORTER

**Tabla 2**  
*Matriz de estrategias (FODA)*

	<b>Estrategia 1</b>	<b>Estrategia 2</b>
<b>Fortalezas (F)</b>	Maximizar la experiencia del usuario con actualizaciones frecuentes y mejoras constantes en la plataforma.	Desarrollar programas de fidelización de clientes para mejorar la retención y aumentar la satisfacción del cliente.
<b>Oportunidad (O)</b>	Expandir la oferta de servicios a mercados internacionales mediante alianzas estratégicas con empresas locales.	Utilizar tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para mejorar la plataforma

<b>Debilidades</b>	Diversificar la oferta de servicios para compensar la baja diferenciación y aumentar la competitividad en el mercado.	Optimizar los costos operativos mediante la automatización de procesos internos y la externalización de funciones no críticas.
(D)		
<b>Amenazas</b>	Desarrollar una ventaja competitiva sostenible mediante la colaboración con empresas de tecnología para acceder a nuevas soluciones y herramientas.	Establecer alianzas estratégicas con empresas internacionales para expandir la presencia global y reducir la dependencia de un solo mercado.
(A)		

*Nota:* Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación del análisis PESTEL - PORTER

FastPro, una aplicación destinada a ofrecer una amplia gama de servicios generales a través de una plataforma tecnológica avanzada enfrenta un entorno empresarial dinámico con una serie de factores tanto internos como externos que afectan su desempeño y su potencial de crecimiento. Es por lo que, FastPro pretende desarrollarse como una plataforma tecnológica avanzada que proporcione a los usuarios una experiencia intuitiva y fácil de usar. Esto se traduce en una mayor retención de usuarios y una ventaja competitiva en un mercado saturado. La plataforma desea ofertar una amplia variedad de servicios, lo que la hace atractiva para una amplia base de usuarios con diferentes necesidades. Esta diversificación de servicios aumentará las oportunidades de generación de ingresos y la retención de clientes.

La empresa establecerá una reputación sólida en el mercado por su fiabilidad y calidad de servicio. Esta reputación contribuye a la confianza del cliente y a la lealtad a la

marca. La empresa podrá establecer alianzas estratégicas con proveedores locales, lo que le permite ofrecer una amplia gama de servicios en diferentes ubicaciones. Esta red de proveedores fortalece la oferta de servicios de FastPro y su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente de manera efectiva.

En cuanto a las oportunidades, el mercado de aplicaciones para servicios generales está experimentando un crecimiento significativo, lo que ofrece oportunidades para que FastPro expanda su base de usuarios y aumente sus ingresos. Los avances tecnológicos ofrecen oportunidades para mejorar la plataforma de FastPro, agregar nuevas características y mejorar la experiencia del usuario. Esto puede incluir la implementación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.

FastPro tiene la oportunidad de expandirse a nuevos mercados internacionales y aprovechar el crecimiento global del mercado de servicios generales. La expansión internacional aumentaría su base de usuarios y sus fuentes de ingresos. Los cambios en las demandas y preferencias del consumidor crean oportunidades para que FastPro adapte su oferta de servicios y amplíe su base de usuarios. Esto puede incluir la incorporación de nuevos servicios y la mejora de la calidad del servicio existente.

Respecto a las debilidades, FastPro dependerá en exceso de la tecnología para operar su plataforma, lo que la hace vulnerable a interrupciones del servicio y problemas técnicos. Esto puede afectar la confianza del cliente y la reputación de la marca.

El mercado de aplicaciones para servicios generales es altamente competitivo, con numerosos competidores que ofrecen soluciones similares. Esta competencia intensa puede dificultar la diferenciación y la captación de nuevos usuarios. A pesar de su reputación sólida, FastPro puede carecer de un reconocimiento de marca amplio, lo que dificulta la captación de nuevos usuarios y la competencia con marcas establecidas. FastPro puede enfrentar limitaciones financieras para invertir en marketing, expansión y desarrollo

tecnológico, lo que puede obstaculizar su capacidad para competir con empresas más grandes y establecidas.

Sobre las amenazas, la baja barrera de entrada al mercado puede dar lugar a la entrada de nuevos competidores que ofrecen soluciones similares. Esto intensifica la competencia y reduce los márgenes de beneficio para FastPro. Cambios en las regulaciones gubernamentales y de la industria pueden afectar las operaciones y la rentabilidad de FastPro, aumentando los costos de cumplimiento y limitando las oportunidades de crecimiento. La rápida evolución tecnológica puede hacer que la plataforma de FastPro quede obsoleta si no se actualiza constantemente para adaptarse a las nuevas tendencias y preferencias del usuario.

La inestabilidad económica puede afectar el poder adquisitivo de los consumidores y reducir la demanda de servicios ofrecidos por FastPro, lo que impacta negativamente en sus ingresos y rentabilidad. En resumen, FastPro se encuentra en una posición favorable para capitalizar las oportunidades en un mercado en crecimiento, pero también enfrenta desafíos significativos, como la intensa competencia y la dependencia tecnológica. Al abordar estas debilidades y amenazas mientras capitaliza sus fortalezas y oportunidades, FastPro puede consolidar su posición en el mercado y lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

## **Validación de Factibilidad - Viabilidad - Deseabilidad**

### **4.1 Investigación de Mercado**

La investigación de mercado para FastPro tiene como objetivo evaluar la viabilidad y aceptación de su aplicación de servicios generales a domicilio en la región. Se plantean una serie de objetivos, incluyendo determinar la demanda actual y potencial, identificar características demográficas y psicográficas de los usuarios, evaluar la disposición a usar la aplicación y pagar por los servicios, así como recoger retroalimentación sobre la usabilidad de la misma. El plan de investigación involucra métodos exploratorios, descriptivos y causales, junto con fuentes de datos primarios y secundarios. Se utilizarán encuestas en línea, entrevistas en profundidad y grupos focales para recopilar datos, con una muestra de 200 usuarios potenciales seleccionados de manera estratificada.

El análisis de datos abarcará desde el procesamiento hasta la interpretación de resultados, destacando patrones y tendencias para informar decisiones de marketing y desarrollo de la aplicación. Finalmente, se presentarán los hallazgos a través de un informe detallado y una presentación oral, y se implementarán decisiones de marketing y mejoras en la aplicación según lo recomendado. Esta investigación proporcionará una comprensión profunda de las necesidades de los usuarios y orientará el éxito y la sostenibilidad de FastPro en el mercado.

#### ***4.1.1 Población (mercado objetivo)***

La población objetivo para la investigación de mercado de FastPro está enmarcada en individuos que podrían estar interesados en utilizar una aplicación que ofrece servicios generales a domicilio en la región. La segmentación demográfica abarca adultos jóvenes y de mediana edad, tanto solteros como familias, que se beneficiarían de la comodidad de recibir servicios como limpieza, reparaciones, cuidado del hogar sin salir de sus hogares. Además, la segmentación psicográfica incluye a personas ocupadas, profesionales que

trabajan desde casa, padres con hijos pequeños o adultos mayores que prefieren evitar desplazamientos innecesarios.

Para determinar el tamaño de la población objetivo de FastPro en Ecuador, se utilizaron datos de fuentes oficiales como los anuarios estadísticos, censos y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Según el INEC, la población total de Ecuador en 2024 es de aproximadamente 18 millones de personas. De esta población, alrededor del 63% reside en áreas urbanas, lo que equivale a aproximadamente 11.34 millones de personas. En la población urbana, la población adulta joven y de mediana edad (18-55 años) representa aproximadamente el 60 %, unos 6.8 millones de personas.

Con base en la población urbana de Quito (2.7 millones), el segmento objetivo incluye adultos jóvenes y de mediana edad (25-55 años), que constituyen aproximadamente el 60% de la población, es decir, 1.62 millones de personas. De este grupo, se estima que un 40% tiene ingresos medios o altos, lo que reduce el mercado objetivo a 648.000 personas, de las cuales un porcentaje significativo tiene acceso a internet y dispositivos móviles.

#### **4.1.2 Muestra**

Para calcular el tamaño de muestra para una población finita, utilizamos la fórmula indicada en la infografía proporcionada. La población objetivo es de 648.000 participantes, considerando un nivel de confianza del 95%.

Fórmula del Tamaño de Muestra para una población finita

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

1.  $n$  = Tamaño de muestra buscado
2.  $N$  = Tamaño de la población o universo
3.  $Z$  = Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (para el 95%,  $Z \approx 1.96$ )

4.  $p$  = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
5.  $q$  = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado ( $q=1-p$ )
6.  $e$  = Error de estimación máximo aceptado

### Datos para el Cálculo

- Nivel de confianza: 95% (por lo tanto,  $Z \approx 1.96$ )
- Margen de error de estimación máximo aceptado ( $e$ ):  $5\% = 0.05$
- Proporción esperada ( $p$ ): Si no hay información previa, se suele utilizar  $p=0.5$  para maximizar el tamaño de muestra.
- Tamaño de la población ( $N$ ): 4.5 millones

Sustituyendo estos valores en la fórmula:

### Cálculo de Muestra

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{648.000 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (4.500.000 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Simplifica:

$$n = \frac{648.000 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 \times (4.999.999) + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{622339,200}{1620,9579} \approx 384$$

La muestra calculada asegura que con un nivel de confianza del 95%, un error máximo del 5%, se obtuvo una muestra de 384 sujetos de estudio. Esta muestra es representativa y fiable para la investigación planteada.

### ***4.1.3 Instrumento de Recolección de Información***

El principal instrumento de recolección de información se enmarcó en una encuesta semi estructurada de 15 ítems (ver anexo 1), la cual permitió recopilar datos sobre la viabilidad y aceptación de la aplicación FastPro entre los usuarios potenciales. La encuesta combinó preguntas cerradas y abiertas para obtener tanto información cuantitativa como cualitativa.

El diseño de la encuesta incluyó una mezcla de preguntas cerradas y abiertas, lo que permitió obtener una amplia gama de datos. Las preguntas cerradas proporcionaron datos fáciles de cuantificar y analizar, mientras que las preguntas abiertas ofrecen insights más profundos sobre las opiniones y experiencias de los encuestados.

Respecto a la organización de las preguntas se diseñaron en conformidad a los siguientes criterios:

- **Frecuencia de Uso y Comportamiento Actual**

Preguntas 1 y 2: Estas preguntas se centran en la frecuencia de uso de los servicios generales y en las fuentes actuales utilizadas para encontrar proveedores. Esto ayuda a entender el comportamiento actual y la frecuencia con que los encuestados necesitan estos servicios.

- **Problemas y Desafíos**

Pregunta 3: Identifica los problemas principales que enfrentan los usuarios al buscar y contratar servicios generales. Esta pregunta ayuda a resaltar las áreas donde la aplicación FastPro puede mejorar la experiencia del usuario.

- **Importancia y Utilidad de Funcionalidades Clave**

Preguntas 4 a 9: Evalúan la importancia y utilidad de diferentes características esenciales de la aplicación, como la interfaz de usuario, la funcionalidad de búsqueda y contratación, el registro de perfiles, el sistema de calificación y reseñas, la

programación de citas y pagos en línea, y la integración con servicios de geolocalización. Estas preguntas ayudan a priorizar las funcionalidades más valoradas por los usuarios.

- **Interés en Funcionalidades Adicionales**

Preguntas 10 a 12: Miden el interés de los usuarios en funcionalidades adicionales como el chat en tiempo real, la personalización de perfiles, y las ofertas y promociones exclusivas. Esto proporciona insights sobre características que podrían diferenciar a FastPro de otras aplicaciones similares.

- **Datos Demográficos**

Preguntas 13 a 15: Recogen información demográfica básica (edad, género y ocupación) para segmentar mejor las respuestas y entender cómo diferentes grupos demográficos perciben y valoran las funcionalidades de la aplicación.

- **Comentarios y Sugerencias Adicionales**

Pregunta Abierta al Final: Ofrece a los encuestados la oportunidad de proporcionar comentarios y sugerencias adicionales para mejorar la aplicación FastPro. Esta pregunta abierta es crucial para obtener insights cualitativos y feedback detallado que puede no estar cubierto por las preguntas cerradas.

La precisión de los datos se sustentó en la honestidad y precisión de las respuestas de los encuestados. La información recopilada permitió a FastPro ajustar su propuesta de valor, funcionalidades, y estrategias de marketing para alinearse con las demandas del mercado, lo que aumentará las probabilidades de éxito de la aplicación.

## **4.2 Análisis de Resultados**

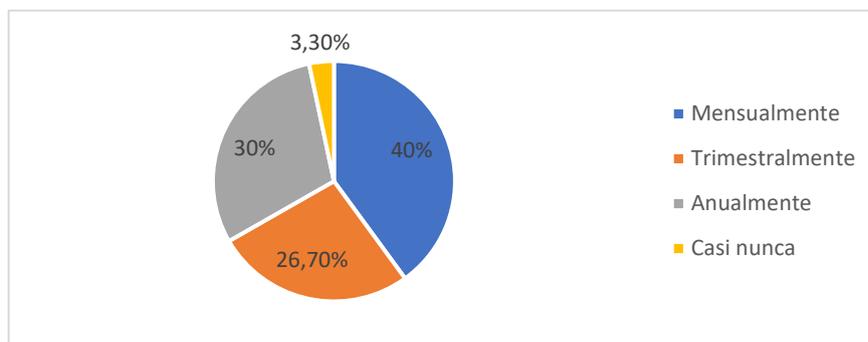
La encuesta realizada a 384 personas revela información valiosa sobre necesidades y expectativas de usuarios potenciales de FastPro, una aplicación para contratar servicios generales. A continuación, se presenta el análisis detallado de los resultados obtenidos.

## Resultados

**Pregunta 1:** ¿Qué tan a menudo utiliza servicios como plomería, electricidad, limpieza, etc.?

**Figura 25**

*Frecuencia de uso de servicios generales*

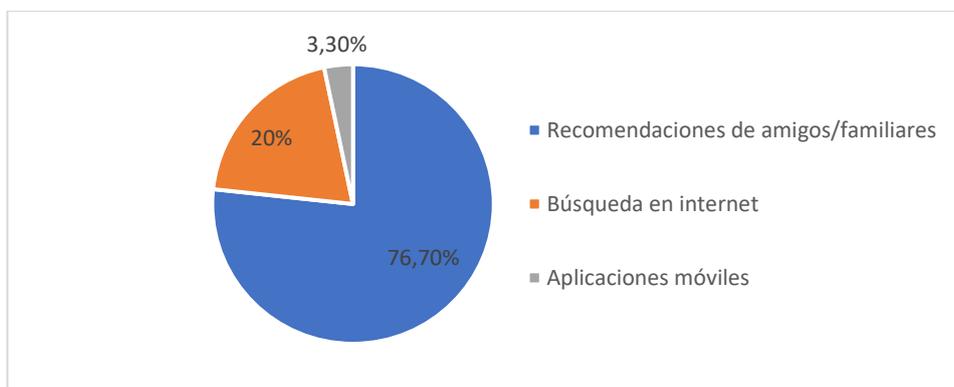


En cuanto a la frecuencia de uso de servicios generales, el 40% de los encuestados utiliza servicios generales como plomería, electricidad y limpieza mensualmente, mientras que el 26.7% lo hace trimestralmente y el 30% anualmente. Solo el 3.3% indicó que casi nunca utiliza estos servicios. Estos datos sugieren que hay una demanda continua y frecuente para servicios generales, lo cual es un indicio positivo para la viabilidad de la aplicación FastPro. La frecuencia de uso mensual y trimestral destaca una necesidad regular de estos servicios, lo que refuerza la importancia de una solución conveniente y accesible como la que ofrece FastPro.

**Pregunta 2:** ¿De qué manera localiza actualmente a los proveedores de estos servicios?

**Figura 26**

*Fuentes actuales para encontrar proveedores de servicios*

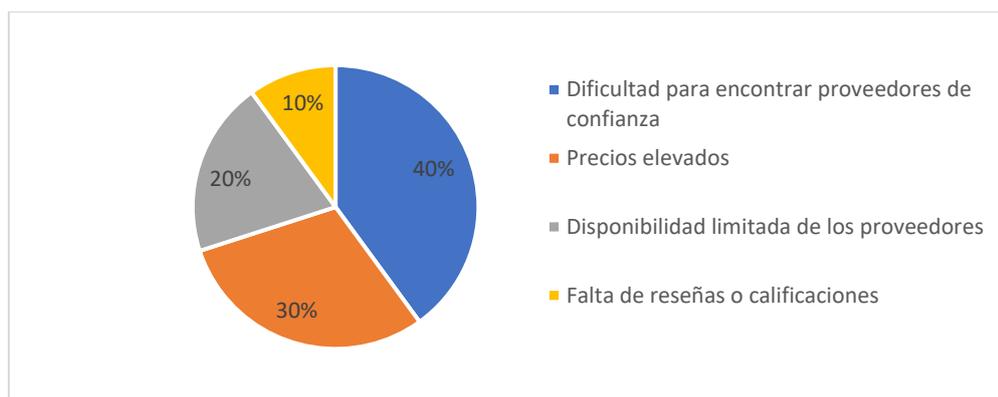


En cuanto a las fuentes actuales para encontrar proveedores de servicios, el 76.7% de los encuestados confía en recomendaciones de amigos o familiares para contratar servicios generales, mientras que el 20% utiliza la búsqueda en internet y solo el 3.3% emplea aplicaciones móviles. Este hallazgo subraya la importancia de la confianza en las referencias personales. La baja adopción de aplicaciones móviles (3.3%) indica una oportunidad significativa para que FastPro eduque y atraiga a estos usuarios, mostrándoles los beneficios y la conveniencia de utilizar una plataforma digital para contratar servicios generales.

**Pregunta 3:** ¿Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al buscar y contratar estos servicios? (Seleccione todas las que correspondan)

**Figura 27**

*Los principales problemas que enfrenta buscar y contratar estos servicios*

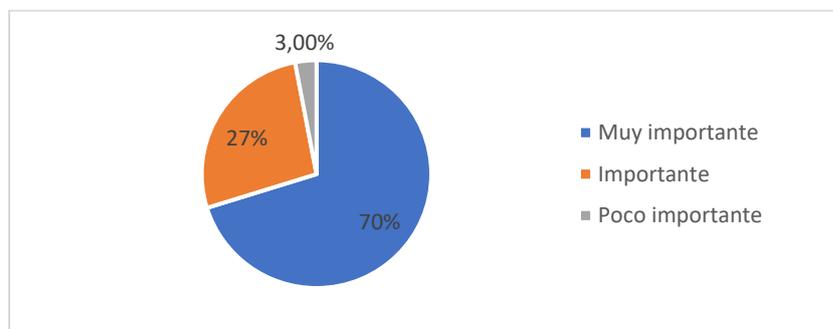


Los principales problemas mencionados incluyen la dificultad para encontrar proveedores de confianza (40%), precios elevados (30%), disponibilidad limitada de los proveedores (20%), y la falta de reseñas o calificaciones (10%). Estos problemas destacan la necesidad de un servicio confiable y profesional. FastPro puede diferenciarse garantizando la puntualidad, la transparencia en precios y la verificación de la calidad de los proveedores, lo que podría abordar directamente estas preocupaciones y mejorar la experiencia del usuario.

**Pregunta 4:** ¿Qué tan importante es para usted que la aplicación tenga una interfaz de usuario intuitiva?

**Figura 28**

*Interfaz de usuario intuitiva*

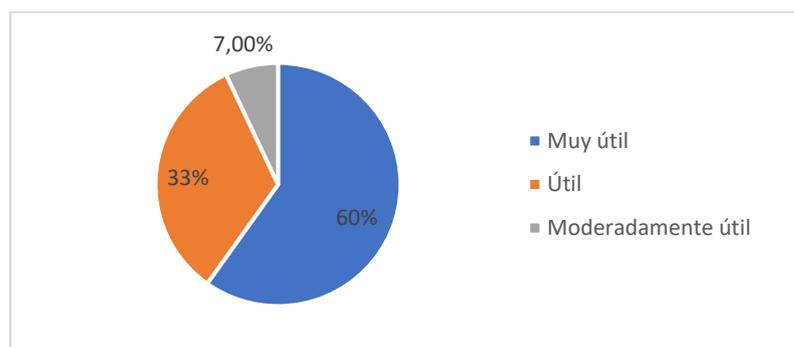


El 70% de los encuestados considera que una interfaz de usuario intuitiva es muy importante, mientras que el 27% la considera importante y solo el 3% la considera poco importante. La mayoría considera crucial una interfaz de usuario intuitiva, lo que subraya la necesidad de un diseño amigable y fácil de usar.

**Pregunta 5:** ¿Cuán útil le parece la funcionalidad básica de búsqueda y contratación de servicios en una aplicación?

**Figura 29**

*La funcionalidad básica de búsqueda y contratación de servicios*

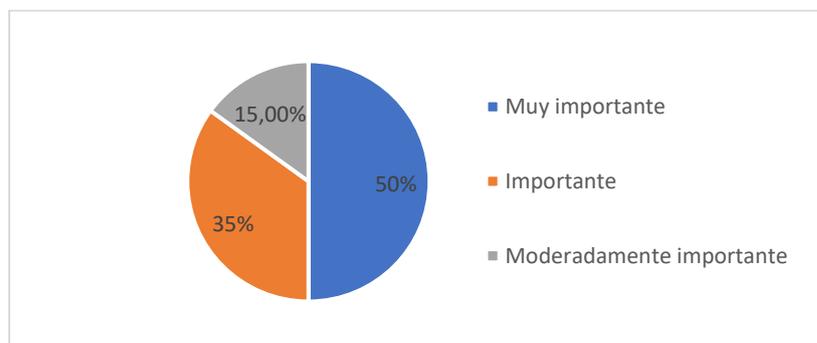


El 60% de los encuestados cree que la funcionalidad básica de búsqueda y contratación de servicios es muy útil, el 33.3% la considera útil y el 7% la ve como moderadamente útil. La funcionalidad básica de búsqueda y contratación es altamente valorada, sugiriendo que debe ser una prioridad en el desarrollo de la aplicación.

**Pregunta 6:** ¿Qué tan importante es la capacidad de registrar usuarios y perfiles de proveedores?

**Figura 30**

*Capacidad de registrar usuarios y perfiles de proveedores*

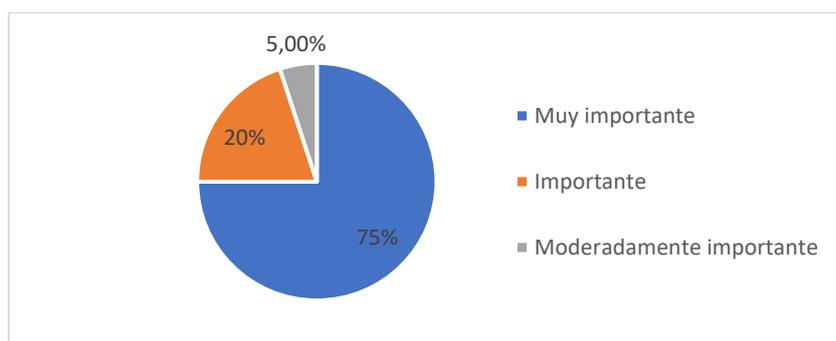


El 50% de los encuestados considera muy importante la capacidad de registrar usuarios y perfiles de proveedores, mientras que el 35% la considera importante y el 15% moderadamente importante. La capacidad de registrar usuarios y proveedores es esencial para los encuestados, lo cual es fundamental para construir una base de datos confiables y seguros.

**Pregunta 7:** ¿Cuánto valoraría un sistema de calificación y reseñas para proveedores y usuarios de FastPro?

**Figura 31**

*Sistema de calificación y reseñas*



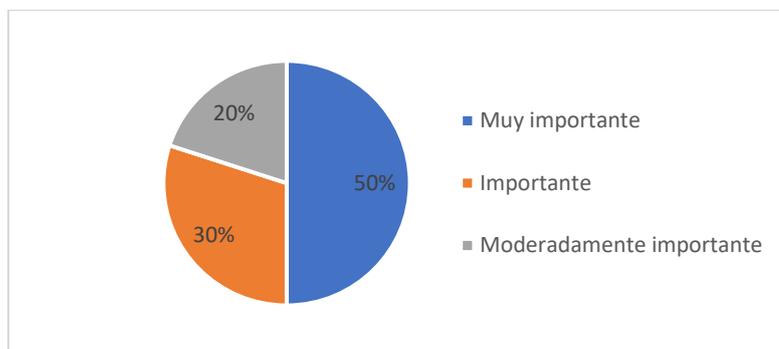
El 75% de los encuestados considera muy valioso un sistema de calificación y reseñas, el 20% lo considera valioso y el 5% lo ve como moderadamente valioso. Un sistema de calificación y reseñas es muy valorado, destacando la necesidad de transparencia y

feedback en la plataforma.

**Pregunta 8:** ¿Qué tan importante es para usted la funcionalidad de programación de citas y pagos en línea?

**Figura 32**

*Funcionalidad de programación de citas y pagos en línea*

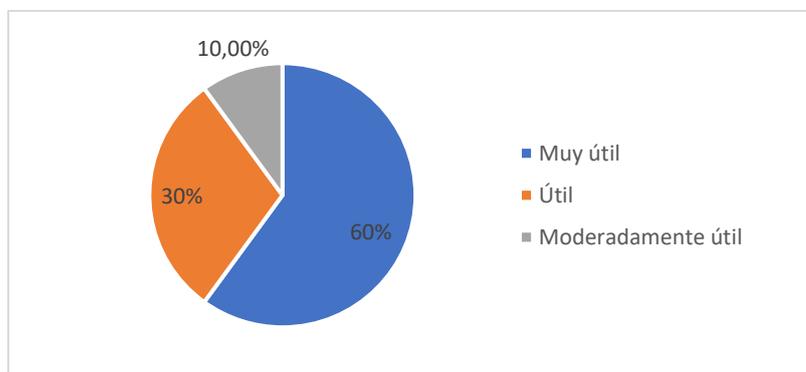


El 50% de los encuestados considera muy importante la funcionalidad de programación de citas y pagos en línea, mientras que el 30% la considera importante y el 20% moderadamente importante. La programación de citas y pagos en línea es importante para la mayoría, sugiriendo que estas funcionalidades deben ser bien integradas y fáciles de usar.

**Pregunta 9:** ¿Cuán útil considera la integración con servicios de geolocalización para encontrar proveedores cercanos?

**Figura 33**

*Integración con servicios de geolocalización para encontrar proveedores cercanos*



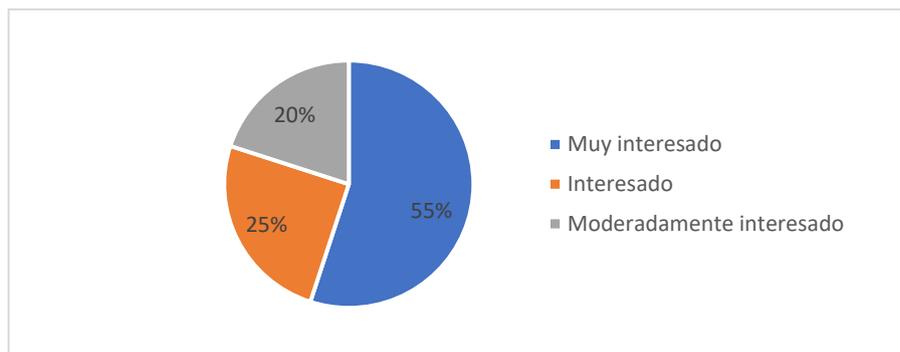
El 60% de los encuestados cree que la integración con servicios de geolocalización para encontrar proveedores cercanos es muy útil, mientras que el 30% la considera útil y el

6.7% moderadamente útil. La geolocalización se ve como una característica útil, lo que mejora la conveniencia y rapidez de encontrar proveedores cercanos.

**Pregunta 10:** ¿Qué tan interesado estaría en una funcionalidad de chat en tiempo real entre usuarios y proveedores?

**Figura 34**

*Funcionalidad de chat en tiempo real entre usuarios y proveedores*

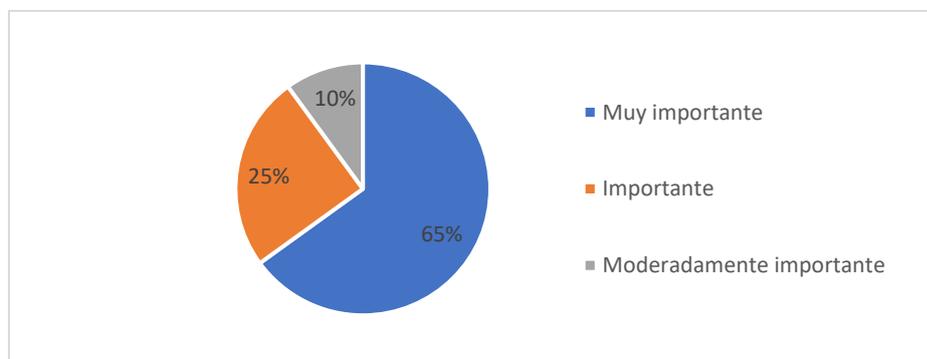


El 55% de los encuestados está muy interesado en una funcionalidad de chat en tiempo real entre usuarios y proveedores, mientras que el 25% está interesado y el 20% moderadamente interesado. Hay un interés significativo en una función de chat en tiempo real, lo que puede mejorar la comunicación entre usuarios y proveedores.

**Pregunta 11:** ¿Cuán importante es para usted tener opciones de personalización de perfiles de usuarios?

**Figura 35**

*Personalización de perfiles de usuarios*



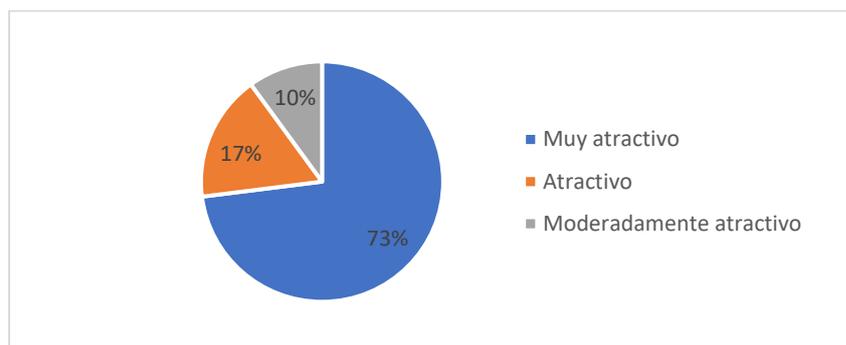
El 65% de los encuestados considera muy importante tener opciones de personalización de perfiles de usuarios en FastPro, mientras que el 25% la considera

importante y el 10% moderadamente importante. La personalización de perfiles es valorada, indicando que los usuarios prefieren opciones para ajustar sus perfiles según sus preferencias.

**Pregunta 12:** ¿Qué tan atractivo le parecerían ofertas y promociones exclusivas para usuarios frecuentes?

**Figura 36**

*Ofertas y promociones exclusivas para usuarios frecuentes*

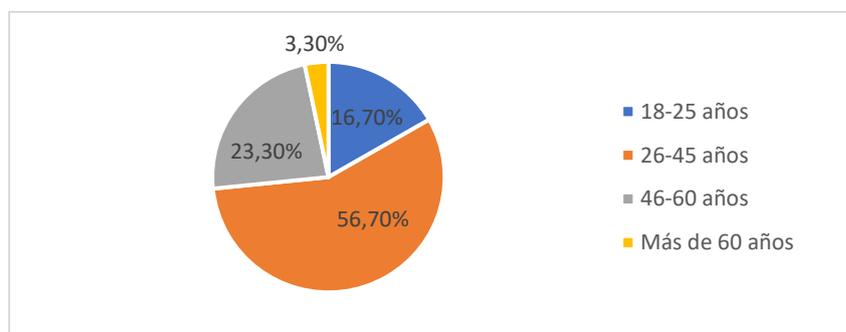


El 73% de los encuestados encuentra muy atractivas las ofertas y promociones exclusivas para usuarios frecuentes, mientras que el 17% las considera atractivas y el 10% moderadamente atractivas. Ofertas y promociones exclusivas son vistas como muy atractivas, lo cual puede ser una estrategia efectiva para aumentar la retención de usuarios.

**Pregunta 13: Edad**

**Figura 37**

*Edad, género y ocupación*



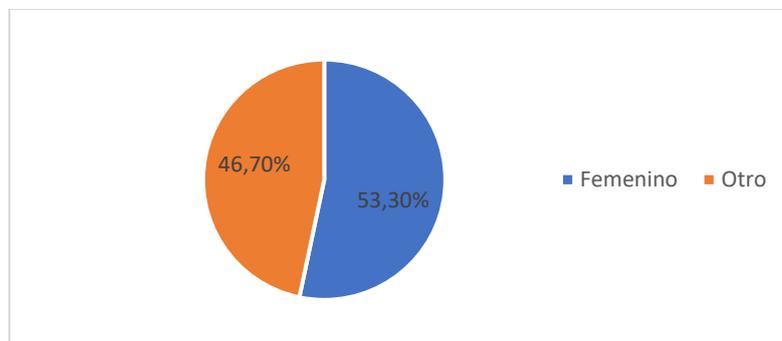
La mayoría de los encuestados está en el rango de 26-45 años (56.7%), con una distribución de edad que sugiere que FastPro debe enfocarse en este grupo demográfico para

el marketing inicial.

#### **Pregunta 14: Género**

**Figura 38**

*Género*

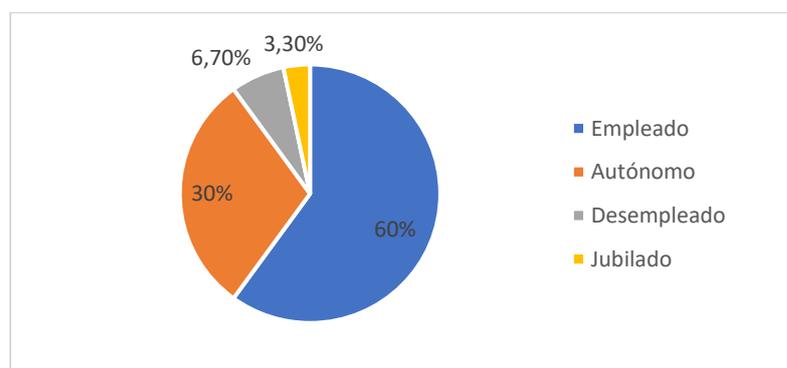


Por género, el 53.3 % de los encuestados es masculino y el 46.7 % femenino, lo que indica que la aplicación debe diseñarse para atraer a ambos géneros por igual.

#### **Pregunta 15: Ocupación**

**Figura 39**

*Ocupación*



La mayoría de los encuestados 60% son empleados, lo que sugiere que el marketing puede centrarse en profesionales que buscan servicios generales de manera eficiente.

Los encuestados proporcionaron varias sugerencias, destacando la importancia de la seguridad, la transparencia en los precios, y la necesidad de un soporte al cliente eficiente. Estos insights cualitativos son esenciales para perfeccionar el desarrollo y la experiencia de usuario de FastPro.

Los resultados de la encuesta proporcionan una comprensión profunda de necesidades y expectativas de usuarios potenciales de FastPro. Existe una demanda

significativa y frecuente de servicios generales, con una fuerte preferencia por la confiabilidad y seguridad. FastPro tiene una oportunidad clara de diferenciarse mediante la verificación rigurosa de proveedores, tiempos de respuesta rápidos y una amplia gama de servicios. Además, la implementación de un modelo freemium puede atraer a una base de usuarios diversa. Los datos obtenidos guiarán el desarrollo y la estrategia de marketing de FastPro para asegurar su éxito en el mercado.

### **4.3 Modelo de monetización**

El modelo de monetización de FastPro está diseñado para generar ingresos a través de diversas estrategias adaptadas a las características del mercado y las necesidades de los usuarios. Este modelo multifacético permite maximizar los ingresos mientras se proporciona un servicio de alta calidad y valor a los clientes.

El modelo de monetización de FastPro es una estrategia integral diseñada para generar ingresos a través de Múltiples fuentes. Este modelo incluye la implementación de comisiones por colocación, ofertas y promociones patrocinadas, un mercado de servicios y programas de afiliados. Cada componente del modelo está estructurado para complementar a los demás, proporcionando una red de ingresos diversificada y adaptable.

#### ***4.3.1 Estrategias de Monetización***

- **Publicidad In-App:** Integrar anuncios dentro de la aplicación. Utilizar redes de publicidad móvil para mostrar anuncios relevantes y no intrusivos a los usuarios. Genera ingresos adicionales sin costo directo para los usuarios. La publicidad In-App permite monetizar a usuarios que no están dispuestos a pagar por suscripciones o servicios adicionales, maximizando el valor de cada usuario de la aplicación.
- **Ofertas y Promociones Patrocinadas:** Permitir a las empresas ofrecer promociones y descuentos a través de FastPro. Cobrar a las empresas una tarifa por cada oferta promocional presentada a los usuarios de la aplicación. Incrementa la atracción de

usuarios y proporciona una fuente de ingresos adicional. Las promociones patrocinadas no solo generan ingresos, sino que también pueden aumentar el uso de la aplicación al atraer a usuarios con ofertas atractivas.

- **Programas de Afiliados:** Establecer programas de afiliados con empresas y proveedores que complementen los servicios ofrecidos por FastPro. Recibir una comisión por cada cliente referido que complete una compra o suscripción a través de los enlaces de afiliados. Generación de ingresos pasivos y colaboración con otras empresas del sector. Los programas de afiliados pueden expandir la base de usuarios y aumentar los ingresos sin costos significativos de adquisición de clientes, aprovechando las sinergias con otros negocios.

El modelo de monetización de FastPro está diseñado para ser diversificado y adaptativo, permitiendo a la empresa maximizar sus ingresos mientras se adapta a las necesidades y preferencias de los usuarios.

La combinación de comisiones por transacción, promociones patrocinadas y programas de afiliados asegura que FastPro no dependa de una sola fuente de ingresos. Esto reduce el riesgo financiero y aumenta la estabilidad económica de la empresa.

El modelo permite a FastPro adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y a las preferencias cambiantes de los usuarios, así como escalar sus operaciones a medida que la base de usuarios crece.

El modelo de monetización de FastPro es un enfoque multifacético y estratégico que asegura la generación de ingresos sostenibles y escalables, mientras se alinea con las necesidades y comportamiento de los usuarios. Este modelo permite a FastPro crecer y adaptarse en un mercado dinámico, garantizando estabilidad y éxito a largo plazo.

#### **4.4 Validación con el Segmento de Mercado-Testing**

La validación del modelo de negocio y las características de la aplicación FastPro

con el segmento de mercado objetivo es crucial para asegurar que la oferta de valor satisface las necesidades y expectativas de los usuarios potenciales. Este proceso de testing implica la recolección de feedback directo de los usuarios, la identificación de áreas de mejora y la confirmación de la viabilidad del producto antes de su lanzamiento a gran escala. Un proceso de validación exhaustivo puede evitar problemas futuros, optimizar la experiencia del usuario y garantizar un producto final sólido.

#### **4.5 Metodología de Testing**

La metodología de testing implementada para FastPro incluye cuatro enfoques diferentes para validar el segmento de mercado y asegurar que la aplicación cumpla con las expectativas y necesidades de los usuarios. Luego se desarrollan y comentan los principales resultados obtenidos en cada metodología.

##### ***4.5.1 Pruebas de Usabilidad***

**Objetivo:** Evaluar la facilidad de uso y la experiencia general del usuario con la aplicación FastPro.

**Método:** Se invitó a un grupo representativo de usuarios potenciales a interactuar con la aplicación en un entorno controlado. Se observaron sus interacciones y se recopilaron sus comentarios.

**Métricas:** Tiempo necesario para completar tareas, errores cometidos, satisfacción del usuario y puntos de fricción.

##### **Desarrollo**

**Prototipos de Baja Fidelidad:** Se realizaron pruebas iniciales con wireframes. Los usuarios proporcionaron retroalimentación sobre la estructura y navegación básica, identificando áreas de confusión y sugerencias de mejora.

**Prototipos de Alta Fidelidad:** Posteriormente, se probaron mockups y versiones clicables de la aplicación. Los usuarios fueron observados mientras navegaba la aplicación, y se

registraron sus acciones y comentarios en tiempo real. Las sesiones se grabaron para un análisis posterior más detallado.

### Resultados

- Se identificaron varios puntos de fricción en la navegación que fueron optimizados.
- Los usuarios expresaron una alta satisfacción con la claridad de la información presentada.
- Se redujo el tiempo necesario para completar tareas clave en un 30% tras las mejoras basadas en los comentarios iniciales.



## **Encuestas**

**Objetivo:** Obtener feedback cualitativo y cuantitativo sobre la percepción de la aplicación y su propuesta de valor.

**Método:** Se realizaron encuestas en línea en profundidad con usuarios del segmento de mercado objetivo.

**Métricas:** Nivel de interés en la aplicación, percepción de la utilidad y valor de las características, disposición a pagar, y feedback sobre mejoras necesarias.

## **Desarrollo**

- Se crearon encuestas detalladas que incluían preguntas abiertas y cerradas para captar una amplia gama de opiniones.
- Los participantes fueron incentivados para asegurar una buena tasa de respuesta. Se segmentó a los encuestados por demografía, comportamiento y necesidades.

## **Resultados**

- El 75% de los encuestados mostró un alto interés en la aplicación y su propuesta de valor.
- La mayoría consideró que las características ofrecidas eran útiles.
- ✓ Se recibieron valiosas sugerencias de mejoras, especialmente en cuanto a la integración de servicios adicionales y opciones de personalización.

### ***4.5.2 Pruebas de Concepto (PoC)***

**Objetivo:** Validar la funcionalidad y la viabilidad técnica de las características clave de la aplicación.

**Método:** Se desarrollaron prototipos funcionales de las características principales y se permitió a los usuarios probarlas en un entorno real o simulado.

**Métricas:** Tasa de éxito de las funcionalidades, comentarios sobre la facilidad de uso y feedback sobre la integración de las características.

## **Desarrollo**

- Se desarrollaron prototipos que incluían las funcionalidades críticas de la aplicación.
- Los usuarios interactuaron con estas características en escenarios simulados que reflejaban situaciones del mundo real.
- Se recopilaron datos detallados sobre la performance técnica y la experiencia del usuario.

## **Resultados**

- Las funcionalidades críticas tuvieron una alta tasa de éxito, con más del 90% de los usuarios completando tareas sin problemas.
- Se recibieron comentarios positivos sobre la facilidad de uso y la integración intuitiva de las características.
- Algunas funcionalidades adicionales fueron sugeridas por los usuarios, lo que ayudó a priorizar futuras mejoras.

### ***4.5.3 Producto Mínimo Viable (PMV)***

**Objetivo:** Lanzar una versión básica de la aplicación con las características esenciales para validar la propuesta de valor y la aceptación del mercado.

**Método:** Se planificará el despliegue del PMV a un grupo limitado de usuarios y se monitoreará su uso, recopilando datos sobre el comportamiento del usuario y feedback sobre la aplicación.

**Métricas:** Tasa de adopción, retención de usuarios, comentarios sobre la satisfacción y la percepción del valor.

## **Desarrollo**

- Se desarrollará un MVP con las características esenciales y se lanzará a un grupo de early adopters.
- Se monitoreará el comportamiento mediante analíticas integradas en la aplicación

para medir la frecuencia de uso, funciones más y menos utilizadas, y puntos de abandono.

- Se realizarán encuestas de seguimiento y se recogerá feedback continuo para iterar rápidamente en el producto.

## **Resultados**

- La tasa de adopción inicial se espera que sea prometedora, con un objetivo de alcanzar al menos un 60% de interés de los usuarios en la primera semana.
- Tasa de retención de usuarios se proyecta en un 50% en el primer mes, lo que indicará una buena aceptación inicial pero también áreas para mejorar.
- Se anticipa que los comentarios sobre la satisfacción sean en su mayoría positivos, con sugerencias para mejorar la personalización y el soporte al cliente.

La validación con el segmento de mercado a través de un riguroso proceso de testing es esencial para el éxito de FastPro. Este proceso no solo asegura que la aplicación cumpla con las expectativas y necesidades de los usuarios, sino que también proporciona valiosos insights para mejorar continuamente el producto. Al implementar una metodología de testing estructurada y orientada a los usuarios, FastPro puede minimizar riesgos, optimizar su propuesta de valor y asegurar un lanzamiento exitoso al mercado.

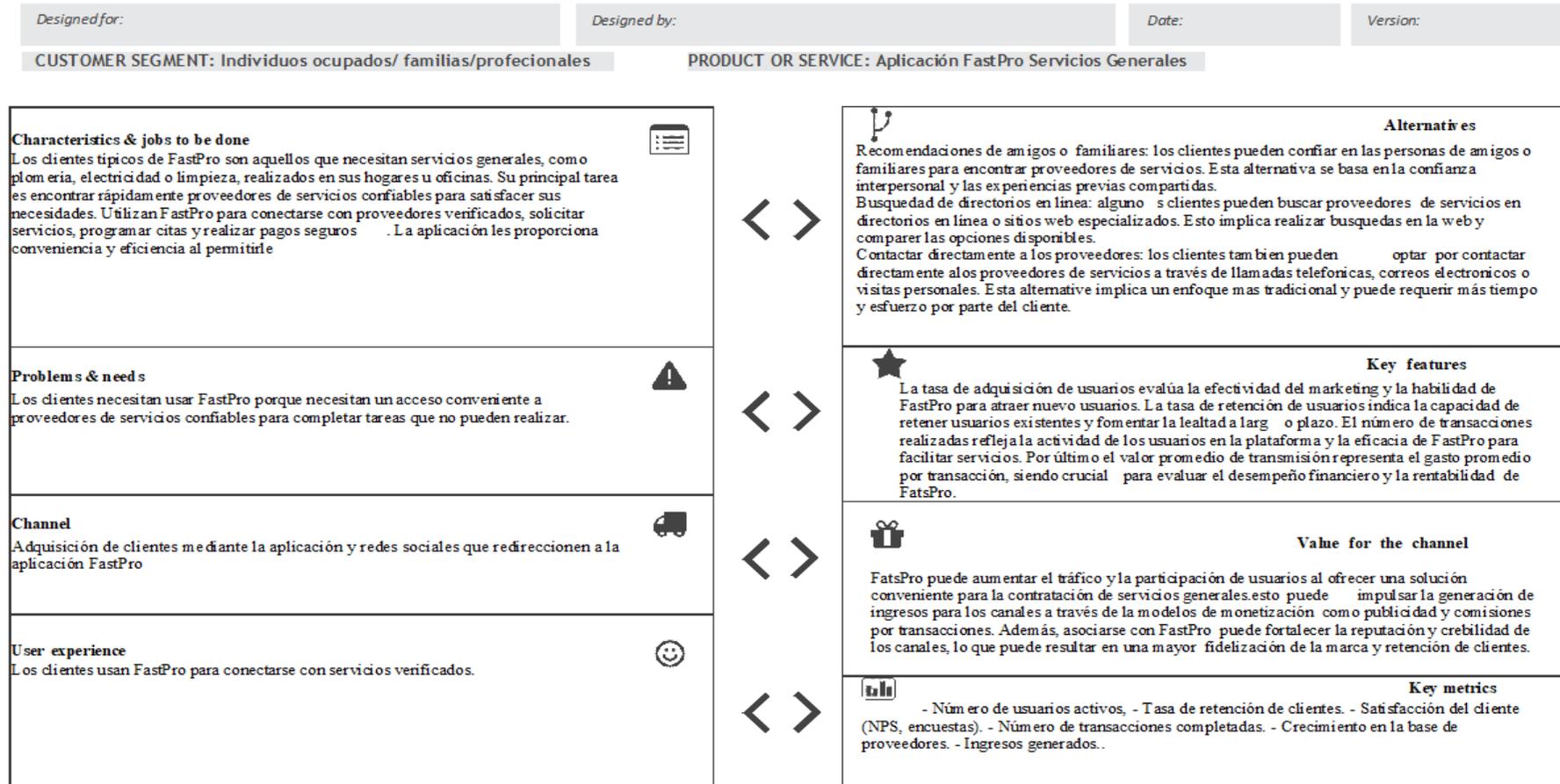
Mediante la combinación de pruebas de usabilidad, encuestas, entrevistas, pruebas de concepto y un PMV bien estructurado, FastPro se posiciona para comprender profundamente a su audiencia, responder ágilmente a sus necesidades y ofrecer una aplicación que verdaderamente resuene con el mercado objetivo. Este enfoque garantiza que cada paso del desarrollo esté validado y respaldado por datos reales, lo que aumenta significativamente las probabilidades de éxito y adopción del producto en el mercado competitivo de servicios generales. La implementación de esta metodología permitirá a FastPro no solo lanzar un producto bien recibido, sino también establecer una base sólida

para futuras mejoras y expansiones.

#### **4.6 Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)**

Product-Market Fit Canvas es una representación visual que ilustra la alineación entre la propuesta de valor de FastPro y el perfil de sus clientes objetivo. El concepto de Product-Market Fit es fundamental en el desarrollo y éxito de cualquier producto o servicio. Se refiere al grado en que un producto satisface una demanda del mercado, lo que resulta en una aceptación y adopción significativa por parte de los usuarios.

**Figura 40**  
Product-Market Fit Canvas



Original version: [www.productmarketcanvas.com](http://www.productmarketcanvas.com)



Nota: Adaptado de [businessmodelanalyst.com](http://businessmodelanalyst.com)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



[businessmodelanalyst.com](http://businessmodelanalyst.com)

En el contexto de FastPro, el Product-Market Fit Canvas ayuda a desglosar y entender cómo los servicios ofrecidos (como limpieza, reparaciones) pueden resolver problemas específicos, aliviar dolores y generar beneficios deseados por los clientes.

#### **4.7 Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)**

**Objetivo:** Mejorar el prototipo inicial de FastPro, incorporando el feedback recibido y refinando las características clave para optimizar la experiencia del usuario. El prototipo 2.0 se centrará en una interfaz más intuitiva, una navegación mejorada y un proceso de contratación de servicios más fluido.

##### **1. Interfaz de Usuario Mejorada**

**Descripción:** Este prototipo presenta una interfaz de usuario más pulida y amigable, con un diseño moderno y profesional que sigue siendo simple y fácil de usar.

##### **Tipografía**

- **Mejora:** Aunque se mantienen las serif cursive fonts para los textos principales debido a su legibilidad y percepción de confiabilidad, se introduce una combinación con sans-serif fonts para títulos y botones para contraste visual y apariencia contemporánea.

##### **Colorimetría**

- **Mejora:** Se ajustan los tonos de azul y celeste para lograr un mejor contraste y una experiencia visual más agradable. Se introducen tonos de gris claro para las áreas secundarias, aportando una sensación de profundidad y jerarquía.

##### **Logotipo**

- **Mejora:** El logotipo se mantiene en un círculo azul celeste, pero se afina su diseño para mayor modernidad y simplicidad. Se asegura que el logotipo sea claramente visible y legible en diferentes tamaños y dispositivos.

## Presentaciones

- **Mejora:** El diseño de uniformes y otros elementos de presentación se simplifica para mayor elegancia y funcionalidad, asegurando que sean coherentes con la identidad de la marca.

## 2. Funcionalidades Mejoradas

### Página de Inicio

**Mejora:** Se agrega una barra de navegación fija en la parte superior con acceso rápido a las principales secciones: Inicio, Servicios, Mi Cuenta y Ayuda. Se incluyen secciones destacadas con servicios recomendados y promociones actuales.

### Exploración de Servicios

**Mejora:** La página de exploración ahora incluye una barra de búsqueda persistente y filtros más avanzados. Los resultados se muestran en un diseño de tarjetas con imágenes, nombres de proveedores, calificaciones y precios.

### Perfil de Proveedores

**Mejora:** Se introduce una sección de reseñas más visual y detallada, con gráficos de calificaciones y comentarios destacados. Los proveedores pueden mostrar certificaciones y licencias verificadas.

### Registro y Autenticación

**Mejora:** El proceso de registro es más intuitivo con menos pasos. Se introducen opciones de autenticación social (Facebook, Google) para facilitar el inicio de sesión.

## 3. Proceso de Contratación Simplificado

Se mejora el proceso de contratación de servicios para ser aún más claro y eficiente, reduciendo el número de pasos y proporcionando una experiencia más fluida.

### Búsqueda y Filtrado de Servicios

**Mejora:** La búsqueda es más inteligente, con sugerencias automáticas basadas en el

historial del usuario y preferencias. Los filtros son más granulares y fáciles de ajustar.

### Selección de Proveedor y Fecha

**Mejora:** Se introduce un calendario interactivo para seleccionar fechas y horas disponibles, junto con una vista previa del horario del proveedor. Los precios se muestran de forma más transparente, incluyendo cualquier tarifa adicional.

### Reserva y Pago Seguro

**Mejora:** El proceso de pago es más sencillo con una opción de "pago rápido". Se integran métodos de pago locales populares para mayor conveniencia.

### Confirmación y Seguimiento

**Mejora:** La confirmación del servicio incluye un mapa en tiempo real que muestra la ubicación del proveedor mientras se dirige al lugar del servicio. Los usuarios pueden comunicarse directamente con el proveedor a través de un chat dentro de la aplicación.

### Boceto del Prototipo 2.0

**Figura 41**  
*Boceto 2.0*



- **Página de Inicio**
  - Pantalla de bienvenida con logotipo refinado y barra de navegación fija.
  - Secciones destacadas con servicios recomendados y promociones actuales.

**Figura 42**

*Página de Inicio Mejorada*



## 2. Exploración de Servicios

- Barra de búsqueda persistente con filtros avanzados.
- Diseño de tarjetas para resultados de búsqueda con imágenes y calificaciones.

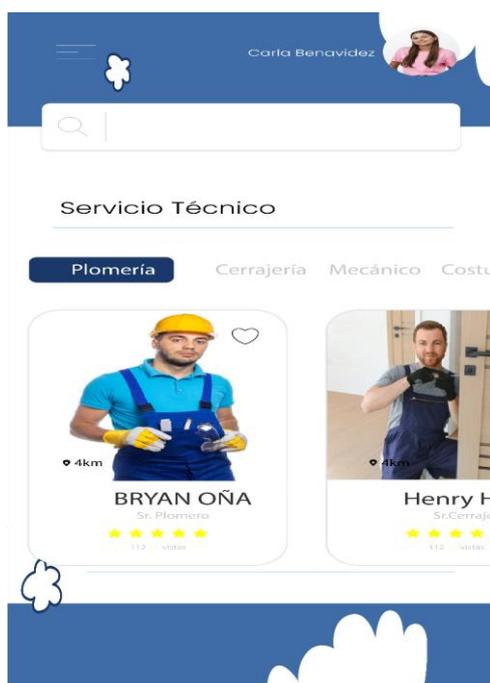
**Figura 43**  
*Exploración de Servicios Mejorada*



### 3. Perfil del Personal Jornalero

- Sección de reseñas detallada con gráficos y comentarios destacados.
- Certificaciones y licencias verificadas visibles.

**Figura 44**  
*Perfil de Jornaleros Mejorado*



#### 4. Registro y Autenticación

- Proceso de registro simplificado con autenticación social.

**Figura 45**

*Registro y Autenticación Mejorada*



The image shows a mobile application registration screen with a dark blue background. At the top left, the time is 9:41. At the top right, there are icons for signal strength, Wi-Fi, and battery. The word 'Registro' is written in a white, cursive font. Below it, there are five input fields with labels: 'Usuario', 'Correo', 'Ciudad', 'Teléfono', and 'Contraseña'. A blue button with the text 'INGRESAR' in white is positioned below the input fields. At the bottom of the screen, there are illustrations of a blue and white iron on the left and a stack of folded clothes (a white shirt, a yellow plaid shirt, and a blue patterned shirt) on the right.

#### 5. Proceso de Contratación

- Búsqueda inteligente con sugerencias automáticas.
- Calendario interactivo para selección de fechas y horas.
- Pago rápido y opciones de pago local.

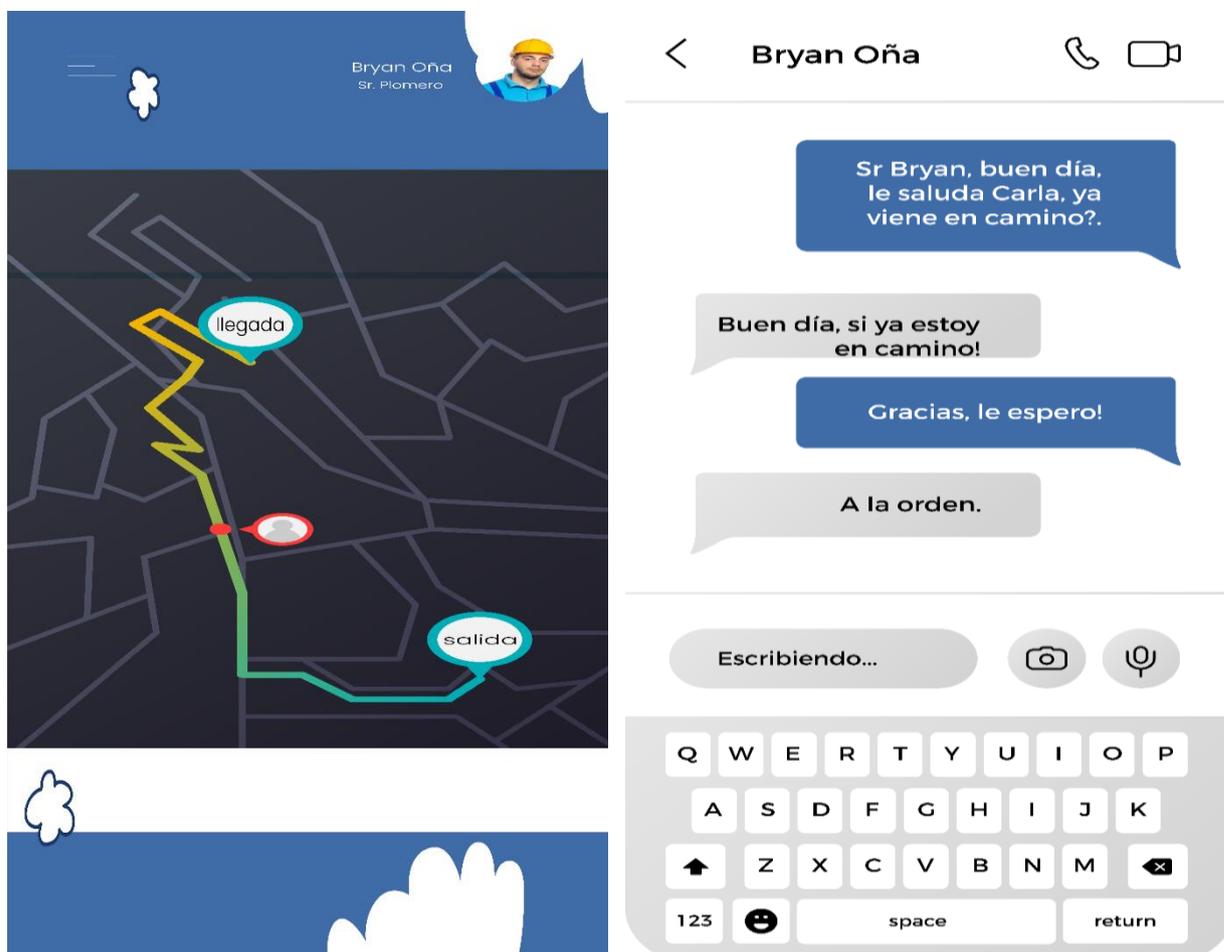
**Figura 46**  
*Proceso de Contratación Simplificado*



## 7. Confirmación y Seguimiento

- Confirmación con mapa en tiempo real y chat en la aplicación.

**Figura 47**  
*Confirmación y Seguimiento Mejorado*



### 4.7.1 Objetivo del Testeo del Prototipo 2.0

Evaluar la efectividad de las mejoras realizadas en la interfaz y el proceso de contratación, así como la satisfacción del usuario con la nueva experiencia. Recopilar feedback sobre la navegación, claridad de la información y usabilidad en general.

Con este prototipo 2.0, FastPro busca ofrecer una experiencia más intuitiva, eficiente y agradable para sus usuarios, alineada con los estándares actuales de diseño y usabilidad.

### 4.7.2 PMV Canvas

Al utilizar el PMV Canvas, FastPro puede validar rápidamente su propuesta de valor,

identificar áreas de mejora y adaptar su producto en función del feedback recibido. Esto no solo mejora la calidad y relevancia del producto final, sino que también incrementa la probabilidad de éxito y aceptación en el mercado objetivo, lo cual se aprecia en la Figura que se muestra a continuación.

**Figura 48**  
*Producto Mínimo Viable (PMV)*



*Nota:* PMV Adaptado de slideshare.net

El PMV Canvas de FastPro incluye componentes clave: la propuesta de valor, que resuelve necesidades específicas de los usuarios como servicios de limpieza y reparaciones; el segmento de clientes, centrado en adultos jóvenes y de mediana edad, profesionales ocupados y familias; las características clave, como una interfaz intuitiva y un sistema de reservas eficiente; las métricas de éxito, que miden la adopción, retención y satisfacción del

usuario; el feedback del cliente, obtenido mediante encuestas y análisis de datos de uso; y las hipótesis a validar, como la disposición de los usuarios a pagar por servicios a domicilio.

#### ***4.7.3 Presentación Comercial del Prototipo (Branding)***

##### **1. Introducción a FastPro**

FastPro es una plataforma innovadora diseñada para conectar a los usuarios con proveedores de servicios generales de manera eficiente, segura y confiable. Nuestra misión es simplificar la búsqueda y contratación de servicios para el hogar, ofreciendo una experiencia superior y construyendo relaciones duraderas basadas en confianza y satisfacción mutua.

#### **4.8 Propuesta de Valor**

**Confiable y Profesionalismo:** Servicios verificados y calificados por otros usuarios.

**Facilidad de Uso:** Interfaz intuitiva y procesos simplificados.

**Seguridad:** Transacciones seguras y seguimiento en tiempo real.

##### ***4.8.1 Características Destacadas del Prototipo 2.0***

###### **Interfaz de Usuario Mejorada**

**Diseño Moderno y Atractivo:** Combinación de serif cursive fonts y sans-serif fonts para una apariencia profesional y contemporánea.

**Colorimetría Optimizada:** Tonos de azul y celeste ajustados para mejor contraste y una experiencia visual agradable.

**Logotipo Refinado:** Diseño claro y legible, adaptable a diferentes dispositivos.

###### **Funcionalidades Clave**

**Navegación Intuitiva:** Barra de navegación fija con acceso rápido a secciones clave.

**Exploración de Servicios Avanzada:** Búsqueda inteligente con filtros detallados y resultados en tarjetas visuales.

**Perfiles Detallados de Proveedores:** Información completa y reseñas visuales con gráficos

y comentarios destacados.

**Registro Simplificado:** Opciones de autenticación social para un acceso más rápido.

**Proceso de Contratación Fluido:** Calendario interactivo para la selección de fechas y horas, opciones de pago rápido y seguimiento en tiempo real.

#### ***4.8.2 Identidad de Marca y Presentación Visual***

##### **Coherencia Visual**

**Uniformes y Materiales Promocionales:** Diseñados en azul celeste y blanco, reflejando la identidad de la marca en todos los puntos de contacto.

**Sitio Web y Aplicación Móvil:** Diseño limpio y moderno con colores corporativos, fácil de navegar y accesible.

##### **Elementos de Presentación**

**Camisas y Gorras del Personal:** Profesionalismo y coherencia con la marca, con logotipo visible.

**Fundas y Tomatodos:** Materiales resistentes y funcionales con diseño atractivo.

**Tarjetas de Presentación:** Elegantes y profesionales, con detalles en azul celeste y serif fonts.

##### **Digital Presence**

**Sitio Web y Redes Sociales:** Contenido visualmente atractivo y consistente con la identidad de la marca.

**Aplicación Móvil:** Interfaz amigable y funcional, con predominancia del azul celeste en elementos interactivos.

#### ***4.8.3 Estrategia de Marketing y Beneficios***

**Coherencia de Marca:** Mantener una apariencia coherente en todos los elementos de presentación y plataformas digitales para fortalecer la identidad de la marca y asegurar su reconocimiento.

**Profesionalismo y Confianza:** El uso de colores y diseño consistente transmite profesionalismo y confiabilidad, cruciales para una empresa de servicios generales.

**Visibilidad y Reconocimiento:** Repetición del logotipo y colores corporativos en diversos formatos y plataformas para aumentar la visibilidad y la recordación entre los clientes potenciales.

### **Beneficios para los Usuarios**

**Experiencia Simplificada:** Proceso de contratación eficiente y claro.

**Confianza y Seguridad:** Proveedores verificados y transacciones seguras.

**Soporte Continuo:** Seguimiento en tiempo real y opciones de contacto directo con proveedores.

#### **4.8.4 Testimonios y Feedback**

##### **Satisfacción del Usuario**

- Comentarios positivos sobre la facilidad de uso y la navegación intuitiva.
- Valoración de la claridad y profesionalismo de la interfaz.

##### **Proveedores Felices**

- Apreciación por la transparencia en la presentación de perfiles y la facilidad de recibir pagos.

##### **Video Comercial FastPro**

<https://mailinternacionaledu->

[https://mailinternacionaledu-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/masotomayorso\\_uide\\_edu\\_ec/ESPbuxXIskhDlnjpyuTJ\\_TkBOs12Am7U5tz3cE\\_ppYJnDw?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOncicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=Nmhymz](https://mailinternacionaledu-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/masotomayorso_uide_edu_ec/ESPbuxXIskhDlnjpyuTJ_TkBOs12Am7U5tz3cE_ppYJnDw?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOncicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=Nmhymz)

FastPro Prototipo 2.0 ha sido diseñado para ofrecer una experiencia de usuario superior, combinando funcionalidad, diseño atractivo y una navegación intuitiva. Nuestra

plataforma se posiciona como la solución ideal para la contratación de servicios generales, asegurando satisfacción y confianza tanto para usuarios como para proveedores.

#### **4.8.5 Actualización del Modelo de Monetización**

El modelo de monetización de FastPro se ha actualizado para reflejar mejor las oportunidades del mercado y las necesidades de nuestros usuarios. Nuestro enfoque sigue siendo multifacético, permitiendo una generación de ingresos diversificada y adaptable. Las estrategias incluyen comisiones por transacciones, suscripciones premium, publicidad en la aplicación, ofertas y promociones patrocinadas y programas de afiliados. Cada componente está diseñado para complementarse, asegurando una fuente de ingresos estable y sostenible.

##### **4.8.5.1 Estrategias de Monetización Mejoradas**

**Tabla 3**

*Comisión por Transacción*

<b>Modelo Actualizado</b>	<b>Beneficios</b>
FastPro seguirá cobrando una comisión por cada transacción realizada a través de la plataforma. Además, se implementará un sistema de comisiones escalonadas basado en el volumen de transacciones y el tipo de servicio, incentivando a los proveedores a aumentar su actividad en la plataforma.	Generación de ingresos consistentes y predecibles que crecen con el uso de la aplicación, alineando los incentivos de FastPro con la satisfacción y actividad del usuario.

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Tabla 4**  
*Suscripción Premium*

<b>Modelo Actualizado</b>	<b>Beneficios</b>
Mantendremos los niveles de suscripción (básico, profesional, premium) con beneficios incrementales. Se añadirán características exclusivas como herramientas de gestión de clientes para proveedores, acceso a estadísticas avanzadas y promociones exclusivas.	Ingresos recurrentes, previsibilidad financiera y mayor lealtad del usuario. Las nuevas características incrementales aumentan el valor percibido de las suscripciones premium.

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Tabla 5**  
*Publicidad In-App*

<b>Modelo Actualizado</b>	<b>Beneficios</b>
Integración de anuncios más personalizados y no intrusivos basados en el comportamiento y preferencias del usuario. Se incluirán opciones para que los usuarios opten por una experiencia sin anuncios.	Maximización del valor de cada usuario y generación de ingresos adicionales sin costo directo para los usuarios. La opción de experiencia sin anuncios incrementa las posibilidades de monetización.

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Tabla 6**  
*Ofertas y promociones Patrocinadas*

<b>Modelo Actualizado</b>	<b>Beneficios</b>
Mayor integración con empresas locales y nacionales para ofrecer promociones relevantes. Implementación de ofertas geolocalizadas y temporales que incrementan la urgencia y atractivo para los usuarios.	Aumento en la atracción de usuarios y una fuente de ingresos adicional significativa. Las promociones patrocinadas pueden aumentar el uso de la aplicación y fidelizar a los usuarios.

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Tabla 7**  
*Programas de afiliados*

<b>Modelo Actualizado</b>	<b>Beneficios</b>
Ampliación de los programas de afiliados para incluir a influenciadores y bloggers en el sector de servicios generales. Implementación de un sistema de recompensas por referidos más robusto y transparente.	Generación de ingresos pasivos y expansión de la base de usuarios a través de colaboraciones estratégicas, sin costos significativos de adquisición de clientes.

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

#### **4.8.5.2 Beneficios del Modelo de Monetización Actualizado**

##### **Diversificación de Ingresos**

La combinación de comisiones por transacción, suscripciones premium, publicidad

in-app, promociones patrocinadas y programas de afiliados asegura que FastPro no dependa de una sola fuente de ingresos, reduciendo el riesgo financiero y aumentando la estabilidad económica de la empresa.

### **Alineación de Incentivos**

Las comisiones por transacción y las suscripciones premium alinean los intereses de FastPro con la satisfacción y la actividad del usuario, incentivando la mejora continua de la plataforma y el servicio.

### **Adaptabilidad y Escalabilidad**

El modelo permite a FastPro adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y a las preferencias cambiantes de los usuarios, así como escalar sus operaciones a medida que la base de usuarios crece. Al ofrecer múltiples formas de monetización, FastPro puede extraer valor de diferentes segmentos de usuarios.

### **Optimización de la Experiencia del Usuario**

Las nuevas características y opciones de monetización están diseñadas para mejorar la experiencia del usuario, incentivando el uso continuo de la plataforma y fomentando la lealtad a largo plazo.

El modelo de monetización actualizado de FastPro es un enfoque multifacético y estratégico que asegura la generación de ingresos sostenibles y escalables, mientras se alinea con las necesidades y el comportamiento de los usuarios. Este modelo permitirá a FastPro crecer y adaptarse en un mercado dinámico, garantizando estabilidad y éxito a largo plazo.

## Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

### 5.1 Localización

En cuanto a la localización, se utilizó el método cualitativo por puntos, se proponen dos ubicaciones posibles en Ecuador Quito y Guayaquil para establecer la empresa FastPro, analizando los principales factores proximidad al mercado objetivo, accesibilidad y transporte, costos operativos, disponibilidad de mano de obra calificada infraestructura tecnológica, seguridad y ambiente regulatorio.

**Tabla 8**

*Análisis de posible localización del proyecto en Ecuador*

Factores	QUITO La Carolina	GUAYAQUIL Zona Industrial
<b>Proximidad al Mercado Objetivo</b>	Amplio mercado potencial en la Sierra y zonas aledañas. Limitado por la distancia a la Costa.	Acceso privilegiado a mercados masivos en la Costa. Mayor facilidad para atender clientes del exterior.
<b>Accesibilidad y Transporte</b>	Amplia red de transporte público (buses, trolebuses, Metro en desarrollo). Conectividad aérea nacional e internacional. Congestión vehicular en horas pico.	Excelente red de transporte público (buses, Metrovía, taxis). Conectividad aérea nacional e internacional. Mayor facilidad de acceso marítimo y fluvial.

<b>Costos Operativos</b>	Costos operativos más elevados (alquileres, servicios, mano de obra).	Costos operativos generalmente más bajos. Ventaja en términos de gastos.
<b>Disponibilidad de Mano de Obra Calificada</b>	Alta concentración de talento calificado por universidades e instituciones educativas.	Disponibilidad de mano de obra calificada, pero mayor competencia por talento especializado.
<b>Seguridad</b>	Nivel de seguridad relativamente bueno. Precauciones en zonas concurridas y durante la noche.	Nivel de seguridad medio con algunas zonas de mayor incidencia delictiva. Mayor atención en zonas con poca afluencia.
<b>Ambiente Regulatorio</b>	Ambiente regulatorio estable y transparente. Facilidad para permisos y cumplimiento de normativas.	Ambiente regulatorio favorable para inversión y desarrollo empresarial. Tramitación simplificada.
<b>Infraestructura Tecnológica</b>	Muy buena infraestructura tecnológica (internet de alta velocidad, fibra óptica, centros de datos).	Buena infraestructura tecnológica (internet de alta velocidad, fibra expansión). Importante hub tecnológico regional.

<b>Penetración de Internet</b>	82.1%	86.4%
<b>Crecimiento de usuarios de Internet</b>	3.9%	45.95%
<b>Usuarios de redes sociales</b>	72.2%	77.1%
<b>Plataforma de redes sociales más popular</b>	Facebook	Facebook
<b>Segunda plataforma de redes sociales más popular</b>	Instagram	Instagram
<b>Tercera plataforma de redes sociales más popular</b>	TikTok	TikTok
<b>Crecimiento de usuarios de TikTok</b>	19.71%	37.35%
<b>Usuarios de Facebook e Instagram</b>	15.2 millones	15.3 millones
<b>Edad de los usuarios de Facebook e Instagram</b>	18-65 años	13-65 años
<b>Penetración de e-commerce</b>	83.6%	88.3%
<b>Crecimiento de e-commerce</b>	13.6%	14.8%
<b>Penetración de pagos digitales</b>	70.2%	74.5%
<b>Crecimiento de pagos digitales</b>	14.8%	16.2%

Nota: Elaboración propia Tomado de Mentinno. (2024). Informe Estado Digital Ecuador 2024.  
<https://www.mentinno.com/informe-estado-digital-ecuador-2024/>

Ambas ciudades, Quito (La Carolina) y Guayaquil (Zona Industrial), presentan ventajas estratégicas para la implementación de la empresa FastPro, cada una con características únicas que pueden contribuir al éxito del proyecto, para lo cual se realizó la matriz de localización óptima del proyecto por el método cualitativo por puntos que se presenta a continuación.

**Tabla 9**  
*Localización óptima del proyecto*

Factor	Peso	QUITO La Carolina		GUAYAQUIL Zona Industrial	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
<b>Proximidad al Mercado Objetivo</b>	0,30	3	0.9	4	1.2
<b>Accesibilidad y Transporte</b>	0,20	4	0.8	5	1
<b>Costos Operativos</b>	0,20	2	0.4	3	0.6
<b>Disponibilidad de Mano de Obra Calificada</b>	0,15	3	0.45	4	0.6
<b>Seguridad</b>	0,05	4	0.2	3	0.15
<b>Ambiente Regulatorio</b>	0,05	5	0.25	5	0.25
<b>Infraestructura Tecnológica</b>	0,10	4	0.4	5	0.5
<b>Penetración de Internet</b>	0,02	5	0.1	5	0.1
<b>Crecimiento de usuarios de Internet</b>	0,02	3	0.06	5	0.1
<b>Usuarios de redes sociales</b>	0,02	5	0.1	5	0.1
<b>Plataforma de redes sociales más popular</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Segunda plataforma de redes sociales más popular</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Tercera plataforma de redes sociales más popular</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Crecimiento de usuarios de TikTok</b>	0,01	3	0.03	5	0.05
<b>Usuarios de Facebook e Instagram</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Edad de los usuarios de Facebook e Instagram</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Penetración de e-commerce</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Crecimiento de e-commerce</b>	0,01	4	0.04	5	0.05
<b>Penetración de pagos digitales</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>Crecimiento de pagos digitales</b>	0,01	5	0.05	5	0.05
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>4,13</b>		<b>5,10</b>

Nota: Elaboración propia Tomado de Mentinno. (2024). Informe Estado Digital Ecuador 2024. <https://www.mentinno.com/informe-estado-digital-ecuador-2024/>

Tras evaluar diversos factores relevantes utilizando el método cualitativo por puntos, Guayaquil obtuvo la mayor ponderación con un puntaje de 5,10 lo que indica una leve ventaja sobre Quito en cuanto a la idoneidad para la ubicación de la empresa. Esta ventaja se basa principalmente en factores como la proximidad al mercado objetivo, la accesibilidad y el transporte, los costos operativos y la infraestructura tecnológica.

Cabe destacar que Quito obtuvo un puntaje total de 4,13 lo que refleja una ubicación competitiva, pero con algunas desventajas en comparación con Guayaquil. Sin embargo, Quito presenta fortalezas en aspectos como la disponibilidad de mano de obra calificada, la seguridad y el ambiente regulatorio.

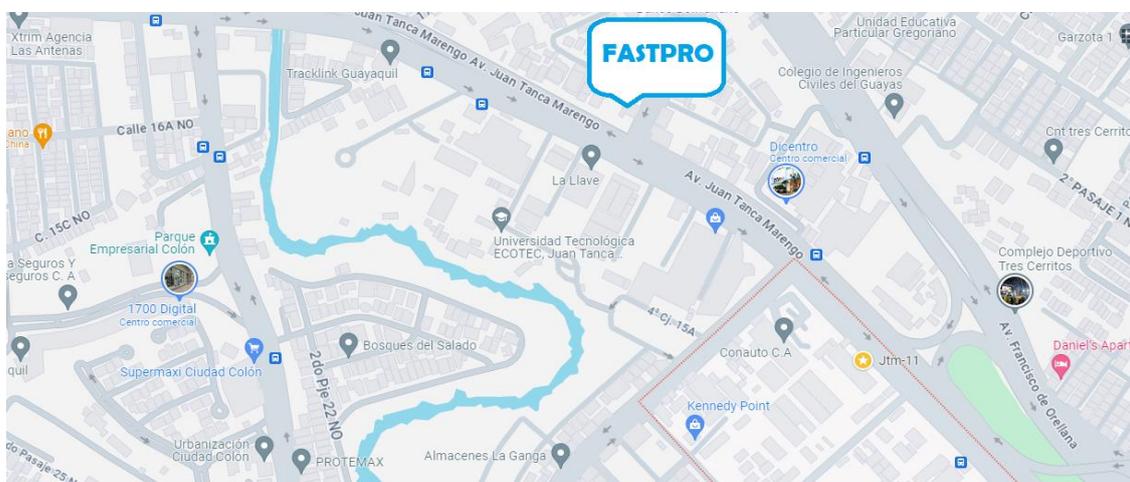
### **Interpretación por Factores**

- Proximidad al Mercado Objetivo: Guayaquil tiene una amplia cobertura en la región Costa y potencial para atender clientes del exterior, mientras que Quito tiene un alcance considerable en la Sierra y acceso a mercados emergentes.
- Accesibilidad y Transporte: Guayaquil cuenta con una excelente red de transporte público y conectividad aérea nacional e internacional, mientras que Quito tiene una amplia red de transporte público y conectividad aérea nacional e internacional.
- Costos Operativos: Guayaquil presenta costos operativos generalmente más bajos, mientras que Quito tiene costos operativos más elevados.
- Disponibilidad de Mano de Obra Calificada: Guayaquil tiene disponibilidad de mano de obra calificada, pero mayor competencia por talento especializado, mientras que Quito tiene alta concentración de talento calificado y menor competencia por talento especializado.
- Seguridad: Guayaquil tiene un nivel de seguridad medio con mayor atención en zonas con poca afluencia, mientras que Quito tiene un nivel de seguridad relativamente bueno con precauciones en zonas concurridas y durante la noche.

- Ambiente Regulatorio: Tanto Guayaquil como Quito ofrecen un ambiente regulatorio favorable para la inversión y el desarrollo empresarial.
- Infraestructura Tecnológica: Guayaquil tiene muy buena infraestructura tecnológica y es un importante hub tecnológico regional, mientras que Quito tiene buena infraestructura tecnológica y un creciente desarrollo tecnológico.
- Penetración de Internet, Usuarios de Redes Sociales y Comercio Electrónico: Ambas ciudades tienen niveles similares en estos aspectos.
- Crecimiento de Usuarios de Internet, Usuarios de Facebook e Instagram, Edad de Usuarios de Redes Sociales, Penetración y Crecimiento de Pagos Digitales: Guayaquil tiene un ligero crecimiento en algunos de estos aspectos, mientras que Quito presenta un crecimiento similar en otros (Mentinno. 2024).

Estos factores combinados posicionan a Guayaquil como una ubicación estratégica para maximizar el éxito y crecimiento de FastPro en el mercado ecuatoriano. Por tanto, FastPro iniciará sus operaciones a nivel virtual, con proyección a una sede central ubicada en la Avenida Juan Tanca Marengo en la Zona Industrial de Guayaquil, Ecuador (Ver figura 49).

**Figura 49**  
*Ubicación de FastPro en la Zona Industrial, Guayaquil Ecuador*



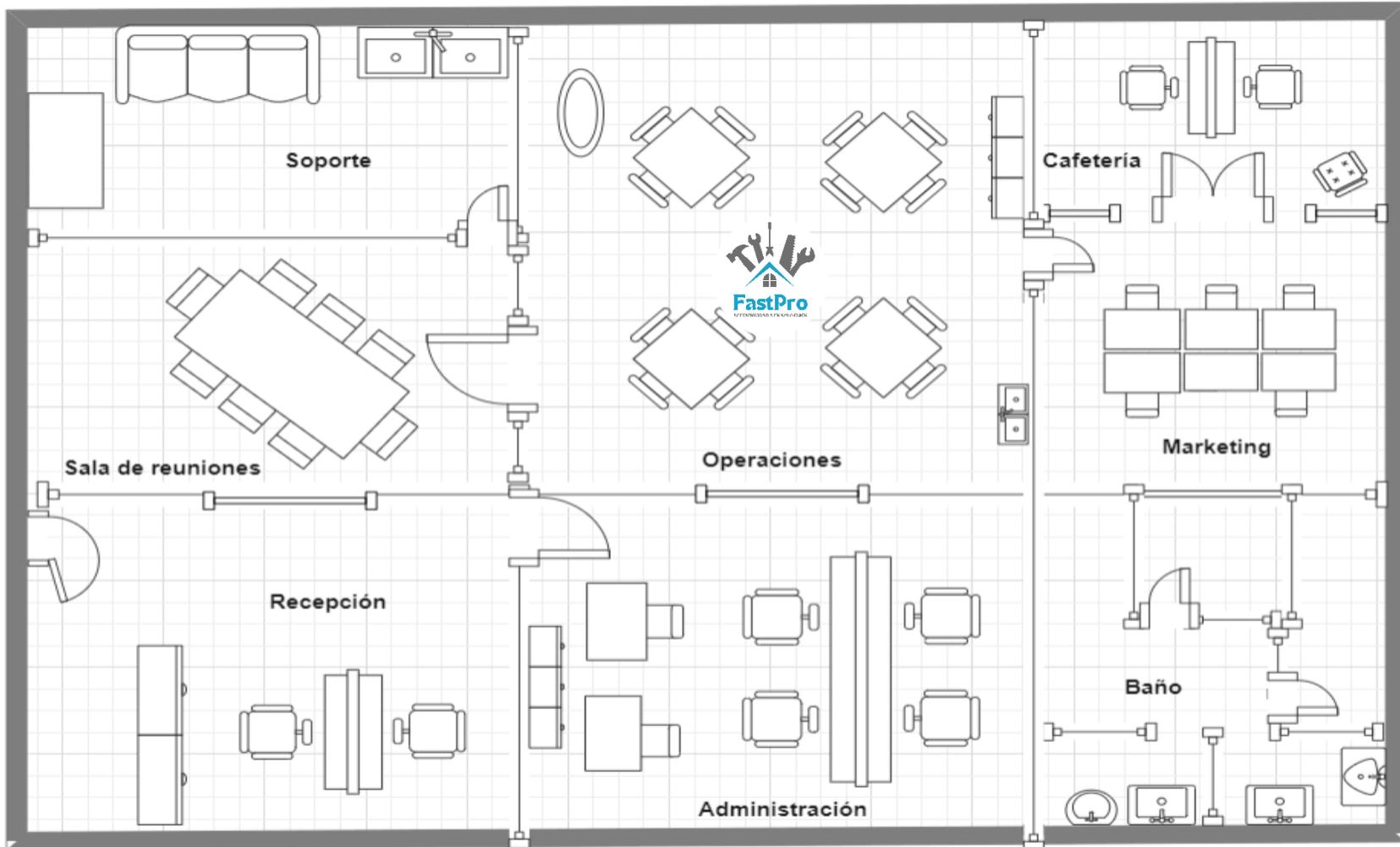
*Nota.* Tomado de dreamstime.com

### ***5.1.1. Distribución en Planta / Layout***

El diseño de instalaciones de manufactura se refiere a la organización de las instalaciones físicas de la compañía con el fin de promover el uso eficiente de sus recursos. En el caso de FastPro, cuyo objetivo es ofrecer una plataforma para la contratación de servicios generales en Quito, Ecuador, el diseño de las instalaciones deberá contemplar varios aspectos clave para asegurar la operatividad y eficiencia del negocio.

Para el diseño del layout las instalaciones de FastPro se consideró la funcionalidad y eficiencia necesarias para las operaciones diarias de la empresa, con los siguientes espacios Recepción y Área de Espera, escritorio de la representante de atención al cliente, Espacio de Trabajo Abierto donde pernocta el coordinador de soporte técnico y el personal de servicios generales, almacenamiento, área de uso común integrada por: cocina, baños, vestir; Oficina del Director General, del Administrador y el especialista de Marketing.

**Figura 50**  
*Layout 1 de las oficinas de FastPro*



Nota: Elaboración propia.

**Figura 51**  
*Layout 2 de las oficinas de FastPro*



Nota: Elaboración propia.

Finalmente, el diseño del layout de las instalaciones de FastPro será un espacio de trabajo combinado con áreas designadas para dirección, de servicio técnico, uso común, y almacenamiento, asegura que todas las operaciones esenciales se realicen de manera eficiente y efectiva, mientras se mantiene un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

## **5.2 Diseño Organizacional (Organigrama)**

El diseño organizacional de FastPro es esencial para la eficiencia operativa y el crecimiento sostenido de la empresa. Un organigrama bien estructurado define claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo, promoviendo una comunicación efectiva y una toma de decisiones ágil.

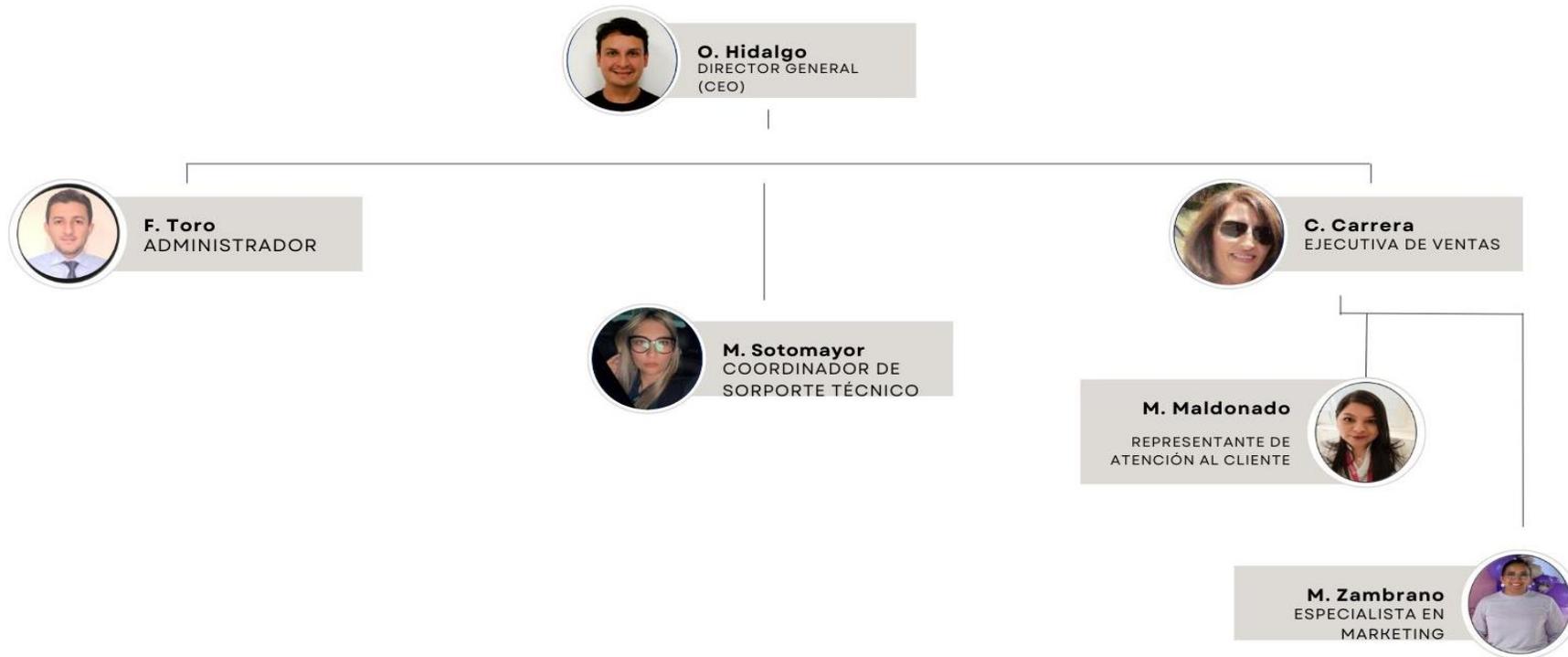
La estructura organizacional está compuesta por el Director General (CEO) es responsable de la visión, estrategia y dirección general de la empresa. Bajo su liderazgo, el equipo de Personal Técnico se encarga del desarrollo y mantenimiento de la aplicación y la infraestructura tecnológica, asegurando que la plataforma funcione de manera óptima y esté siempre actualizada con las últimas innovaciones.

La Atención al Cliente es crucial para la experiencia del usuario; este equipo coordina el soporte al cliente, resuelve problemas y maneja el feedback, garantizando que los usuarios reciban un servicio eficiente y satisfactorio.

Por último, la Administración incluye las funciones de recursos humanos y contabilidad, gestionando el reclutamiento, la capacitación del personal y las finanzas de la empresa, asegurando que todas las operaciones internas se realicen de manera fluida y ordenada. A continuación, se presenta el organigrama de FastPro, que ilustra la jerarquía y la estructura de la organización.

**Figura 52**

*Organigrama funcional del personal de FastPro*



Nota: Elaboración propia.

Este organigrama asegura que cada área clave de la empresa esté adecuadamente representada y gestionada, permitiendo a FastPro ofrecer un servicio de alta calidad a sus usuarios y mantener una operación interna eficiente.

**Tabla 10**  
*Perfiles de los cargos de la empresa FastPro*

<b>Puesto</b>	<b>Área de Trabajo</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>	<b>El Puesto Responde a</b>	<b>Nivel de Escolaridad</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Conocimiento</b>	<b>Capacidades y Habilidades</b>	<b>Idioma</b>
Director General (CEO)	Dirección	Dirigir y supervisar las operaciones generales de FastPro	Directorio	Título universitario en Administración de Empresas o afines	5+ años en un puesto de dirección	Gestión empresarial, liderazgo estratégico	Liderazgo, toma de decisiones, comunicación efectiva	Español, Inglés
Administrador de Oficina	Administración	Gestionar las operaciones diarias de la oficina	Gerente General	Título universitario en Administración o afines	3+ años en administración de oficinas	Gestión administrativa, software de oficina	Organización, atención al detalle, habilidades interpersonales	Español, Inglés
Coordinador de Soporte Técnico	Tecnología	Supervisar y resolver problemas técnicos de los usuarios	Gerente General	Título en Ingeniería en Sistemas o afines	3+ años en soporte técnico	Redes, hardware, software, soporte técnico	Resolución de problemas, atención al cliente, habilidades técnicas	Español, Inglés
Especialista en Marketing	Marketing	Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing para atraer y retener usuarios	Gerente General	Título universitario en Marketing o afines	3+ años en marketing digital	SEO, SEM, redes sociales, análisis de mercado	Creatividad, análisis de datos, habilidades comunicativas	Español, Inglés
Ejecutivo de Ventas	Ventas	Generar y cerrar oportunidades de venta	Gerente de Ventas	Título universitario en Administración, Marketing o afines	2+ años en ventas	Técnicas de ventas, CRM, negociación	Persuasión, habilidades de negociación, orientado a resultados	Español, Inglés
Representante de Atención al Cliente	Atención al Cliente	Proveer soporte y resolver consultas de los usuarios	Administrador de Oficina	Bachillerato o título universitario en curso	1+ años en atención al cliente	Gestión de relaciones con clientes, resolución de conflictos	Comunicación efectiva, empatía, habilidades de resolución de problemas	Español

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

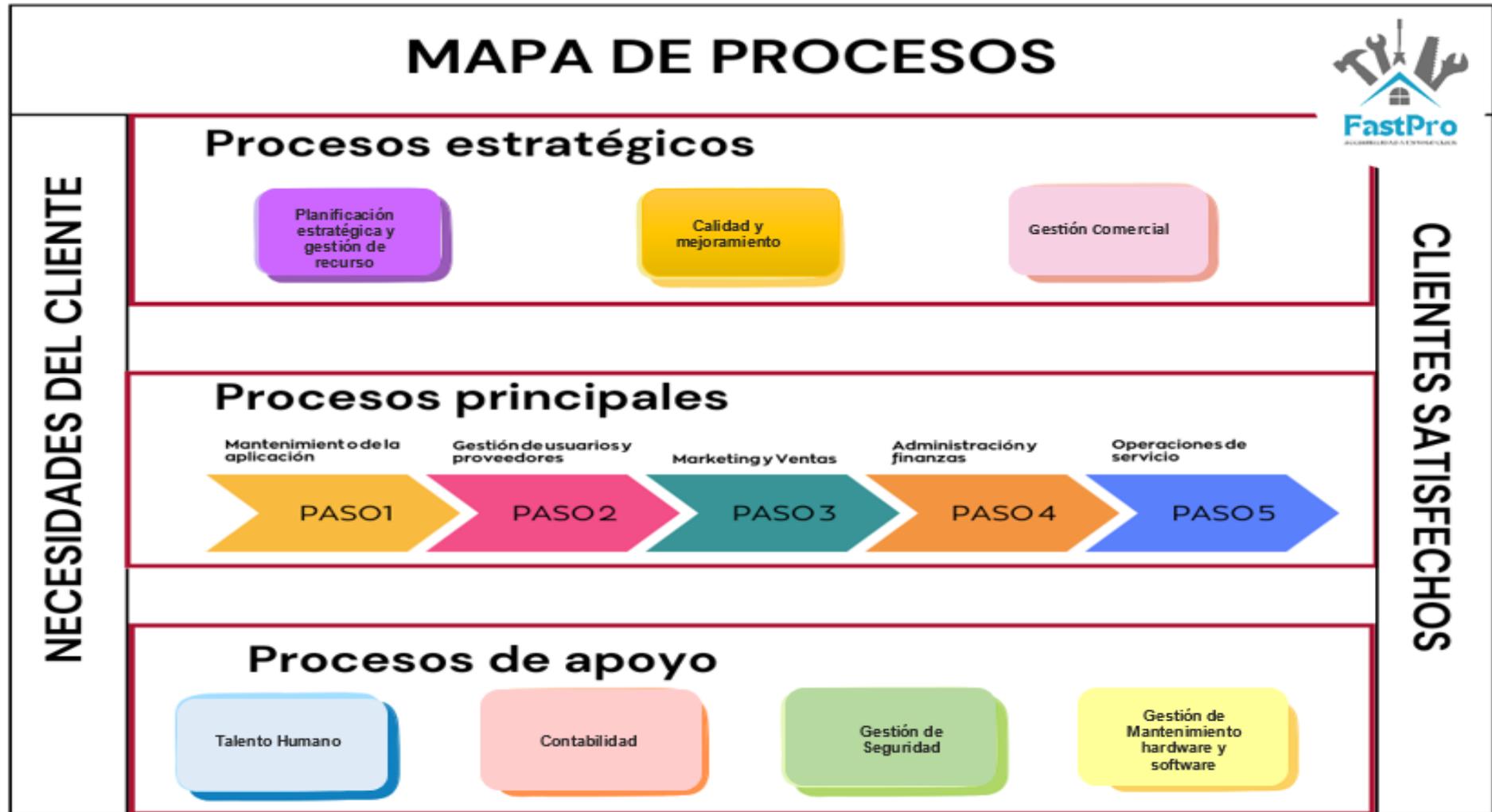
### **5.3. Operaciones (Mapa de procesos)**

En el contexto de FastPro, la eficiencia operativa es fundamental para ofrecer un servicio confiable y de calidad a nuestros usuarios. El mapa de procesos de operaciones de FastPro es un elemento clave que nos permite garantizar una experiencia fluida tanto para los usuarios como para los proveedores de servicios.

FastPro se enfoca en optimizar cada etapa del proceso, desde la solicitud inicial del servicio hasta la finalización y el seguimiento de este. Esto incluye la gestión de reservas, asignación de proveedores calificados, comunicación en tiempo real entre usuarios y proveedores, y la recopilación de feedback para asegurar la satisfacción del cliente.

Cada paso del mapa de procesos está diseñado para maximizar la eficiencia y minimizar los tiempos de respuesta, utilizando tecnología avanzada que facilita una coordinación efectiva y una ejecución sin contratiempos de los servicios solicitados. La transparencia y la comunicación clara son pilares fundamentales en todas nuestras operaciones, asegurando que tanto usuarios como proveedores estén informados en cada fase del proceso.

Figura 53  
Mapa de Proceso de FastPro



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

El mapa de procesos de FastPro abarca tres categorías clave: procesos estratégicos, principales y de apoyo. Los procesos estratégicos incluyen el planeamiento estratégico y la gestión de calidad y mejoramiento, centrados en definir la visión, objetivos y planes de mejora continua de la empresa. Los procesos principales se dividen en mantenimiento de la aplicación, gestión de usuarios y proveedores, marketing y ventas, administración y finanzas, y operaciones de servicio. Estos procesos son esenciales para el desarrollo, operación y comercialización de la aplicación, así como para la gestión financiera y la prestación de servicios eficientes. Los procesos de apoyo, como la gestión del mantenimiento, recursos humanos, seguridad y control de calidad, y tecnología de la información, proporcionan el soporte necesario para que las actividades estratégicas y principales se realicen de manera efectiva, asegurando un entorno laboral adecuado, tecnología fiable y estándares de calidad y seguridad elevados.

**Tabla 11**  
*Operaciones del Mapa de Procesos de la empresa FastPro*

<b>PROCESOS PRINCIPALES</b>			
<b>Proceso</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Elementos involucrados</b>	<b>Actividades</b>
<b>Mantenimiento de la Aplicación</b>	Asegurar el funcionamiento continuo y eficiente de la aplicación	Plataforma tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo de la aplicación</li> <li>• Actualización de software</li> <li>• Resolución de problemas técnicos</li> <li>• Implementación de nuevas funcionalidades</li> </ul>
<b>Gestión de Usuarios y Proveedores</b>	Administrar y coordinar usuarios y proveedores en la plataforma	Usuarios y proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro y verificación de usuarios</li> <li>• Gestión de perfiles</li> <li>• Resolución de disputas</li> <li>• Soporte y atención al cliente</li> </ul>

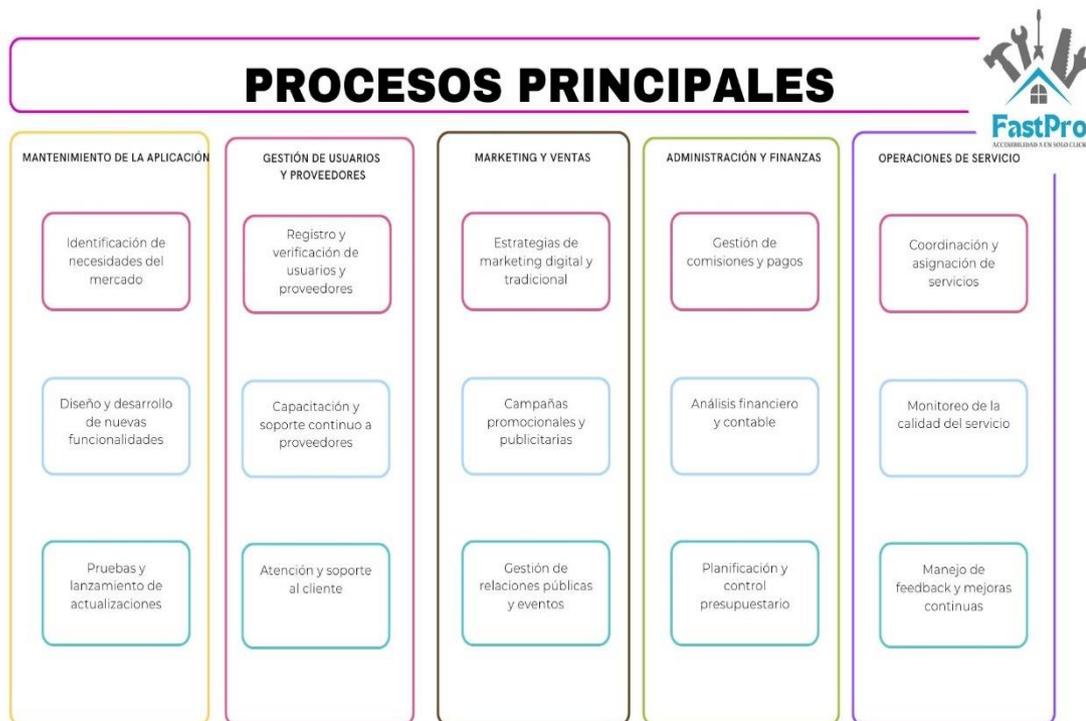
<b>Marketing y Ventas</b>	Promover la aplicación y aumentar la base de usuarios del Mercado objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de campañas de marketing</li> <li>• Estrategias de publicidad</li> <li>• Análisis de mercado</li> <li>• Gestión de relaciones con clientes</li> </ul>
<b>Administración y Finanzas</b>	Gestionar los recursos financieros y administrativos de la empresa Recursos financieros y administrativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación financiera</li> <li>• Contabilidad y auditoría</li> <li>• Gestión de recursos humanos</li> <li>• Administración general</li> </ul>
<b>Operaciones de Servicio</b>	Coordinar y asegurar la entrega efectiva de los servicios contratados Servicios generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de solicitudes de servicio</li> <li>• Asignación de proveedores</li> <li>• Monitoreo de la calidad del servicio</li> <li>• Resolución de problemas operativos</li> </ul>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

A través de este enfoque meticuloso en las operaciones y el mapa de procesos, FastPro se posiciona no solo como una solución conveniente, sino como un socio confiable en la gestión de tareas del hogar en Ecuador, proporcionando un servicio que cumple y supera las expectativas de nuestros usuarios día a día.

Cada paso del mapa de procesos está diseñado para maximizar la eficiencia y minimizar los tiempos de respuesta, utilizando tecnología avanzada que facilita una coordinación efectiva y una ejecución sin contratiempos de los servicios solicitados. La transparencia y la comunicación clara son pilares fundamentales en todas nuestras operaciones, asegurando que tanto usuarios como proveedores estén informados en cada fase del proceso, como se aprecia en la Figura 54.

**Figura 54**  
**Procesos Principales de FastPro**



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

Como se evidencia en el mapa de procesos FastPro se enfoca en optimizar cada etapa, desde la solicitud inicial del servicio hasta la finalización y el seguimiento del mismo. Esto incluye la gestión de reservas, asignación de proveedores calificados, comunicación en tiempo real entre usuarios y proveedores, y la recopilación de feedback para asegurar la satisfacción del cliente, ver figuras desde 55-60.

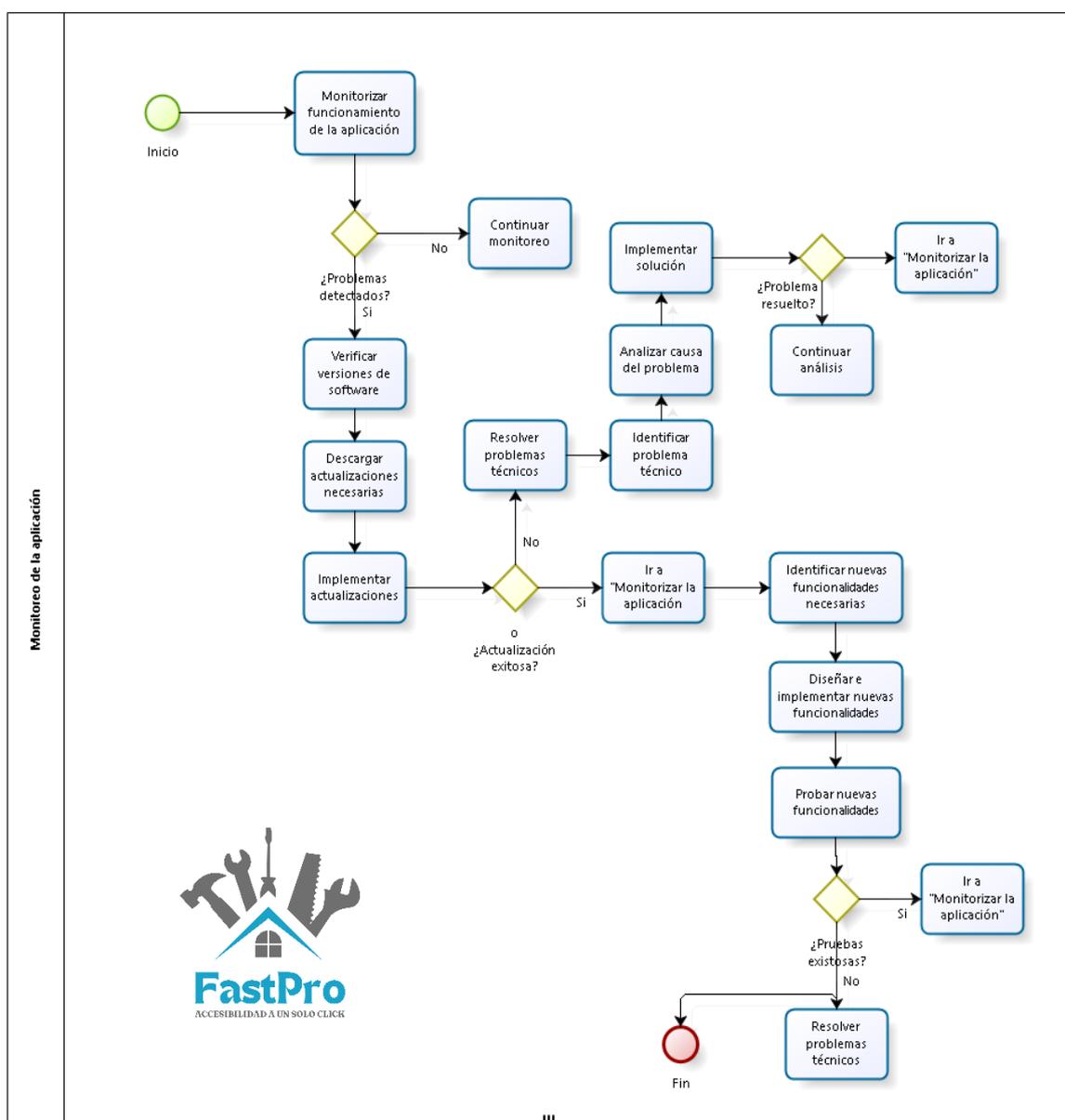
#### **5.4 Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)**

Para garantizar la eficiencia y la calidad del servicio ofrecido por FastPro, es fundamental definir claramente cada paso del proceso productivo. A continuación, se presentan los flujogramas detallados para los procesos clave de la solicitud y asignación de servicios y el registro de proveedores. Estos flujogramas sirven como guías visuales que ilustran cada etapa del proceso, asegurando que todas las partes involucradas entienden sus roles y responsabilidades.

El proceso de solicitud y asignación de servicios en FastPro es esencial para asegurar una experiencia de usuario fluida y satisfactoria. Este flujograma describe cada paso, desde la solicitud inicial del usuario hasta la evaluación final del servicio, destacando la importancia de la validación de detalles, la asignación automática del proveedor y la recopilación de feedback para la mejora continua.

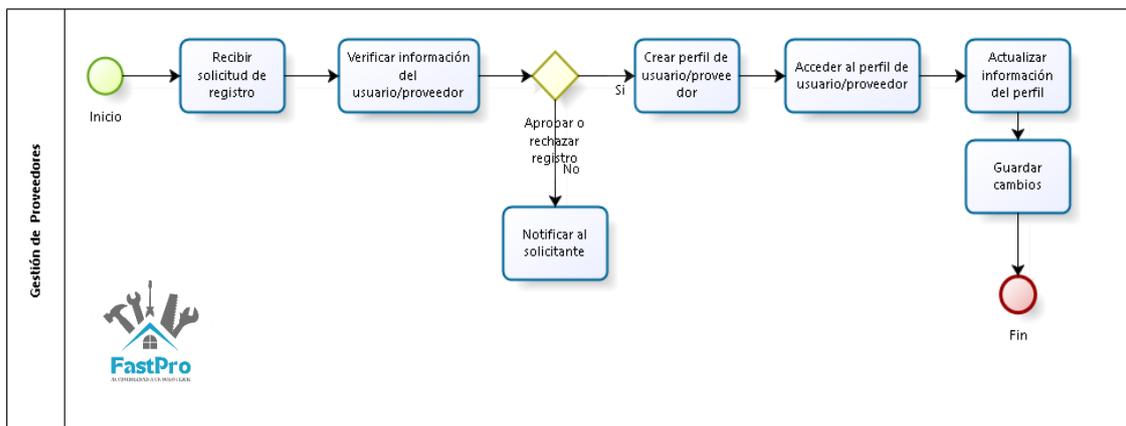
**Figura 55**

*Proceso de monitoreo de la aplicación FastPro*



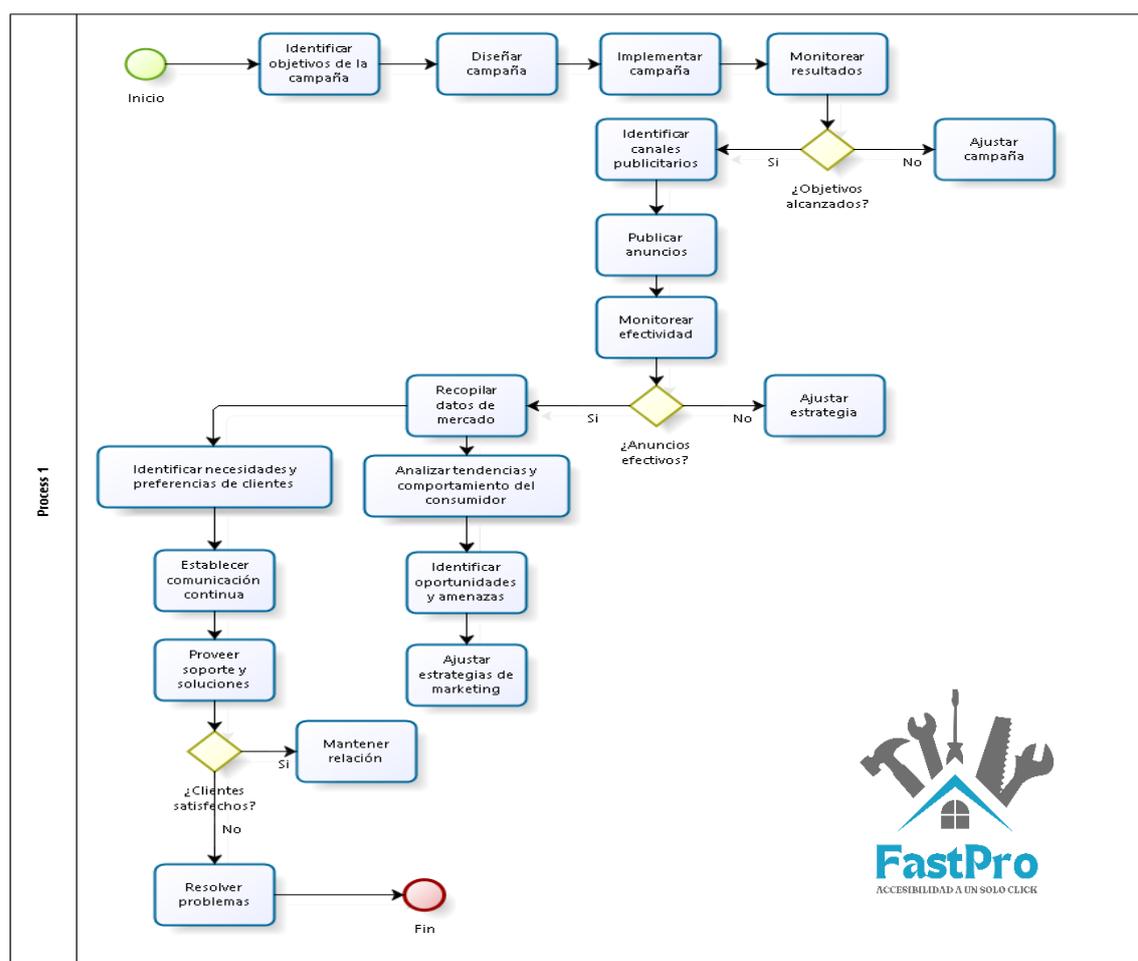
Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Figura 56**  
Proceso de gestión proveedores FastPro



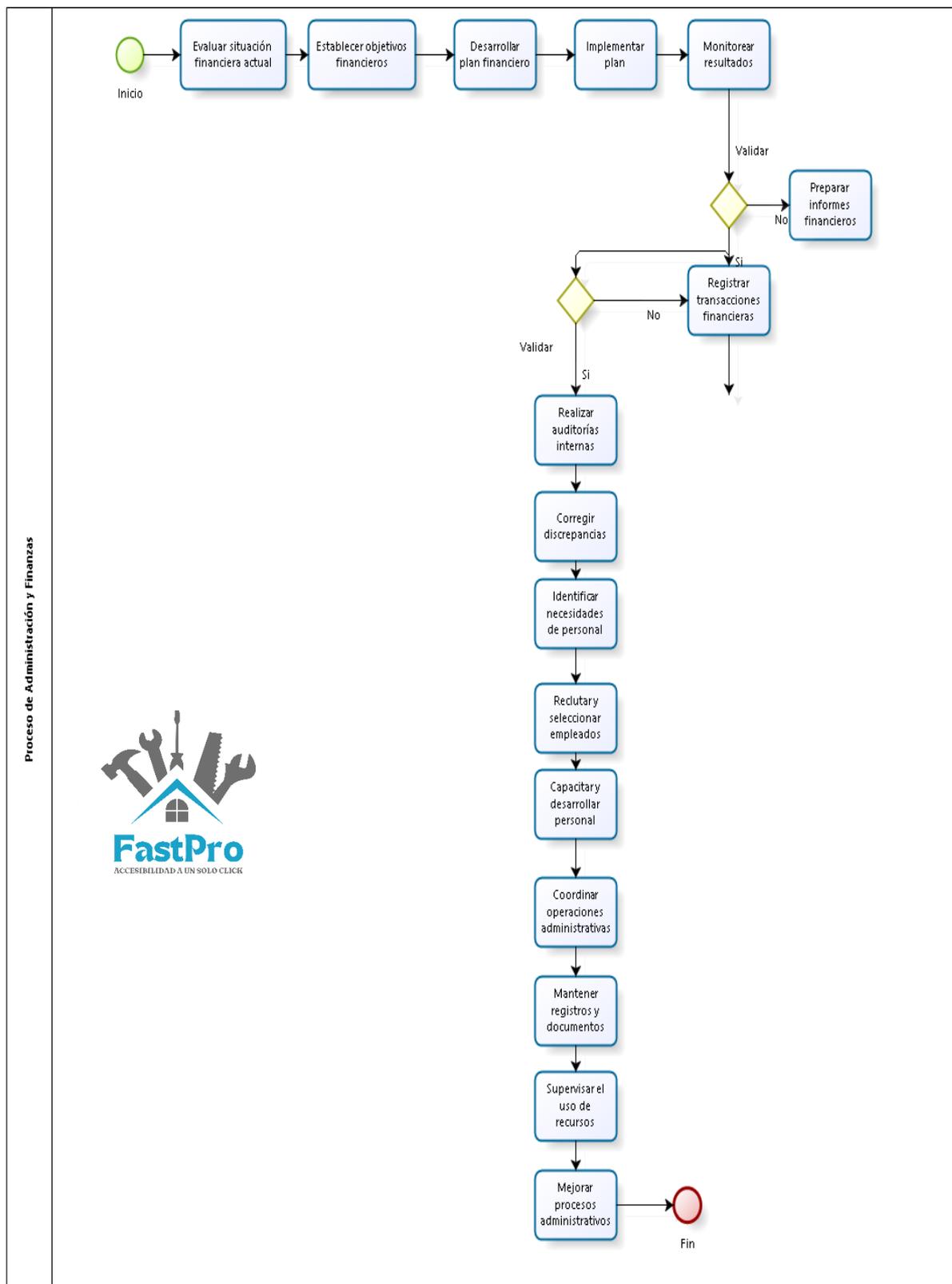
Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Figura 57**  
Proceso de Marketing y Ventas FastPro



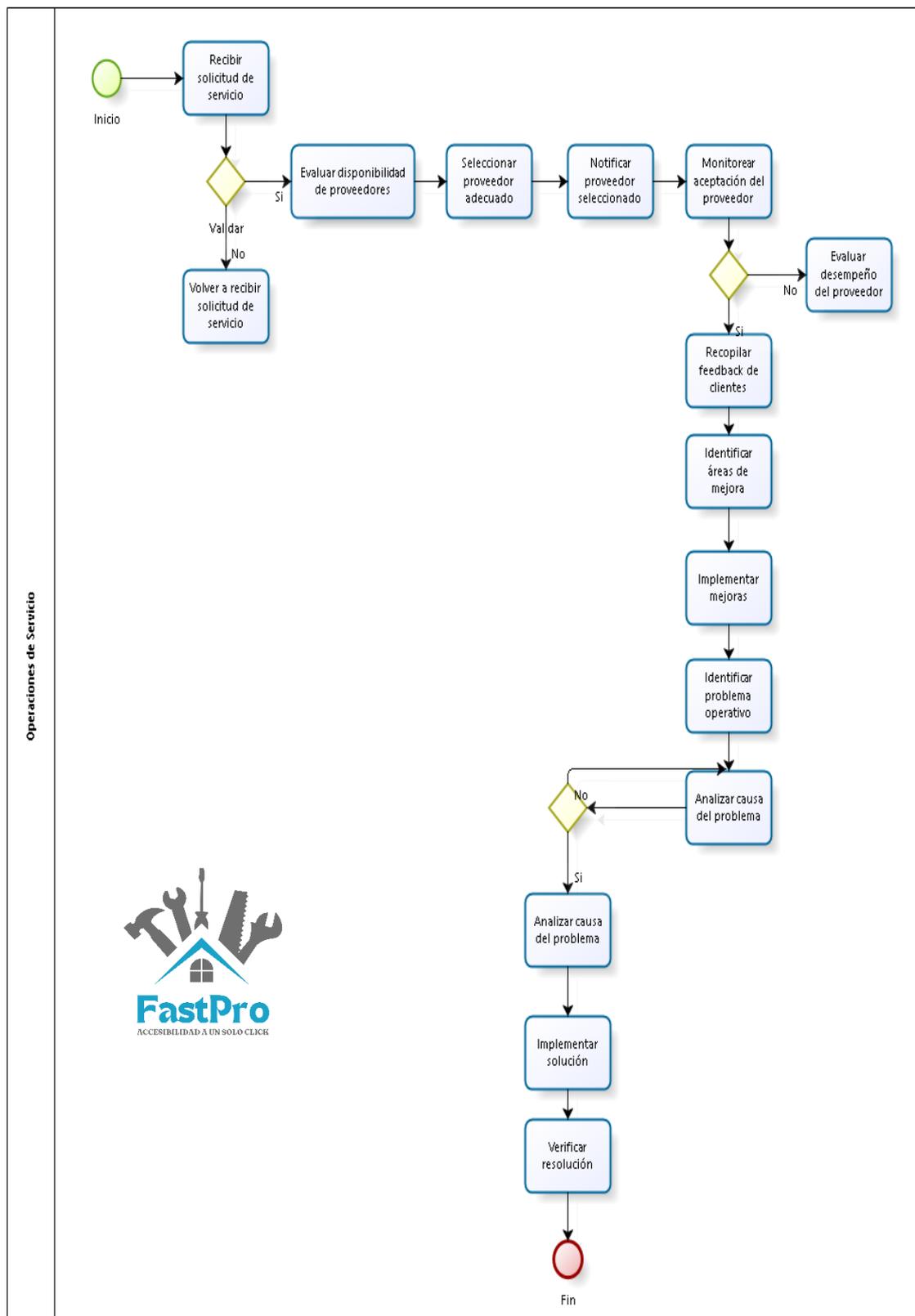
Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Figura 58**  
Proceso de Administración y Finanzas FastPro



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

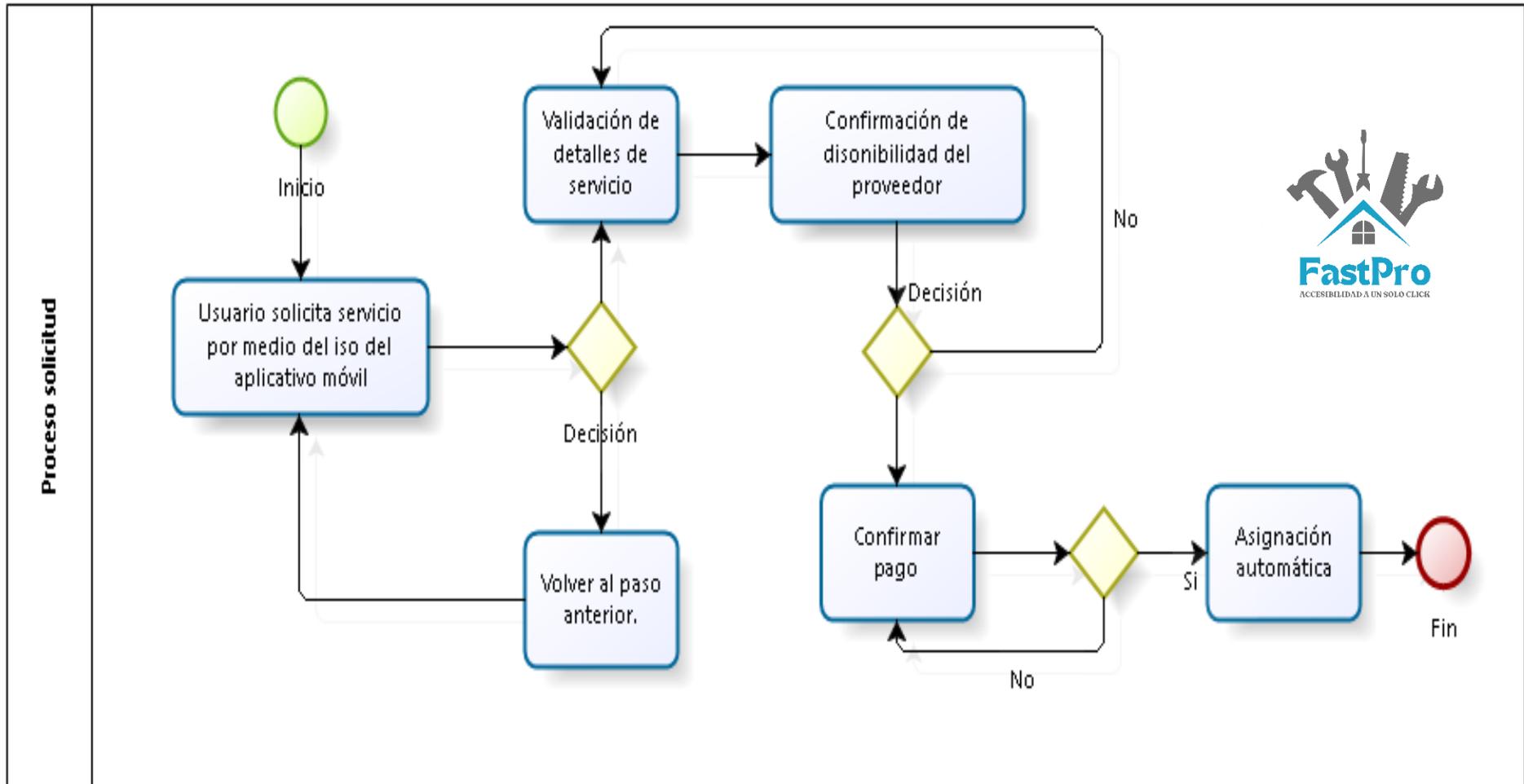
**Figura 59**  
*Proceso de Operaciones de Servicio FastPro*



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Figura 60**

*Flujograma del Proceso de Solicitud y Asignación de Servicios de FastPro*

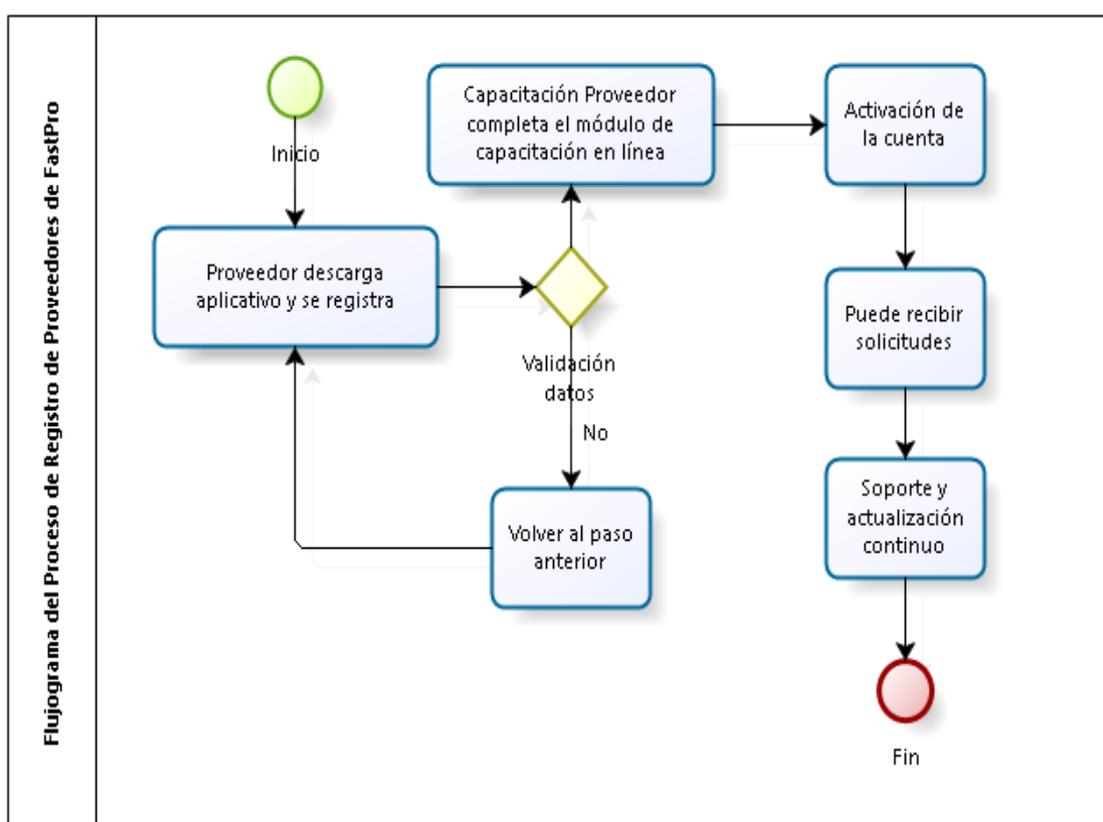


Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

Por otro lado, el proceso de registro de proveedores es crucial para asegurar que solo los proveedores calificados y confiables puedan ofrecer sus servicios a través de FastPro. Este flujograma detalla los pasos desde la descarga de la aplicación por parte del proveedor hasta su activación y soporte continuo, garantizando que los proveedores cumplan con los estándares de calidad y estén bien preparados para atender a los usuarios.

**Figura 61**

*Flujograma del Proceso de Registro de Proveedores de FastPro*



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## 5.5 Conformación Legal

La estructura legal de FastPro es fundamental para asegurar una gestión eficiente y cumplir con las regulaciones locales, lo que permite una expansión y operación sostenibles. A continuación, se detalla la conformación legal de la empresa, incluyendo su estructura, cumplimiento normativo y las medidas de seguros y garantías implementadas.

### ***5.5.1 Estructura Legal***

FastPro S.A. es una Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S), lo que facilita la gestión de inversiones y la expansión de la empresa. La empresa está debidamente registrada en el Registro Mercantil de Ecuador y ha obtenido todos los permisos y licencias necesarios para operar en el país.

#### **Cumplimiento Normativo**

FastPro cumple con todas las normativas laborales y tributarias de Ecuador. Además, asegura que sus políticas de privacidad y protección de datos estén conformes a la legislación local, protegiendo la información de los usuarios y garantizando la transparencia en sus operaciones.

#### **Seguros y Garantías**

La empresa ha contratado seguros de responsabilidad civil para proteger tanto a la empresa como a los usuarios ante posibles incidentes. Asimismo, FastPro ofrece garantías de calidad y satisfacción del servicio a sus usuarios, asegurando que reciban un servicio confiable y de alta calidad.

## **Plan de Marketing**

### **6.1. Establecimiento de Objetivos de Marketing**

Este plan de marketing para FastPro está diseñado para posicionar la aplicación en el mercado ecuatoriano de manera efectiva, atraer y retener usuarios, y garantizar un flujo constante de ingresos. Con un enfoque equilibrado en promoción digital y tradicional, estrategias de retención y un presupuesto bien distribuido, FastPro está preparado para alcanzar sus objetivos de crecimiento y consolidación en el mercado de servicios generales a domicilio.

#### **6.1.1. *Objetivo General***

Posicionar a FASTPRO en el mercado de servicios generales en Quito, Ecuador, durante los primeros tres meses desde su lanzamiento.

#### **6.1.2. *Objetivos Específicos***

- Generar conocimiento de marca y atraer a los primeros 4 clientes en el primer mes de lanzamiento para llegar a 52 en el primer año.
- Aumentar en un 25% la interacción y compromiso en las redes sociales dentro de los primeros seis meses.
- Optimizar en un 30% la experiencia del usuario en la página web dentro de los primeros tres meses.

### **6.2. Marketing Mix (4Ps)**

La combinación de marketing, o las 4P, son cruciales para cualquier estrategia de marketing eficaz. En el caso de FastPro, una aplicación móvil innovadora en el mercado ecuatoriano, estas cuatro variables estratégicas juegan un papel crucial en su posicionamiento y comercialización en el sector de servicios para el hogar. A continuación, se detalla cómo cada componente del Marketing Mix se adapta a las necesidades de los

usuarios y contribuye al éxito de FastPro.

### **6.2.1. Producto**

FastPro es una plataforma móvil que conecta a usuarios con proveedores de servicios generales a domicilio, tales como limpieza, reparaciones y cuidado del hogar. Los elementos del producto incluyen:

#### **Atributos del producto**

- *Innovación del Producto:* Integración de inteligencia artificial para selección automática de proveedores según necesidades del cliente y calificaciones de servicio.
- *Productos Premium:* Servicios VIP que incluyen atención prioritaria y proveedores de servicios altamente calificados.
- *Productos de Nicho:* Servicios especializados para empresas, como mantenimiento preventivo y servicios de limpieza industrial.

#### **Marca**

- *Imagen de Marca:* FastPro será reconocida por su confiabilidad, eficiencia y calidad de servicio.
- *Posicionamiento:* FastPro se posicionará como la solución más conveniente y de mayor calidad en servicios generales a domicilio en Quito.

#### **Otros Servicios**

- *Garantía:* Garantía de satisfacción del cliente, con opciones de reembolso o reprogramación del servicio si no se cumple con los estándares de calidad.
- *SopORTE 24/7:* Asistencia en cualquier momento para resolver problemas o consultas.
- *Promociones y Ofertas:* Descuentos especiales para primeros usuarios y promociones exclusivas para usuarios frecuentes.

**Figura 62**  
Presentación post uno promoción  
FastPro



**Figura 63**  
Presentación post dos FastPro



*Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de propuesta inicial*

FastPro es una plataforma móvil que facilita la conexión entre usuarios y proveedores de servicios generales a domicilio, tales como limpieza, reparaciones y cuidado del hogar. La aplicación se distingue por su confiabilidad, facilidad de uso, múltiples opciones de pago, soporte 24/7, y un sistema de evaluaciones y reseñas de usuarios que garantizan la calidad del servicio. Los beneficios para los usuarios incluyen conveniencia, ahorro de tiempo, calidad garantizada y la disponibilidad de servicios a cualquier hora del día.

### 6.2.2. Precio

La estrategia de precios de FastPro incluirá:

- *Estrategia de Penetración de Mercado:* Ofrecer tarifas competitivas para atraer

a los primeros usuarios y ganar cuota de mercado rápidamente. Esto puede incluir precios promocionales y descuentos iniciales.

- *Modelo de Suscripción:* Diferentes niveles de servicio (Básico, Profesional y Premium) con facilidades de registro que varían según beneficios incluidos.

La estructura de precios de FastPro está diseñada para ofrecer opciones flexibles y atractivas. Ofrecen niveles de servicio diferenciados a precios mensuales accesibles:

- **Básico:** Ideal para usuarios individuales o pequeñas empresas que buscan una presencia en línea básica. Incluye:
  - Creación de un perfil básico.
  - Publicación de hasta 10 anuncios de servicios.
  - Acceso a estadísticas básicas de rendimiento.
  - Atención al cliente por correo electrónico.
- **Profesional:** Dirigido a empresas que buscan aumentar su visibilidad en línea y generar más leads. Incluye todos los beneficios del plan básico, además de:
  - Creación de un perfil personalizado con logo y banner de cada cliente y proveedor.
  - Publicación ilimitada de anuncios.
  - Acceso a herramientas de análisis avanzadas para medir el rendimiento de los servicios prestados.
  - Prioridad en la atención al cliente.
- **Premium:** Diseñado para proveedores que buscan maximizar su presencia en línea y obtener resultados tangibles. Incluye todos los beneficios de los planes anteriores, más:
  - Gestión de campañas publicitarias personalizada.
  - Integración con otras herramientas de marketing.

- Acceso a una red exclusiva de partners y proveedores.
- Soporte técnico prioritario y dedicado.

**Figura 64**

*Diferentes niveles de servicio (Básico, Profesional y Premium)*



Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de la propuesta inicial

Al ofrecer estos tres niveles de servicio, FastPro permite a los clientes elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto. Cada nivel ofrece un conjunto de características y beneficios progresivos, lo que garantiza una escalabilidad y flexibilidad en la oferta. Se establece una tarifa fija basada en impresiones y clics, proporcionando a los anunciantes una oportunidad efectiva para llegar a los usuarios de manera segmentada y relevante.

### **6.2.3. Plaza (Distribución)**

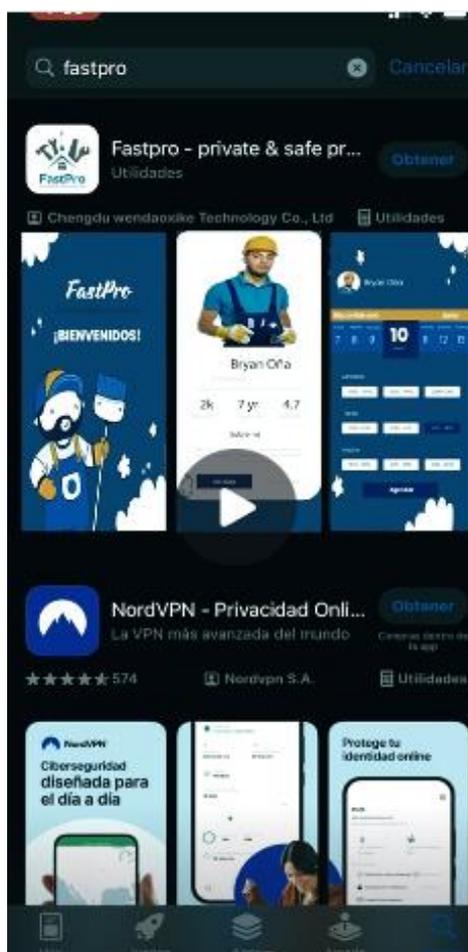
FastPro utilizará una estrategia de distribución intensiva para asegurar que tanto los usuarios como los proveedores de servicios puedan acceder a la plataforma fácilmente:

#### **Canales de Distribución**

- La aplicación estará disponible para descarga en las principales tiendas de

aplicaciones, lo que facilitará el acceso a una amplia audiencia de usuarios de dispositivos móviles. La presencia en estas plataformas es crucial, dado que más de la mitad de los usuarios de internet acceden a servicios a través de sus smartphones. *Apple App Store y Google Play Store*: Para la descarga de la aplicación por parte de los usuarios.

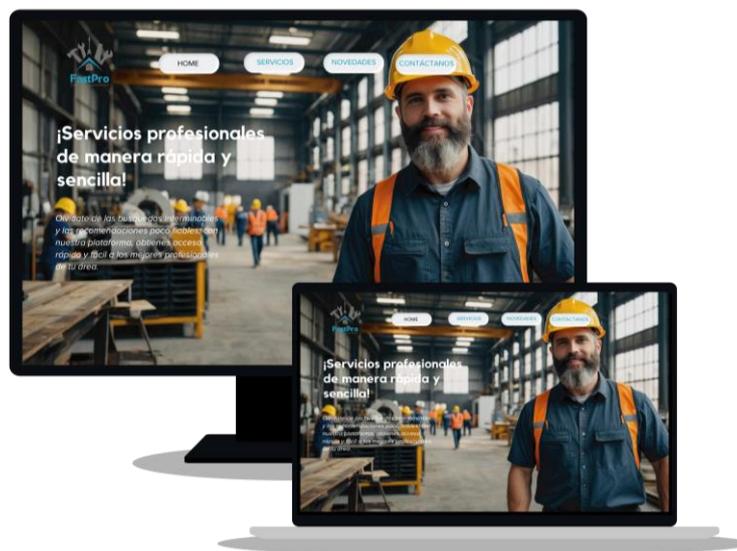
**Figura 65**  
*Canales de Distribución*



Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de la propuesta inicial

- La web servirá como un punto central para la información sobre la aplicación, registro de usuarios y descarga. Además, se ofrecerá contenido útil como guías sobre cómo utilizar la plataforma y testimonios de usuarios, lo que puede aumentar la confianza y la tasa de conversión. *Página Web Oficial*: Para información, registro y descarga de la aplicación.

**Figura 66**  
*Página Web Oficial de FastPro*



Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de la propuesta inicial

Se explorará la integración con tiendas de aplicaciones alternativas y se establecerán asociaciones estratégicas con empresas locales para promover y distribuir la aplicación. Esto incluye colaboraciones con ferreterías, tiendas de mejoras para el hogar y otros negocios que puedan beneficiarse de la oferta de servicios de FastPro. *Canales Adicionales:* Integración con tiendas de aplicaciones alternativas y asociaciones con empresas locales para promoción y distribución.

### **Estrategia de Reclutamiento de Técnicos**

- Campañas específicas para atraer técnicos de diferentes especialidades, utilizando plataformas de empleo y redes sociales. Se llevarán a cabo campañas de marketing dirigidas a atraer técnicos de diversas especialidades. Esto incluirá el uso de plataformas de empleo, redes sociales y anuncios en línea para llegar a un público amplio y diverso.
- *Motivación para Descargas:* Ofrecer incentivos como bonos por registro y promociones para los técnicos que se registren y completen su perfil en la aplicación. Para fomentar el registro y la participación de los técnicos, se ofrecerán incentivos como bonos por registro y promociones para aquellos que completen su perfil en la aplicación. Esto no

solo aumentará la cantidad de técnicos disponibles en la plataforma, sino que también mejorará la calidad de los servicios ofrecidos.

### **Enfoque Geográfico**

FastPro comenzará su operación en áreas urbanas y suburbanas de Ecuador, donde se ha identificado una alta demanda de servicios profesionales. A medida que la plataforma gane atracción y reciba retroalimentación de los usuarios, se planificará una expansión gradual a otras ciudades y regiones del país conforme se detecte la demanda y se reciba retroalimentación de los usuarios. Este enfoque permitirá a FastPro adaptar sus servicios a las necesidades específicas de cada área, optimizando así la experiencia del usuario y la eficacia del servicio. Con esta estrategia de distribución intensiva y un enfoque proactivo en el reclutamiento de técnicos, FastPro se posiciona para convertirse en un líder en el mercado de servicios profesionales, garantizando accesibilidad y calidad tanto para usuarios como para proveedores.

#### **6.2.4. Promoción**

Las estrategias de promoción se centrarán en alcanzar y cautivar a la audiencia objetivo de manera efectiva:

##### **Redes Sociales**

- **Perfiles de clientes de Jornalero Express en redes sociales:**

FastPro se dirige la promoción a dos tipos de clientes principales: personas jurídicas y personas naturales, quienes buscan contratación rápida de trabajadores o jornaleros temporales.

##### **Los perfiles de usuarios:**

1. **Establecimientos Públicos y Privados:**

- **Administradores de edificios gubernamentales** que necesitan personal temporal para mantenimiento, limpieza, o apoyo logístico en eventos.

- **Instituciones privadas** que requieren mano de obra rápida para proyectos o tareas específicas, como la reorganización de oficinas o eventos corporativos.

## 2. Colegios, Universidades y Entidades Estudiantiles:

- **Administradores de campus educativos** que necesitan personal temporal para eventos, limpieza, o mantenimiento de instalaciones durante periodos de alta demanda.
- **Instituciones educativas** que requieren personal de apoyo durante temporadas especiales como matriculaciones, ceremonias de graduación, o remodelaciones.

## 3. Supermercados y Tiendas Retail:

- **Gerentes de supermercados y tiendas** que necesitan refuerzos temporales para tareas como reposición de estanterías, inventarios, o promociones especiales.

## 4. Edificios de Oficinas y Habitaciones:

- **Administradores de propiedades** que requieren personal temporal para tareas de limpieza, mantenimiento, o mudanzas dentro de edificios corporativos o residenciales.
- **Empresas de administración de propiedades** que necesitan servicios continuos de seguridad y mantenimiento en sus instalaciones.

## 5. Empresas en General:

- **Empresas que experimentan picos de trabajo** y requieren contratación temporal para proyectos cortos o estacionales.
- **Compañías que buscan externalizar tareas de mantenimiento** o servicios de apoyo sin comprometerse a contratos de largo plazo.

## 6. Protección de Personas (individuos y grupos):

- **Organizaciones** o individuos que requieren jornaleros temporales durante eventos, viajes, o situaciones específicas.
- **Personas** que buscan servicios esporádicos como bodas, reuniones familiares o eventos corporativos.

#### 7. Viviendas Particulares:

- **Propietarios de viviendas** que necesitan servicios de jardinería, limpieza, o reparaciones de forma temporal.
- **Familias** que requieren asistencia para la seguridad de su hogar o el mantenimiento general sin comprometerse a contratar empleados a largo plazo.
- **Plataforma Principal:** Instagram será la red social principal debido a su enfoque visual y alta tasa de interacción. Esta plataforma es ideal para mostrar los servicios de FastPro a través de imágenes y videos atractivos, lo que permite a los usuarios ver ejemplos de trabajos realizados, testimonios de clientes satisfechos y demostraciones de servicios. La naturaleza visual de Instagram facilita la conexión emocional con los potenciales clientes y fomenta la participación activa.
- **Contenido:** Publicaciones regulares con testimonios de clientes, demostraciones de servicios y promociones exclusivas. Se publicarán regularmente testimonios de clientes, demostraciones de servicios y promociones exclusivas. Este tipo de contenido no solo atrae a nuevos usuarios, sino que también genera confianza y credibilidad en la marca. Al compartir historias de éxito y experiencias positivas, FastPro puede construir una comunidad leal que respalde sus servicios.
- **Publicidad Pagada:** Se utilizarán anuncios dirigidos en Facebook, TikTok y Google Ads. Facebook es una plataforma con una amplia base de usuarios y

opciones de segmentación detalladas, lo que permite a FastPro llegar a audiencias específicas. TikTok, por su parte, ofrece un enfoque innovador y dinámico para atraer a un público más joven, mientras que Google Ads ayuda a captar usuarios que buscan activamente servicios profesionales en línea. Siendo consideradas esas RRSS por los resultados del Informe de Estado Digital Ecuador 2024 donde Mentinno (2024) sostiene que los usuarios de redes sociales Quito 72.2%, Guayaquil 77.1% Facebook está entre las plataformas de redes sociales más populares, la segunda plataforma de redes sociales más popular es Instagram y la tercera plataforma de redes sociales más popular, TikTok. Destaca también el crecimiento de usuarios de TikTok de 19,71% a 37,35% y de usuarios de Facebook e Instagram con edades comprendidas entre 18-65 años (Quito) y 13-65 años (Guayaquil) para un total de 15.2 y 15.3 millones respectivamente.

- **Contenidos desarrollados y Estadísticas alcanzadas**

**Figura 67**  
*RRSS Publicidad pagada / Ads manager*

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for a campaign named 'AnuncioFastPro'. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options for 'CampañaFastPro', 'Conjunto FastPro', and 'AnuncioFastPro'.
- Main Content Area:**
  - Contenido del anuncio:** Provides instructions on how to create an ad using insights or existing content.
  - \* Contenido multimedia:** Shows 6 locations, including 'Feeds' (4 locations) and 'Historias y reels' (2 locations).
  - Texto principal (1 de 5):** Displays the main text of the ad, which promotes the FastPro app for hiring services. It includes a note that the text is 'Not optimized'.
- Right Sidebar:** Shows a 'Vista previa del anuncio' (Ad Preview) for an Instagram Feed. The preview features a worker in a blue uniform and a red hard hat, with a '50% OFF' discount badge and a 'SERVICIO' headline. Below the preview are options for 'Enviar mensaje' and 'ENVIAR MENSAJE'.
- Bottom:** Includes a 'Publicar' button and a confirmation message: 'Se han guardado todos los cambios'.

Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de la propuesta inicial

**Figura 68**  
RRSS Publicidad pagada/ adstiktok

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. The top navigation bar includes 'TikTok Ads Manager', 'Panel', 'Campaña', 'Herramientas', and 'Análisis'. The user is logged in as 'fastproec' in Spanish. The left sidebar shows the campaign structure: 'Campaña', 'Grupo de anuncios' (selected), 'Configuración', 'Aplicación', 'Emplazamientos', 'Segmentación', 'Presupuesto y programación', and 'Pujas y optimización'. The main content area is divided into three sections: 'Nombre del grupo de anuncios' with a text input 'Grupo de anuncios FastPro' and a 'Plantilla' button; 'Aplicación' with a dropdown menu 'Selecciona una aplicación' and a red error message 'La aplicación es obligatoria.'; and 'Emplazamientos' with 'Emplazamiento automático' selected and a note: 'Se recomienda el Emplazamiento automático porque puede mejorar el rendimiento de los anuncios en TikTok, Pangle y el Paquete de aplicaciones global. Más información'. On the right, there is a 'Resumen de Objetivos' sidebar with options: 'Ubicación', 'Sudáfica', 'Otra configuración', and 'Sin Límite'. A 'Audience disponible' section shows a progress bar and the text 'Bastante amplia' with the number '77.959.000-95.285.000'. A warning message states: 'Debido a los requisitos de seguridad de los datos, la audiencia estimada disponible no incluye usuarios menores de 18 años. Las publicaciones de anuncios no se verán afectadas si cumplen con las normativas aplicables.'

Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de la propuesta inicial

**Figura 69**  
Estadística de la red

The screenshot shows the 'Panel para profesionales' in the TikTok app. The time is 21:40. The panel displays statistics for the period '12 de jul. - 10 de ago.': 'Cuentas alcanzadas' (82, 0%), 'Cuentas que interactuaron' (34, 0%), 'Total de seguidores' (95, 0%), and 'Contenido que compartiste' (6). Below the statistics are 'Tus herramientas' (Your tools) with options: 'Logros' (NUEVO), 'Inspiración' (NUEVO), 'Herramientas publicitarias', 'Contenido de marca', 'Respuestas guardadas' (Guarda respuestas a preguntas frecuentes), and 'Consejos y recursos' (Otros recursos útiles).

**Figura 70**  
Post promocional

The screenshot shows a promotional post from the 'fastproec' account. The time is 21:41. The post features a large graphic with the text '-25% EN TU PRIMER SERVICIO' and the 'FastPro' logo. A button says 'Descarga la app'. Below the graphic is a video thumbnail showing a person in a white uniform using a tool. The post has 11 likes and a caption: 'fastproec Por lanzamiento !! Descarga la app de FastPro, regístrate y recibe 25% por descuento al agendar tu primer servicio... más'. There is 1 comment and a translation option.

**Figura 71**  
*Estadística de la promoción*



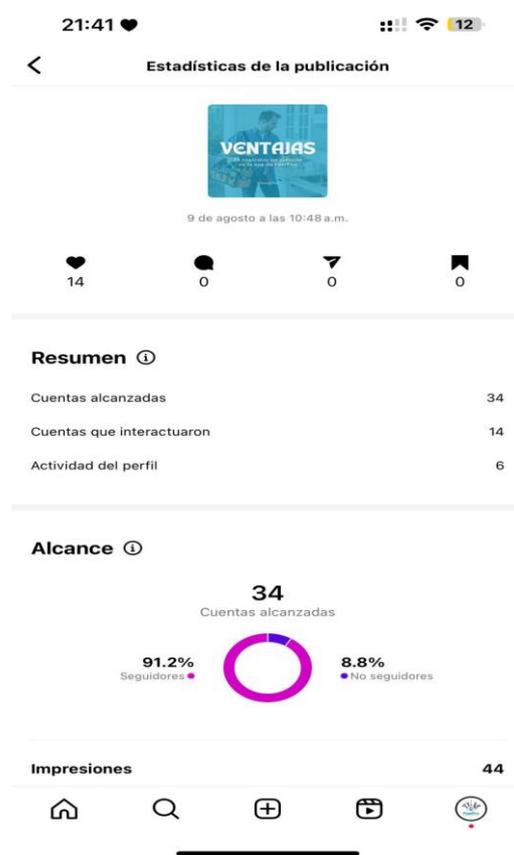
**Figura 72**  
*Post de interacción*



**Figura 73**  
*Post ventajas*



**Figura 74**  
*Interacciones*



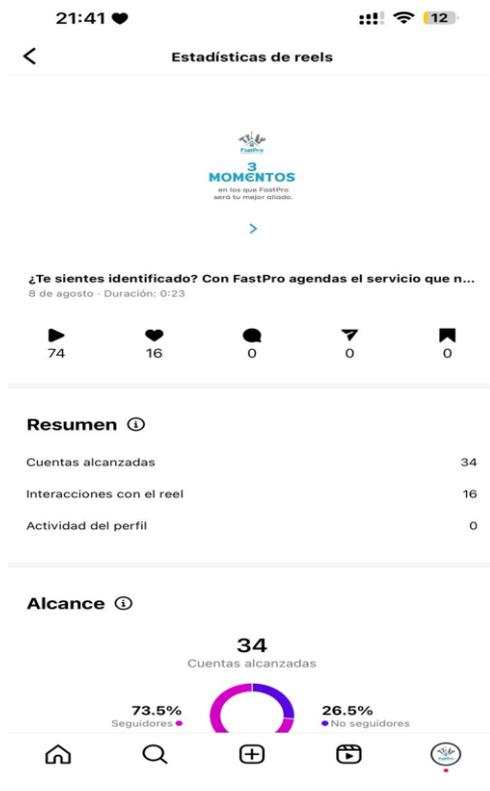
**Figura 75**  
Estadística de la oferta de servicios



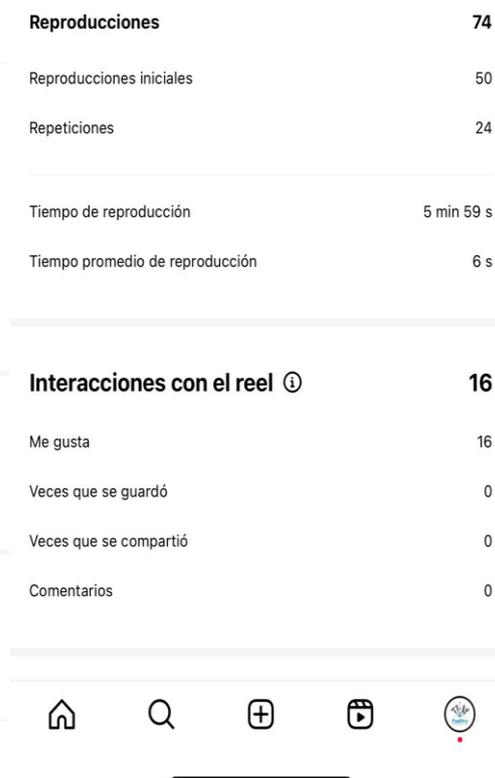
**Figura 76**  
Post promocional 1



**Figura 77**  
Estadística de la oferta de servicios



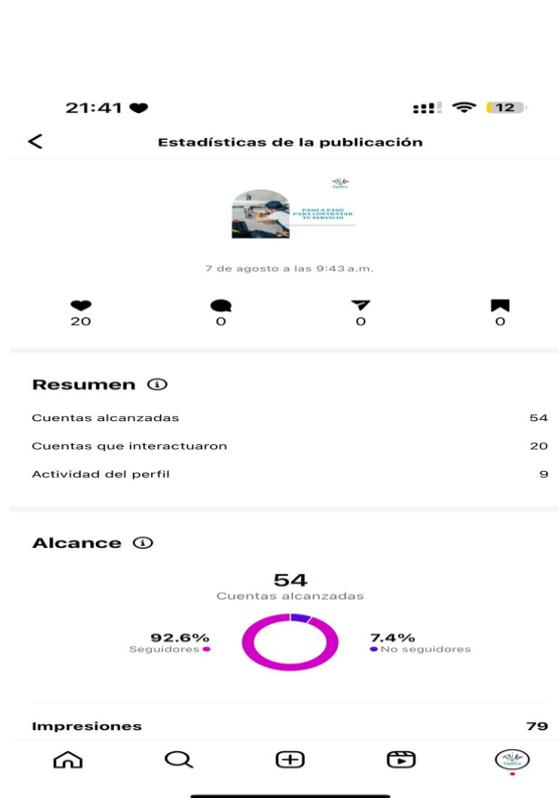
**Figura 78**  
Post estadística reproducciones



**Figura 79**  
*Post promocional 2*



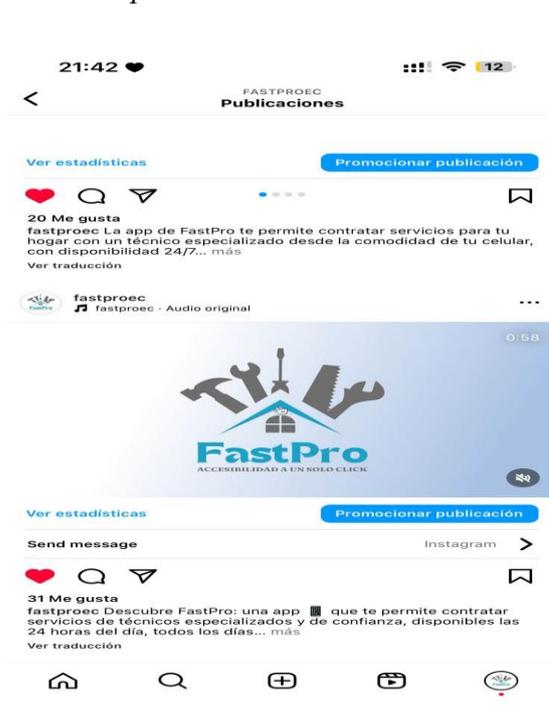
**Figura 80**  
*Estadística de la oferta de servicios*



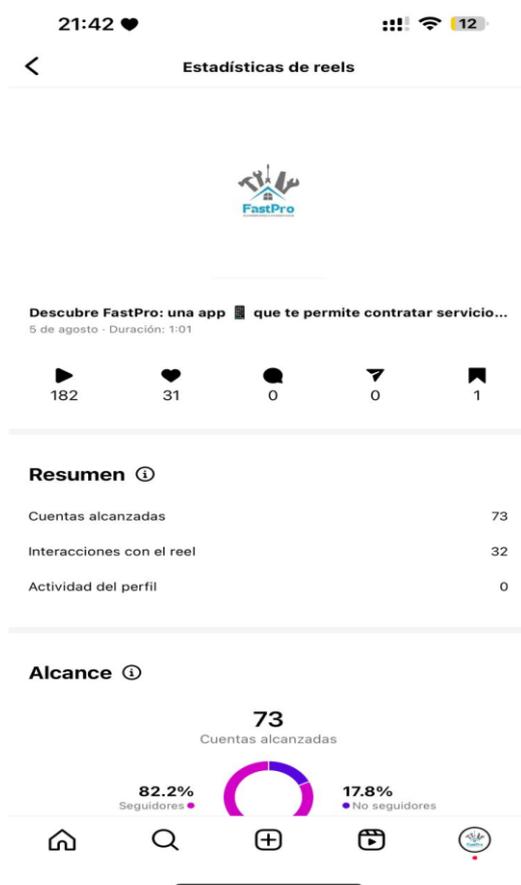
**Figura 81**  
*Post de comunicación*



**Figura 82**  
*Post promocional 3*



**Figura 83**  
*Estadística de la comunicación*



**Figura 84**  
*Estadística de la oferta de servicios*

<b>Reproducciones</b>	<b>181</b>
Reproducciones iniciales	103
Repeticiones	78
Tiempo de reproducción	31 min 2 s
Tiempo promedio de reproducción	16 s
<b>Interacciones con el reel</b>	<b>32</b>
Me gusta	31
Veces que se guardó	1
Veces que se compartió	0
Comentarios	0

## Relaciones Públicas

- *Comunicados de Prensa:* Se publicarán comunicados de prensa en medios locales sobre el lanzamiento y los beneficios de FastPro. Esto ayudará a generar cobertura mediática y a posicionar la marca en la mente de los consumidores.
- *Colaboraciones:* Las asociaciones con influencers y empresas locales aumentarán la visibilidad de FastPro. Estos pueden ayudar a difundir la marca a través de sus seguidores, creando una conexión más personal y auténtica con la audiencia.

## Fidelización

- *Programa de Referidos:* Se implementará un programa de incentivos para

usuarios que refieran nuevos clientes, lo que fomentará el crecimiento orgánico de la base de usuarios. Este enfoque no solo recompensa a los usuarios actuales, sino que también atrae a nuevos clientes a través de recomendaciones de confianza.

- *Descuentos y Promociones:* Se ofrecerán ofertas especiales para usuarios frecuentes y durante eventos especiales. Esto no solo incentivará la lealtad, sino que también motivará a los usuarios a utilizar la plataforma de manera más activa.

**Figura 85**  
*Programa de referidos FastPro*



Nota: Elaboración propia. A partir de información obtenida en identificación de propuesta inicial

La elección de estas redes sociales y estrategias de promoción se basa en su capacidad para conectar con la audiencia objetivo de manera efectiva, aprovechando las características

únicas de cada plataforma para maximizar el alcance y la interacción. Al integrar estas tácticas, FastPro busca no solo atraer nuevos usuarios, sino también construir una comunidad sólida y leal en torno a sus servicios.

### 6.3. Definición Estrategias del Marketing

En base a los objetivos específicos, se desarrollarán las siguientes estrategias y se asignará el presupuesto correspondiente:

**Objetivo 1: Generar conocimiento de marca y atraer a los primeros 4 clientes en el primer mes.**

*Estrategia 1: Campaña de lanzamiento en redes sociales y medios digitales.*

Se creará un video promocional que explique los servicios de FASTPRO y sus beneficios, el cual se publicará en todas las redes sociales y en la página web. Además, se realizarán anuncios pagados en Facebook, Instagram y Google Ads dirigidos al público objetivo. También se desarrollará una landing page específica para captar leads interesados en los servicios de FASTPRO.

#### Acciones:

- Creación y publicación de un video promocional.
- Anuncios pagados en Facebook, Instagram y Google Ads.
- Desarrollo landing page FastPro.

#### Presupuesto:

- Video promocional: \$700
- Anuncios pagados: \$1,000
- Landing page: \$500

**Total: \$2,200**

*Estrategia 2: Generar tráfico y suscripciones a través de contenido relevante.*

Se publicarán artículos en el blog sobre la importancia de los servicios generales para empresas y se creará una guía descargable sobre mantenimiento preventivo para oficinas a cambio de suscripciones. Adicionalmente, se monitoreará y evaluará el ranking del sitio en motores de búsqueda para ajustar estrategias.

**Acciones**

- Publicación de artículos en el blog.
- Creación de una guía descargable.
- Evaluación y ajuste de estrategias SEO.

**Presupuesto**

- Artículos y guía descargable: \$700
- SEO y ajustes: \$300

**Total: \$1,000*****Estrategia 3: Publicidad en medios tradicionales.***

Se realizarán anuncios en radio, televisión y vallas publicitarias en áreas urbanas de la Campaña FastPro "Accesibilidad a un solo click".

**Acciones**

- Anuncios en radio y televisión.
- Vallas publicitarias en áreas urbanas.

**Presupuesto**

- Anuncios en radio y televisión: \$1,500
- Vallas publicitarias: \$1,200

**Total: \$2,700****Objetivo 2: Aumentar en un 25% la interacción y compromiso en redes sociales*****Estrategia 1: Crear contenido interactivo y participativo.***

Se organizarán concursos y sorteos en redes sociales para incentivar la participación, y se establecerá un hashtag de la campaña para fomentar el uso y visibilidad de la marca. Además, se compartirán testimonios de los primeros clientes satisfechos.

**Acciones**

- Organización de concursos y sorteos en redes sociales.
- Establecimiento de un hashtag de campaña.
- Compartir testimonios de clientes.

**Presupuesto**

- Concursos y sorteos: \$600
- Gestión de redes sociales: \$400

**Total: \$1,000*****Estrategia 2: Implementar un programa de fidelización.***

Se creará un programa de puntos por la fidelización para los seguidores que interactúan en redes sociales y se promocionará este programa en todas las

plataformas sociales. La participación se monitoreará y se ajustará el programa según el feedback recibido.

<b>Acciones</b>	<b>Presupuesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un programa de puntos.</li> <li>• Promoción del programa en todas las plataformas sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de puntos: \$500</li> <li>• Promoción del programa: \$300</li> </ul>
<b>Total: \$800</b>	

### **Objetivo 3: Optimizar en un 30% la experiencia del usuario en la página web**

#### *Estrategia 1: Mejorar la navegabilidad y la interacción del sitio web.*

Se realizará un análisis de usabilidad del sitio web para identificar áreas de mejora. Posteriormente, se rediseñará la estructura y diseño del sitio web para hacerlo más amigable y fácil de navegar, asegurando que sea responsive y adecuado para dispositivos móviles.

<b>Acciones</b>	<b>Presupuesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de usabilidad del sitio web.</li> <li>• Rediseño de la estructura y diseño del sitio web.</li> <li>• Asegurar que el sitio sea responsive.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de usabilidad: \$300</li> <li>• Rediseño del sitio web: \$1,000</li> </ul>
<b>Total: \$1,300</b>	

#### *Estrategia 2: Implementar un módulo de atención al cliente en línea.*

Se desarrollará e implementará un chat en vivo para atención al cliente en el sitio web y se ofrecerá soporte en tiempo real a los visitantes. Este chat en vivo se promocionará a través de todas las plataformas de marketing.

**Acciones**

- Desarrollo e implementación de un chat en vivo.
- Promoción del chat en vivo en todas las plataformas.

**Presupuesto**

- Desarrollo del chat en vivo: \$700
- Promoción del chat en vivo: \$300

**Total: \$1,000*****Planificación de Recursos***

Para asegurar el éxito del lanzamiento y la ejecución de las estrategias, se necesitarán los siguientes recursos:

**1. Equipo de Marketing**

- **Planner Digital:** Responsable de la planificación y ejecución de campañas en redes sociales y medios digitales.
- **Redactor:** Creará contenido atractivo y relevante para las campañas y el blog.
- **Gráfico:** Diseñará materiales visuales para las campañas y la página web.
- **Web Master:** Gestionará y optimizará el sitio web.
- **SEO Specialist:** Mejorará el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda.
- **UX Designer:** Mejorará la experiencia del usuario en el sitio web.

**2. Presupuesto**

<b>Mes</b>	<b>Presupuesto \$</b>
<b>Agosto</b>	4.100
<b>Septiembre</b>	2.550
<b>Octubre</b>	3.350
<b>Total</b>	<b>10.000</b>

Nota: A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

Un total de \$10.000 para cubrir todas las estrategias y acciones detalladas en el plan de contenido.





## Medición y Evaluación

Para medir el éxito de las estrategias y objetivos planteados, se utilizarán los siguientes indicadores clave de rendimiento (KPI's):

### 1. Generación de Clientes

Número de clientes obtenidos en el primer mes.

Total de clientes obtenidos en el primer año.

### 2. Interacción y Compromiso en Redes Sociales

Tasa de interacción en publicaciones.

Número de seguidores en redes sociales.

Número de menciones y uso del hashtag de campaña.

### 3. Experiencia del Usuario en el Sitio Web

Tasa de conversión en el sitio web.

Tasa de rebote en el sitio web.

Satisfacción del usuario mediante encuestas post-servicio.

Mediante la revisión constante de estos indicadores y la realización de ajustes necesarios en las estrategias, FastPro podrá alcanzar sus objetivos de marketing y consolidarse como una marca líder en servicios generales en Quito.

## 6.4 Posicionamiento de mercado

El mercado objetivo se ha fijado la vibrante y dinámica ciudad de Quito, en la cual la empresa se posiciona como servicio líder para la contratación rápida y eficiente de trabajadores temporales. Entendemos las necesidades de la ciudad que combina una rica herencia histórica con un crecimiento urbano constante, donde empresas y residentes requieren soluciones inmediatas para sus desafíos laborales cotidianos.

**Slogan Propuesto:** *“Soluciones Rápidas y Confiables para el Trabajo Diario en Quito”*

## **Aspectos Clave del Posicionamiento:**

### **1. Conocimiento Local y Adaptación Cultural:**

- **Ventaja Competitiva:** Como un servicio arraigado en Quito, comprende particularidades del mercado local, desde los patrones de demanda estacionales hasta las expectativas culturales de servicio. Este conocimiento nos permite ofrecer una solución personalizada y adaptada a necesidades específicas de la ciudad.

### **2. Cobertura Urbana y Suburbana:**

- FastPro garantiza disponibilidad de trabajadores para cualquier área, abarcando tanto áreas urbanas densas como comunidades periféricas.

### **3. Disponibilidad Inmediata:**

- **Promesa:** En una ciudad en constante movimiento como Quito, la rapidez es esencial asegura la provisión de personal en cuestión de horas, respondiendo a las urgencias tanto de empresas como de hogares quiteños.

### **4. Versatilidad de Servicios:**

- Amplia gama de perfiles de trabajadores, desde operarios para mantenimiento, jardinería y limpieza, hasta personal de apoyo en eventos, seguridad, y construcción. Este portafolio versátil nos permite atender a diversos sectores clave de la ciudad.

### **5. Sostenibilidad y Responsabilidad Social:**

- **Imagen empresarial:** Comprometidos al desarrollo sostenible de Quito, "Jornalero Express" fomenta prácticas laborales justas y promueve la inclusión laboral, contribuyendo al bienestar de la comunidad y al crecimiento económico local.

#### 6.4.1. Demanda insatisfecha

Esta demanda responde a la pregunta 5 de la investigación de campo específicamente del mercado en donde se indica que el 96,55% de los encuestados se muestra muy interesado en el servicio por su utilidad de contratación rápida. Según un promedio de uso mensual del 40% permite estimar un promedio de consumo de \$31.615,00. Estimación de demanda potencial Basada en Hogares:

Quito tiene una población de alrededor de 2'679.722 habitantes; aproximadamente el 15-20% de la población urbana de Quito puede clasificarse en clase media-alta, equivalente entre 400,000 y 500,000 personas de clase media-alta; estimando un promedio de hogar de 3 a 4 personas, daría una estimación entre 75,000 y 100,000 hogares en Quito (INEC, 2023).

La demanda insatisfecha toma en cuenta 4 factores predominantes de consideraciones de este grupo de clientes y se calcula conservadoramente en un 10%, equivalente a 7.500 consumidores.

- **Precios elevados de maestros calificados:** El costo del bien o servicio actual es alto para los consumidores, pero por la calidad requieren de sus servicios.
- **Falta de disponibilidad de maestros calificados:** disponen de poco espacio para brindar servicios inmediatos.
- **Calidad insuficiente de maestros no calificados:** Los servicios disponibles en el mercado general no cumplen con expectativas o necesidades de los consumidores. La falta de cumplimiento puede generar desconfianza y disminuir la demanda de estos servicios.
- **Falta de información:** Los consumidores no disponen de información y garantía de cumplimiento de servicio de oferentes desconocidos.

### **6.4.2. Tasa de Crecimiento Empresarial**

El modelo de ingresos del emprendimiento de servicios FastPro se basa en varias fuentes variables. La principal fuente proviene de las visitas de trabajo a domicilio, proyectadas en siete semanales, con un total de 1.092 en el primer año y un crecimiento anual del 10%. Además, se generan ingresos a través de una publicidad digital por semana a \$60 cada una, y una alianza con proveedores estratégicos por \$3 cada una. Por último, tres inscripciones de FastPro por semana, con un ingreso neto de \$7 por inscripción, suman una fuente adicional. Estas variables combinadas ofrecen un sistema flexible para escalar el negocio. La Tasa de Crecimiento Empresarial se fijará en función de estos incrementos.

#### **Cálculo de la Tasa de Crecimiento Empresarial**

**Participación inicial:** 1.352 servicios varios

**Incremento anual:** 10 %

**Tasa de Crecimiento** = (Incremento/ Participación inicial) x 100

**Tasa de Crecimiento** = 10 %

La Tasa de Crecimiento Empresarial se ubica en 10% por año

## Evaluación Financiera

### 7.1 Ingresos por Ventas

El análisis de los ingresos presentados en la tabla muestra un crecimiento sostenido a lo largo de cinco años en distintas categorías de ingresos. En la sección de **Ofertas y Promociones Patrocinadas**, se observa un aumento en el total de ingresos, pasando de \$156,00 en el año 1 a \$407,03 en el año 5. Este crecimiento puede atribuirse a un incremento en la cantidad de ofertas y un ligero aumento en el precio, lo que sugiere una estrategia efectiva de marketing y promoción que ha captado la atención de los consumidores.

En cuanto a los **Programas de Afiliados**, también se evidencia un crecimiento significativo, con ingresos que aumentan de \$1.092,00 en el año 1 a \$2.849,18 en el año 5. Este incremento sugiere que los programas de afiliación han sido exitosos en atraer más afiliados y generar más ventas, lo que es crucial para la expansión del negocio. La tendencia positiva en esta categoría resalta la importancia de las alianzas estratégicas en el crecimiento de ingresos.

Por otro lado, los ingresos por **Suscripción de Proveedores y Comisiones por Transacción** muestran un comportamiento similar, con un aumento constante en los ingresos a lo largo de los años. La suscripción de proveedores crece de \$7.800,00 en el año 1 a \$20.351,31 en el año 5, indicando una mayor aceptación de este modelo de negocio. Las comisiones por transacción también reflejan un crecimiento, alcanzando \$58.824,19 en el año 5. Este análisis sugiere que la empresa no solo ha diversificado sus fuentes de ingresos, sino que también ha logrado optimizar cada una de estas áreas para maximizar su rentabilidad.

**Tabla 13***Ingresos por Ventas*

<b>Ingresos Por Ofertas y Promociones Patrocinadas</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ofertas y Promociones	52	57	64	73	85
Precio	\$60,00	\$66,60	\$74,59	\$84,29	\$96,09
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$3.120,00</b>	<b>\$3.809,52</b>	<b>\$4.778,66</b>	<b>\$6.155,87</b>	<b>\$8.140,53</b>
<b>Ingresos Por Programas de Afiliados</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Programas de Afiliados	156	172	192	219	254
Precio	\$7,00	\$7,77	\$8,70	\$9,83	\$11,21
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$1.092,00</b>	<b>\$1.333,33</b>	<b>\$1.672,53</b>	<b>\$2.154,56</b>	<b>\$2.849,18</b>
	156	172	192	219	254
<b>Ingresos Por Suscripción de los Proveedores</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Suscripción de los Proveedores	52	57	64	73	85
Precio	\$150,00	\$166,50	\$186,48	\$210,72	\$240,22
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$7.800,00</b>	<b>\$9.523,80</b>	<b>\$11.946,65</b>	<b>\$15.389,68</b>	<b>\$20.351,31</b>
	52	57	64	73	85
<b>Ingresos Por Comisiones por Transacción</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Comisiones por Transacción	1.092	1.201	1.223	1.245	1.267
Precio	\$18,75	\$20,81	\$21,00	\$21,19	\$21,38
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$20.475,00</b>	<b>\$24.999,98</b>	<b>\$25.683,84</b>	<b>\$26.375,90</b>	<b>\$27.076,14</b>
<b>Total Ingresos por Año</b>	<b>\$32.643,00</b>	<b>\$39.857,10</b>	<b>\$44.320,62</b>	<b>\$50.383,80</b>	<b>\$58.824,19</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## 7.2. Inversiones

### 7.2.1. Equipos de oficina

El equipo de oficina que se propone adquirir corresponde a la estructura organizacional de la empresa (5.2 Diseño Organizacional), donde se requiere un lugar de

trabajo para cada puesto, por lo que se espera que las compras adquiridas sean las siguientes:

**Tabla 14**  
*Equipos de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Cámara de Seguridad	2	\$ 50	\$ 100
Teléfono y Equipos de Computación	3	\$ 110	\$ 330
<b>Total</b>			<b>\$430,00</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

### **7.2.2. Muebles y Enseres**

Las inversiones en Muebles y Enseres ascienden a \$600,00

**Tabla 15**  
*Muebles de Enseres*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Escritorio	3	\$ 100	\$ 300
Silla	3	\$ 50	\$ 150
Archivadores	3	\$ 50	\$ 150
<b>Total</b>			<b>\$600,00</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

### **7.4.3. Equipo de cómputo**

Al igual que con las inversiones en equipo de oficina, se requieren las siguientes inversiones en equipos de cómputos:

**Tabla 16**  
*Equipos de cómputos*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Computadoras	3	\$ 450	\$ 1.350
RAC (Oracle Real Application Clusters)	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Impresora	1	\$ 250	\$ 250
			<b>\$2.600,00</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

Cabe destacar que Oracle Real Application Clusters (RAC) permite ejecutar una sola

base de datos Oracle en varios servidores para maximizar la disponibilidad y permitir la escalabilidad horizontal, a la vez que se accede al almacenamiento compartido.

#### 7.2.4. Activos Fijos

La tabla presenta un desglose detallado de las inversiones en diferentes categorías, incluyendo Equipos de Oficina, Muebles y Enseres, y Equipos de Computación. En la sección de Equipos de Oficina, se incluyen cámaras de seguridad y teléfonos, con un valor total de 430,00 y una depreciación anual de 43,00. Los Muebles y Enseres, que abarcan escritorios, archivadores y sillas, tienen un subtotal de 600,00, con una depreciación anual de 60,00. Estos activos contribuyen significativamente al equipamiento de la oficina, reflejando una inversión estratégica en infraestructura.

En la categoría de Equipos de Computación, se observa una inversión mayor, alcanzando un subtotal de 2.600,00, que incluye computadoras, un RAC y una impresora. La depreciación anual para esta categoría es de 866,67, lo que indica un desgaste considerable en comparación con las otras categorías. En total, la inversión acumulada es de 3.630,00, con una depreciación total de 969,67 y un valor en libros de 2.660,33. Este análisis sugiere que la empresa invierte significativamente en tecnología y mobiliario, esencial para mantener la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado.

**Tabla 17**

*Activos Fijos Tangibles*

Núm.	Detalle de Inversiones	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	Deprec. Anual	V. en Libros
<b>Equipos de Oficina</b>						
2	Cámaras de Seguridad	50,00	100,00	10	10,00	90,00
3	Teléfonos y equipo comunicación	110,00	330,00	10	33,00	297,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>430,00</b>		<b>43,00</b>	<b>387,00</b>
<b>Muebles y Enseres</b>						
3	Escritorios	100,00	300,00	10	30,00	270,00

<b>3</b>	Archivadores	50,00	150,00	10	15,00	135,00
<b>3</b>	Sillas	50,00	150,00	10	15,00	135,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>600,00</b>	<b>60,00</b>	<b>540,00</b>	
<b>Equipos de Computación</b>						
<b>3</b>	Computador	450,00	1.350,00	3	450,00	900,00
<b>1</b>	RAC	1.000,00	1.000,00	3	333,33	666,67
<b>1</b>	Impresora	250,00	250,00	3	83,33	166,67
<b>SUBTOTAL</b>			<b>2.600,00</b>	<b>866,67</b>	<b>1.733,33</b>	
<b>TOTAL</b>			<b>3.630,00</b>	<b>969,67</b>	<b>2.660,33</b>	

**Tabla 18***Activos Fijos Intangibles*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Desarrollo de la Aplicación móvil FastPro	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Gastos legales	1	\$ 600	\$ 600
Infraestructura y Servidores	1	\$ 800	\$ 800
Capacitación y Entrenamiento	1	\$ 1050	\$ 1.050
Publicidad Prepagada	1	11000	11.000
			<b>\$17.450</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**7.2.5. Inversión inicial**

La inversión inicial requerida para iniciar el proyecto es de 31.405,01 \$. Esta cantidad se desglosa en dos componentes principales: la inversión fija y capital de operación. La inversión fija, que incluye todos los activos tangibles y permanentes necesarios para el funcionamiento de la empresa, suma un total de \$21.080.00. Este monto refleja el gasto en

bienes que tienen una vida útil prolongada y que serán fundamentales para las operaciones diarias de la empresa.

Por otro lado, el capital de operación, que se refiere a los recursos financieros necesarios para cubrir los costos operativos en los primeros meses de funcionamiento, asciende a \$ 10.325,01. Este capital es esencial para garantizar la continuidad de las operaciones mientras la empresa comienza a generar ingresos. En conjunto, estos dos elementos conforman la inversión inicial, proporcionando la base financiera sólida necesaria para establecer y mantener las actividades comerciales desde el primer día.

**Tabla 19**

*Inversión*

<b>Detalle</b>	<b>Costo total</b>
1. Inversión Fija (tangible e intangible)	\$ 21.080,00
2. Capital de Operaciones	\$ 10.325,01
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 31.405,01</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

### 7.3. Sueldos y salarios

La tabla presenta sueldos y salarios de los empleados, desglosando los ingresos por cargo y tipo de sueldo. En la sección de Cargos, se enumeran tres posiciones: Gerente General, secretaria y Operadores de Marketing y Ventas. Cada uno de estos cargos tiene un sueldo base, así como un total de ingresos que incluye los sueldos extraordinarios, lo que permite una visión clara de la compensación total para cada puesto.

El total de ingresos para todos los empleados asciende a \$1,270.00. Este desglose incluye asignación del 13º y 14º sueldo, que son beneficios adicionales que se otorgan a los

empleados. La inclusión de estos sueldos extraordinarios es crucial para entender la compensación total que reciben los empleados a lo largo del año, resaltando la importancia de estos beneficios en la motivación y satisfacción laboral.

Finalmente, el aporte patronal se establece en un 11.15%, lo que implica un costo adicional para la empresa en términos de contribuciones sociales. El total mensual de los ingresos es de \$1,411.61, y el total anual alcanza \$19,301.26. Este análisis proporciona una visión clara del balance de personal, también permite a la empresa evaluar su estructura salarial y realizar ajustes necesarios para mantener competitividad y bienestar de sus empleados.

**Tabla 20***Sueldos y salarios*

No.	Cargo	INGRESOS						Aporte Patronal 11,15%	TOTAL	
		Sueldo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	13vo. Sueldo	14vo. Sueldo		Mensual	Anual
1	Gerente General	500,00	500,00	-	500,00	500,00	364,00	55,75	555,75	7.533,00
1	Secretaria	350,00	350,00	-	350,00	350,00	364,00	39,03	389,03	5.382,30
	Operadores									
1	Marketing y Ventas	420,00	420,00	-	420,00	420,00	364,00	46,83	466,83	6.385,96
<b>Total</b>		<b>\$1.270,00</b>	<b>\$1.270,00</b>			<b>\$1.270,00</b>	<b>\$1.092,00</b>	<b>\$141,61</b>	<b>\$1.411,61</b>	<b>\$19.301,26</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## 7.4. Financiamiento

El análisis del financiamiento presentado muestra que el proyecto está estructurado con una combinación de capital propio y financiamiento externo a través de un préstamo bancario. El capital propio representa el 57,32% del total de la inversión, sumando \$18,000.00 Esta contribución indica el compromiso de los propietarios con el proyecto, aportando una cantidad significativa de sus propios recursos para financiar la operación. Este nivel de inversión propia también ayuda a mitigar el riesgo financiero, ya que reduce la dependencia del financiamiento externo.

El 42,68% restante del financiamiento, equivalente a \$13,405.01, proviene de un préstamo bancario. Esta mayor proporción de deuda implica que la empresa tendrá obligaciones de pago regulares en forma de intereses y amortización del capital. Aunque el uso del préstamo permite al proyecto acceder a más recursos para la inversión inicial, introduce una mayor responsabilidad financiera, que debe gestionarse cuidadosamente para evitar problemas de liquidez. En general, la combinación de financiamiento propio y bancario proporciona un equilibrio entre riesgo y capacidad de inversión, pero requiere una gestión eficiente de los recursos para asegurar la sostenibilidad financiera del proyecto a largo plazo.

**Tabla 21**

*Composición del financiamiento*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Capital Propio	18.000,00	57,32%
Préstamo Bancario	13.405,01	42,68%
<b>Total</b>	<b>31.405,01</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Tabla 22***Composición del financiamiento Propio*

<b>CONTRIBUCIÓN DE SOCIOS EN CAPITAL PROPIO</b>			
		Contribución	
		%	
<b>SOCIO 1</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>SOCIO 2</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>SOCIO 3</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>SOCIO 4</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>SOCIO 5</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>SOCIO 6</b>		16.7%	\$3,000.00
<b>TOTAL NÚMERO DE SOCIOS</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 18.000,00</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**7.5. Tasa y amortización anual del préstamo**

El cronograma de pagos del préstamo se estima a una tasa de interés efectiva del 11.83%, que es una tasa más conservadora comparada con la tasa nominal del 7.6% ofrecida por el Banco del Pichincha. Esta tasa efectiva incluye no solo los intereses nominales, sino también otros costos asociados al préstamo, reflejando el verdadero costo financiero del crédito. Se muestra el pago total a realizar cada año, así como la distribución entre capital e intereses. En total, el monto pagado en los cinco años asciende a 18.515,16 \$; incluye la amortización del capital y los intereses generados.

Cada año, el pago es constante, fijándose en \$ 3.703,03. Sin embargo, la proporción de capital e intereses varía a lo largo del tiempo. En el primer año, se amortiza \$ 2.117,22 del capital y se pagan \$ 1.585,81 en intereses. Conforme avanza el tiempo, la cantidad destinada al capital aumenta y los intereses disminuyen, característico de los préstamos amortizables.

Al final del período de cinco años, el saldo total del préstamo es de \$ 13.405,01; con un total de capital amortizado de \$ 13.405,01 y un total de intereses pagados de \$ 5.110,15. Este análisis permite entender cómo se distribuyen los pagos a lo largo del tiempo y cómo

se reduce la deuda principal a medida que se realizan los pagos anuales.

**Tabla 23**

*Amortización anual del Préstamo*

<b>Tasa Préstamo</b>		<b>11,83%</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>PAGO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>SALDO</b>
0				13.405,01
1	3.703,03	2.117,22	1.585,81	11.287,79
2	3.703,03	2.367,69	1.335,35	8.920,11
3	3.703,03	2.647,78	1.055,25	6.272,32
4	3.703,03	2.961,02	742,02	3.311,31
5	3.703,03	3.311,31	391,73	-
<b>TOTAL</b>	<b>18.515,16</b>	<b>13.405,01</b>	<b>5.110,15</b>	

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## 7.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio muestra que la empresa alcanza su punto de equilibrio al operar los 3,92 meses, al inicio del primer año, la empresa recupera la inversión. La tabla presenta un análisis del punto de equilibrio a lo largo de cinco años, mostrando los costos totales, costos fijos, costos variables y ventas totales. En el año 0, el costo total es de \$9,385.96, con costos fijos de \$3,000.00 y costos variables de \$6,385.96. Esta información es crucial para entender la estructura de costos de la empresa y evaluar su rentabilidad.

A medida que avanzan los años, se observa un incremento en los costos totales y en ventas. Por ejemplo, en el año 5, el costo total asciende a \$16,667.61, mientras que las ventas alcanzan los \$56,141.99. Este crecimiento en las ventas es positivo, ya que indica un aumento en la actividad comercial de la empresa, lo que puede contribuir a mejorar la rentabilidad.

El análisis del punto de equilibrio permite a la empresa identificar el nivel de ventas necesario para cubrir todos sus costos. Con esta información, se pueden tomar decisiones

estratégicas para optimizar costos y maximizar ganancias, asegurando la sostenibilidad financiera a largo plazo.

**Tabla 24**

*Punto de equilibrio*

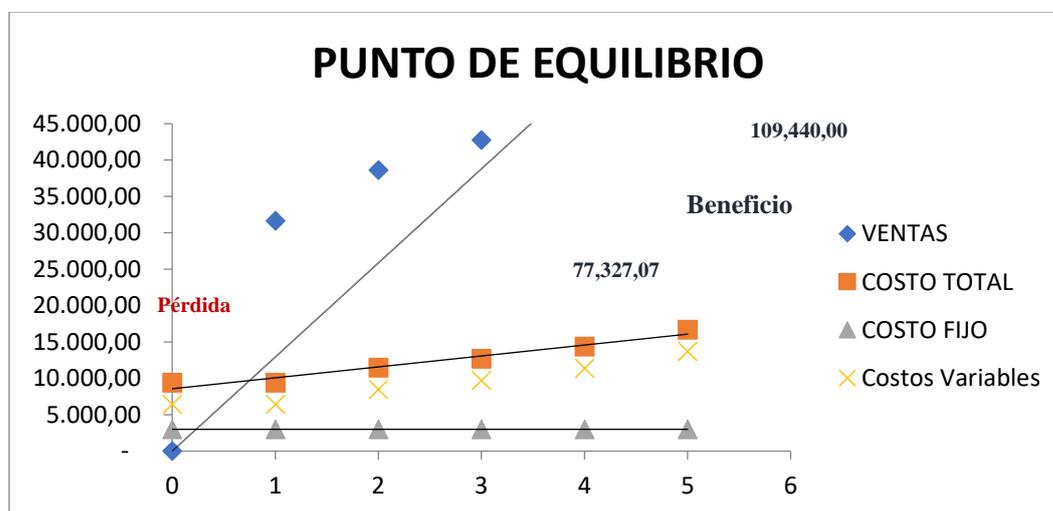
Años	Costo Total	Costo Fijo	Costos Variables	Ventas Totales
0	9.385,96	3.000,00	6.385,96	-
1	9.385,96	3.000,00	6.385,96	31.615,00
2	11.460,00	3.000,00	8.460,00	38.601,92
3	12.690,00	3.000,00	9.690,00	42.745,11
4	14.355,94	3.000,00	11.355,94	48.355,52
5	16.667,61	3.000,00	13.667,61	56.141,99
<b>PE:</b>	3,92 meses			\$ 10.325,01

Costos Variables = Costo Total – Costos Fijos

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Figura 86**

*Punto de Equilibrio*



Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

**Cálculo del Punto de Equilibrio en Valor Monetario:**

$$PE = (31.615/12) * X = 10.325,01$$

$$X = 10.325,01 / 2634,58 = 3,92 \text{ meses}$$

## 7.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado financiero presentado muestra de resultados de la empresa en cinco períodos. Los ingresos obtenidos en el primer período fueron de 32.643,00 y 58.824,19 en el quinto. A pesar de los incrementos en los costos del servicio, la utilidad bruta también creció, lo que indica una gestión efectiva de los costos en relación con el aumento de ingresos. Sin embargo, los gastos administrativos y de ventas también han crecido, lo que podría afectar la utilidad neta si no se controlan conservadoramente.

En cuanto a la utilidad neta, se observa un aumento constante, alcanzando 16.354,28 en el quinto período. El crecimiento sugiere que, a pesar de los costos y gastos, la empresa logra mantener una rentabilidad positiva.

**Tabla 25**

### *Estado de Pérdidas y Ganancias*

Descripción	Períodos				
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos obtenidos</b>	<b>32.643,00</b>	<b>39.857,10</b>	<b>44.320,62</b>	<b>50.383,80</b>	<b>58.824,19</b>
<b>Costos del servicio</b>	<b>9.385,96</b>	<b>11.460,26</b>	<b>12.743,67</b>	<b>14.487,04</b>	<b>16.913,93</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>23.257,04</b>	<b>28.396,85</b>	<b>31.576,95</b>	<b>35.896,76</b>	<b>41.910,26</b>
<b>Gastos</b>	<b>14.112,97</b>	<b>14.442,91</b>	<b>14.916,86</b>	<b>15.390,80</b>	<b>15.864,75</b>
Gastos Administrativos	11.697,30	11.931,25	12.165,19	12.399,14	12.633,08
Gastos de Ventas	960,00	1.056,00	1.296,00	1.536,00	1.776,00
Depreciación de Activos	969,67	969,67	969,67	969,67	969,67
Amortización Intangibles	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>9.144,07</b>	<b>13.953,93</b>	<b>16.660,09</b>	<b>20.505,96</b>	<b>26.045,51</b>
Gastos Financieros	1.585,81	1.335,35	1.055,25	742,02	391,73
<b>Utilidad Antes Part. Trab.</b>	<b>7.558,26</b>	<b>12.618,59</b>	<b>15.604,85</b>	<b>19.763,94</b>	<b>25.653,78</b>
<b>15% Part. de Trabajadores</b>	<b>1.133,74</b>	<b>1.892,79</b>	<b>2.340,73</b>	<b>2.964,59</b>	<b>3.848,07</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>6.424,52</b>	<b>10.725,80</b>	<b>13.264,12</b>	<b>16.799,35</b>	<b>21.805,71</b>
<b>25% Impuesto a la Renta</b>	<b>1.606,13</b>	<b>2.681,45</b>	<b>3.316,03</b>	<b>4.199,84</b>	<b>5.451,43</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>4.818,39</b>	<b>8.044,35</b>	<b>9.948,09</b>	<b>12.599,51</b>	<b>16.354,28</b>

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## 7.8. Estado de Flujo de Caja

El flujo de caja abarca el período de 2024 a 2029, muestra entradas y salidas de efectivo relacionadas con la venta de productos y gastos operativos. En cuanto a las salidas de efectivo, se detallan gastos operativos como sueldos, alquiler, servicios básicos y otros costos administrativos. En 2024, las salidas totales son de \$ 32.091,81 con un incremento gradual a lo largo de los años. A pesar del aumento en los gastos, la diferencia entre entradas y salidas muestra un flujo de caja neto positivo, lo que indica que la empresa estaría generando más efectivo del que gasta.

El análisis incluye indicadores financieros clave como la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18,16 % y Valor Actual Neto (VAN) de \$9.560,09. Estos resultados sugieren que el proyecto es viable y rentable, lo que podría atraer inversiones adicionales y permitir una mejor planificación financiera a largo plazo.

**Tabla 26**  
*Flujo de Caja*

Descripción	Periodos					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
<b>**Entrada de efectivo**</b>						
<b>Venta de productos</b>						
Ingresos obtenidos		32.643,00	39.857,10	44.320,62	50.383,80	58.824,19
Otros ingresos						
<b>**Total entradas**</b>		<b>32.643,00</b>	<b>39.857,10</b>	<b>44.320,62</b>	<b>50.383,80</b>	<b>58.824,19</b>
<b>**Salidas de Efectivo**</b>						
<b>Gastos operativos</b>						
Sueldos y Salarios	0	6.385,96	6.513,68	6.774,23	7.180,68	7.755,13
Alquiler		1.800,00	1.836,00	1.909,44	2.024,01	2.185,93
Servicios Básicos		720,00	734,40	763,78	809,60	874,37
Otros gastos		480,00	489,60	509,18	539,74	582,91
Gastos administrativos		13.884,97	14.162,67	14.729,17	15.612,92	16.861,96
Gastos de ventas		7.345,96	7.492,88	7.792,59	8.260,15	8.920,96
Gastos financieros		1.474,93	1.213,88	920,23	589,89	218,28
<b>**Total Salidas**</b>		<b>32.091,81</b>	<b>31.229,22</b>	<b>32.478,39</b>	<b>34.427,10</b>	<b>37.181,26</b>
<b>**Flujo de caja neto**</b>						
Entradas - Salidas	-31.405,01	551,19	8.627,88	11.842,23	15.956,70	21.642,92

Capital Propio	-18.000,00
Préstamo Bancario	-13.405,01
TIR	18,16%
VAN	9.560,09

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

### 7.9. Evaluación Económica VAN, TIR y PRI

El análisis de la inversión revela que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18,16% es notablemente superior al costo de capital típico, lo que sugiere que el proyecto tiene un alto potencial de rentabilidad. Además, el hecho de que el VAN sea positivo, con un valor de \$9.560,09 refuerza la viabilidad del proyecto, ya que implica que, descontando los flujos de caja futuros, el proyecto generará un valor adicional considerable.

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 0,333 año, ya que la inversión inicial se recupera completamente en 2025 o 3,92 meses de labores. La inversión inicial de -\$31.405,01 se recupera en el primero año.

#### Cálculo del Período de Recuperación

Flujo acumulado al tercer año: \$ 44.320,62

Saldo pendiente: \$31.405,01

Flujo acumulado al cuarto año: \$50.383,80

Saldo pendiente: \$31.405,01 - \$50.383,80 = -\$18.978,79 a favor

Saldo pendiente al final del Año 4: \$18.978,79

### 7.10 Escenarios Financieros

El análisis de diferentes escenarios financieros revela un panorama claro sobre la viabilidad de la operación en función de años de labores. En el escenario pesimista, con 0 ventas, se presenta una pérdida significativa, ya que no se generan ingresos y los costos totales son elevados. Esto subraya la importancia de alcanzar como referencia al menos el punto de equilibrio, alcanzado en el primer año, donde se empieza a generar utilidad. Este

punto es crucial para la sostenibilidad del negocio, ya que indica que los ingresos comienzan a cubrir los costos fijos y variables.

A medida que aumentan los ingresos anuales, los escenarios se vuelven más optimistas. En el escenario esperado, la utilidad aumenta considerablemente, lo que sugiere un crecimiento en la demanda o eficiencia en la producción. Finalmente, en los escenarios optimistas (quinto año), se observa un incremento notable en los ingresos y utilidades, lo que resalta el potencial de crecimiento del negocio. El punto de equilibrio se consigue en los 3,92 meses; luego al finalizar el año 1 queda aún una utilidad de \$ 22.212,13 luego de cubrir costos totales.

**Tabla 27**  
*Análisis de Escenarios*

Años	Ventas Totales	Costo Total	UTILIDAD	ESCENARIOS
0	-	\$10.430,87	- \$10.430,87	Pesimista
1	32.643,00	10430,87	22.212,13	Punto de Equilibrio
2	39.857,10	11.460,00	28.397,10	
3	44.320,62	12.690,00	31.630,62	Esperado
4	50.383,80	14.355,94	36.027,86	
5	58.824,19	16.667,61	42.156,58	Optimista

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

### 7.11 Determinación del WACC (Weighted Average Cost of Capital)

La determinación del WACC (Weighted Average Cost of Capital) al 9,30% es un indicador positivo para evaluar el costo promedio de financiar un proyecto a través de deuda y capital. Este porcentaje refleja la tasa mínima de retorno que una empresa debe generar para satisfacer a sus inversores y acreedores. Un WACC de 9,30% sugiere que, para que el proyecto sea considerado viable, debe ofrecer rendimientos superiores a esta tasa, lo cual es positivo dado que la TIR del proyecto es del 18,16%.

**Tabla 28***Determinación del WACC*

D ->	Monto de Deuda
C ->	Monto de Capital
Kd ->	Costo de Deuda
T ->	Tasa de Impuestos
Ke ->	Costo de Capital
Rf ->	Tasa Libre de Riesgo

**FÓRMULA:****DATOS:**

CPPC=

$$Rd * (1-Tc) * D / (D + E) + Re * E / (E + D)$$

E =	18.000,00
D =	13.405,01
Rd =	11,83%
Re =	9,35%
Tc =	22%

Inversión Total	31.405,01
-----------------	-----------

(\*). Fuente Banco Central tasa promedio ponderada inversiones > 1 año

**RESPUESTA:**

<b>Wacc</b>	<b>9,30%</b>
-------------	--------------

Nota: Elaboración propia. A partir de la información obtenida en la identificación de la propuesta inicial

## Conclusiones y Recomendaciones

### 8.1 Conclusiones

Al realizar un análisis exhaustivo del mercado ecuatoriano para identificar las necesidades y demandas de los usuarios en términos de servicios generales, se determinó que existe una creciente demanda por servicios técnicos profesionales confiables y accesibles. Los usuarios buscan soluciones rápidas y eficientes para problemas cotidianos en sus hogares y negocios, lo que indica una gran oportunidad para la APP FastPro. La competencia en el mercado es significativa, con varias empresas ofreciendo servicios similares, pero la falta de integración de múltiples servicios en una sola plataforma representa una ventaja competitiva para FastPro. Las tendencias del mercado también muestran un aumento en la adopción de tecnologías móviles y aplicaciones para la gestión de servicios, lo que favorece el lanzamiento de FastPro.

El desarrollo de estrategias de marketing sólidas y personalizadas es crucial para el éxito de FastPro. Se identificó que las estrategias de marketing digital, incluidas las campañas en redes sociales y publicidad en línea, son efectivas para captar la atención de los usuarios potenciales. La creación de contenido de valor y la promoción de testimonios de clientes satisfechos son fundamentales para fomentar la adopción de la aplicación. Además, las alianzas estratégicas con empresas y proveedores locales pueden aumentar la visibilidad y credibilidad de FastPro en el mercado ecuatoriano. La personalización de las estrategias de marketing, adaptándose a las características demográficas y psicográficas de los usuarios ecuatorianos, es esencial para el éxito de la aplicación.

Las proyecciones financieras detalladas mostraron que la APP FastPro es económicamente viable y rentable tanto a corto como a largo plazo. Resultando que al determinar la viabilidad financiera de la microempresa se determinó una inversión total de

\$ 31.405,01; en donde luego de cinco años se obtiene un Valor Actual Neto de \$9.560,09. Un TIR de 18,16% y una Período de Recuperación de la Inversión al cuarto año, por lo que se concluye que el negocio mediante una APP es viable y recomendable.

## **8.2 Recomendaciones**

Para asegurar que FastPro se mantenga relevante y competitiva, es fundamental realizar estudios de mercado continuos y obtener retroalimentación directa de los usuarios. Esto permitirá ajustar la oferta de servicios de acuerdo con las necesidades emergentes y mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y la competencia. Además, es esencial evaluar constantemente a los competidores para adaptar las estrategias y aprovechar la ventaja competitiva de ofrecer múltiples servicios integrados en una sola plataforma.

Es crucial implementar estrategias de marketing digital avanzadas, como campañas de remarketing y optimización de motores de búsqueda (SEO), para aumentar la visibilidad de FastPro. Crear y compartir contenido de valor relevante para los usuarios y promover testimonios de clientes satisfechos ayudará a generar confianza y fomentar la adopción de la aplicación. Establecer alianzas con empresas y proveedores locales puede aumentar la visibilidad y credibilidad de FastPro, proporcionando beneficios mutuos y promocionando la aplicación de manera conjunta.

Revisar y actualizar regularmente las proyecciones financieras es necesario para reflejar las condiciones cambiantes del mercado y asegurar la viabilidad económica a corto y largo plazo. Implementar controles financieros estrictos ayudará a gestionar los costos operativos y maximizar la rentabilidad. Además, explorar opciones de financiamiento y subvenciones apoyará el crecimiento y la expansión del negocio, asegurando un flujo constante de fondos para inversiones futuras y fortaleciendo la posición financiera de FastPro.

## Referencias

- Almeida-Santana, A., David, T., & Moreno-Gil, S. (2019). *Uso de plataformas digitales en turismo: Su impacto en la economía colaborativa en economía colaborativa*. CONGRESO INTERNACIONAL EL SECTOR TURÍSTICO ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO.
- Arellano, C., Arellano, D., Ushiña, N. ., & Corral, L. (2024). *Plan de negocio para la creación de una microempresa de servicio De hospedaje para mascotas a través de la aplicación*. QUITO/: Doctoral dissertation, UIDE.
- Arribas, A., & Islas, O. (2021). *El prosumidor en la economía colaborativa: nueva manera de participar en el mercado de consumo*. Universidad de La Sabana.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos*. . Quito: Registro Oficial 557.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. . Quito: Registro Oficial Suplemento 459.
- Banco Central del Ecuador. (12 de 05 de 2023). *Reporte de Inflación*. . Obtenido de Banco Central del Ecuador.: <https://www.bce.fin.ec> › informacioneconomica
- Banco Mundial. (18 de 05 de 2023). *Ecuador: Panorama General*. . Obtenido de [bancomundial.org](https://www.bancomundial.org) : <https://www.bancomundial.org> › ecuador › overview
- Cárdenas, M. (2023). Impacto económico de las plataformas de transporte en la economía colaborativa de Iberoamérica: una revisión sistemática. *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 432–446. Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/1328>
- Christensen, C., Raynor, M., & McDonald, R. (2015). *Disruptive innovation*. Brighton, MA, USA: *Harvard Business Review*., 20151-20111.

- Dávalos, N. (1 de Febrero de 2020). Una 'app' local para encontrar albañiles, plomeros y electricistas. *Primicias*.
- Demarquet, M., & Aguirre, L. (2022). Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de Guayaquil. *RES NON VERBA Revista Científica*, 90-106. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/download/677/418/1813>
- España Digital. (2024). *Emprendimiento digital y startup ed.2023*. Obtenido de <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Emprendimiento-digital-y-startup-ed2023>
- Fernández, C., Sandoval, H., & Leyla, A. (2021). *El desafío de los nuevos modelos de negocio de la economía colaborativa en sectores económicos tradicionales*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Godoy, P., Álava, M., Añapa, W., & Quiñóñez, H. (2022). Aplicaciones móviles en modelos de microemprendimientos: Métricas y fortalezas en el comercio ecuatoriano. *Revista de Medios y Educación*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/360069388\\_Aplicaciones\\_moviles\\_en\\_modelos\\_de\\_microemprendimientos\\_Metricas\\_y\\_fortalezas\\_en\\_el\\_comercio\\_ecuatoriano](https://www.researchgate.net/publication/360069388_Aplicaciones_moviles_en_modelos_de_microemprendimientos_Metricas_y_fortalezas_en_el_comercio_ecuatoriano)
- Gulati, R., & Sytch, M. (2007). Dependence asymmetry and joint dependence in interorganizational relationships: Effects of embeddedness on a manufacturer's performance in procurement relationships. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 32-69. *Administrative Science Quarterly*, 1, 32-69.
- INEC. (2023). *Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)*. Obtenido de [ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec): <https://www.ecuadorencifras.gob.ec> › estadísticas
- International Crisis Group. (21 de 05 de 2023). *Ecuador's Political Landscape and Its Impact on Business*. Obtenido de [crisisgroup.org](https://www.crisisgroup.org):

<https://www.crisisgroup.org/es/taxonomy/term/77>

- LEXIS. (27 de Diciembre de 2023). *El Panorama Digital en Ecuador en 2023: Estadísticas de Usuarios de Internet, Redes Sociales y Conexiones Móviles*. Obtenido de <https://www.lexis.com.ec/blog/legaltech/el-panorama-digital-en-ecuador-en-2023-estadisticas-de-usuarios-de-internet-redes-sociales-y-conexiones-moviles>
- Líderes. (2023). *Los servicios de las aplicaciones se expanden en Ecuador*. Obtenido de El Comercio: <https://www.revistalideres.ec/lideres/servicios-aplicaciones-expanden-ecuador.html>
- Martínez, A., Pérez, J., & Gómez, M. (2021). Transformando el sector de servicios: Caso de éxito de ServiApp Ecuador. *Revista de Innovación Tecnológica*, 7(2), 45-62.
- Maya, N., Quevedo, T., Carrión, D., & Sánchez, P. (2022). *Economía de plataformas en Ecuador*. Rosa Luxemburg Stiftung. Obtenido de <https://www.rosalux.org.ec/economia-de-plataformas-en-ecuador/>
- Mendoza- Vargas, E., Chávez-Rojas, E., & Escobar-Terán, H. (2024). E-commerce: la oportunidad para el emprendimiento digital desde cero. *Digital Publisher*, 1086-1096. Obtenido de emprendimiento digital desde cero
- Mendoza, J., Mejía, E., Agua, J., Vasco, M., Zurita, J., & Litardo, J. (2023). Economía colaborativa: nuevas tendencias de producción y consumo. *South Florida Journal of Development*, 3612–3629. Obtenido de <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/3286>
- Ministerio de Producción, C. E. (21 de 05 de 2023). *Incentivos y Programas de Apoyo para Empresas Tecnológicas*. Obtenido de [produccion.gob.ec](https://www.produccion.gob.ec): <https://www.produccion.gob.ec>
- MINTEL. (18 de 06 de 2023). *Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la*

*Información de Ecuador. Tendencias de mercado de aplicaciones en Ecuador.* .

Obtenido de MINTEL: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec>

Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy—And How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company. Wall Street Journal.

Primicias. (2024). *noticias/economia/ventas-comercio-industrias-ciudades-ecuador*  
*Primicias Ecuador*. Obtenido de  
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-comercio-industrias-ciudades-ecuador/> : <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-comercio-industrias-ciudades-ecuador/>

Salgado, J. (2023). El Emprendimiento en el Ecuador. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanas*, 4609–4634. Obtenido de  
<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/download/923/1255>

Schumpeter, J. (2010). *Capitalism, Socialism and Democracy*. . Routledge.Harvard University Press. Obtenido de *The Journal of Political Economy*, 50(2), 142-143.

Smith, R., & Johnson, L. (2020). *Handy: Disrupting the Home Services Industry*. *Journal of Business Innovation*, 15(3), 102-118.

Solomon, M. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.)*. Pearson.

Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2023). *Boletín Estadístico*. Obtenido de [uperbancos.gob.ec](https://www.superbancos.gob.ec): <https://www.superbancos.gob.ec> › portalestudios

WebCreek. (18 de 06 de 2023). *Costos de desarrollo de aplicaciones en Ecuador.* . Obtenido de WebCreek website.: [www.webcreek.com](http://www.webcreek.com)

## Anexos

### Instrumento de recolección de información

#### Encuesta de lanzamiento de la nueva app FastPro

1. ¿Qué tan a menudo utiliza servicios como plomería, electricidad, limpieza, etc.?
  - Una vez al mes o más
  - Cada pocos meses
  - Una vez al año
  - Casi nunca
  
2. ¿De qué manera localiza actualmente a los proveedores de estos servicios?
  - Recomendaciones de amigos/familiares
  - Búsqueda en internet
  - Anuncios en redes sociales
  - Páginas amarillas
  - Otro: \_\_\_\_\_
  
3. ¿Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al buscar y contratar estos servicios? (Seleccione todas las que correspondan)
  - Dificultad para encontrar proveedores de confianza
  - Precios elevados
  - Disponibilidad limitada de los proveedores
  - Falta de reseñas o calificaciones
  - Otro: \_\_\_\_\_
  
4. ¿Qué tan importante es para usted que la aplicación tenga una interfaz de usuario intuitiva?
  - Muy importante
  - Importante
  - Moderadamente importante
  - Poco importante
  - Nada importante
  
5. ¿Cuán útil le parece la funcionalidad básica de búsqueda y contratación de servicios en una aplicación?
  - Muy útil
  - Útil
  - Moderadamente útil
  - Poco útil
  - Nada útil

6. ¿Qué tan importante es la capacidad de registrar usuarios y perfiles de proveedores?

- Muy importante
- Importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

7. ¿Cuánto valoraría un sistema de calificación y reseñas para proveedores y usuarios de FastPro?

- Muy valioso
- Valioso
- Moderadamente valioso
- Poco valioso
- Nada valioso

8. ¿Qué tan importante es para usted la funcionalidad de programación de citas y pagos en línea de FastPro?

- Muy importante
- Importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

9. ¿Cuán útil considera la integración con servicios de geolocalización para encontrar proveedores cercanos?

- Muy útil
- Útil
- Moderadamente útil
- Poco útil
- Nada útil

10. ¿Qué tan interesado estaría en una funcionalidad de chat en tiempo real entre usuarios y proveedores en FastPro?

- Muy interesado
- Interesado
- Moderadamente interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

11. ¿Cuán importante es para usted tener opciones de personalización de perfiles de usuarios en FastPro?

- Muy importante
- Importante

- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Qué tan atractivo le parecerían ofertas y promociones exclusivas para usuarios frecuentes?

- Muy atractivo
- Atractivo
- Moderadamente atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

13. Edad

- Menos de 18 años
- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- Más de 55 años

14. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro
- Prefiero no decirlo

15. Ocupación

- Estudiante
- Empleado/a
- Empresario/a
- Desempleado/a
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional para mejorar la aplicación FastPro?

---

Agradecemos su tiempo y colaboración para ayudarnos a mejorar FastPro.