



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CONECTA-DOS: Plataforma Freelance

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

**AUTORES**

Cantinet Huaman, Natalie Allison (0000-0002-6417-3213)

Calle Espinoza, Katherin Fiorella (0000-0001-8096-400X)

Cisneros Espinoza, Nicolás Mauricio (0000-0003-0155-1034)

Flores Aguilar, Enrique Jesús (0000-0002-4518-1170)

Hidalgo Ramírez, Joaquín Francisco (0000-0002-1654-6740)

**ASESORA**

Rojas Plasencia, Karina Milagros (0000-0001-9324-9478)

**Lima, 08 de Julio del 2021**

## *DEDICATORIA*

*Dedicamos este proyecto de implementación a Dios, que guió cada uno de nuestros pasos a lo largo de nuestra carrera universitaria para poder tomar las decisiones correctas como futuros profesionales. Asimismo, el presente trabajo está dedicado a nuestros padres, quienes con esfuerzo hicieron posible que lleguemos a este tramo, y nos motivaron en las circunstancias difíciles a seguir adelante y no desistir. De la misma manera, el presente trabajo va dedicado a nuestros educadores, quienes fueron nuestra guía y apoyo en el ámbito académico y personal.*

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a nuestros padres por su apoyo incondicional a lo largo de nuestra etapa universitaria, y por ser nuestro soporte y motivación ante las dificultades que atravesamos en el camino.

En segundo lugar, agradecemos a todos nuestros profesores, que nos han transmitido todas sus enseñanzas y nos han guiado durante estos años académicos, en especial a la Profesora Karina Milagros Rojas Plasencia, quien fue nuestra asesora de investigación, y con su amplio conocimiento y experiencia nos encaminó en todas las etapas de elaboración del presente trabajo.

Finalmente, agradecemos a nuestra Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por habernos transmitido valores, competencias y habilidades para convertirnos en profesionales íntegros y sobresalientes.

A todos ellos, nuestro más sincero agradecimiento.

## RESUMEN

En la actualidad, bajo la coyuntura actual que vivimos a causa de la pandemia COVID-19, el uso de servicios freelance por parte de personas naturales y por los distintos emprendimientos se ha incrementado, debido a que el mundo se ha digitalizado y existe un importante potencial de crecimiento en los servicios digitales, sobre todo para potenciar perfiles empresariales en redes sociales o para fines personales.

Considerando ello, nuestro proyecto se basa en la creación de una plataforma web con presencia en redes sociales que desempeñará el rol de nexo entre freelancers y usuarios, que requieran de sus servicios digitales, enfocándonos en el público ubicado en Lima Metropolitana. El objetivo principal de esta plataforma es que ambos segmentos vivan una experiencia agradable, rápida, eficiente y segura, que satisfaga sus necesidades en el canal digital; con la visión de impulsar la generación de ingresos, de manera sostenible y formal.

Para la sustentación de este proyecto se desarrollaron diversos experimentos que permitieron validar la existencia de la necesidad detectada, las posibles soluciones y el plan que se armó para las cuatro semanas de concierge del proyecto. Los resultados que obtuvimos de los experimentos, nos llevaron a comprender la importancia de validar el segmento de socios clave y el canal de atención y comunicación con nuestros clientes; así como validar las intenciones de compra y las ventas realizadas.

Descritas las líneas anteriores, colocamos a disposición de los lectores el presente trabajo de investigación para que sirva como guía para futuros proyectos e ideas de negocio, que resulten sostenibles en el tiempo, siguiendo un espíritu innovador en cada etapa.

Palabras clave: Plataforma virtual, freelancers, conexión, emprendedores, servicios digitales.

## CONECTA-DOS: Freelance Platform

### ABSTRACT

The present research work consists of the development of a web platform that connects freelancers with users, the purpose is to see the feasibility of digitizing this industry from new tactics and tools of connection between these users. The objective of this platform is to seek to offer a fast and efficient experience, which allows you to meet your needs as individuals. With the vision of facilitating income generation in the wake of this pandemic, in a sustainable and formal way.

To support this project, several experiments were developed to validate the existence of a common need or problem and a business model that provides an immediate solution. The results of these concierges will provide to ascertain the hypothesis of the strategies on which this project is based. In the last part of the document, you will be able to appreciate the financing plan of the business structure, as well as the development of an integrated marketing plan, social responsibility purposes and a financial analysis that determines and estimates the degree of success of the project.

Finally, for the development of each part of the support of the project, internal and external change factors that may significantly affect the company were taken into account, such as political uncertainty and the global crisis due to COVID-19. To this end, applicable strategies are developed for each scenario as part of a contingency plan, as well as various proposals that directly or indirectly influence key processes for the project, which allows to know the level of acceptance of the business idea.

Keyword: Virtual platform, freelancers, connection, entrepreneurs, digital services.

## TABLA DE CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS INICIALES.....	13
1.1. EQUIPO DE TRABAJO.....	13
1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante .....	13
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2.1. BREVE EXPLICACIÓN DEL PROBLEMA QUE SE ESPERA RESOLVER .....	15
2.2. DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS.....	15
2.2.1. Entrevista a personas del público objetivo.....	15
2.3. SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS .....	17
2.4. BREVE EXPLICACIÓN DE LOS HALLAZGOS PRINCIPALES .....	19
2.5. APRENDIZAJES .....	21
2.6. SUSTENTACIÓN DE LA VALIDACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
3. VALUE PROPOSITION CANVAS .....	22
3.1. SEGMENTO 1: FREELANCERS.....	23
3.1.1. Perfil del cliente .....	23
3.1.2. Mapa de valor .....	23
3.1.3. Encaje.....	24
3.1.4. Descripción de la propuesta de valor .....	26
3.2. SEGMENTO 2: USUARIOS .....	27
3.2.1. Perfil del cliente .....	27
3.2.2. Mapa de valor .....	27
3.2.3. Encaje.....	28
3.2.4. Descripción de la propuesta de valor .....	29
3.3 IDENTIFICADORES DE ELEMENTOS DIFERENCIALES .....	30
4. BUSINESS MODEL CANVAS .....	34
4.1. BMC.....	34
4.2. DESARROLLO Y SUSTENTO DE CUADRANTES .....	36
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN.....	39
5.1. VALIDACIÓN TÉCNICA DE LA SOLUCIÓN EXPERTO .....	39
5.1.1. Experimento 1 .....	39
5.1.2. Experimento 2.....	45
5.2. VALIDACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL FREELANCER.....	51
5.2.1. Experimento 1 .....	51
5.2.2. Experimento 2.....	67
5.3. VALIDACIÓN DE LA EXPERIENCIA USUARIO .....	75
5.3.1. Experimento 1 .....	75
5.3.2. Experimento 2.....	88
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	101
6.1. VALIDACIÓN DE LOS CANALES .....	101
6.1.1. Experimento 1 .....	101
6.2. VALIDACIÓN DE RECURSOS CLAVE.....	108
6.2.1. Experimento 1 .....	108
6.3. VALIDACIÓN DE ACTIVIDADES CLAVE.....	118
6.3.1. Experimento 1 .....	118

6.4. VALIDACIÓN DE SOCIOS CLAVE.....	126
6.4.1. Experimento 1.....	126
Publicación de Facebook e Instagram.....	127
6.5. VALIDACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COSTOS.....	133
6.5.1. Experimento 1.....	133
7. VALIDACIÓN DE LA COMPRA.....	147
7.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	147
7.1.1. Segmentación de mercado - usuarios.....	147
7.1.2. Segmentación de mercado - freelancers.....	152
7.1.3. Plan de marketing.....	153
7.2. PLAN DE EJECUCIÓN DE CONCIERGES.....	156
7.2.1. Concierge 1.....	157
7.2.2. Concierge 2.....	173
7.2.3. Concierge 3.....	191
7.2.4. Concierge 4.....	216
8. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	243
8.1. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	243
8.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	252
8.3. INGRESOS Y EGRESOS.....	256
8.5. INDICADORES FINANCIEROS.....	273
8.6. FINANCIAMIENTO.....	275
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	278
10. REFERENCIAS.....	279

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Matriz de competidores de CONECTA-DOS.....	30
<b>Tabla 2</b>	Bitácora de Actividades de Validación de la solución – Mockup 1 .....	41
<b>Tabla 3</b>	Malla receptora de Validación de la solución – Mockup 1 .....	41
<b>Tabla 4</b>	Bitácora de actividades de Validación de la Solución – Mockup 2.....	47
<b>Tabla 5</b>	Malla receptora de Validación de la solución – Mockup 2 .....	48
<b>Tabla 6</b>	Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del freelancer - Experimento 1.....	61
<b>Tabla 7</b>	Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del freelancer – Experimento 2.....	62
<b>Tabla 8</b>	Bitácora de actividades de Validación de la Experiencia del Freelancer – Experimento 2.....	71
<b>Tabla 9</b>	Malla receptora de Validación de la experiencia del freelancer – experimento 2 ....	72
<b>Tabla 10</b>	Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 1.....	81
<b>Tabla 11</b>	Malla receptora de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 1 .....	82
<b>Tabla 12</b>	Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2.....	95
<b>Tabla 13</b>	Malla receptora de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2 .....	96
<b>Tabla 14</b>	Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2.....	104
<b>Tabla 15</b>	Malla receptora de Validación del Modelo de Negocio - Experimento 2 .....	105
<b>Tabla 16</b>	Bitácora de actividades de validación de recursos clave - Experimento 1 .....	112
<b>Tabla 17</b>	Malla receptora de validación de recursos clave - Experimento 1 .....	112
<b>Tabla 18</b>	Bitácora de actividades de Validación de actividades clave - Experimento 1.....	123
<b>Tabla 19</b>	Malla receptora de Validación de actividades clave - Experimento 1.....	124
<b>Tabla 20</b>	Bitácora de actividades de validación de socios clave - Experimento 1.....	128
<b>Tabla 21</b>	Bitácora de actividades validación de estructura de costos .....	133
<b>Tabla 22</b>	Costos incurridos mensuales.....	134
<b>Tabla 23</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 1 (expresado en soles).....	136
<b>Tabla 24</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 2 (expresado en soles).....	137
<b>Tabla 25</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 3 (expresado en soles).....	138
<b>Tabla 26</b>	Plan de Marketing - Año 1 .....	139
<b>Tabla 27</b>	Plan de Marketing - Año 2.....	140
<b>Tabla 28</b>	Plan de Marketing - Año 3.....	141
<b>Tabla 29</b>	Inversión inicial.....	143
<b>Tabla 30</b>	Segmento usuarios .....	149
<b>Tabla 31</b>	Matriz de competidores según precio .....	150
<b>Tabla 32</b>	Mercado .....	150
<b>Tabla 33</b>	Toma de la muestra.....	151
<b>Tabla 34</b>	Toma de la muestra.....	153
<b>Tabla 35</b>	Mercado .....	153
<b>Tabla 36</b>	Plan de Concierge Usuarios .....	156
<b>Tabla 37</b>	Plan de Concierge Freelancers.....	157
<b>Tabla 38</b>	Bitácora de actividades de Concierge 1 – Experimento Usuarios .....	160
<b>Tabla 39</b>	Bitácora de actividades de Concierge 1 – Experimento Freelance.....	168
<b>Tabla 40</b>	Bitácora de actividades de Concierge 2 – Experimento Usuario.....	175
<b>Tabla 41</b>	Bitácora de actividades de Concierge 2 Experimento Freelance.....	185
<b>Tabla 42</b>	Bitácora de actividades de Concierge 2 Experimento Freelance.....	193

<b>Tabla 43</b>	Bitácora de actividades de Concierge 3 – Experimento Freelance .....	207
<b>Tabla 44</b>	Bitácora de actividades de Concierge 4 – Experimento Usuarios .....	219
<b>Tabla 45</b>	Bitácora de actividades de Concierge 4 – Experimento Freelance .....	235
<b>Tabla 46</b>	Proyección de ventas (en cantidad) Año 1 .....	246
<b>Tabla 47</b>	Proyección de ventas (en cantidad) Año 2 .....	247
<b>Tabla 48</b>	Proyección de ventas (en cantidad) Año 3 .....	248
<b>Tabla 49</b>	Proyección de ventas (en soles) Año 1 .....	249
<b>Tabla 50</b>	Proyección de ventas (en soles) Año 2 .....	250
<b>Tabla 51</b>	Proyección de ventas (en soles) Año 3 .....	251
<b>Tabla 52</b>	Inversión inicial .....	253
<b>Tabla 53</b>	Depreciación de los activos (anual y mensual) .....	254
<b>Tabla 54</b>	Capital de trabajo .....	255
<b>Tabla 55</b>	Inversión en el desarrollo de la plataforma web de CONECTA-DOS .....	255
<b>Tabla 56</b>	Gastos preoperativos .....	257
<b>Tabla 57</b>	Plan de Marketing - Año 1 .....	259
<b>Tabla 58</b>	Plan de Marketing - Año 2 .....	260
<b>Tabla 59</b>	Plan de Marketing - Año 3 .....	261
<b>Tabla 60</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 1 (expresado en soles) .....	264
<b>Tabla 61</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 2 (expresado en soles) .....	265
<b>Tabla 62</b>	Presupuesto para Recursos Humanos Año 3 (expresado en soles) .....	266
<b>Tabla 63</b>	Costos fijos mensuales .....	267
<b>Tabla 64</b>	Flujo de caja Año 1 (expresado en soles) .....	269
<b>Tabla 65</b>	Flujo de caja Año 2 (expresado en soles) .....	270
<b>Tabla 66</b>	Flujo de caja Año 3 (expresado en soles) .....	271
<b>Tabla 67</b>	Resumen Flujo de caja por 3 años .....	272
<b>Tabla 68</b>	Indicadores financieros .....	273
<b>Tabla 69</b>	Tasa COK .....	273
<b>Tabla 70</b>	Tasa WACC .....	274
<b>Tabla 71</b>	Distribución de Financiamiento del Proyecto .....	276
<b>Tabla 72</b>	Indicadores financieros con crédito .....	277

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Entrevistas realizadas a usuarios .....	22
Figura 2 Entrevistas realizadas a freelancers .....	22
Figura 3 Entrevistas realizadas a expertos .....	22
Figura 4 Perfil del cliente freelancers .....	23
Figura 5 Mapa de valor freelancer .....	24
Figura 6 Perfil del cliente usuario .....	27
Figura 7 Mapa de Valor Usuario .....	28
Figura 8 Business Model Canva de la idea del negocio .....	35
Figura 9 Entrevista a experto 3 .....	45
Figura 10 Entrevista a experto 4 .....	45
Figura 11 Entrevista a experto 5 .....	50
Figura 12 Entrevista a experto 6 .....	51
Figura 13 Mockup 1 vista del freelancer - Página de inicio .....	52
Figura 14 Mockup 1 vista del freelancer - Rubros .....	52
Figura 15 Mockup 1 vista del freelancer - Edita tu perfil.....	53
Figura 16 Mockup 1 vista del freelancer - Gestiona tus servicios.....	54
Figura 17 Mockup 1 vista del freelancer - Que servicio ofreces .....	54
Figura 18 Mockup 1 vista del freelancer - Ofrece paquetes de precios.....	55
Figura 19 Mockup 1 vista del freelancer - Sube imágenes de tu servicio .....	55
Figura 20 Mockup 1 vista del freelancer - Publica tu servicio .....	56
Figura 21 Mockup 1 vista del freelancer - Visualización del perfil del freelancer.....	57
Figura 22 Entrevista a freelancer 6 .....	66
Figura 23 Entrevista a freelancer 7 .....	66
Figura 24 Entrevista freelancer 8 .....	67
Figura 25 Mockup 1 vista del freelancer - Desarrollo de chat.....	68
Figura 26 Mockup 1 vista del freelancer - Implementación de videollamada.....	69
Figura 27 Mockup 1 vista del freelancer – Chat.....	69
Figura 28 Entrevista 2 a freelancer 6 .....	75
Figura 29 Entrevista 2 freelancer 7 .....	75
Figura 30 Mockup 1 vista del usuario - Contrata un freelancer .....	76
Figura 31 Mockup 1 vista del usuario - Únete a Conecta-dos.....	77
Figura 32 Mockup 1 vista del usuario - Que estás buscando.....	77
Figura 33 Mockup 1 vista del usuario- Opciones de servicios.....	78
Figura 34 Mockup 1 vista del usuario- Detalles del pedido .....	78
Figura 35 Entrevista a usuario 12 .....	86
Figura 36 Entrevista a usuario 13 .....	86
Figura 37 Entrevista a usuario 14 .....	87
Figura 38 Entrevista a usuario 15 .....	87
Figura 39 Entrevista a usuario 16 .....	87
Figura 40 Entrevista a usuario 17 .....	88
Figura 41 Mockup 1 vista del usuario - Perfil de freelancer a contratar.....	90
Figura 42 Mockup 1 vista del usuario - Precios de los paquetes .....	91
Figura 43 Mockup 1 vista del usuario - Reseñas del freelancer .....	91
Figura 44 Mockup 1 vista del usuario - Chat con el usuario .....	92
Figura 45 Mockup 1 vista del usuario – Videollamada .....	92
Figura 46 Entrevista 2 a usuario 1 .....	99
Figura 47 Entrevista 2 a usuario 2 .....	99
Figura 48 Entrevista 2 a usuario 3 .....	100

Figura 49 Entrevista 2 a usuario 4 .....	100
Figura 50 Entrevista 2 a usuario 5 .....	100
Figura 51 Cuenta de facebook de CONECTA-DOS .....	102
Figura 52 Cuenta de Instagram de CONECTA-DOS .....	102
Figura 53 Post publicados en las RRSS.....	103
Figura 54 Landing page de CONECTA-DOS .....	104
Figura 55 Alcance de los anuncios publicados en Facebook.....	107
Figura 56 Registros de las personas que interactuaron en el landing page.....	107
Figura 57 Estadísticas de Instagram del alcance e interacciones de los contenidos .....	108
Figura 58 Post de anuncio especialista framework.....	109
Figura 59 Descripción del puesto de trabajo.....	111
Figura 60 CV de Luis Fernando Nestares, programador web .....	115
Figura 61 Conversación con un experto en Framework por Instagram.....	115
Figura 62 Conversación con programador web 1 por Facebook.....	116
Figura 63 Conversación con programador web 2 por Facebook.....	116
Figura 64 Conversación con programador web 3 por Facebook.....	117
Figura 65 Página web del experto.....	117
Figura 66 Flujograma del desarrollo de la plataforma web.....	119
Figura 67 Diagrama de Gantt.....	121
Figura 68 Flujograma de capacitación de capital humano.....	122
Figura 69 Post de anuncio.....	127
Figura 70 Descripción de Post de anuncio.....	127
Figura 71 Resultados del anuncio .....	128
Figura 72 Conversación con freelancer interesado.....	131
Figura 73 Conversación y entrega de CV .....	132
Figura 74 CV enviado por un freelancer interesado .....	132
Figura 81 Conversación con el diseñador web.....	143
Figura 82 Pago por el desarrollo de la página web 1 .....	144
Figura 83 Pago por el desarrollo de la página web 2.....	144
Figura 84 Pago por el desarrollo de la página web 3.....	145
Figura 85 Pago por el desarrollo de la página web 4.....	145
Figura 86 Búsqueda de dominio en namecheap .....	146
Figura 87 Precios de Dominios en namecheap .....	146
Figura 88 Tamaño de la muestra de usuarios en Netquest.....	151
Figura 89 Pregunta de entrevista de CONECTA-DOS.....	151
Figura 90 Identificar de niveles de servicio .....	154
Figura 91 Publicación de CONECTA-DOS en Facebook.....	159
Figura 92 Presupuesto Concierge 1 usuario.....	160
Figura 93 Estadística de la publicación en instragram.....	162
Figura 94 Estadística de la publicación en Facebook .....	163
Figura 95 Chat venta 1 .....	164
Figura 96 Chat de venta 1.1 .....	164
Figura 97 Venta con usuario y freelancer .....	165
Figura 98 Pago Yape de Usuario .....	165
Figura 99 Publicación en redes sociales .....	167
Figura 100 Presupuesto concierge freelancers.....	167
Figura 101 Resultado y alcance del post en Facebook .....	170
Figura 102 Resultado y alcance en el post de Instagram.....	170
Figura 103 Freelancer 1 unido a la comunidad de Freelancers .....	171
Figura 104 Freelancer 1.1 unido a la comunidad de Freelancers .....	172

Figura 105 Freelancer 2 unido a la comunidad de Freelancers .....	172
Figura 106 Reunión con freelancer para concretar la venta 1 .....	173
Figura 107 Presupuesto Concierge 2 .....	175
Figura 108 Estadísticas de la promoción del video .....	178
Figura 109 Estadísticas del post del video en Facebook.....	178
Figura 110 Estadísticas del sorteo en Instagram.....	179
Figura 111 Estadística del sorteo en Facebook.....	179
Figura 112 Chat de venta 2 .....	180
Figura 113 Chat de venta 2.1 .....	181
Figura 114 Chat de venta 2.3 .....	181
Figura 115 Reunión con el usuario y freelancer venta 3 .....	182
Figura 116 Pago del usuario 3 .....	182
Figura 117 Presupuesto Concierge 2 .....	184
Figura 118 Estadísticas de las promoción del post en Instagram .....	188
Figura 119 Estadísticas de la promoción del post en Facebook .....	188
Figura 120 Reunión con el freelancer 3.....	189
Figura 121 Pago al freelancer 3 .....	190
Figura 122 Estadísticas de la promoción .....	190
Figura 123 Estadísticas post promocionado hacia freelancers .....	191
Figura 124 Presupuesto Concierge 3 .....	193
Figura 125 Estadística de la promoción del post en Instagram .....	196
Figura 126 Estadísticas de la promoción del post en Facebook .....	196
Figura 127 Estadística de la promoción en Instagram.....	197
Figura 128 Estadística de la promoción en Facebook .....	197
Figura 129 Chat de venta 4.1 .....	199
Figura 130 Chat de venta 4 .....	199
Figura 131 Reunión con usuario y freelancer venta 4 .....	199
Figura 132 Pago del usuario venta 4.....	200
Figura 133 Pago del usuario venta 4 2do pago .....	200
Figura 134 Chat de Venta 5 .....	201
Figura 135 Reunión con usuario y freelancer venta 5 .....	201
Figura 136 Pago del usuario venta 5.....	202
Figura 137 Chat de venta 6 .....	202
Figura 138 Chat de venta 6.1 .....	203
Figura 139 Reunión con usuario y freelancer venta 6 .....	203
Figura 140 Pago del usuario venta 6.....	204
Figura 141 Chat de venta 7 .....	204
Figura 142 Pago del usuario venta 7.....	205
Figura 143 Presupuesto Concierge 3 Freelancer .....	207
Figura 144 Estadística del post en Instagram .....	210
Figura 145 Chat de registro 4.....	211
Figura 146 Reunión con freelancer registro 4.....	211
Figura 147 Pago al freelancer venta 4.....	212
Figura 148 Chat de registro 5.....	212
Figura 149 Chat de registro 5.1.....	213
Figura 150 Reunión con freelancer registro 5.....	213
Figura 151 Pago al freelancer venta 5.....	214
Figura 152 Chat de registro 6.....	214
Figura 153 Chat de registro 6.1.....	215
Figura 154 Reunión con freelancer registro 6.....	215

Figura 155 Pago al freelancer venta 6.....	216
Figura 156 Presupuesto Concierge 4 usuarios .....	218
Figura 157 Flujograma de interacción con el usuario.....	219
Figura 158 Estadísticas de la promoción del post en Instagram.....	223
Figura 159 Estadísticas de la promoción en Facebook.....	223
Figura 160 Chat de venta 9 .....	224
Figura 161 Chat de venta 9.1 .....	225
Figura 162 Pago de venta 9.....	225
Figura 163 Chat de venta 10 .....	226
Figura 164 Reunión con usuario y freelancer venta 10 .....	226
Figura 165 Pago del usuario venta 10.....	227
Figura 166 Chat de venta 11 .....	227
Figura 167 Reunión con usuario y freelancer venta 11 .....	228
Figura 168 Pago del usuario venta 11 .....	228
Figura 169 Chat de venta 12 .....	229
Figura 170 Pago del usuario venta 12.....	229
Figura 171 Chat de venta 13 .....	230
Figura 172 Pago del usuario venta 13.....	230
Figura 173 Chat de venta 14 .....	231
Figura 174 Pago del usuario venta 14.....	231
Figura 175 Reunión con usuario y freelancer venta 15 .....	232
Figura 176 Pago del usuario 15 .....	232
Figura 177 Presupuesto Concierge 4 - Freelancer .....	234
Figura 178 Flujograma de Interacción con el Freelancer .....	235
Figura 179 Estadísticas de la promoción en Instagram .....	238
Figura 180 Estadística de la promoción del post en Facebook.....	238
Figura 181 Pago al freelancer 9 .....	239
Figura 182 Pago freelancer 10 .....	240
Figura 183 Pago freelancer 11 .....	240
Figura 184 Chat de la venta 13 .....	241
Figura 185 Pago al freelancer 13 .....	241
Figura 186 Chat de venta 14 .....	242
Figura 187 Pago al freelancer 14 .....	242
Figura 188 Pago a freelancer 15 .....	243
Figura 189 Crecimiento Anual esperado de la Industria de Mobile E-Commerce.....	244
Figura 190 Evaluación de crédito con Caja Centro .....	277

## 1. FUNDAMENTOS INICIALES

### 1.1. Equipo de trabajo

#### 1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante

	<p><b>Natalie Allison Cantinet Huamán</b></p> <p>Estudiante de la carrera de Administración y Marketing, con conocimientos y experiencia en el área comercial, de finanzas y de marketing. Encargada de contribuir en la elaboración del análisis financiero del proyecto, la cual es una área fundamental del negocio, debido a que plasma la sostenibilidad del proyecto y ayuda en la toma correcta de decisiones.</p>
	<p><b>Katherine Fiorella Calle Espinoza</b></p> <p>Estudiante de la carrera de Administración y Marketing. Para el presente trabajo, su rol a desempeñar fue desarrollar los mockups de la plataforma, piezas gráficas para la promoción y venta del servicio. Así como la validación del modelo de negocio, estrategias de marketing y publicidad y el apoyo en general a todos los integrantes del grupo fomentando el trabajo colaborativo.</p>



**Nicolás Mauricio Cisneros Espinoza**

Estudiante de la carrera de Administración y Marketing. Para el presente trabajo, su rol a desempeñar fue aportar en la validación de experiencia del freelancer y usuario con la información recogida de las entrevistas realizadas por el grupo. Asimismo, mantuvo una constante contribución con sus compañeros de equipo promoviendo un ambiente sólido de trabajo grupal.



**Enrique Jesús Flores Aguilar**

Estudiante de la facultad de Administración y Negocios Internacionales. Para el presente trabajo, su rol a desempeñar fue desarrollar el proceso de validación del modelo de negocio mediante las diversas técnicas existentes, como entrevistas, focus group virtual, encuestas, entre otros. Así como el apoyo a los demás integrantes del grupo, en las diferentes tareas para el éxito del proyecto.



**Joaquín Francisco Hidalgo Ramírez**

Estudiante de facultad de Administración y Negocios Internacionales. Para el presente trabajo, su rol a desempeñar fue el desarrollo de la validación de experiencia para usuario y freelancer, así como el análisis de los concierges realizado durante la segunda parte del curso.

## **2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA**

### **2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver**

La hipótesis de la realidad problemática para el segmento de freelancers es la escasez de plataformas como la de CONECTA-DOS en la industria. En la actualidad, existen diversas opciones de plataformas para freelancer, pero las barreras que representan todas ellas, es que solo permiten publicar sus servicios, sin opción a que el freelancer pueda ir más allá de una pequeña interacción con el usuario, lo que en materia de fidelización termina siendo una desventaja para este segmento, dado que no le permiten tener manejo más estructurado de todos los usuarios potenciales y atendidos, entre otras actividades que hacen más dinámico la interacción entre estos segmentos.

La segunda hipótesis con relación a la problemática del segundo segmento del modelo de negocio de CONECTA-DOS, es que al vivir en una coyuntura de pandemia que ha obligado a muchas personas a emprender y olvidar sus trabajos de oficina, necesitan el apoyo de una plataforma que los acompañe en todo el proceso de creación y repotenciación de sus negocios. Esta plataforma debe contar con todas las herramientas necesarias que permitan tener una buena experiencia en este tipo de segmento. Estas cualidades de plataforma, deben estar basadas en los siguientes pilares: fácil de entender y que promueva la interacción mediante sus atributos.

### **2.2. Diseño y guía de entrevistas**

#### **2.2.1. Entrevista a personas del público objetivo**

##### ***GUÍA DE PREGUNTAS - USUARIOS***

Pregunta N°1: ¿Qué servicios o productos suelen solicitar con más frecuencia?

Pregunta N°2: ¿Con qué frecuencia buscas contratar a una persona para un servicio/producto?

Pregunta N°3: Cuéntame cómo has llegado a satisfacer tus necesidades como consumidor a partir del covi-19?

Pregunta N°4: ¿Qué es lo más difícil de encontrar a alguien que busque satisfacer tus necesidades como consumidor?

Pregunta N°5: ¿Cómo te gustaría que ofrezcan los productos/servicios?

Pregunta N°6: ¿Cómo fue tu experiencia solicitando ciertos productos/servicios en esta pandemia?

### ***GUÍA DE PREGUNTAS - FREELANCERS:***

Pregunta N°1: ¿Qué servicios suelen ofrecer con más frecuencia?

Pregunta N°2: ¿Con que frecuencia te logran contactar para ofrecer dicho servicio?

Pregunta N°3: ¿Cómo/dónde buscas ofrecer tus servicios?

Pregunta N°4: Cuéntame cómo has llevado tu negocio en la situación actual en la que nos encontramos?

Pregunta N°5: ¿Qué es lo más crítico de encontrar trabajo hoy en día con la situación actual?

Pregunta N°6: ¿Qué estrategias implementadas para poder ofrecer o promocionar tu servicio?

### **2.2.2. Entrevistas a expertos**

#### ***GUÍA DE PREGUNTAS - EXPERTOS:***

Pregunta N°1: ¿Qué frameworks usarías para el desarrollo de una app como LinkedIn?

Pregunta N°2: ¿Qué lenguaje recomiendan que se use en esta plataforma?

Pregunta N°3: ¿Qué funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de las que ya existen actualmente?

Pregunta N°4: ¿Recomendarías una base de datos relacional o no relacional? ¿Por qué?

Pregunta N°5: Respecto a los costos, coméntame cuáles son los costos de mantenimiento de una plataforma web, cada cuánto se hacen pagos, qué inversiones se deben hacer en la plataforma, qué se necesita para el equipo de hardware y software (pago por membresía)?

Pregunta N°6: ¿Qué mejoras recomiendas para aumentar la escalabilidad del proyecto y para hacerlo atractivo para los usuarios?

### **2.3. Síntesis de los resultados obtenidos**

#### **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS - USUARIOS:**

En nuestras primeras entrevistas con el target principal de la idea de negocio, se evitó enfatizar en el proyecto, con la finalidad de obtener respuestas más reales que validen la necesidad de los servicios que se buscan ofrecer. Uno de los entrevistados menciona que la única fuente de contacto que le provee de información sobre dónde contratar servicios especializados son las amistades y familiares, ya que han probado ese servicio. Asimismo, muchos de ellos mencionan que para ciertos servicios ya poseen una persona de confianza que les realiza algún trabajo personalizado, pero que no suelen adquirirlos de manera frecuente, sólo en ocasiones especiales. Por otra parte, los usuarios mencionaron que constantemente están buscando recomendaciones de familiares y amigos, para encontrar freelancer que realicen correctamente el trabajo, y lo complete, ya que consideran que lo que prometen lo deben cumplir. También mencionaron que hay gente que estafa, y que al momento que realizan un servicio no es el mismo que ofrecen en la publicidad. No obstante, a través de las entrevistas se pudo destacar pensamientos orientados a lo siguiente: *Muchos usuarios afirman que la pandemia les ha enseñado a que se debe*

*arriesgar y confiar, pero para ello se debe investigar, informarse, y asegurarse si la página o plataforma web es confiable, y guiarse de las recomendaciones.*

Algunas agencias no contestan los mensajes que les mando, imagino que es porque se encuentran saturadas de cosas por hacer, mencionan gran parte de los usuarios entrevistados. Adicionalmente, ellos manifiestan que algunos inconvenientes que tuvieron con algunas agencias fueron los tiempos de entrega pactados; resalta que algunas marcas fueron *muy tajantes* respecto a la información acerca de los servicios que brindaban. Cabe resaltar, que uno de los medios utilizados por este segmento para contactar un servicios son aplicaciones para captar servicios más especializados. Pero otro grupo manifestó que prefieren encontrar estos servicios a través de redes sociales, dado que no encuentran muchos servicios freelancers por página web. Por último, una de las experiencias negativas que un usuario manifestó haber experimentado fue con un servicio de fotografía freelance, que al momento de realizar las sesiones fotográficas el señor no contaba con todos los protocolos de bioseguridad, y los medios de pago que ofrecía se limitaba a solo efectivo. Para este segmento que respeten los protocolos es un punto muy a favor, y dice mucho del freelancer o la agencia que representa.

### **RESUMEN DE LA ENTREVISTAS - FREELANCER:**

Para buscar revalidar el segundo segmento del proyecto, se buscó validar freelancers de diversas categorías a través de entrevistas, sin mencionar la idea principal del proyecto, para así obtener respuestas más reales. Muchos de los entrevistados mencionaron que para poder ofrecer sus servicios usan la plataforma de Instagram y Facebook, así como WhatsApp para una comunicación más directa. Adicionalmente, en el caso de fotógrafos, para el tema de sesiones manifestaron que la situación de pandemia ha complicado la realización de su trabajo, pues la gente normalmente pide servicios cada vez más exigentes

y hay limitaciones de horario por el toque de queda. Por otro lado, también muchos de los entrevistados argumentaron que es raro que las agencias busquen freelancers, ya que han bajado los ingresos de la mayoría de empresas, por lo cual han realizado recortes en muchas categorías de los servicios que ofrecen. No obstante, la venta en un inicio iba muy bien, recibían mensajes todos los días y demandaban diseños personalizados, pero ahora ha bajado por el tema de los freelancer informales en redes sociales. En este sentido, los freelancers expresaron que a veces entraban a Computrabajo, a Bumeran para revisar los puestos de trabajo, y postulaban a todos esos trabajos, pero las empresas no quieren más personal para esta categoría de servicios. Así, un freelancer afirmó “*Al tener un empleo ahora, te tienes que esforzar el doble*”, por último, revelaron que lo más difícil es la competencia, a causa de la pandemia han incrementado los servicios freelancers, lo que hace que haya precios más bajos y obviamente más atractivos.

#### **2.4. Breve explicación de los hallazgos principales**

Para realizar la interpretación de los resultados de las entrevistas realizadas a los freelancers, a los que buscan adquirir servicios personalizados y a los expertos, se tomarán en cuenta los hallazgos obtenidos, los cuales son los siguientes:

##### **Hallazgo 1: Los freelancers muestran más apertura y disposición a utilizar plataformas online para exponer su talento.**

Se observó que los jóvenes y adultos freelancers tienen mayor disposición de ofrecer sus productos mediante redes sociales, principalmente prefieren realizarlo mediante Instagram, Facebook y WhatsApp, respectivamente. Ello, debido a que indican que obtienen 28 resultados favorables respecto a la captación de clientes, a la confiabilidad que tienen los usuarios por estos medios, a las ventas alcanzadas y a la fidelización que se puede lograr.

**Hallazgo 2: Existen ciertas limitantes a causa de la coyuntura actual que dificultan las operaciones de los freelancers.**

Los freelancers entrevistados nos comentaron que debido a las restricciones impuestas por el Gobierno para evitar la propagación de la covid19 se ven limitados a realizar las operaciones de su servicio personalizado en su totalidad, por ejemplo, los de fotografía mencionan que tienen limitaciones respecto a los horarios de sesiones para ofrecer sus servicios y al uso de transportes particulares los domingos.

**Hallazgo 3: No basta con ofrecer un buen servicio, debido a la alta competencia existente en el mercado.**

Existe mucha competencia en el mercado freelancers de las diversas categorías, ya que surgieron muchos servicios similares debido al alto número de despidos originado por la coyuntura actual. Por ello, quienes ofrecen servicios se deben esforzar al máximo para diferenciarse, destacar y ser elegidos por los consumidores. Además, hallaron que deben evaluar qué valora el público objetivo para implementar estrategias en base a ello.

**Hallazgo 4: El cumplimiento de protocolos es un factor clave al momento de elegir qué servicios adquirirán los consumidores.**

Se pudo notar que, uno de los principales requerimientos cuando los usuarios deciden adquirir un servicio es el cumplimiento de los protocolos. Ellos mencionan que, el vendedor o prestador de servicios debe implementar todos los protocolos correctamente para salvaguardar su salud y la de sus clientes. En caso no sea así, afirman que sentirían mucha incomodidad y no volverían a elegirlo.

**Hallazgo 5: La mayoría de los usuarios busca información en redes sociales, antes que en páginas web o medios tradicionales como televisión o radio.**

Gran parte de los usuarios entrevistados mencionó que busca información en Instagram y Facebook antes de realizar una adquisición de servicio especializado porque son los medios que más consumen, porque hay más transparencia, ya que los usuarios pueden comentar sus experiencias positivas y negativas, y eso genera mayor confiabilidad.

**Hallazgo 6: Las recomendaciones son importantes para saber a quién comprarle.** Se

observó que gran parte de los usuarios no confían totalmente en lo que los freelancers les ofrecen mediante su contenido y publicidad, por ello buscan recomendaciones de personas cercanas que ya han tenido una experiencia previa y también recomendaciones de terceros no conocidos que han sido clientes. En ese caso, las redes sociales también adoptan un rol fundamental.

## **2.5. Aprendizajes**

En cuanto aprendizajes, para la validación de nuestro problema, realizamos entrevistas a nuestro público objetivo, freelancers, a los que buscan adquirir servicios personalizados y a los expertos, obteniendo como resultado la difícil situación que está enfrentando el Perú por la pandemia, donde muchas personas han perdido sus trabajos y han tenido que empezar desde cero para poder surgir, es ahí donde aparece la necesidad del freelancer de comunicar sus servicios, que están dispuestos a salir adelante pese a la situación actual. Por ello, nuestra plataforma no solo cubrirá el problema del desempleo sino que contribuirá a que muchas personas se motiven y se impulsen a crear nuevos servicios especializados de manera fácil y sencilla de la mano con nuestra plataforma CONECTA-DOS.

## 2.6. Sustentación de la validación del problema

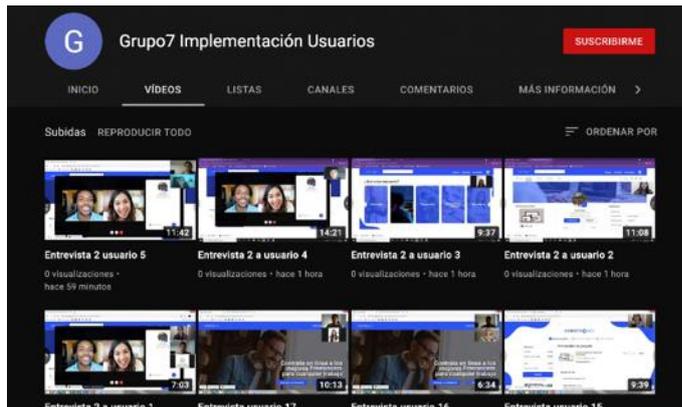


Figura 1 Entrevistas realizadas a usuarios

Enlace: <http://bitly.ws/fdzZ>



Figura 2 Entrevistas realizadas a freelancers

Enlace: <http://bitly.ws/fdA5>



Figura 3 Entrevistas realizadas a expertos

Enlace: <http://bitly.ws/fdA8>

## 3. VALUE PROPOSITION CANVAS

### 3.1. Segmento 1: Freelancers

#### 3.1.1. Perfil del cliente

La siguiente matriz muestra el perfil del freelancer identificado a raíz de las entrevistas realizadas donde se resaltan sus alegrías, frustraciones y trabajo.



Figura 4 Perfil del cliente freelancers

#### 3.1.2. Mapa de valor

Luego de haber identificado el perfil del freelancer pasamos a realizar el mapa de valor en base a los resultados anteriores, eliminando las frustraciones, generando alegrías y brindarle el servicio que necesita.



Figura 5 Mapa de valor freelancer

### 3.1.3. Encaje

- Problema:** El problema para los freelancers, quienes conforman una parte importante de los clientes, es que no cuentan con una plataforma que le brinde las herramientas necesarias para potenciar su perfil como especialistas en determinado servicio. Este público no se encuentra satisfecho, dado que los problemas económicos a causa de la recesión por la covid-19 afectan de manera considerable su percepción de ingresos, lo cual como consecuencia genera que busquen nuevas maneras de generar ganancias con otros tipos de actividades relacionadas al mundo del freelance, dado que a pesar que la escasez de usuarios es notable, es un rubro donde les gusta. Esta industria es muy atractiva para esta parte del segmento, dado que es un trabajo autónomo, es decir se puede realizar de forma independiente sin necesidad de pertenecer a una empresa, esto le permite gestionar su propio tiempo para seguir buscando nuevos clientes a través de canales digitales, donde se puedan potenciar sus servicios con herramientas de marketing visual.

No obstante, encontrar usuarios para los freelancers es una tarea difícil, dado que no conocen las herramientas necesarias para potenciar sus perfiles profesionales y así conectar con un potencial cliente. También hay que considerar que esta industria, con el tiempo se ha vuelto más competitiva, independiente del servicio en que se especialice. Asimismo, hay que considerar que actualmente los freelancers no cuentan con capacidad de inversión en promoción en redes sociales o algún otro tipo de activación a través de medios digitales.

- **Solución:** CONECTA-DOS brinda a los freelancers la facilidad de poder ofrecer sus servicios a través de la plataforma, en la cual, mediante la base de datos de usuarios que contamos, conseguirán que requieran sus servicios porque los conectamos de forma rápida y práctica, a través, de una reunión via zoom donde conocerán las necesidades del usuario para llevar a cabo el servicio. Una de las ventajas es que una vez que se le consiga al freelancer un usuario, este recibirá un pago del 50% por adelantado y el otro 50% una vez que el servicio sea entregado, además la comisión que se le cobre será del 12% el cual es menor que la competencia haciéndolo atractivo para que se fidelicen con la comunidad de CONECTA-DOS. Así mismo, se les realizará una encuesta para poder evidenciar la satisfacción de haber trabajado con CONECTA-DOS, mediante una escala likert.

### ***Insights***

- Los servicios de freelancer son mal remunerados.
- Trabajar desde casa no significa que se esté disponible todo el tiempo.
- Los freelancers se sienten solos, sin un equipo que los respalde.
- El trabajo es inestable y los ingresos percibidos también.

- A pesar de que la paga no es justa, pero los freelancers lo aceptan para tener un trabajo.
- Los freelancers a veces logran de su capacidad de atender varios trabajos a la vez.

#### **3.1.4. Descripción de la propuesta de valor**

Para CONECTA-DOS, la propuesta de valor es la columna vertebral del modelo de negocio que se busca desarrollar en el marco nacional. La plataforma que se lanzará al mercado para el segmento de freelancers desempleados estará enfocada en brindar accesibilidad de empleo. En tal sentido, la amplia gama de servicios que la plataforma permite ofertar, genera la integración de cualquier tipo de freelancer independiente del servicio que ofrece. CONECTA-DOS planifica una conexión directa y sin intermediarios, una plataforma en la cual el freelancer se pueda desenvolver correctamente sin la necesidad de acudir a otros medios o herramientas de conexión, como lo son los medios digitales informales (redes sociales). Esta propuesta, posee la característica de ofrecer diversos tipos de servicios personalizados a través de una atmósfera amigable entre el target (usuarios - freelancers). Un principal aliado que permitirá desarrollar todo lo planificado será el desarrollador de plataforma especialista en framework, así como el community manager que brindará sus conocimientos para que la plataforma gane reconocimiento en la comunidad.

En materia, de herramientas y beneficios que ofrece la plataforma para esta parte del segmento, es la capacidad de generar ingresos sólidos a través del tiempo, dado que la idea

de negocio surge bajo ese eje central, de una industria especializada que ha sido golpeada por la pandemia. Como startup, tenemos en cuenta que el segmento del modelo de negocio posee un alto nivel de competencia, y todo ellos buscan generar ingresos de manera fácil, rápida y confiable, es por eso que la plataforma desarrollara un plan de marketing integrado, para crear mayor flujo de usuarios, que permitan contar con un margen mayor de probabilidades para los freelance que le aseguren ser contratado por al menos uno de ellos.

### 3.2. Segmento 2: Usuarios

#### 3.2.1. Perfil del cliente

La siguiente matriz muestra el perfil del usuario identificado a raíz de las entrevistas realizadas donde se resaltan sus alegrías, frustraciones y trabajo.



Figura 6 Perfil del cliente usuario

#### 3.2.2. Mapa de valor

Luego de haber identificado el perfil del usuario pasamos a realizar el mapa de valor en base a los resultados anteriores, eliminando las frustraciones, generando alegrías y brindarle el servicio que necesita.



Figura 7 Mapa de Valor Usuario

### 3.2.3. Encaje

- Problema:** Como ya se ha mencionado, los usuarios que desean servicios digitales buscan un proveedor confiable, que esta persona esté a completa disponibilidad para atender sus dudas y dificultades tanto en el preservicio como en el post-servicio. Sin embargo, la mayoría de usuarios tienen dificultades de confianza por el alto porcentaje de fraudes y estafas que se han evidenciado en nuestro país, ese miedo no les permite contratar a alguien que no conocen, a alguien que no es un referido.
- Solución:** Nuestra solución propuesta es nuestra plataforma CONECTA-DOS, la cual facilita el proceso de encontrar a una persona con experiencia y confiable para la proporción de un servicio, la seguridad se evidencia a través de reseñas y calificaciones a los proveedores mostrados dentro de la plataforma. Asimismo, con nuestra propuesta se abre la oportunidad a forjar relaciones duraderas por la efectividad en los resultados evidenciados de los servicios, dando paso a un sistema de contactos de confianza.

## *Insights*

- ❖ Contratar a un freelancer requiere de confiabilidad, de lo contrario se corre el riesgo de no cumplir con el trabajo.
- ❖ Muchos usuarios no confían en el pago por adelantado, prefieren hacer el pago una vez recibido el servicio.
- ❖ El tiempo de respuesta del freelancer es fundamental para seguir con la adquisición del servicio, si no responde a tiempo, los usuarios suelen desanimarse y desertar la compra.

## **Descripción de la propuesta de valor**

Para CONECTA-DOS, la idea de negocio surge a partir de que todas las personas poseen deseos y necesidades, y siempre habrá alguien que pueda satisfacerlas. Por esta razón, la propuesta de valor es esencial como parte de las estrategias para poder ingresar al mercado con un éxito asegurado. Uno de los tantos beneficios que brinda la plataforma en términos diferenciales de la competencia es la de poder contactar con un profesional confiable que le brinde un servicio especializado. Esta confiabilidad se lograra a través de las herramientas que ofrecemos al usuario mediante la plataforma, una de ella es poder observar el curriculum vitae de cada freelancer independientemente del servicio que busca, asi como tambien podra ver los comentarios de otros usuarios que hayan experiencia con ese perfil, y si aun quedan dudas, en que tanta experiencia posee el freelancer, la plataforma también permite conocerlo a través de una cita previa, para que el oferente pueda disolver cualquier tipo de duda. Cabe resaltar, que el usuario podrá encontrar cualquier tipo de servicio especializado, con una gama amplia de precios acorde a lo que se busque.

Finalmente, lo que busca CONECTADOS por medio de la plataforma es una comunicación empática, entre usuarios y freelancers, que busque integrar para formar una comunidad y en un largo plazo fidelizar a dicha comunidad.

### 3.3 Identificadores de elementos diferenciales

**Tabla 1**

*Matriz de competidores de CONECTA-DOS*

Plataformas	FIVER	Bumeran	FRILEA	HELPERS	WORKANA	UPWORK	CONECTA-DOS
Comisión por servicio	20%	0%	0%	17% - 22%	5% - 20%	5% - 20%	12%
Forma de pago	Tarjeta de crédito, Paypal	Tarjeta de crédito	Tarjeta de crédito, contra entrega	Tarjeta de crédito	Tarjeta de crédito, contra entrega	Tarjeta de crédito, Paypal	Transferencias bancarias, Yape o Plin
Diferenciación	Su seguridad, calidad y flexibilidad	Red amplia de trabajo y de interacción	Servicio detallado y ordenado	Brindan servicios técnicos al hogar	Enfoque en el mercado Latinoamericano y sistema de posiciones	Conectividad con el usuario	Seguridad, diversos freelancers
Plataforma Responsive	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Tipo de marketing	Marketing Digital	Marketing Digital	Marketing Digital	Marketing Digital	Marketing Digital	Marketing Digital	Marketing Digital
Comunicación con el usuario	Comunicación indirecta	-	-	Comunicación directa	Comunicación directa	Comunicación directa e indirecta	Comunicación directa e indirecta
Practicidad	Bajo	Alto	Alto	Alto	Alto	Bajo	Alto

**Nota.** Fuente: Elaboración Propia

**Fiverr:** Se inició en el año 2013 en la App Store de Apple. Actualmente la empresa cuenta con una página web más completa en donde brinda servicios de freelance a los usuarios.

Esta empresa ofrece servicios a los clientes a través de internet, en el cual las personas ofrecen sus servicios y productos a un costo barato. La diferenciación de Fiverr a diferencia de CONECTA-DOS es que es una plataforma para operarios independientes que son buscados por pequeñas empresas que necesitan trabajadores para especialidades como marketing digital, diseño gráfico y creación de contenidos publicitarios. Además, esta aplicación ofrece servicios interesantes, acepta pagos en línea, su publicidad es digital y entre otros aspectos. Es por ello, que el precio en el primer año es free y anualmente te cobran 149 dólares. Dicha plataforma gestiona sus pagos a través de PayPal, Payoneer o por medio de una transferencia bancaria. Presenta alianzas con empresas como L'Oreal, Unilever, ByteDance, 888.com y MyHeritage.

**Bumeran:** Se creó con el propósito de poder publicar empleos de empresas de todo el país para poder captar a nuevos trabajadores de forma más rápida y sencilla. En su web se puede encontrar una gran variedad de empleos de distintas empresas con distintos salarios donde se puede visualizar cuales son los requisitos que se está buscando para el puesto de trabajo publicitado. Tomamos como competidores a Bumeran porque a diferencia de CONECTA-DOS cuenta con una red amplia de trabajo y de gran interacción que también acepta el pago por tarjeta de crédito para que empresas puedan publicitar avisos de trabajos según la suscripción que adquieran donde varían los precios, además su página web es práctica de usar tanto para personas nuevas buscando empleo o para empresas que deseen trabajar con Bumeran.

**FRILEA:** Es una plataforma digital que conecta a freelancers con clientes con la frase que transforman sus talentos en logros. Que a diferencia de CONECTA-DOS, esta plataforma

nace en Labentana, en el laboratorio de innovación de Interbank el cual fue desarrollado y financiado para dar solución a emprendedores peruanos que necesiten servicios en esta coyuntura. Otra diferencia con la que cuenta son que actualmente no están cobrando comisión alguna a los freelancers que se están integrando a su plataforma debido a que aún está en etapa de prueba y deseen consolidar a la mayor cantidad de freelancer para dar el siguiente paso de comenzar a cobrar comisión, pero a futuro. Así mismo, frilea da las facilidades de poder hacer pagos mediante la tarjeta de crédito dando un servicio detallado y ordenado.

**HelPers:** fue lanzado en el año 2016 y es considerado como una de las primeras plataformas digitales peruanas que brindan servicios técnicos para el hogar. A diferencia de los servicios que ofrece CONECTA-DOS, esta plataforma cuenta con servicios desde gasfitería, electricidad, carpintería, pintura, cerrajería, albañilería, hasta personas que acudan a remodelar tu casa. En la actualidad cuentan con más de 2500 usuarios registrados y obtienen mensualmente un promedio de 160 trabajos. Y lo más importante el precio del servicio que ofrecen no es caro, si no que van acorde al mercado. Además, este año a causa de la pandemia mundial que se vive en todos los países, han tenido que implementar el servicio de desinfección para el hogar para dejar el espacio libre de peligros. Es importante mencionar que son free las inscripciones en esta plataforma y los pagos de los servicios se realizan mediante tarjeta de crédito y contra entrega, además cobran una comisión del 17% al 22% por los servicios ofrecidos. HelPers, tiene planes de extenderse en distintas ciudades del Perú y posteriormente hacia regiones peruanas.

**WORKANA:** es una plataforma que busca ayudar a sus clientes a encontrar el “mejor talento remoto” y también encontrar trabajo a los profesionales de acorde con sus habilidades e ingresos justos. Algo que diferencia a Workana de CONECTA-DOS es que cobran una comisión escalonada según la relación que tengan los freelancers con los usuarios, es decir, que como la plataforma sirve para poder conseguir clientes a los profesionales al principio dependen netamente de Workana y según van trabajando en conjunto la relación entre ambos se incrementa dando como resultado una relación laboral donde en cierto punto no se necesitará de la página web para realizar los trabajos sino que lo harán aparte, es por esto, que al principio se comienza con una comisión de 20% como se mencionó y con el tiempo disminuirá a 10% hasta llegar a un 5% como comisión mínima. Además, los métodos de pago aceptados son a través de tarjeta de crédito o mediante paypal siendo una de las pocas plataformas que aceptan este medio de pago.

**UpWork:** Se creó con el propósito de encontrar más clientes para que manejen sus propios emprendimientos. En el cual, a diferencia de CONECTA-DOS, la plataforma ofrece mayor cantidad de servicios como: Programación, desarrollo web, desarrollo móvil, diseño, soporte administrativo, servicio al cliente, contabilidad, marketing y entre otros. Así mismo, a través de la página web, se te apoya en encontrar los mejores trabajos según la información que proporcione en su perfil de cada empleado. Además, UpWork puede ser usado para compartir archivos desde tu dispositivo móvil. Utiliza un proceso simple y optimizado que lo ayuda a recibir pagos a tiempo, con depósito directo, PayPal, transferencias bancarias.

## **4. BUSINESS MODEL CANVAS**

### **4.1. BMC**

A continuación, se presentará el Business Model Canvas (BMC) final de nuestro presente trabajo, el cual tiene por nombre “CONECTA-DOS”. Este lienzo se realizó después de haber realizado los experimentos y entrevistas en base a este emprendimiento de negocio, los cual esta herramienta nos ayudará a conocer más sobre los distintos aspectos claves de nuestra plataforma digital.

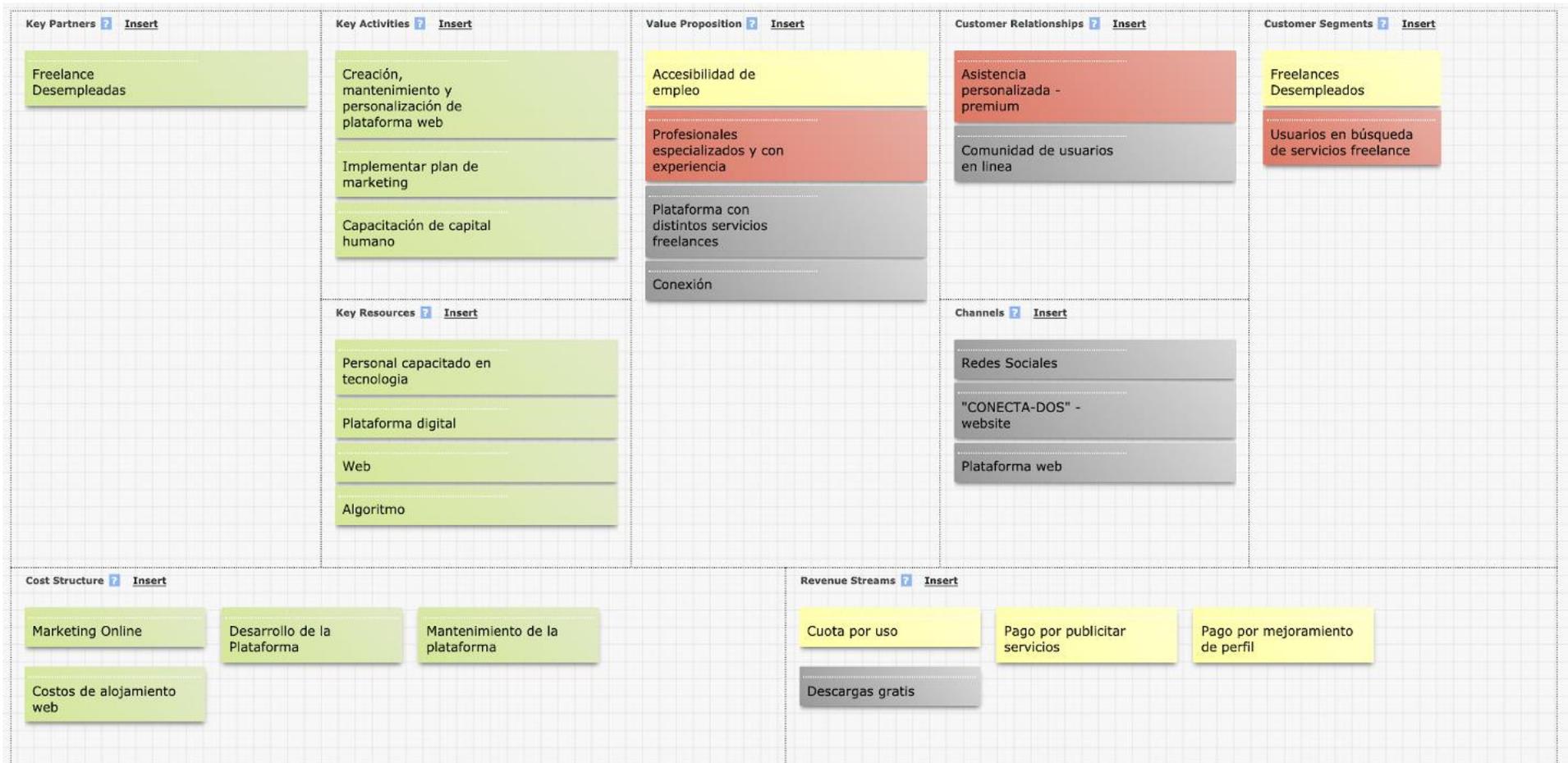


Figura 8 Business Model Canva de la idea del negocio

## **4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes**

SEGMENTOS DE CLIENTES: El mercado objetivo al cual se dirige “CONECTA-DOS” son a los usuarios que buscan diferentes tipos de servicios freelance. Así mismo, esta plataforma se encuentra orientada en brindar apoyo a los freelances que estén desempleados, por lo cual también busquen desenvolverse en su profesión orientándose en servicios específicos.

PROPUESTA DE VALOR: Este proyecto de “CONECTA-DOS”, brinda ayuda a los freelances desempleados ofreciéndoles accesibilidad de empleo basándose solo en diferentes servicios que ayuden a sus usuarios, cuentan con distintas clases de profesionales especializados y con experiencia por lo cual los clientes que se registren en esta plataforma podrán encontrar e identificar a las personas adecuadas que les ayude en el problema que poseen en ese momento. También, esta plataforma genera un desarrollo de empleo sostenible ya que el trabajo realizado por cada freelance será remunerado en base a las funciones que realiza al ser contratado.

CANALES: Esta plataforma tiene el fin de ser el nexo entre los freelancers y el usuario que se encuentra en búsqueda de servicios digitales. Para dar a conocer nuestra plataforma, haremos uso de las redes sociales como facebook e instagram, promocionando distintos post para cada segmento, así como también el uso de una landing page para presentar nuestro modelo de negocio.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES: La plataforma se enfocara en contar con una gran conectividad con el cliente/usuario proporcionándoles publicaciones mediante las redes sociales que se crearon en Facebook e Instagram, donde podrán encontrar promociones por cierto tiempo de diferentes servicios o sorteos en los cuales, además, los usuarios que realicen

uso de la plataforma para contratar distintos servicios recibirán descuentos por su confianza con la marca y también se tendrá en cuenta una atención más personalizada a través de una base de datos donde se encuentren estos clientes.

FUENTES DE INGRESO: Contaremos con distintas fuentes de ingreso donde la cuota por uso se verá reflejada en la cantidad de registros de los freelances desempleados y por los servicios solucionados de los freelances empleados por cada cliente. También, las descargas freemium se usarán como método de ingreso, ya que al principio será de forma gratuita, sin embargo, tendremos algunos servicios que solo podrás usar si pagas. Los costos fijos considerados serán las suscripciones y las publicidades externas que se realizan en distintos establecimientos donde se informa sobre bolsas de empleos.

RECURSOS CLAVE: Los recursos claves que usaremos para la elaboración de nuestra plataforma digital y landing page será un personal capacitado en tecnología que sepa manejar frameworks, programar hardware & software, siendo el diseñador gráfico el profesional especializado para poder llevar a cabo la plataforma digital permitiendo el uso de algoritmos en nuestra web que serán recopiladas en una base de datos donde se podrá contar con la relación de freelancers y usuarios que utilicen nuestra plataforma y que también se registren a nuestra landing page. Así mismo, se usarán las plataformas digitales que posee Conecta-dos la cual servirá para brindar servicios freelances y conectar a usuarios a través de la implementación de la página web.

ACTIVIDADES CLAVE: Las actividades claves son parte importante del desarrollo para cada proceso del modelo de negocio. Con la finalidad de que el proyecto tenga éxito, se definieron tres actividades vitales, las cuales son la capacitación del capital humano. Esta

actividad permitirá que los colaboradores de CONECTA-DOS puedan instruirse en nuevas técnicas y actualizar sus conocimientos en nuevas herramientas y metodologías que permitan potenciar sus capacidades y habilidades, en consecuencia podrán desempeñar con éxito sus labores y a su vez ayudar al alcance de los objetivos. Por otro lado, como otra pieza fundamental de las actividades clave de la plataforma, está la implementación de un plan de marketing. Este plan estructurado no solo sirve como una hoja de ruta para la empresa, sino permite definir estrategias, conocer sobre el perfil de los competidores, así como la cuota de mercado y a dónde se quiere llegar. Por último, la actividad clave definida para asegurar el éxito de la plataforma de freelancers, es el desarrollo y mantenimiento de una plataforma web, esto debido a que el uso de plataformas digitales resulta muy importante para que los usuarios conozcan más a fondo a la empresa. Además la implementación de esta plataforma permite a los usuarios desarrollar una mayor cantidad de actividades desde un solo lugar, evitando la necesidad de buscar otros medios para lograrlo, maximizando el grado de tener una buena experiencia con CONECTA-DOS.

SOCIOS CLAVE: Contaremos como socios a las personas desempleadas, las cuales brindan servicios freelances y serán parte de nuestra idea de negocio. Por otro lado, tenemos a los desarrolladores publicitarios en redes sociales que se encargará de crear distintas publicidades para atraer a nuevos clientes y los desarrolladores de aplicaciones móviles tendrán como tarea crear y hacer realidad la idea de negocio propuesto.

ESTRUCTURA DE COSTO: Estará enfocado en utilizar el marketing online, desarrollo de la plataforma, mantenimiento de la plataforma y los costos de alojamiento web todo esto ya mencionado ayudará a dar el buen uso de nuestra plataforma.

## **5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN**

### **5.1. Validación técnica de la solución experto**

#### **5.1.1. Experimento 1**

##### **a. Objetivo del experimento:**

Conocer los procesos de implementación y desarrollo de una plataforma web y recibir propuestas de mejora.

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

###### **i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración: del 1 al 5 de Abril.
- Duración: 20 min promedio por entrevista.
- Método Utilizado: Entrevistas personales. Se elaboró el primer mockup por Marvel, y se presentó la dinámica de la plataforma para ambas vistas, la de freelancers y la de usuarios.
- Métricas: Se utilizará el feedback y los datos y recomendaciones de los expertos a quienes se les mostrará el primer mockup. Las entrevistas serán realizadas a 2 desarrolladores web.

### **GUÍA DE PREGUNTAS:**

Pregunta N°1: ¿Qué frameworks usarías para el desarrollo de una plataforma web como LinkedIn?

Pregunta N°2: ¿Con qué tipo estándar de código trabajarías?

Pregunta N°3: ¿Qué funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de otras ya existentes en el mercado?

Pregunta N°4: ¿Recomendarías que se use una base de datos relacional o no relacional? ¿Por qué?

Pregunta N°5: ¿Cuáles son los errores más comunes que has logrado apreciar al momento de navegar en una plataforma web?

Pregunta N°6: ¿Qué mejoras recomiendas para aumentar la escalabilidad del proyecto y para hacerlo más atractivo para los usuarios?

## **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS**

Los programadores recomiendan usar el framework angular o view, en el back (lo que ve el desarrollador) Java o PHP, dependiendo del lenguaje que maneje mejor el equipo. Para el estándar de código cada programador sigue ciertas reglas como ser modular, escalables, entre otros. Para que la plataforma se diferencie de otras, se puede agregar un chat en tiempo real entre otros elementos que mejoren la comunicación dentro de la plataforma sin necesidad de usar otros medios para continuar con la interacción entre freelancers y usuarios, ello también influiría en el uso que se daría de la plataforma. Se recomienda usar una base de datos relacional, ya que es más fácil de usar, porque según lo que visualizan se utilizarán muchos datos y porque se relaciona más con el tipo de plataforma propuesta. Existen cambios constantes en el proceso de desarrollo porque surgen nuevas ideas o se encuentran errores, por ello es recomendable usar la metodología Scrum. A nivel usuario en el proceso del desarrollo tiene que pasar con testing para que no haya errores, se debe pensar siempre en el usuario para desarrollar una plataforma escalable. El diseño, el código modular, la optimización del producto y del hardware son puntos clave para hacer un producto exitoso; este sirve para conocer las variables que se usarán y controlar en totalidad la página web.

### **ii. Bitácora de actividades**

**Tabla 2***Bitácora de Actividades de Validación de la solución – Mockup 1*

Actividad	Tarea	Resultado
	Desarrollar el mockup por Marvel para mostrárselo a los expertos.	Se creó el primer mockup de manera exitosa.
Para el éxito del objetivo, se realizará entrevistas personales a profundidad vía Zoom a dos expertos en programación web.	Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al desarrollo y mejoramiento de la plataforma.	Se creó una guía de 6 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el desarrollo y mejoramiento de la plataforma.
	Contactar con 2 expertos en desarrollo de plataformas web.	Se entrevistó a 2 expertos en desarrollo de plataformas web.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de los resultados

#### i. Malla receptora

**Tabla 3***Malla receptora de Validación de la solución – Mockup 1*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
La plataforma web les pareció intuitiva y de buen diseño a ambos expertos. Los Frameworks que recomiendan son, para el front (lo que ve el usuario) Angular o View; para el back (lo que ve el programador) recomiendan Java o CakePHP, depende del equipo y del lenguaje. Se debe usar una base de datos relacional, ya que el lenguaje es mucho más fácil de entender.	Debemos hacer que el diseño sea fácil e intuitivo para el usuario, tener un código modular para la parte del desarrollo, optimizar el producto (innovar y quitar lo que no se usa) y optimizar el hardware (usar buenos servidores y buenos equipos para desarrollar e ir mejorando). Se debe aprovechar al máximo el tipo de plataforma y siempre pensando en el usuario (diseño, información, opciones para el usuario).
Preguntas nuevas	Nuevas ideas

¿Existe la posibilidad que se pueda ofrecer los productos de los freelancers ya hechos independientemente? Por ejemplo, la carpeta del portafolio de un fotógrafo se puede comprar por separado (comprar derechos para usar sus fotos).

Existencia de una previa comunicación entre usuario y freelancer mediante un chat, una opción de llamada o videollamada en la plataforma. Además de tener un chat en tiempo real para mejorar la comunicación dentro de la plataforma para que aumente el uso y tiempo de permanencia dentro de la plataforma.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## **Principales hallazgos encontrados**

### **Hallazgo 1: Los expertos consideran que el Framework que se debe usar es Java.**

Los 2 freelancers entrevistados coincidieron en que para el Framework del back (lo que ve el programador) recomiendan usar Java, debido a las opciones de compra, y de las opciones de venta con las que cuenta la plataforma web de CONECTA-DOS. El tipo de lenguaje también depende del equipo en el que se va a usar, este debe ser fácil según el público al que se dirija el contenido. Además, la base de datos relacional es la mejor opción para implementar.

### **Hallazgo 2: Es importante que se desarrolle un diseño intuitivo para los usuarios.**

Antes de desarrollar la parte front (lo que ve el usuario), se debe considerar el diseño, el cual debe ser fácil e intuitivo para el usuario. Para esto, se puede poner enfoque en el UX y el UI de la plataforma. Además, es fundamental aprovechar al máximo el tipo de plataforma que se está desarrollando, en la estructura de la página, la información que se añadirá, las opciones que estarán disponibles y las que no, pero siempre pensando en los usuarios, freelancers y usuarios, y en la experiencia que tendrán cada vez que naveguen en el producto.

### **Hallazgo 3: Es importante agregar opciones que logren que aumente el uso de la plataforma.**

La existencia de opciones como el chat en tiempo real, de llamada o videollamada generan beneficios importantes para los usuarios y para la plataforma, como la importante mejora en la comunicación entre los usuarios y los freelancers dentro de la plataforma, lo que origina que el uso de la plataforma aumente. Caso contrario a si se coloca solo el número o un correo, la comunicación sería más complicada y se daría fuera de la plataforma, lo que no es conveniente por la experiencia que se genera en el usuario y por la salida que realizan de la plataforma.

**Hallazgo 4: Se debe optimizar el software y hardware de la plataforma constantemente.**

Para destacar entre los competidores, es relevante optimizar el producto, innovando y eliminando lo que no sirve en la plataforma, también se debe optimizar el hardware, lo que implica usar buenos servidores y equipos para desarrollar el sistema e ir mejorando constantemente, para ello se debe evaluar el servidor e ir escalando de hosting para que el tema de “conurrencia” no perjudique a largo plazo el producto. Es importante considerar que los cambios juegan un rol importante en el desarrollo web, pues a medida que se implementa el desarrollo existen muchas modificaciones y pueden generarse nuevas ideas y eliminar otras. Se recomienda usar la metodología Scrum, para desarrolladores.

**ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

Los expertos en programación y desarrollo web mostraron interés en la plataforma propuesta. Según sus afirmaciones, en el Perú no han visualizado una plataforma igual de especializada para conectar a los usuarios con freelancers específicamente y que es un proyecto que podría tener una escalabilidad interesante. Los entrevistados, hicieron la comparación con plataformas que existen en otros países como España, donde se trabaja con modelos similares; sin embargo, en base a su experiencia agregarían ciertas opciones o elementos que mejoren la comunicación e interacción dentro de la plataforma entre los freelancers y sus clientes. Se interpreta que el

diseño es un elemento clave para que la plataforma sea intuitiva y resulte atractiva para los clientes, ya que es un aspecto que ambos expertos en programación web mencionaron como fundamentales para el éxito del producto. Este factor puede ser decisivo y puede influenciar en el tiempo que los usuarios deciden permanecer e interactuar con la plataforma.

#### **d. Aprendizajes**

Las entrevistas a los expertos dieron como resultado información muy relevante para tener en consideración en los procesos de implementación y desarrollo de la plataforma web. Se obtuvo como aprendizaje que existen aspectos fundamentales a considerar para que el proyecto resulte escalable. Al realizar el diseño de la web, el objetivo debe ser que este sea fácil e intuitivo para los usuarios. En el aspecto del desarrollo, debemos tener un código que sea modular, es decir que se desarrolle de tal forma que se pueda reutilizar el código y añadir el código, eso es un tema relacionado con exploradores. Por el lado de la optimización del producto, constantemente debemos pensar en nuevas ideas para agregar y hacer un análisis sobre los elementos a eliminar, sobre todo considerando aquellos que no se utilizan, todo ello con el fin de mejorar. Y por último, para la optimización de hardware es fundamental contar con buenos servidores, buenos equipos con los que los programadores desarrollen el sistema. En este aspecto también se debe hacer un seguimiento constante, para considerar migrar de un hosting a uno mejor con el objetivo de que la concurrencia no resulte perjudicial.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

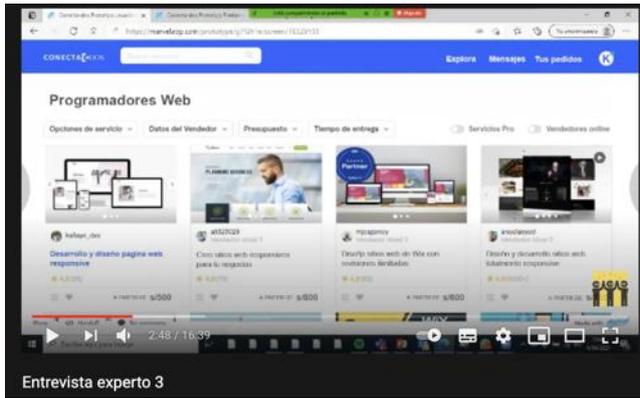


Figura 9 Entrevista a experto 3

Enlace: <http://bitly.ws/f6qR>

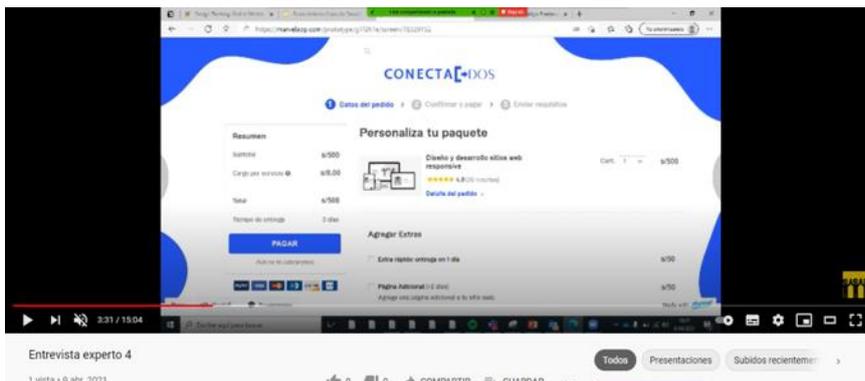


Figura 10 Entrevista a experto 4

Enlace: <http://bitly.ws/f6qT>

## 5.1.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento:

Obtener información relevante en lenguaje de programación web y conocer los costos aproximados de la implementación y desarrollo de una plataforma web.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

#### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 12 al 16 de Abril.
- Duración: 30 min promedio por entrevista.

- Método Utilizado: Entrevistas personales. Se elaboró el segundo mockup por medio de Marvel, en base a las recomendaciones brindadas por los expertos, freelancers y expertos entrevistados; se presentó la dinámica de la plataforma con las modificaciones realizadas.
- Métricas: Se utilizará la información en lenguaje de programación y de costos de implementación y desarrollo de la plataforma web que brindan los expertos en programación web, según la percepción que tengan de la plataforma luego de haberle mostrado la dinámica.

### GUÍA DE PREGUNTAS:

Pregunta N°1: ¿Qué lenguaje recomiendas que se use en esta plataforma?

Pregunta N°2: Que funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de las que ya existen actualmente?

Pregunta N°3: ¿Recomendarías que se use una base de datos relacional o no relacional? ¿Por qué?

Pregunta N°5: Respecto a los costos, ¿Cuáles son los costos de mantenimiento de una plataforma web?, ¿Cada cuánto se hacen pagos?, ¿Qué inversiones se deben hacer en la plataforma?, ¿Qué se necesita para el equipo de hardware y software?

Pregunta N°6: ¿Cuáles son los errores más comunes que has logrado apreciar al momento de navegar en una app?

Pregunta N°7: ¿Qué mejoras recomendarías para aumentar la escalabilidad del proyecto y para hacerlo atractivo para los usuarios?

Resumen de las entrevistas:

Se considera que la plataforma contiene bastante información por ello se recomienda un Framework robusto para el front como Angular, para el back usaría Java y Ionic. Dado que se manejará un sistema de mensajería y llamada, se recomienda manejar sistemas de banda ancha, los servidores están entre S/100 a S/500, anualmente para adquirir y renovar S/1500 como mínimo se debería destinar al mantenimiento de hosting para adquirir un sistema completo. Ello incluye la dirección, el hosting y un equipo de mantenimiento. También, se debe invertir en un equipo de mesa de ayuda, porque pueden surgir errores en la comunicación, en el pago y se tiene que brindar un soporte. Se necesita invertir en una plantilla de trabajo, lo que implica más tiempo porque el desarrollador toma tiempo en hacerlo. Se recomienda cobrar un porcentaje por cada venta para que genere un flujo de acuerdo al tipo de servicio. Asimismo, se recomienda que el costo recién se pague cuando se logre una venta, que no sea por suscripción. Esto es más atractivo tanto para freelancers como para usuarios. Se debe eliminar los registros basura de las personas que se suscriben, pero no usan la plataforma. Es importante considerar tener una app para mejorar la frecuencia de uso de la plataforma web.

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 4**

*Bitácora de actividades de Validación de la Solución – Mockup 2*

Actividad	Tarea	Resultado
Realización de entrevistas personales a profundidad vía Zoom a dos expertos en programación web,	Realizar las modificaciones del mockup por Marvel para mostrárselo a los expertos.	Se creó el segundo mockup de manera exitosa.

considerando las recomendaciones recibidas en las primeras entrevistas.

Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al desarrollo y mejoramiento de la plataforma, además de los costos de la misma.

Se creó una guía de 6 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el desarrollo y mejoramiento de la plataforma y sus costos.

Contactar con 2 expertos en desarrollo de plataformas web.

Se entrevistó a 2 expertos en desarrollo de plataformas web.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Malla receptora

**Tabla 5**

*Malla receptora de Validación de la solución – Mockup 2*

---

Puntos fuertes	Críticas constructivas
La plataforma web les pareció muy completa, consideran que tienen bastante información y opciones relevantes como la mensajería y la videollamada. Además, afirman que, si se trabaja de la mano de expertos, podría ser un proyecto escalable y sostenible.	La plataforma web permite el uso de herramientas que contribuirán en la mejora constante de la misma como el uso de base de datos relacional, la metodología Scrum, el análisis constante para eliminar opciones que implican un gasto y no generan ningún resultado positivo traducido en optimizar la experiencia dentro de la plataforma.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
¿Han encontrado algún modelo referente para su plataforma o tendrán que trabajar una nueva plantilla?	Los expertos recomendaron aplicar la opción para que el usuario pueda hacer un seguimiento al estado de su pedido.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### ii. Interpretación de los resultados obtenidos

**Hallazgo 1: La comunicación e interacción entre usuarios y freelancers es un factor fundamental en la plataforma web.**

El experto en programación web hizo observaciones respecto a la interacción dentro de la plataforma y al sistema de mensajería, disponible para freelancer y usuarios. Mencionó que es un factor fundamental para que los clientes perciban la web como atractiva, por lo que recomienda a largo plazo que CONECTA-DOS también cuente con una aplicación móvil.

**Hallazgo 2: La inversión en los costos para el desarrollo web influirá en los resultados del producto.**

Los costos para desarrollar la web varían mucho, sin embargo la inversión que se destine influirá significativamente en los resultados que se obtendrán. Claramente, a mayor inversión se obtendrán mejores resultados tanto en la parte front (lo que ve el usuario) como en el back. Asimismo, mencionó que existirá una gran diferencia si se adquiere un sistema (hosting) compartido a uno especializado.

**Hallazgo 3: El sistema de pagos debe ser conveniente y atractiva para los usuarios y los freelancers.**

Se halló que la plataforma resultaría más atractiva para ambos segmentos si se trabaja con un sistema de pagos porcentual, donde se le cobre a los freelancers un porcentaje por el servicio que brinda y al usuario por el servicio que adquiere. Ello genera que los freelancers no analicen tanto antes de ser parte de CONECTA-DOS y se atraería a más clientes y socios.

**d. Aprendizajes**

Se obtuvo como aprendizaje que para que los resultados de la plataforma sean exitosos y se logren los objetivos del proyecto se debe hacer una inversión adecuada, ya que los sistemas que se contraten y los equipos con los que trabaje el desarrollador de la plataforma influirá en el resultado del producto final. Además, constantemente se debe optimizar la base de datos

para que no se llene la base con “datos basura”, de freelancers que se registraron pero que nunca ofrecieron sus servicios por la plataforma. Asimismo, otro aprendizaje que se obtuvo es que debe haber personal para gestionar la mesa de ayuda y así, brindar rápidas respuestas ante errores y dificultades en la plataforma. Por último, un punto muy recalcado por el experto es el relacionado al sistema de pagos con el que se trabajará; ya que será un factor decisivo para que los freelancers y usuarios opten por utilizar la plataforma. Según las recomendaciones del experto, este debe ser porcentual y también debe lograrse que el pago del usuario sea retenido por la plataforma hasta que el freelancer le envíe el trabajo terminado, es decir su servicio.

#### e. Sustentación de las validaciones



Figura 11 Entrevista a experto 5

Enlace: <http://bitly.ws/f6qV>



Figura 12 Entrevista a experto 6

Enlace: <http://bitly.ws/f6qX>

## 5.2. Validación de la experiencia del freelancer

### 5.2.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento:

Validar que los freelancers consideren que la plataforma es intuitiva para ofrecer sus servicios.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 1 al 5 de Abril.
- Duración: 15 minutos en promedio por entrevista.
- Método Utilizado: Entrevistas personales. Se elaboró el primer mockup por Marvel, y se presentó la dinámica de la plataforma.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de personas que consideran que el desarrollo de la plataforma es adecuado.

#### DESARROLLO MOCKUP 1 (Para Freelancers):

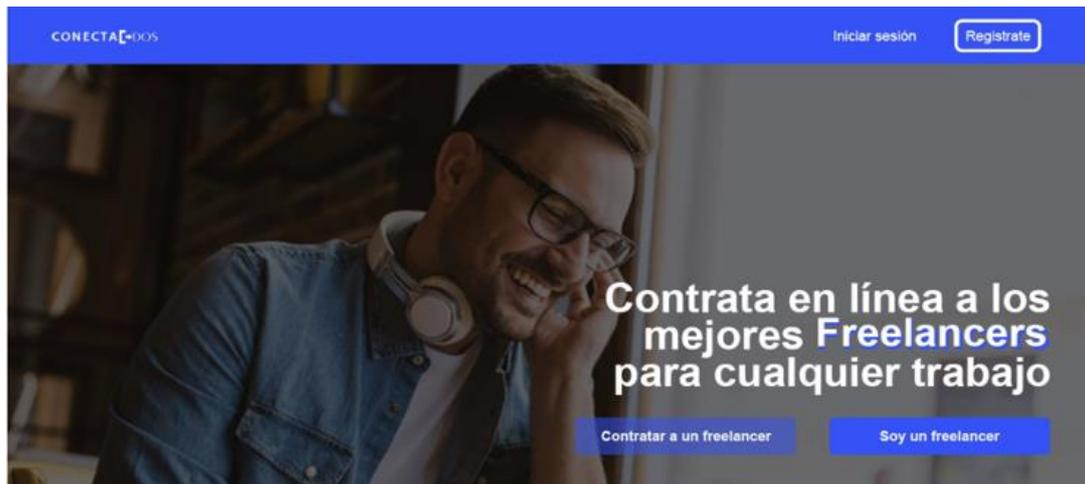


Figura 13 Mockup 1 vista del freelancer - Página de inicio

En la pantalla de inicio será la primera bienvenida que la plataforma dará a los usuarios y freelancers. En esta primera parte, ambos segmentos podrán iniciar sesión, si ya son miembros, o si recién es su primera interacción con la plataforma podrán registrarse de una manera rápida, vinculándose con su cuenta de google, facebook o cuenta apple. El título que se resalta, fue desarrollado mediante un análisis de plataformas similares, el cual se definió por: Contrata en línea a los mejores Freelancers para cualquier trabajo. Seguido de esta parte, donde se busca resaltar que es una plataforma que ayuda al usuario a encontrar al freelancer más adecuado a su necesidad, la plataforma te da a elegir si lo que buscas es contratar a un freelancer o eres un freelance en búsqueda de brindar sus servicios especializados.



Figura 14 Mockup 1 vista del freelancer - Rubros

En la segunda parte de la plataforma el freelancer contará con tres herramientas en la parte superior, las cuales le permiten explorar, sobre lo que solicitan más los usuarios y otros perfiles de freelancers, también podrán revisar sus mensajes, así como ver su portafolio de pedidos previos y en curso. Lo que más se resalta en esta segunda fase del desarrollo de la plataforma es que permite al freelancer definir en qué tipo de rubro se especializa, fotografía, diseño gráfico, comunicación audiovisual, programación, o marketing.

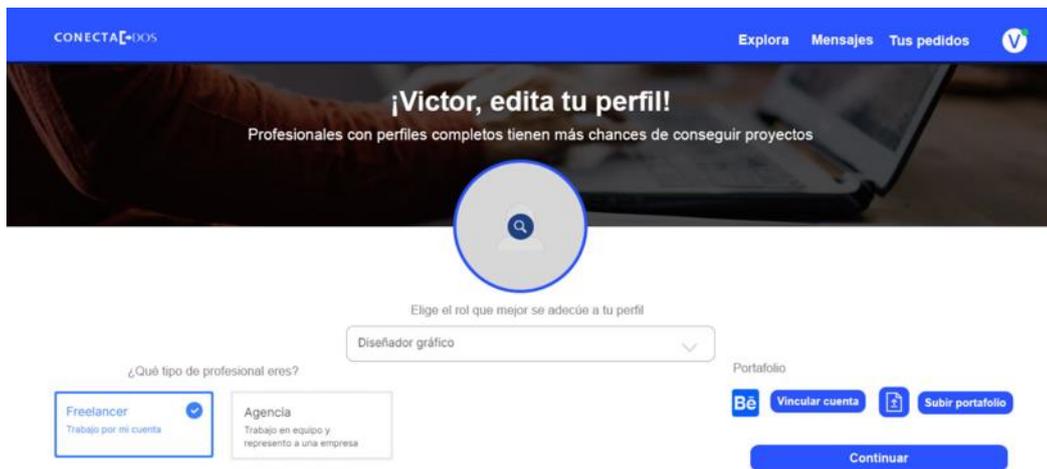


Figura 15 Mockup 1 vista del freelancer - Edita tu perfil

En la tercera etapa del desarrollo de la plataforma, el freelancer podrá contar con la oportunidad de editar su perfil desde cero, posee la función de agregar una foto de perfil, subir su curriculum, lo que le permitirá obtener mayor competitividad dentro de la plataforma, referente a los demás freelancers de su segmento. La plataforma también le da la función de elegir al freelancer si trabajara por cuenta propia o representando una marca, en este caso a una agencia.

## Gestiona tus servicios



No ha realizado ninguna solicitud.

1 **Publicar una solicitud**  
Describe el servicio que estás buscando.

2 **Obtener ofertas**  
Séntese mientras los vendedores ofrecen sus servicios.

3 **Realizar pedido**  
Elija su vendedor y haga un pedido.

[Publica tu servicio](#)

Figura 16 Mockup 1 vista del freelancer - Gestiona tus servicios.

En la cuarta pestaña de la plataforma, el freelancer será capaz de gestionar sus servicios de forma autónoma, es decir podrá publicar sus servicios.

CONECTA+DOS Explora Mensajes Tus pedidos 

1 Visión de conjunto > 2 Precios > 3 Galería > 4 **Publicar**

### ¿Qué servicio ofreces?

BRINDO SERVICIO DE

0 / 80 max

CATEGORÍA

ETIQUETAS DE BÚSQUEDA

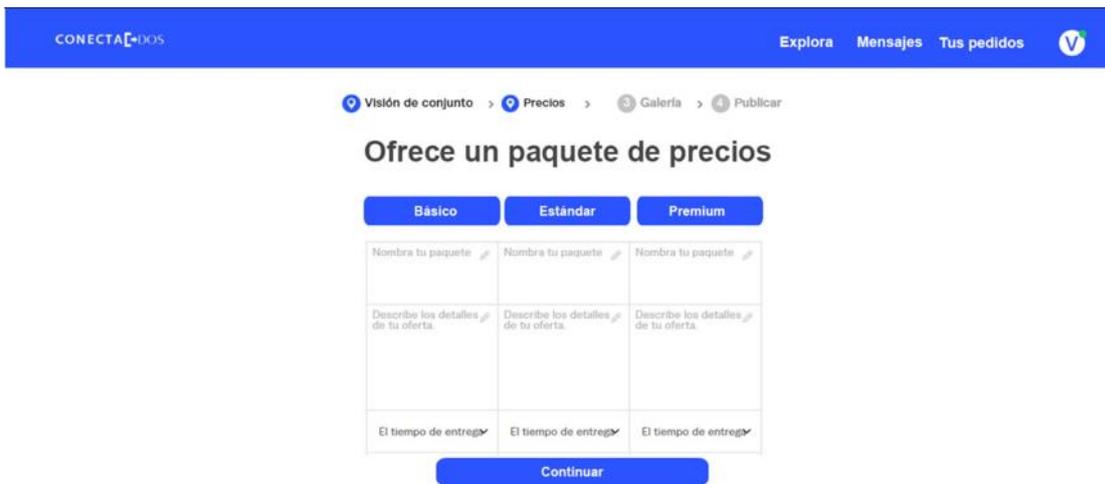
5 etiquetas como máximo. Utilice únicamente letras y números.

[Continuar](#)

Figura 17 Mockup 1 vista del freelancer - Que servicio ofreces

Seguido de la cuarta pestaña, el freelancer podrá desarrollar mejor el post o publicación del servicio que desea ofrecer, primero la plataforma permite presentarse como parte introductoria, lo que permitirá que el usuarios conozca rápidamente del perfil sobre datos específicos. Asimismo, el freelancer podrá seleccionar su categoría y una sub-categoría. De igual forma, la

plataforma, mediante hashtag autoriza agregar etiquetas que permitan que el usuario identifique rápidamente su perfil sobre temas generales.



The image shows a mobile application interface for a freelancer to create price packages. At the top, there is a blue navigation bar with the logo 'CONECTA+DOS' on the left and 'Explora', 'Mensajes', and 'Tus pedidos' on the right. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: 'Visión de conjunto > Precios > Galería > Publicar'. The main heading is 'Ofrece un paquete de precios'. There are three tabs: 'Básico', 'Estándar', and 'Premium'. Below the tabs is a table with three columns corresponding to the tabs. Each column has three rows: 'Nombra tu paquete', 'Describe los detalles de tu oferta', and 'El tiempo de entrega'. At the bottom of the table is a blue 'Continuar' button.

Figura 18 Mockup 1 vista del freelancer - Ofrece paquetes de precios

En la sexta fase del desarrollo de la plataforma, el freelancer contará con la oportunidad de segmentar sus precios ofrecidos hacia el público de usuarios, estos estarán segmentados por básico, estándar y premium, en los cuales el freelancer tendrá la libertad de detallar lo que se ofrece en cada paquete, lo que le permitirá tener mayor cobertura en términos de usuario. De igual forma, en esta parte tendrá que detallar el tiempo de entrega.



The image shows a mobile application interface for a freelancer to upload service images. At the top, there is a blue navigation bar with the logo 'CONECTA+DOS' on the left and 'Explora', 'Mensajes', and 'Tus pedidos' on the right. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: 'Visión de conjunto > Precios > Galería > Publicar'. The main heading is 'Sube las imágenes de tu servicio'. There is a blue 'Subir +' button. Below it are four grey square buttons, each with an upload icon. Below the buttons is a blue 'Descripción' label and a white text input field. At the bottom is a blue 'Continuar' button.

Figura 19 Mockup 1 vista del freelancer - Sube imágenes de tu servicio

En la siguiente parte, el freelancer podrá contar con la ventaja de marketear su perfil como lo crea conveniente. La plataforma da la oportunidad de subir fotos, videos, agregando una pequeña descripción (sin límites de palabras) que le permitan al usuario conocer más fondo sobre cada trabajo realizado previamente por el perfil de freelance. Cabe resaltar, que las fotos y videos que suban no cuenta con un límite de cantidad y capacidad, por lo cual el freelance podrá subir un contenido de mayor calidad.

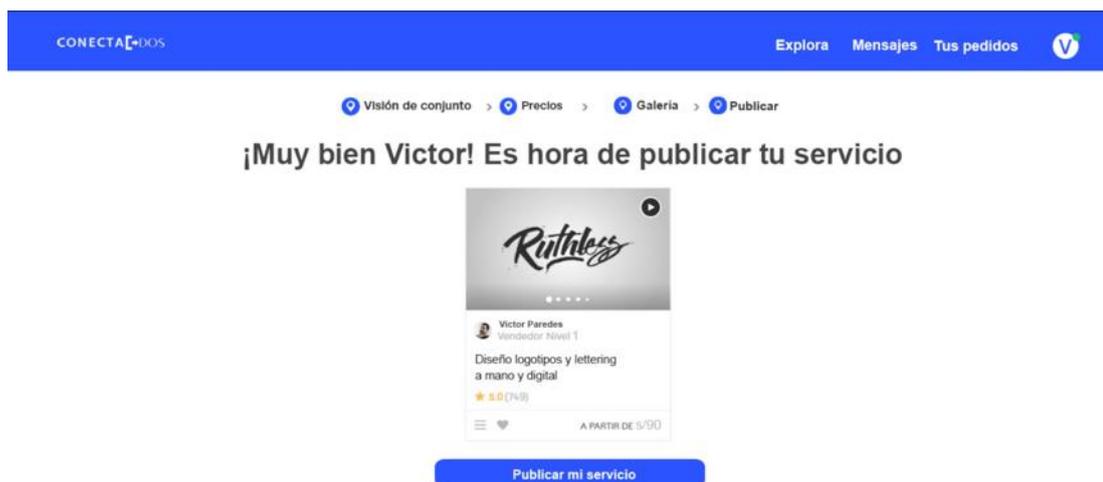


Figura 20 Mockup 1 vista del freelancer - Publica tu servicio

Llegado a esta parte, el perfil del freelancer podrá visualizar previamente como se vería su anuncio en la plataforma, y podrá discernir si publicar su servicio o retroceder a modificar algo en los pasos anteriores.

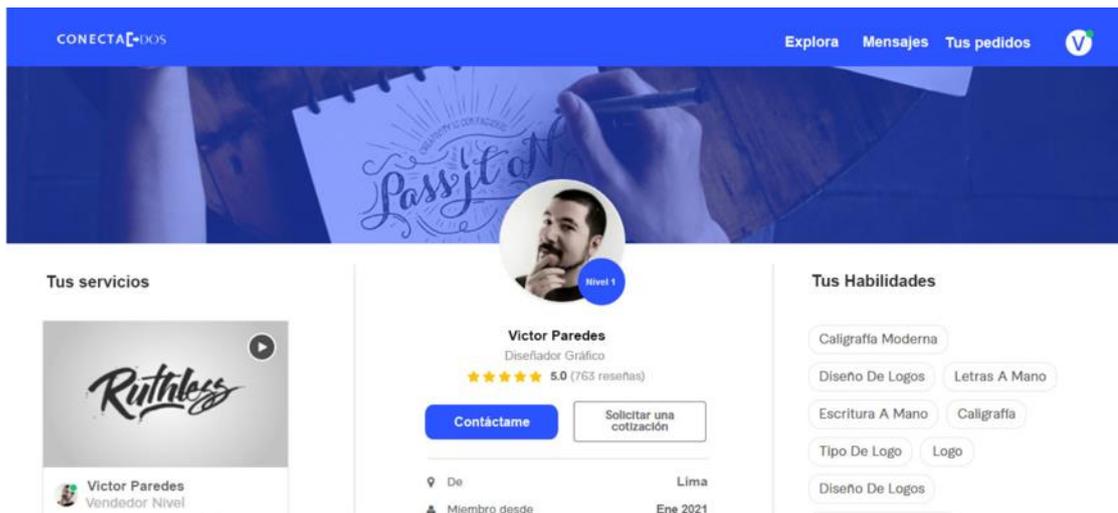


Figura 21 Mockup 1 vista del freelancer - Visualización del perfil del freelancer

Por último, el freelancer podrá observar su perfil, también contará con la capacidad de editarlos a través de las diferentes herramientas que ofrece la plataforma, cambiar su foto de perfil, editar información básica sobre su ubicación, así como agregar diferentes tipos de habilidades en la parte derecha. Asimismo, en la parte izquierda de la plataforma, se permite visualizar el portafolio de servicios que se busca ofrecer. Lo que más resalta la plataforma son los botones de contactame y solicita una cotización. Cabe mencionar que el perfil de freelancer será calificado por los usuarios con un máximo de 5 estrellas y las reseñas serán las opiniones y comentarios de los usuarios que han trabajado con el perfil, dando su punto de vista sobre cómo fue su experiencia con este freelancer.

## **GUÍA DE PREGUNTAS:**

Pregunta N°1: ¿Cómo encuentras la parte introductoria de la plataforma?

Pregunta N°2: ¿Cómo ves la experiencia entre la relación entre usuario-freelancer?

Pregunta N°3: Respecto a otras apps similares, ¿qué crees tú que podrías eliminar o incorporar en nuestra plataforma?

Pregunta N°4: ¿Qué es lo que más te ha gustado de la aplicación? ¿Por qué?

Pregunta N°5: ¿Qué es lo que menos te ha gustado de la plataforma? ¿Por qué?

Pregunta N°6: Del 1 al 10, ¿qué tanta usabilidad representa la plataforma para ti? ¿Por qué?

Pregunta N°7: ¿Qué recomendaciones darías para el desarrollo de la plataforma?

### **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS:**

La parte introductoria del registro es intuitiva, lo resaltante es que desde el comienzo la plataforma segmenta entre usuarios en búsqueda de servicios especializados y freelancers. Esto permite tener una mejor organización en la creación y manejo de un perfil. Esta plataforma hace sencillo la parte de registro lo cual brinda una comodidad desde un comienzo, factor que no toman en cuenta otras plataformas. Respecto a lo que la plataforma debe modificar, es sobre el tema de información personal al momento de editar un perfil, ya que hay que tomar en consideración referencias de plataformas similares, que contienen desde campos obligatorios como nombre, apellido, correo, edad, sexo, fecha de nacimiento, y opcionales como número telefónico. Este punto es un factor clave, ya que contar con una información personal completa brinda confiabilidad en términos de perfiles. Lo positivo de esta plataforma es que a diferencia de muchas otras permite agregar el CV del freelancer, esto permitirá que el usuario visualice datos de trabajos anteriores y genere mayores posibilidades de ser contratado por un usuario.

Paralelamente, lo que menos simpatiza con los freelancers, es que la plataforma debe desarrollar un breve formulario para determinar con exactitud la paleta de colores más adecuada a utilizar en el desarrollo de la plataforma, dado que hay ciertos colores o espacios en la plataforma, que el color puede ser mal percibido por algunas personas, por tal motivo es recomendable hacer dicha encuesta. Por otro lado, la frecuencia de uso que se daría a la plataforma sería de probabilidades muy altas, ya que permite conectar rápidamente con un usuarios y la confiabilidad que generan a partir de los perfiles hasta que se contacta con un posible cliente. Esta plataforma elimina intermediarios innecesarios como otras, además de que facilita su uso a través de todos lo que se puede ejecutar de la misma, como contactar rápidamente con otros usuarios, promover tu perfil desde los trabajos previos realizados, etc. En términos generales, es una plataforma amigable desde el comienzo de la interacción, pero se recomienda una profundización en la investigación de la paleta de colores a utilizar y la sinergia con otros botones importantes, como el de contactame, cv, entre otros.

El diseño de la plataforma es interesante, ya que al segmentar desde un comienzo entre usuarios y freelancers, hace un manejo más provechoso para la relación de usuario - freelancer. Esta relación se ve fortalecida por todas las herramientas que te brinda la app, desde crear un perfil transparente, que permite adjuntar un cv, así como la facilidad de comunicación entre diferentes tipos de usuarios. Un factor destacable de la plataforma, es la organización entre tipo de servicios, lo que le permite al freelancer tener una demanda más precisa en términos de usuarios, ya que saben lo que buscan y pueden buscarlo con mayor rapidez, beneficiando así al freelancer. Respecto a otras plataformas similares, lo que se puede añadir es una sección de mensajes, como las de business whatsapp, con la finalidad de que el freelancer no tenga que salir de la plataforma para comunicarse con el usuario y todo lo pueda hacer desde la misma

página. Esto es muy importante, debido a que por temas de seguridad, muchos usuarios no desean brindar sus números telefónicos.

Lo más notablemente beneficioso de la plataforma, es el medio de pago y cobranza hacia el usuario, dado que lo estratifica en 3 tipos (básico, estándar y premium) lo que permite ofrecer servicios más comunes y promoverlos a través de promociones, descuentos y paquetes. Por otro lado, lo menos destacable de la plataforma, es la limitación de algunas opciones que los usuarios si poseen, es decir que debería dar la posibilidad de que el freelancer también pueda calificar al usuario con 5 estrellas y si el caso lo exige comentarle sobre la experiencia con la relación que se tuvo con ese cliente, si fue amable, respetuoso, grosero, conflictivo, etc. En términos generales, se recomienda la aplicación de un chat más directo, para una mejor organización en los mensajes recibidos y enviados, esto mejora significativamente la comunicación y le dará eficacia a la interfaz.

La parte introductoria de la plataforma es muy entendible, los colores cuentan con sinergia con el logo, la división por segmento de usuarios es destacable y permite tener más organización a nivel de plataforma. La experiencia en la relación de freelancer - usuario, es directa y concisa, ya que los perfiles por las herramientas que posee al momento de creación de perfil, como la de una pequeña descripción, selección de categoría, temas de interés, permiten contar con una experiencia más eficiente en términos de contacto con el cliente. Referente a otras plataformas similares, lo que se podría añadir o eliminar al formato del primer mockup sería que el formato se adecue de manera correcta independientemente del dispositivo desde donde se ingrese, debió a que muchas otras plataformas, suelen tener cambiar si se entra desde una laptop, tablet o celular. Esto genera que la experiencia tanto freelance como usuario se vea afectada y ocasiona consecuentemente incomodidad. Lo más interesante que muestra esta plataforma es como se

desarrolla la comunicación entre ambas partes, dado que se observa que en todo momento se busca integrar el sistema de comunicación. En términos generales, se recomienda que se trabaje bien la plataforma a través de un desarrollador, ya que para el freelancer es incomodo contar con una buena plataforma, que si se abre de un dispositivo mas portatil como una tablet o laptop, el formato se descuadre y el manipuleo sea mucho más difícil. A primera vista, la plataforma es muy amigable, los colores cautivan la mirada, el nombre genera intriga y apego. La parte donde se diferencia entre usuarios comunes y freelancers es muy importante, porque permiten contar como mayor organización, en especial en el siguiente paso, donde se segmenta por especialidad de servicios. Desde el punto de vista de un freelancer, un factor clave es que se cuente con la oportunidad de una opción de “cita previa” que permita tener una reunión más personalizada con los clientes, dado que a veces se requiere trabajos con mayor tiempo de enfoque. Esta parte de “cita previa” permitirá a los freelancers realizar un mejor trabajo y consecuentemente un usuario más feliz, puesto que permite que el freelancer conecten de manera más privada sobre características específicas del trabajo a realizar y sugerencia de como realizarlo. Una de las recomendaciones generales será la adición de una opción que permita separar una cita personalizada a través de una sala de presentación virtual como lo hacen otras plataformas de negocio.

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 6**

*Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del freelancer - Experimento 1*

Actividad	Tarea	Resultado
	Desarrollar el mockup por Marvel.	Se creó el primer mockup de manera exitosa.

Para el éxito del objetivo, se realizará entrevistas personales a profundidad.	Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al mejoramiento de la plataforma.	Se creó una guía de 7 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el mejoramiento de la plataforma.
	Contactar con diferentes tipos de freelancers.	Se entrevistó a freelancers de diferentes rubros.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Malla receptora

**Tabla 7**

*Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del freelancer – Experimento 2*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
La plataforma fue intuitiva para los freelancers en su primera experiencia con el mockup inicial. Sin embargo, se deben añadir nuevas herramientas para generar un tráfico de usuarios mayor que impulse la usabilidad de la plataforma.	Hacer una encuesta para determinar qué paleta de colores se debe utilizar para el desarrollo de la plataforma, como, por ejemplo: incrementar colores en los botones importantes, evitando solo el uso de blanco y negro.  Estratificar mejor la parte de contacto. En otras palabras, la parte introductoria de creación de un perfil, deberá contar con campos obligatorios, como en otras plataformas, que incorporan en su proceso de creación de perfil (nombre, sexo, fecha de nacimiento, correo, número telefónico vinculado al WhatsApp, entre otros)
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
¿La plataforma se ajustará visualmente independientemente del dispositivo desde donde se ingrese?	Incorporar un chat similar al formato de WhatsApp dentro de la plataforma, para una comunicación más directa entre usuario-freelancer, sin la necesidad de salir de la plataforma.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Hallazgo 1: Los freelancers muestran un grado alto de aceptación hacia el diseño de bienvenida de la plataforma.**

Se observó que los diferentes tipos de perfiles de freelancer (fotógrafa, programación, marketing, entre otros) están dispuestos a interactuar en plataformas que permitan explotar su talento, además de un alto nivel de interés al uso de plataformas como estas, debido a que elimina intermediarios informales (redes sociales) que permiten una captación de clientes más directa y rápida. Esto no solo genera un nivel de confiabilidad alto para el freelancer, sino también para el usuario, dado al enfoque de la plataforma. Uno de los puntos favorables o positivos de plataformas como estas es la generación de ventas sostenibles para el freelancer, que en un tiempo de mediano plazo se convierte en una fidelización.

**Hallazgo 2: Los botones para cada herramienta deben ser homogéneos que los de los usuarios.**

Este punto hace referencia a que el freelancer cuente con las mismas características de uso que el usuario posee. En otras palabras, al freelancer también le gustaría contar con el beneficio de poder calificar al usuario, brindar opiniones acerca de una experiencia en su relación freelancer - usuario. En tal sentido, el freelancer busca en plataformas como estas que también sea tomado en cuenta, y validar si el usuario fue respetuoso o presentaba muchas barreras/complicaciones en el desarrollo de algún trabajo, a través de sus comentarios en los perfiles de sus clientes.

**Hallazgo 3: Contar con ajuste visual que permita que la plataforma tenga un buen desarrollo independientemente del dispositivo desde donde se ingrese.**

El ajuste visual que desarrolle la plataforma será un punto vital, debido a que en ciertas ocasiones algunos freelancers y usuarios no ingresaron desde un ordenador como laptops, sino desde un celular o una tablet. En experiencia desde el punto de vista del freelancer, hay plataformas similares que su formato se descuadra visualmente si se ingresa desde otra herramienta tecnológica que no sea una laptop o computadora. Esto genera un alto nivel de insatisfacción en su experiencia como usuario que busca ofrecer un servicio de manera ordenada desde una plataforma seria.

**Hallazgo 4: La plataforma debe contar con un plan de marketing que incremente el tráfico en la interfaz de usuarios para una frecuencia de uso mayor.**

Los freelancer entrevistados, cuentan con un factor en común, referente a la frecuencia de uso que le brindaran a la plataforma. Este factor en común es determinante según los entrevistados, ya que será la primera motivación para operar dentro de la plataforma. Contar con un plan de marketing básico que limite a un número de usuarios bajos interactuando dentro de la plataforma es muy poco atractivo para los freelancers. Para esta parte del segmento del modelo de negocio, contar con un plan de marketing que genere un mayor número de usuarios en búsqueda de servicios en la plataforma es significativo para el nivel de uso de la misma.

**ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

Respecto al segmento de freelance existen diversas opiniones en base a este primer prototipo de la plataforma. Los freelancers entrevistados se encontraron admirados con el primer diseño de esta plataforma, ya que en el mercado peruano no encuentran muchas personas que busquen explotar sus talentos. Desde este punto de vista, surge la primera interpretación y es que existe una necesidad por parte de este segmento de buscar a dar a conocer sus diferentes tipos de

servicios y habilidades a personas que necesiten de ellos, solo que no encuentran el medio, y si lo hay es muy informal, como las redes sociales. En materia de herramientas que debe poseer la plataforma, algunos entrevistados, brindaron propuestas interesantes, como añadir nuevos botones, y a su vez armonizar con los colores de la plataforma. En base a este dato, se creó la segunda interpretación de mejora para el siguiente diseño de la plataforma, como el de poder agendar una cita previa, así como el de tener un chat directo y organizado, que permita tener una comunicación más integrada con el usuario. Con relación a la oferta del servicio el freelancer busca trabajar desde diferentes tipos de dispositivos, contando con las mismas oportunidades que un usuario normal. A partir de ello, se puede interpretar que la plataforma necesita una correcta fluidez en términos de software independientemente del dispositivo desde donde se use. De igual forma el freelancer debe contar con la herramienta de poder calificar a los usuarios y comentar sobre su experiencia con esta parte del segmento.

#### **d. Aprendizajes**

En cuanto a aprendizajes, las entrevistas realizadas dejan mucho para detallar y considerar en la siguiente presentación del mockup. Desarrollar el primer boceto de la plataforma permite aterrizar la idea del proyecto y materializarlo de forma virtual. Para la validación de esta primera parte del experimento se obtuvieron muchas críticas constructivas, que son los cambios a realizar en la segunda etapa de la validación del objetivo. Estos cambios, son la integración de un portafolio de mensajes más integrados, como lo realizan otro tipo de plataformas. Asimismo, considerar la casilla de “cita previa” para brindarle al freelancer la oportunidad de interactuar de una manera más profunda con su posible cliente o clientes potenciales. De igual manera, una investigación a través de una encuesta virtual es precisa, esto con el fin de determinar si los colores son los deseados por los dos tipos de segmento (usuario y freelance). Finalmente, el freelancer valora mucho que también su voz sea tomada en cuenta al momento

de finalizar un servicio, por ello manifiestan que se debe contar con el beneficio de poder calificar al usuario con máximo de 5 estrellas, como lo hacen con ellos, así como comentar como fue la experiencia de trabajo con dicho cliente. Cabe resaltar que la plataforma debe contar con la capacidad de adherirse correctamente al dispositivo desde donde se ingrese (tablet, laptop, celular); así como un plan de marketing que genere mayor capacidad de usuarios, con la finalidad de convertirla en una plataforma altamente atractiva para el público freelancer.

#### e. Sustentación de las validaciones



Figura 22 Entrevista a freelancer 6

Enlace: <http://bitly.ws/f6rE>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

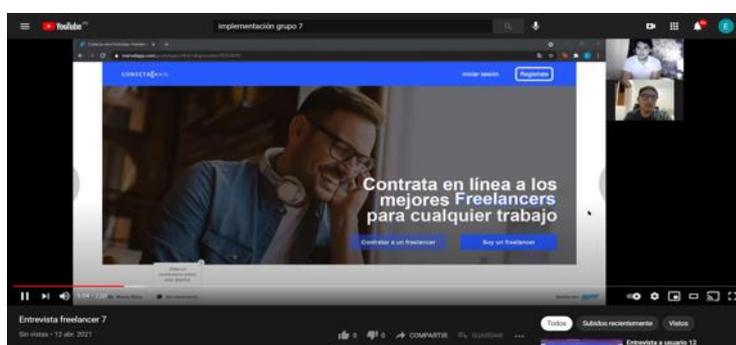


Figura 23 Entrevista a freelancer 7

Enlace: <http://bitly.ws/f6rH>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos



Figura 24 Entrevista freelancer 8

Enlace: <http://bitly.ws/f6rI>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

## 5.2.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento:

Validar que los freelancers consideren que la plataforma cuenta con todas las características idóneas para ofrecer sus servicios.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

#### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 1 al 5 de abril.
- Duración: 15 minutos en promedio por entrevista.
- Método Utilizado: Entrevistas personales. Se elaboró el segundo mockup por medio de Marvel, a partir de la primera recopilación de sugerencias, se presentaron los nuevos cambios de la plataforma.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de personas que consideran que las nuevas herramientas añadidas cumplen con sus necesidades como freelancers.

### DESARROLLO MOCKUP 1 (Para Freelancers):

A partir de la recopilación de información de la primera entrevista, se destacó los puntos críticos como parte de las recomendaciones brindadas por el segmento freelance, lo cual se buscó materializar en la estructura y desarrollo del segundo mockup mejorado. Esto se realizó con la intención de validar nuevamente el prototipo pre-final, para implementar todo lo necesario para el éxito de la plataforma.

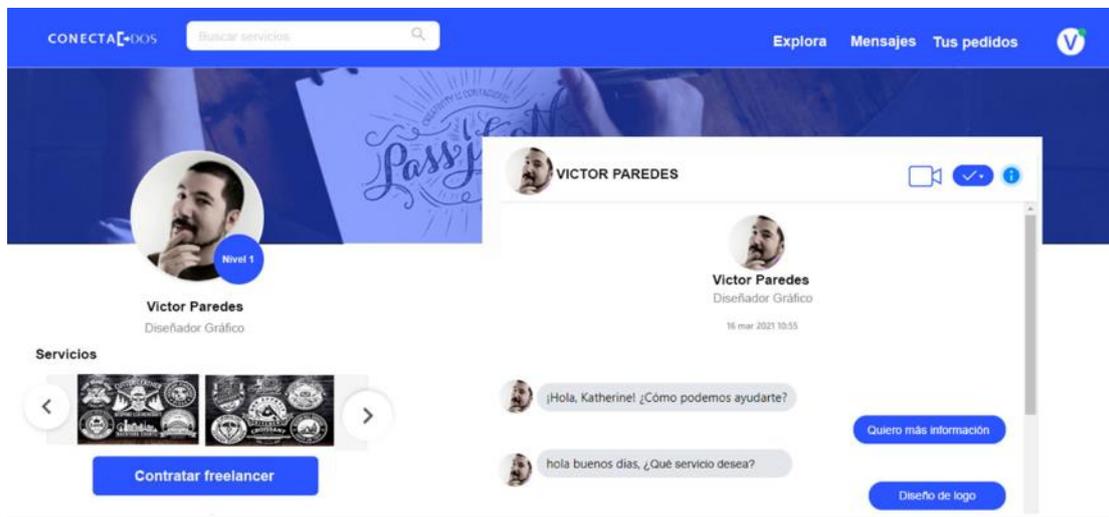


Figura 25 Mockup 1 vista del freelancer - Desarrollo de chat.

En la segunda parte de la entrevista, en la segunda etapa de la entrevista para la validación de un correcto prototipo, uno de los entrevistados freelancers, mencionó que era necesario contar con un chat privado, que funciona como conector entre usuario y freelance, en el caso el cliente no quiera brindar un numero telefonico por temas personales y de privacidad, ya que son escenarios que suceden en la vida real y suelen ser incómodos, para ello en esta pestaña se desarrolló un piloto para determinar cómo sería la dinámica entre mensajes, sin la necesidad de utilizar una app exterior como whatsapp y hacerlo todo en la misma plataforma.

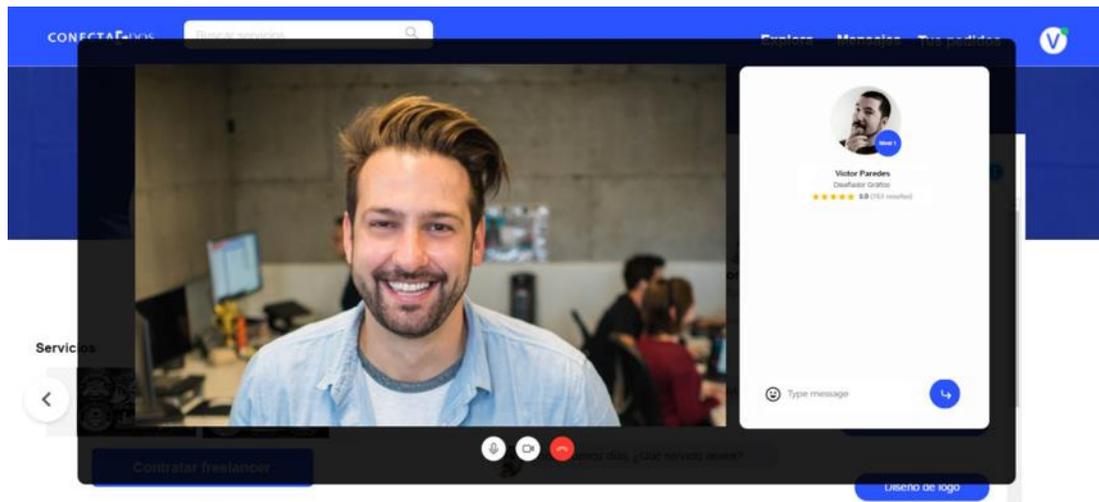


Figura 26 Mockup 1 vista del freelancer - Implementación de videollamada.

Seguido de ello, el freelancer podrá encontrar el desarrollo de la herramienta “cita previa”, que le permite que el usuario interesado en adquirir uno de sus servicios pueda reservar una cita para conocer al freelancer mediante una reunión personalizada de manera virtual. Esta herramienta se añadió con la finalidad de que haya una relación más consolidada entre cliente y freelance, en la cual puedan absolver sus dudas o inquietudes.

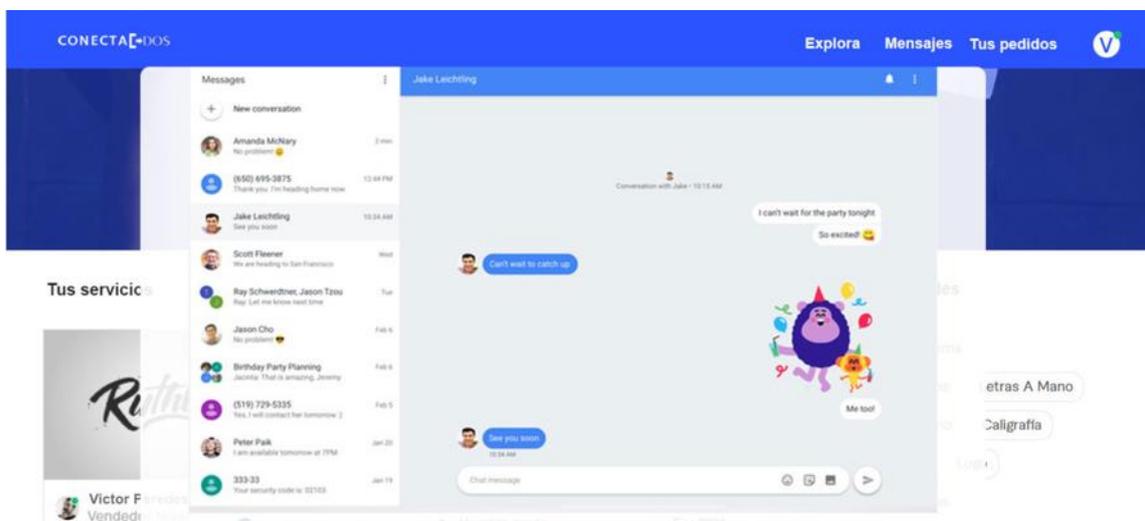


Figura 27 Mockup 1 vista del freelancer – Chat

Por último, uno de los usuarios freelancers, mencionó que le gustaría observar una mejor definición sobre la organización que daría la plataforma a los freelancer en el tema de mensajería, es decir como la plataforma estructura la comunicación directa e integrada entre usuarios que buscan un servicios freelance y los freelances, quienes lo ofrecen. Es por ello que en esta pestaña se añadió un piloto de cómo sería la interacción entre freelancers y usuarios que buscan algunos de sus servicios.

### **GUÍA DE PREGUNTAS:**

Pregunta N°1: ¿Cuéntame sobre tu experiencia en este nuevo formato para la plataforma de CONECTA-DOS?

Pregunta N°2: ¿Cómo ayuda la plataforma en tu vida profesional (freelance/usuario)? ¿Por qué?

Pregunta N°3: ¿Cómo calificarías las herramientas que encuentras en la app? (método de pago, creación de perfil, contacto con el usuario, etc)

Pregunta N°4: A diferencia del primer prototipo, cual es tu percepción de este nuevo mockup?

Pregunta N°5: Consideras que la plataforma es de uso intuitivo? ¿Por qué?

### **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS:**

En síntesis, en la segunda fase de validación de prototipos para el segmento de freelance, se determinó entrevistar a dos personas de la primera etapa de la validación y a tres nuevos freelancers. Lo que se pudo absorber en términos de información en estas nuevas entrevistas, fue el gran nivel de aceptación que ha recibido este segundo prototipo, el cual estuvo expuesto a nuevas modificación, siguiendo las criticas constructivas del primer prototipo. Los usuarios mencionaron, que desde el nombre la plataforma ya despertaba cierta intriga, dado que la

escasez de plataformas como estas en el país es notorio. El diseño es adecuado, dado que mantiene una sinergia con el logo, y los colores de cada botón, también armoniza con la paleta de colores de la plataforma. Sin embargo, recomendaron que cada año se realice una encuesta a los dos segmentos, con el propósito de actualizar la plataforma con nuevos colores y el tipo de dinámica, así se evitará caer en la ambigüedad de plataforma. Asimismo, los entrevistados mencionaron que las nuevas herramientas añadidas son muy productivas para ellos, y básicamente con todo ello, la plataforma sería una gran opción a utilizar para promover sus servicios. En materia de usabilidad que le darían a la plataforma, aseguraron que eso dependerá de qué tanto tráfico a nivel de usuarios genere la plataforma, para ello deberá contar con un buen plan de marketing, para captar mayor cantidad de usuarios, y así sea más atractiva para los freelancers.

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 8**

*Bitácora de actividades de Validación de la Experiencia del Freelancer – Experimento 2*

Actividad	Tarea	Resultado
	Desarrollar el segundo mockup por Marvel, partiendo de las sugerencias obtenidas de las primeras entrevistas.	Se creo el segundo mockup añadiendo de manera exitosa las nuevas herramientas.
Para el éxito del objetivo, se realizará entrevistas personales a profundidad	Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al mejoramiento de la plataforma.	Se creo una guía de 7 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el mejoramiento de la plataforma.
	Contactar con diferentes tipos de freelancer.	Se entrevisto e freelancers de diferentes rubros.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Malla receptora

**Tabla 9**

*Malla receptora de Validación de la experiencia del freelancer – experimento 2*

---

Puntos fuertes	Críticas constructivas
La plataforma es una opción muy llamativa para los freelancers al momento de buscar fuentes para ofrecer sus servicios. Las nuevas herramientas añadidas, han agregado un valor significativo a la plataforma que incentiva cada vez más su uso.	Realizar una encuesta anual para una modificación y actualización de herramientas y opciones de uso, con el propósito de evitar caer en la ambigüedad.  Implementar un plan de marketing integrado que permita contar con un mayor tráfico en materia de usuarios, para cada vez ser más una plataforma más atractiva para este segmento especializado.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
¿En qué se diferencia un freelancer que esté suscrito a la plataforma en modalidad freemium y un freelancer que pague por una suscripción premium?	Se recomienda que la plataforma cuente con la herramienta cita previa, pero con relación a freelancer y atención al cliente de la plataforma, por si ocurriera algún inconveniente, tener una respuesta inmediata por parte de la plataforma.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Hallazgo 1: Las nuevas características añadidas han permitido que el grado de aceptación aumente significativamente.**

Esta primer hallazgo, se destacó de una entrevista realizada a un freelancer de la primera etapa del mockup final, el cual se mostró muy satisfecho, puesto que se añaden muchas mejoras significativas, que están materializadas en nuevas mejoras como el chat privado integrado, el espacio para reservar una cita previa personalizada a través de una reunión virtual, y la estructuración de todo el conjunto de mensajes que maneja el perfil del freelancer.

**Hallazgo 2: Los freelancers comentan que una retroalimentación a través de encuestas anuales es vital para evitar la ambigüedad de plataforma.**

Un punto clave mencionado por varios entrevistados, es la constante encuestas realizadas en el primer año, para corroborar que la experiencia del freelancer sea la adecuada, y si lo hubiere solucionar cualquier tipo de inconveniente. Asimismo, estas encuestas servirán también para un largo plazo, dado que la plataforma igual que muchas otras necesitará de actualizaciones y ciertas modificaciones con el tiempo, todo ello con la finalidad de tener un éxito sostenido al pasar los años. Estas encuestas también permitirán que la plataforma realice cambios idóneos en términos de cambio de diseño, paleta de colores, dinámica de la plataforma, etc.

**Hallazgo 3: Los freelancers afirman que la frecuencia de uso dependerá del tráfico de usuarios que genere la plataforma.**

Una parte de los entrevistados que a pesar de que la plataforma sea intuitiva y tenga funcionalidades destacables, el grado de uso que se le de, desde el punto de vista del freelancer, dependerá exclusivamente del plan de marketing y sus estrategias que tenga la plataforma para captar una cantidad mayor de usuarios, que como consecuencia la hará cada vez más atractiva para el segmento freelancer, dado que tendrán más probabilidades de ser contactados por un usuario en busca de estos servicios personalizados.

**Hallazgo 4: Los freelancers hacen hincapié en añadir nuevas mejoras en términos de herramientas a usar dentro de la plataforma.**

En esta segunda presentación del mockup 2 mejorado, la mayoría de entrevistados freelancers mencionó que la plataforma como parte de sus operaciones internas como startup, deberá contar con un servicio de atención al cliente, tanto para los de opción freemium y de pago. Recomiendan que esta atención sea como la herramienta de cita previa, que se brinde una ayuda al usuario de manera personalizada, para la solución de cualquier inconveniente que se presente en el momento de contactar con un nuevo o antiguo cliente.

## **ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

Este segundo desarrollo del prototipo deja muchas opiniones positivas, el grado de aceptación obtenido por los entrevistados ha sido óptimo, esto se debe a que se añadió todas las herramientas mencionadas en el primer feedback del mockup 1. No obstante, aún nos dejan recomendaciones, para un futuro cuando la plataforma sea lanzada al mercado, y es la de contar con una retroalimentación constante mediante encuestas hacia ambos tipos de usuarios, para asegurar que la plataforma brinde una buena experiencia a los freelancers y usuarios. De igual forma, las estrategias en terminología de marketing que implemente *Conecta-dos* será fundamental para que genere un mayor tráfico de usuarios, tanto para los que buscan adquirir un servicio como para quienes lo ofrecen. Por último, como en toda marca, organización o plataforma, es elemental que *Conecta-dos* posea un sistema eficiente de servicio al cliente, a través de sesiones personalizadas e inmediatas para problemas que surjan de manera inesperada.

## **d. Aprendizajes**

Los nuevos aprendizajes que dejan este segundo grupo de entrevistas como parte de validación del segundo mockup, son más desde un punto de vista interno, en materia de procesos o manejo de operaciones de *Conecta-dos*. Como ya se mencionó en los puntos anteriores, este nuevo proyecto tiene mucho por trabajar en el largo plazo, desde retroalimentación de contenido hasta mejoramiento constante de un servicio al cliente eficiente. Todo ello se debe ir controlando a medida que se va desarrollando, y no olvidar que el punto de partida siempre será la opinión de los usuarios y freelancers.

## e. Sustentación de las validaciones

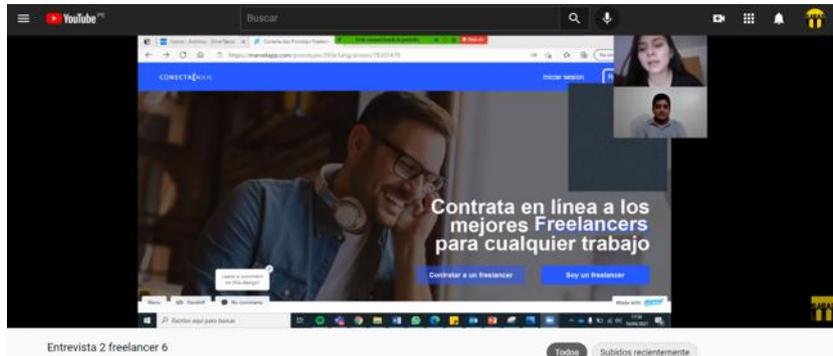


Figura 28 Entrevista 2 a freelancer 6

Enlace: <http://bitly.ws/f6rL>

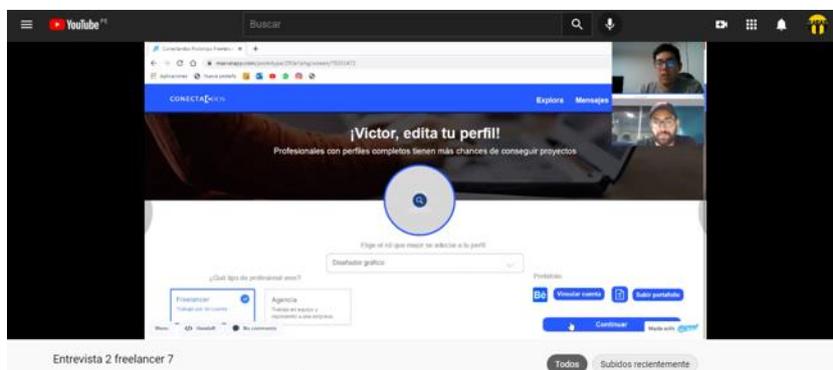


Figura 29 Entrevista 2 freelancer 7

Enlace: <http://bitly.ws/f6rP>

## 5.3. Validación de la experiencia usuario

### 5.3.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento:

Validar que los usuarios consideren que la plataforma es atractiva y fácil de usar.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 5 al 9 de Abril
- Duración: 4 días
- Método Utilizado: Entrevistas personales mostrando el primer mockup por Marvel que desarrollamos, se les presentó como una plataforma.
- Métricas: La información recaudada servirá como muestra de la aceptación que le otorgan los usuarios a la plataforma, cumpliendo con sus estándares y requerimientos.

### DESARROLLO MOCKUP 1 (Para Usuarios):

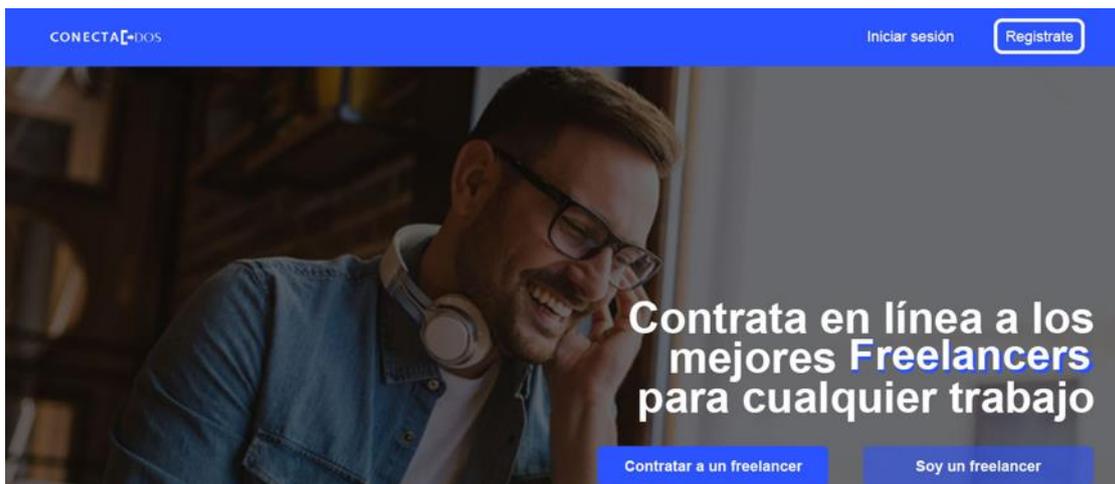


Figura 30 Mockup 1 vista del usuario - Contrata un freelancer

En esta pantalla de inicio se puede apreciar la parte introductoria de la plataforma con la frase “*Contrata en línea a los mejores Freelancers para cualquier trabajo*”, esta página de bienvenida es crucial, pues aquí se genera la primera impresión acerca de Conectados por parte del usuario, aquí el usuario seleccionará la opción “contratar a un freelancer” para empezar a interactuar con la plataforma.

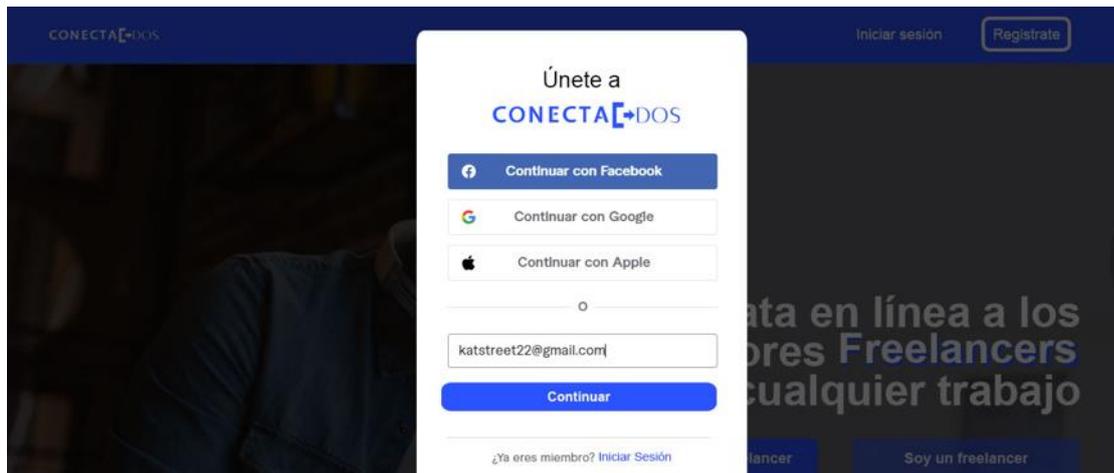


Figura 31 Mockup 1 vista del usuario - Únete a Conecta-dos

En esta pantalla de no haberse registrado antes, se le ofrecerá la opción de poder hacerlo a través de su cuenta de Facebook, Google o Apple para facilitarle el acceso. Sin embargo, en el caso de ya estar registrado solo se tendrá que ingresar el correo con la cuenta creada para la plataforma.

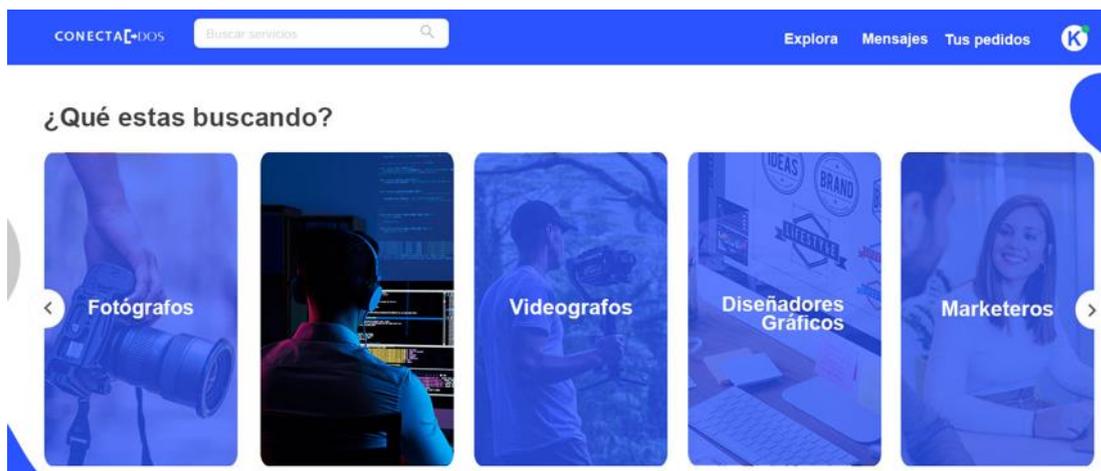


Figura 32 Mockup 1 vista del usuario - Que estás buscando

En esta pantalla se podrá escoger el tipo de freelancer que el usuario necesite según el rubro al que este pertenezca. En este caso los servicios son: fotógrafos, programadores web, videógrafos, diseñadores gráficos y marketeros.

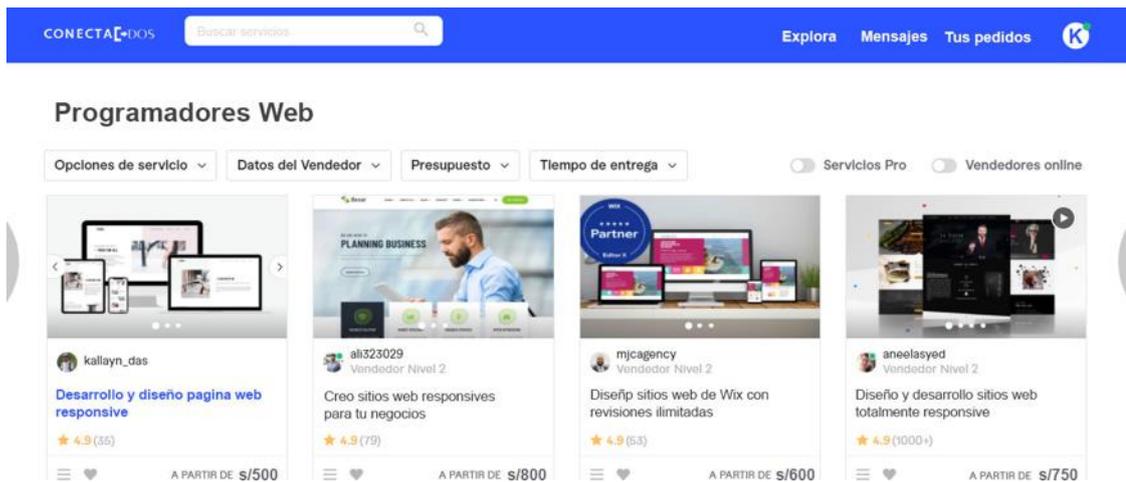


Figura 33 Mockup 1 vista del usuario- Opciones de servicios.

En esta pantalla el usuario podrá visualizar la variedad de freelancers con sus respectivos nombres que ofrecen el servicio que escogió, la variedad de precios según el trabajo de cada freelancer y la puntuación con la que cuentan, siendo cinco estrellas la calificación más alta, así como la cantidad de reseñas con las que cuentan.



Figura 34 Mockup 1 vista del usuario- Detalles del pedido

En esta última pantalla se especifica para el usuario el resumen de la compra que se va a realizar, así como el cargo por el servicio y las diferentes tarjetas que se pueden utilizar para culminar la transacción.

## **GUÍA DE PREGUNTAS:**

Pregunta N°1: ¿Cómo encuentras la parte introductoria de la plataforma?

Pregunta N°2: ¿Cómo ves la experiencia entre la relación entre usuario-freelancer?

Pregunta N°3: Respecto a otras plataformas similares, ¿qué crees tú que podrías eliminar o incorporar en nuestra plataforma?

Pregunta N°4: ¿Qué es lo que más te ha gustado de la aplicación? ¿Por qué?

Pregunta N°5: ¿Qué es lo que menos te ha gustado de la aplicación? ¿Por qué?

## **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS:**

La parte introductoria de la plataforma muestra un buen diseño con diversas opciones, podría tener mayor potencial teniendo algo que impacte más al usuario, una imagen con movimiento de fondo, aparte un tutorial para que se indique cómo usar la plataforma, la parte en donde se brinda un resumen del servicio proporcionado por freelancer se vería mejor más resumido, o sea que haya menos texto, o talvez se podría modificar su visualización. Respecto a la experiencia entre freelancer y usuario se propone que se incluya una opción de contacto con el freelancer por si el usuario tiene alguna duda o algo que no le quedó muy claro, este contacto debe llevarse a cabo en un momento previo a la transacción. Comparando la plataforma de Conectados con plataformas similares, se sugiere añadir una opción de ingresar directamente al apartado de categorías de freelancers en la página de inicio que ven los usuarios, junto a las opciones de “Contratar un Freelancer” y “Soy un Freelancer”.

Asimismo, se podría cambiar el tipo de letra a uno más serio, eliminar un poco de texto, agregar más imágenes, incorporar más datos del freelancer como la ubicación en donde vive, sus redes sociales y en el caso de la plataforma señalar en donde se encuentran en caso de que uno quiera comunicarse con ellos, se sugiere también la implementación de un apartado de reclamos, en caso de que el servicio tenga inconvenientes porque se prefiere realizar el reclamo de forma física y que se asegure la recepción del mismo, además tener una garantía por el pago del servicio contratado. Lo que más gusto es que la idea de una plataforma que conecte trabajadores autónomos con los usuarios es considerada como muy buena pues, demuestra que se busca beneficiar a los freelancers, quienes tienen limitante en cuanto a ofrecer sus servicios formalmente, y la sociedad, que necesita este tipo de plataformas para reforzar la confianza. La seguridad se refleja en el hecho de contar con reseñas del servicio ofrecido por los freelancers, que es del gusto del entrevistado, así como el hecho de poder contemplar el portafolio o que tipos de trabajos ha realizado anteriormente el trabajador independiente. Lo que no fue del agrado fue que no aparecen los comentarios de las personas que dejaron al freelancer y que puedo querer contratar para saber las opiniones de los que ya utilizaron sus servicios y también que no exista un chatbot y, la forma en cómo el texto acapara el perfil del freelancer, sugiriendo que se reemplace por destacar aún más su portafolio.

Por otro lado, la puntuación otorgada en base a la usabilidad de la plataforma es bastante alta, un 9 aproximado, tanto por la propuesta de negocio como el desarrollo de la plataforma que es valorada como de fácil acceso y entendimiento, y la idea de encontrar un freelancer en una plataforma como esta que les haga un trabajo les ahorra mucho tiempo a los usuarios. La plataforma es super creativa ya que colabora en la optimización de búsqueda y les da a los usuarios la opción de averiguar y contactar a más personas según mi conveniencia, precios y calidad, los colores van perfectamente con la propuesta, el nombre “Conectados” se entiende

perfectamente, lo que se podría mejorar sería la barra superior con las opciones que se muestran arriba del perfil del freelancer. Las recomendaciones son realizar mayor publicidad a través de las redes sociales, contar con datos importantes de los freelancers para brindar un buen servicio, por ende los usuarios recomiendan la plataforma y tenga un mayor crecimiento.

## ii. Bitácora de actividades

### c. Análisis e interpretación de los resultados

**Tabla 10**

*Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 1*

Actividad	Tarea	Resultado
	Desarrollar el mockup para usuarios por Marvel.	Se creó el primer mockup de manera exitosa.
Para el éxito del objetivo, se realizará entrevistas a usuarios mostrándoles la plataforma para usuarios.	Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al mejoramiento de la plataforma.	Se estableció una guía de 7 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el mejoramiento de la plataforma.
	Contactar con usuarios diversos.	Se entrevistó a usuarios con diferentes opiniones.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## i. Malla receptora

**Tabla 11**

*Malla receptora de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 1*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
A los usuarios entrevistados les gusto la plataforma, los colores y el nombre, les parece una idea novedosa y de gran ayuda. También, les agrada el hecho de que el freelancer tenga un perfil en una página completa. Además, les gusta la propuesta de poder dejar sus reseñas y valorarlos en base a estrellas	Mejorar el apartado superior en la parte donde ya se tiene a un freelancer seleccionado, ya que las opciones son confusas. La parte en donde se sitúan todos los freelancers de la plataforma está muy sobrecargada de información, incluso las imágenes que acompañan a cada freelancer hacen que se confunda un poco el contenido y se vea desordenado.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
En la plataforma se exhibirán otras categorías de freelancers, como lo son los servicios dirigidos a hogares, como decoración, amoblado, limpieza de casa, etc.	Incluir una caja de preguntas dirigidas al freelancer, para hacerle preguntas previas a la contratación y confirmar su disponibilidad para cuando el usuario lo necesite. Poder dejar una reseña en tipo texto y puntuación en base a 5 estrellas que se compartirá con todas las personas que entren al perfil del freelancer, así como mostrar destacar a aquellos que hayan obtenido mayores valorizaciones buenas y evidenciar a los que no.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **Hallazgo 1: Los usuarios desearían tener una opción de contacto directo con el freelancer**

Los usuarios son conscientes que pueden presentar dudas acerca de lo que ven en la plataforma acerca del servicio proporcionado por el freelancer, así como dudas de tipo de ubicación o disponibilidad de este, por lo que les facilitará o haría que tomen una decisión de manera más rápido poder realizarle preguntas al freelancer, ya sea mediante la plataforma, por correo o por algun chat privado. Asimismo, el hecho de poder tener más detalles acerca del servicio y del

freelancer, asegura que los usuarios se sientan conformes una vez culminado todo el servicio, porque ya tenían expectativas en mente sobre el resultado.

### **Hallazgo 2: El apartado en donde se muestra a los distintos usuarios está sobrecargado**

Se detectó que en la pagina donde salen los diferentes freelancers luego que se escoge la categoría de Programadores Web, es considera desordenada, pues se muestra mucha información y las imágenes mostradas no siguen un patrón de colores, los usuarios manifiestan que está muy cargada visualmente, opinan que podría ser mejor mostrar las diferentes opciones de freelancers de forma horizontal y uno debajo del otro, algo parecido a las páginas de LinkedIn o Mercado Libre.

### **Hallazgo 3: Incorporar mayor información de los freelancers, así como de una sede física para reclamos.**

Con respecto a la mayor información de los freelancers, la plataforma debería de contar con un apartado donde se puedan mostrar datos más específicos de la persona que nos brindara el servicio, ya sea un portafolio de trabajos pasados, su CV, ubicación en donde se encuentra para que los usuarios tengan mayor confianza de adquirir los servicios que se ofrecen por la plataforma. Así mismo, se menciona el contar con una sede física para que los usuarios que hagan los reclamos puedan acercarse a este centro para poder tener un contacto directo con otra persona para contarle el motivo de su queja y poder solucionarla de la mejor manera posible, pues mediante esta manera se llegan a soluciones de problemas con los freelancers que puedan haber mucho mas rapida.

### **Hallazgo 4: La plataforma deberá implementar chatbots y poder visualizar las calificaciones de los usuarios.**

Para tener una mejor comunicación entre usuario y freelancer se deberá implementar un apartado de chatbots, mediante esta herramienta se podrá consultar información sobre los servicios que se están brindando, los freelancers disponibles y cómo elegir el que mejor se acople a los requerimientos del usuario. Además, se tendrá que poder visualizar los comentarios que dejaron usuarios que ya han contratado el servicio de un freelancer y mediante esta opción poder identificar cual es la mejor opción para que te desarrolle un trabajo.

**Hallazgo 5: Los usuarios que tengan emprendimientos mostraron una mayor disposición a usar la plataforma.**

Se comentó que los usuarios que tengan emprendimientos estarían dispuestos a utilizar la plataforma, porque cuenta con todo lo necesario para poder potenciar su negocio, mediante servicios del diseño de una página web, imágenes y marketing para sus productos. Estos servicios brindados también se acomodan a los usuarios por la variedad de precios que existen, siendo útil para los usuarios que lo necesiten.

**ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

La plataforma Conectados promete ser una idea innovadora con una favorable acogida que serviría de mucha ayuda para los usuarios en el mercado, tanto para aquellos que necesiten un servicio de una sola vez como para aquellos que necesiten ayuda para sus emprendimientos en contratar a una persona fiable para que les ayude en el desarrollo de alguna herramienta que usarán en sus negocios. La primera interpretación es que los usuarios tienen la disposición a confiar si la plataforma les brinda mayores opciones para confiar, como lo son las reseñas en un momento previo a la contratación, un chat para asegurar un contacto seguro y un post servicio como una protección del dinero o la opción de poder hacer llegar su reclamos en caso no se encuentre satisfecho. De acuerdo a eso, llegamos a la segunda interpretación que es, la

importancia que le dan los usuarios a los apartados de la plataforma y como esta se ve visualmente, si es de fácil entendimiento y/o interacción, la mayoría de cosas que no le gustaron a los usuarios entrevistados fueron por el contenido mostrado que se encontraba muy sobrecargado visualmente o no entendible y por la falta de opciones que le brinden mayor seguridad a los usuarios por contratar a un freelancer.

#### **d. Aprendizajes**

Con respecto a los aprendizajes, las entrevistas realizadas han sido de valor para la mejoría de nuestros mockups. El desarrollo de la primera visualización de la plataforma permitió acercar más la idea expuesta a la realidad que se vive en nuestro mercado. Para la validación de esta primera parte del experimento se obtuvieron muchas recomendaciones y críticas constructivas, que son los cambios a realizar en la segunda etapa de la validación del objetivo. Los cambios que se deberán realizar son mejorar la parte de la plataforma en donde se muestran a los diferentes freelancers, ya que puede ser muy sobrecargado visualmente por la forma en como se muestran a los distintos freelancers, así como colocar información relevante en la parte en donde se muestran a los freelancers donde se resalte lo más importante, como el servicio que brindan y su nivel. Asimismo, se comentó que la barra en la parte en donde ya se ha seleccionado un freelancer específico, se podría ordenar mejor, ya que se visualiza muy apretada y desorganizada. De igual manera, se resalta mucho la falta de una atención por chatbots con la empresa y un apartado para poder preguntar o chatear con los mismos freelancers que se está pensando contratar para fomentar su seguridad. Finalmente, los usuarios quieren tener la opción de expresarse libremente, por lo cual desean tener acceso a poder escribir reseñas positivas o negativas acerca del servicio proporcionado, así como la oportunidad de poder realizar reclamos directos hacia la empresa en caso estos tengan algún disgusto que quieran compartir y que sea manejado rápidamente. Añadimos que la plataforma

debe lograr ser de estilo responsive para que los usuarios puedan acceder desde cualquier dispositivo que utilicen y no se encuentren con dificultades que podrían afectar su navegación por los distintos apartados de la plataforma de Conectados.

## e. Sustentación de las validaciones

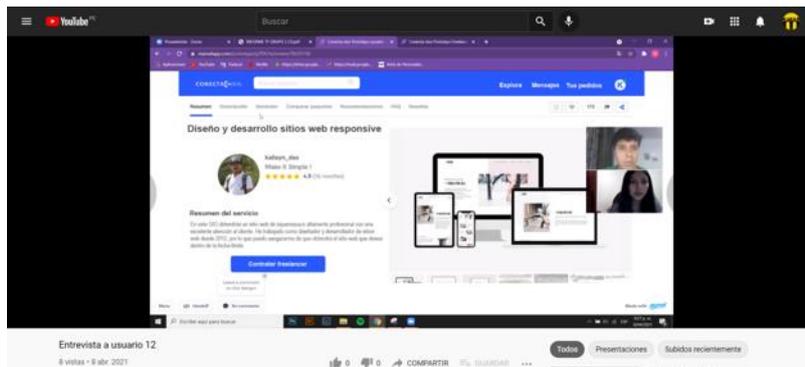


Figura 35 Entrevista a usuario 12

Enlace: <http://bitly.ws/fdzJ>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

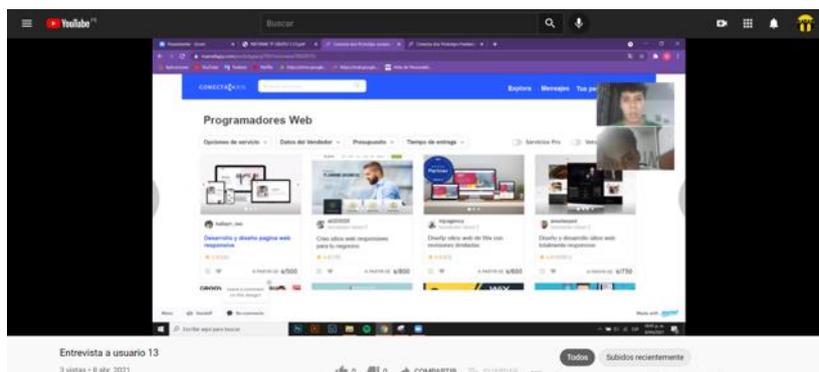


Figura 36 Entrevista a usuario 13

Enlace: <http://bitly.ws/fdzM>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

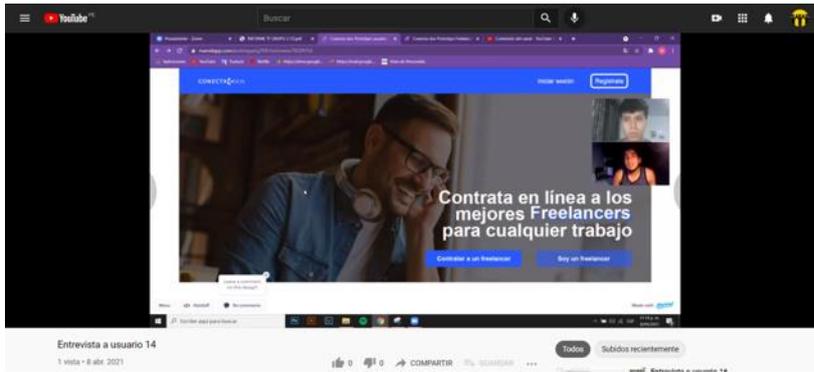


Figura 37 Entrevista a usuario 14

Enlace: <http://bitly.ws/fdzN>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

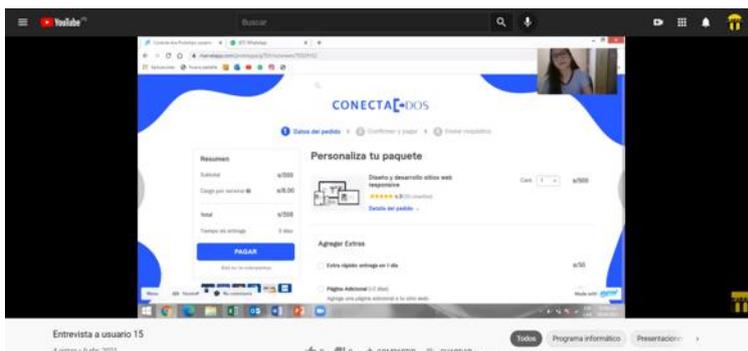


Figura 38 Entrevista a usuario 15

Enlace: <http://bitly.ws/fdzU>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

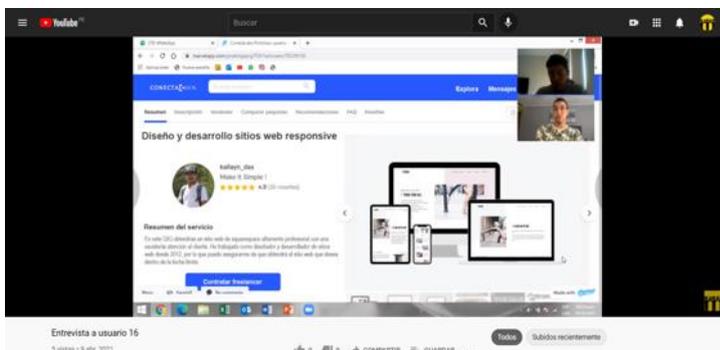


Figura 39 Entrevista a usuario 16

Enlace: <http://bitly.ws/fdAe>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

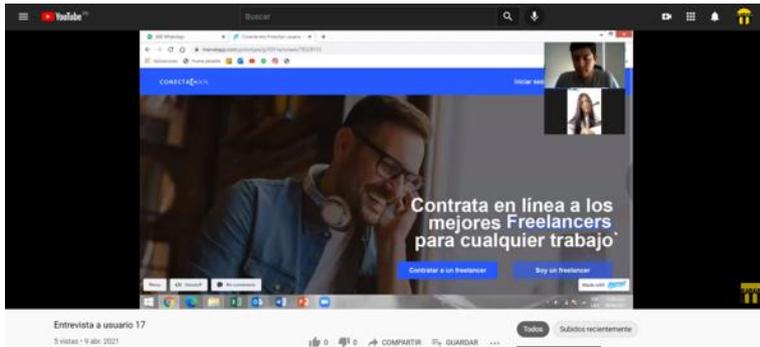


Figura 40 Entrevista a usuario 17

Enlace: <http://bitly.ws/fdAh>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

### 5.3.2. Experimento 2

#### a. Objetivo del experimento:

Validar que los usuarios consideren que la plataforma es de ordenada, práctica y refuerce su seguridad de compra.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 13 al 16 de Abril
- Duración: 3 días
- Método Utilizado: Entrevistas personales mostrando el segundo mockup por Marvel que desarrollamos, se les presentó como una plataforma.
- Métricas: La información recaudada servirá como muestra de la aceptación que le otorgan los usuarios a la plataforma, cumpliendo con sus estándares y requerimientos.

## DESARROLLO MOCKUP 2 (Para Usuarios):

En la semana 5, se mejoró el Mockup 1 creado en la plataforma en Marvel, en donde se utilizaron imágenes, textos y colores atractivos para captar el interés de los usuarios que vayan a utilizar la plataforma. Además, se indicó cómo funciona este prototipo, todas las funciones que se encuentran, así como las distintas opciones de freelancers, cuanto demora en realizarse un trabajo y cuanto cuesta el servicio. Una vez obtenida las opiniones de los entrevistados, esta nos servirá para realizar las mejoras en la plataforma en cada función que sea necesaria.

En la pantalla de inicio se puede apreciar la parte introductoria de la plataforma con la frase *“Contrata en línea a los mejores Freelancers para cualquier trabajo”*, esta página de bienvenida es crucial, pues aquí se genera la primera impresión acerca de Conectados por parte del usuario, aquí el usuario seleccionará la opción *“contratar a un freelancer”* para empezar a interactuar con la plataforma.

En esta pantalla de no haberse registrado antes, se le ofrecerá la opción de poder hacerlo a través de su cuenta de Facebook, Google o Apple para facilitarle el acceso. Sin embargo, en el caso de ya estar registrado solo se tendrá que ingresar el correo con la cuenta creada para la plataformas.

En esta pantalla se podrá escoger el tipo de freelancer que el usuario necesite según el rubro al que esta pertenezca. En este caso los servicios son: fotógrafos, programadores web, videógrafos, diseñadores gráficos y marketeros.

En esta pantalla el usuario podrá visualizar la variedad de freelancers con sus respectivos nombres que ofrecen el servicio que escogió, la variedad de precios según el trabajo de cada freelancer y la puntuación con la que cuentan, siendo cinco estrellas la calificación más alta, así como la cantidad de reseñas con las que cuentan.

En este apartado se podrá visualizar el resumen de servicio, la calificación en base a estrellas con la cuenta el freelancer y un poco acerca de su portafolio como trabajos realizados mostrando evidencias en forma de imágenes. También se da la introducción a la barra superior en donde el usuario le puede dar click a otras opciones.

En este apartado denominado “Vendedor” se observa una ventana del perfil del freelancer más ordenada, mostrada un perfil similar al de las plataformas como Facebook o LinkedIn.



Figura 41 Mockup 1 vista del usuario - Perfil de freelancer a contratar

En la siguiente ventana llamada “Precios” se observarán los diferentes paquetes de precios que ofrece el freelancer, cada paquete ofrece diferentes servicios por lo cual los paquetes pueden variar.

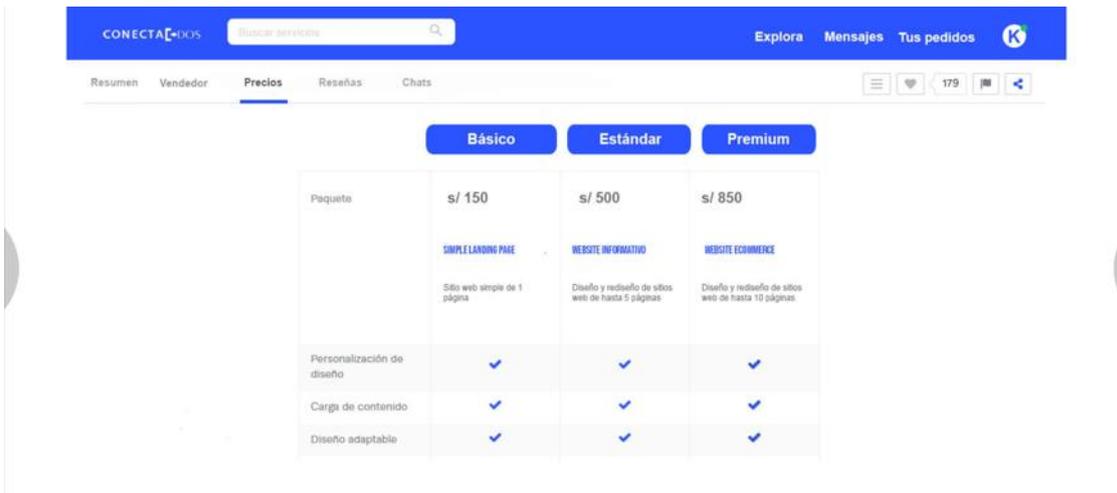


Figura 42 Mockup 1 vista del usuario - Precios de los paquetes

Dando click en la opción de al lado se introducirá a la ventana de reseñas, en donde los usuarios podrán ver la cantidad de calificaciones que han recibido los freelancers, así como reseñas escritas para usuarios que contrataron al freelancer en el pasado.

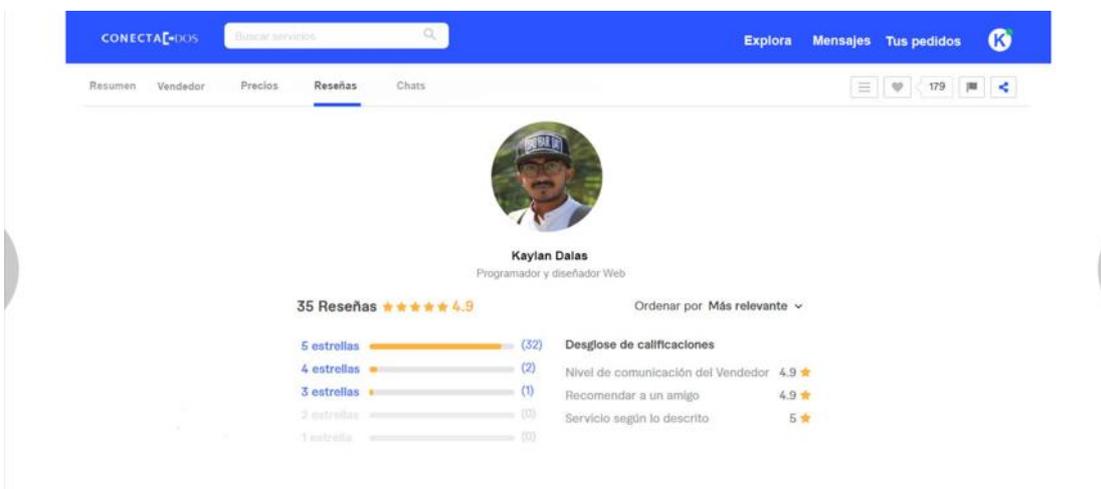


Figura 43 Mockup 1 vista del usuario - Reseñas del freelancer

Como última venta, se tiene la ventana “Chat” para que los usuarios puedan conversar en tiempo real con aquellos freelances en los cuales estén interesados para la contratación de sus servicios y consultar con ellos para averiguar si se ajusta a sus demandas, desde esta ventana se podrá dar paso a la opción de “Contratar freelancer” para realizar la transacción.

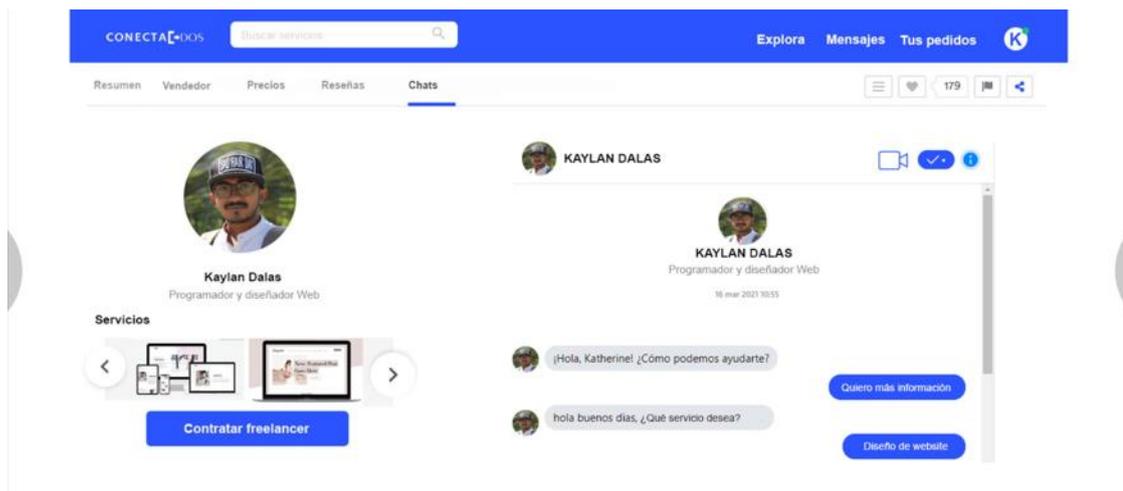


Figura 44 Mockup 1 vista del usuario - Chat con el usuario

Asimismo, enlazado a la ventana de Chats, existirá la opción de poder realizar una videollamada con el mismo freelancer, previa coordinación y disposición de ambas partes, para conocer y obtener una primera impresión de la persona la cual provee el servicio asegurando mayor confiabilidad para el usuario a la hora de la transacción.

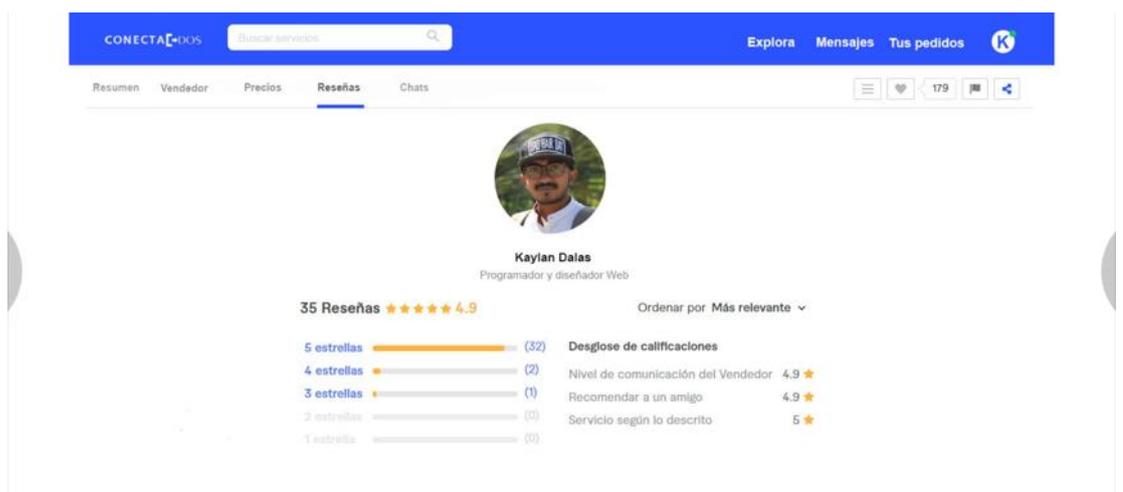


Figura 45 Mockup 1 vista del usuario – Videollamada

## GUÍA DE PREGUNTAS:

Pregunta N°1: ¿Cómo encuentras la parte introductoria de la plataforma?

Pregunta N°2: ¿Cómo ves la experiencia entre la relación entre usuario-freelancer?

Pregunta N°3: Respecto a otras plataformas similares, ¿qué crees tú que podrías eliminar o incorporar en nuestra plataforma?

Pregunta N°4: ¿Qué es lo que más te ha gustado de la aplicación? ¿Por qué?

Pregunta N°5: ¿Qué es lo que menos te ha gustado de la aplicación? ¿Por qué?

### **RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS:**

Con lo que se ha agregado a diferencia del anterior Mockup, se menciona que está mucho más completo, más práctico, pudiendo conseguir a una persona con la que se pueda trabajar en menos de quince minutos, también es muy interesante porque no he visto una plataforma así, además que los datos del FreeLancer están más completos, aparte de que ahora se puede hacer una videollamada donde se puede tener una comunicación mucho más directa. Para la parte introductoria de la plataforma el usuario está de acuerdo con la opción de contratar directamente al usuario y no tener que estar buscando la opción; sin embargo, mencionan que se podrían colocar imágenes con movimientos o videos porque si solo se coloca una foto estática estaría representando a un solo FreeLancer y no todos los que la página puede tener en su portafolio; también, agregar al igual que ya existe en la plataforma de LinkedIn, la opción de colocar insignias y que con respecto a los servicios que se lleguen a concretar, esas personas que tomaron el servicio certificar en la misma plataforma de Conectados que si es una habilidad que posee el FreeLancer haciendo que la palabra del trabajador independiente sea verídica y genere más confianza en los futuros usuarios. Así mismo, se agregaría la opción de poder hacer el pago del trabajo en dos partes ya que sería beneficioso tanto para el usuario como para el FreeLancer, dándose el caso en que el usuario no tenga el monto total del servicio, poder pagar

la mitad por medio trabajo y la otra mitad para el trabajo completo. La experiencia es muy buena porque se puede ver el nivel de aprobación del Freelancer y los paquetes que ofrece una misma persona que se diferencia por el nivel de trabajo, además le agrada que sea web responsive pudiendo adaptarse a diferentes dispositivos como se muestra en la plataforma. Se podría añadir la parte de seguro dentro de la plataforma una vez realizado el servicio para garantizar al usuario un respaldo ante cualquier inconveniente.

Con respecto a la utilidad, sería un 8 porque es súper práctico, ya que hay una gran variedad de Freelancer a disposición, dependiendo del puesto que se quiera, muy fácil y sencillo. Lo que se podría añadir es el servicio postventa que serían las garantías luego de obtener el servicio por cualquier inconveniente que surja, hablar directamente con la página Conectados. También añadir el pago en efectivo, es decir luego de obtener el servicio, al estar conforme se realiza el pago respectivo. Lo que más ha gustado, ha sido el contacto con el usuario, donde se tiene un chat y se puede hacer video llamada con el Freelancer, mediante esas herramientas podre tener un mejor acercamiento con la persona que me realice el servicio, pudiendo ver el rostro de la persona que está trabajando y tener más confianza; también el método de pago es rápido y se puede ver cuáles son sus tarifas de precios. Se menciona que este mockup le parece mucho mejor que el anterior, porque si han considerado las observaciones y esto antes le generaba desconfianza al no poder tener un mejor trato con el Freelancer como el chat. Lo que menos ha gustado es la parte de donde se presentan todos los servicios en grupo (nombres, portafolios diferentes, la paleta de colores) ya que se ve desordenado en la página. También, la falta de videos que hace que la página no sea muy interactiva, falta videos de los mismos trabajadores presentándose para tener una noción de quiénes son los que se están contratando. Por último, nos mencionan que los factores que le parecieron de fácil dominio fue que la plataforma es fácil y práctica de usar, pudiendo encontrar a la persona correcta de manera sencilla.

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 12**

*Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2*

Actividad	Tarea	Resultado
	Desarrollar el mockup para usuarios a través de Marvel.	Se creó el segundo mockup de manera exitosa.
Para el éxito del objetivo, se realizará entrevistas a usuarios mostrándoles la plataforma para usuarios.	Establecer una guía de preguntas que ayuden a recopilar la mayor capacidad de información referente al mejoramiento de la plataforma.	Se estableció una guía de 7 preguntas que permitieron recabar información valiosa para el mejoramiento de la plataforma.
	Contactar con usuarios diversos.	Se entrevistó a usuarios con diferentes opiniones.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Malla receptora

**Tabla 13***Malla receptora de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<p>Los usuarios entrevistados indicaron que la plataforma les parece práctica, mucho más completa y que esta idea es innovadora al poder contratar a una persona (freelancer) por medio de esta herramienta. El modelo está mucho mejor estructurado, el espacio que se le da al freelancer es más amplio y hay mejores opciones, son menos que en el anterior mockup pero se entienden mejor.</p> <p>El haber agregado el chat y videollamada con los freelancers genera una mayor confianza a los usuarios que estarán más dispuestos a usar la plataforma.</p>	<p>En la página de inicio se debería mostrar un carrusel de imágenes, no solo una, para que se representen a varios tipos de freelancers y mostramos la variedad de personas con la que trabaja Conectados.</p> <p>Garantizar que la plataforma de Conectados, en el caso de que el usuario no se encuentre conforme con el servicio entregado, realice la devolución del dinero o de un porcentaje, asegurando el dinero de los clientes. Asimismo, existe un cierto recelo por realizar una videollamada solo con el mismo freelancer, por lo que podría intervenir en la llamada alguien del equipo de Conectados que los presente y los acompañe en todo el proceso de la conversación.</p>
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
<p>Cómo asegurar que el servicio contratado sea entregado en el tiempo y forma pactada por la plataforma, porque se pueden presentar inconvenientes, Conectados cubre esa incertidumbre o brinda algún tipo de servicio para otorgarle una seguridad plena a los usuarios con quien me puedo comunicar para brindar mi molestia con el freelancer.</p> <p>Conectados controla los plazos de entrega una vez realizado el servicio, es decir primero espera la confirmación de que le gusto el resultado del servicio al usuario para pagarle al freelancer o le paga ni bien culminó el servicio y sin entregar los resultados.</p>	<p>Agregar la opción de poder cancelar el servicio en dos partes, el primero servirá para que el freelancer entregue la mitad del trabajo y el segundo pago para cancelar el servicio y que se haga toda la entrega.</p> <p>Colocar la opción de otorgar insignias por habilidades a los freelancers, un freelancer puede mostrar en su perfil su experiencia y a la vez insignias, estas hacen énfasis a habilidades llamativas y diferenciales, y los usuarios que reciben el servicio pueden validar estas habilidades. Puede haber dos formas de obtener la insignia, que el propio freelancer se la otorgue y los usuarios la validen, o que el freelancer tome una prueba de manera online para adquirirla.</p>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **Hallazgo 1: Los usuarios desean una solución ante la posible disconformidad con el servicio**

Los usuarios coinciden en que la plataforma debe contar con una opción de protección de su dinero hasta que el servicio se haya realizado y ellos se encuentren conformes con el resultado. La posibilidad de que surja un problema post-venta generaría una cancelación total o parcial del servicio, por lo que el usuario busca la devolución de un porcentaje o de la totalidad pagada. Esta idea es sacada de plataformas como mercado libre que protegen al consumidor y lo mantienen mucho más tranquilo a la hora de realizar una transacción. El usuario busca que la plataforma se haga cargo de cualquier inconveniente que se pueda presentar posterior al servicio realizado, a través de asesores virtuales con el objetivo de brindar una solución.

### **Hallazgo 2: Introducción de los freelancers mediante videos**

Los usuarios se muestran predispuestos a una mayor interacción con freelancers observando presentaciones de estos y sus trabajos mediante videos informativos en buena calidad de imagen y audio. Asimismo, a los usuarios les gustaría mayor número de evidencias en general sobre el proyecto, de igual manera a través de videos, de un proceso de contratación grabado por la empresa Conectados, de esta manera conocerán y les resultará más fácil y segura la navegación dentro de la plataforma.

### **Hallazgo 3: Los usuarios indican si se puede agregar la opción de pagar la mitad para una parte del servicio y la otra mitad para cuando esté terminado**

En el caso de que el usuario no pueda pagar el precio total del servicio, los usuarios indican si se pudiera hablar con el freelancer para poder pactar el pago en dos parte como se había mencionado o también poder implementar esta nueva forma de pago en la plataforma. Esta función será beneficiosa para ambas partes, ya que el freelancer ya estaría obteniendo ingresos

con nuevos clientes y los usuarios que no tengan el monto total lo podrían llegar a pagar cuando se termine el servicio, que puede tomar cinco días en concluirse.

## **ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

Para este segundo prototipo llevado a cabo para los usuarios, todos nos comentaron que les agrada los cambios que se le agregaron, siendo los de mayor importancia la videollamada y chat, así como el diseño y los colores de la página. Debido a esto los usuarios dijeron que les generaba mayor confianza para utilizar la plataforma y adquirir los servicios de los freelancers. Sin embargo, los usuarios nos dejaron sugerencias para implementarlas, estas serían la garantía del dinero usado y del servicio post-venta, siendo *Conecta-dos* responsable de cualquier tipo de fraude o inconformidad por el trabajo realizado del freelancer, teniendo que hacer la devolución total o parcial del monto total. Este medio sería fundamental para que las personas se sientan seguras cuando adquieran los servicios y sabrán que *Conecta-dos* toma en cuenta a sus clientes, puesto que sin ellos la plataforma no sería viable. También, nos sugirieron poder hacer la mitad del pago por el servicio, es decir, en el caso de que los usuarios no puedan cancelar el monto total, mediante esta opción se cancelaría la mitad y el freelancer realizará el servicio hasta ese punto, una vez cancelada la otra mitad, el freelancer continuaría con el trabajo hasta completarlo y entregarlo al cliente. Esta opción es interesante porque beneficia a los dos, freelancer/usuario, por un lado, el freelancer ya estaría teniendo ingresos y por otro lado, el usuario podría mandar a realizar una parte de su trabajo y cuando tenga para la otra mitad ya cancelarlo, en un rango de no más de tres días.

## **d. Aprendizajes**

Los aprendizajes de esta segunda validación llevada a cabo por entrevistas a usuarios son el poder mejorar el servicio al cliente lo más que se pueda como lo mencionado anteriormente,

puesto a que esto genera confianza y así los usuarios podrán usar la plataforma. También, el implementar más opciones recomendadas por los entrevistados para que el cliente tenga mayores facilidades a la hora de contratar un servicio. Por lo tanto, al ser una plataforma nueva, seguimos mejorando y agregando nuevas funciones para que los usuarios sientan que están usando una herramienta de calidad. Con la finalidad de que se pueda conectar a los usuarios/freelancer y hacer una plataforma viable en el corto y largo plazo.

### e. Sustentación de las validaciones



Figura 46 Entrevista 2 a usuario 1

Enlace: <http://bitly.ws/fdAk>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

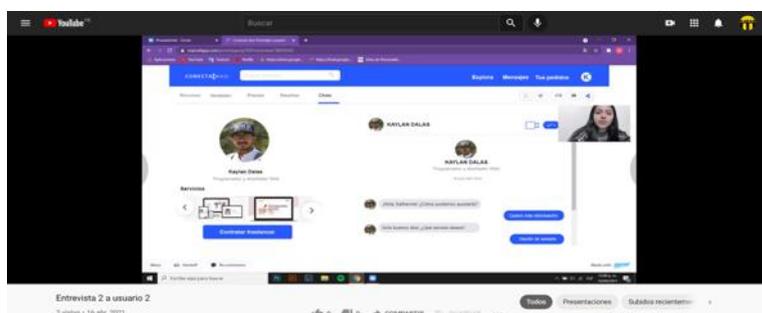


Figura 47 Entrevista 2 a usuario 2

Enlace: <http://bitly.ws/fdAp>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

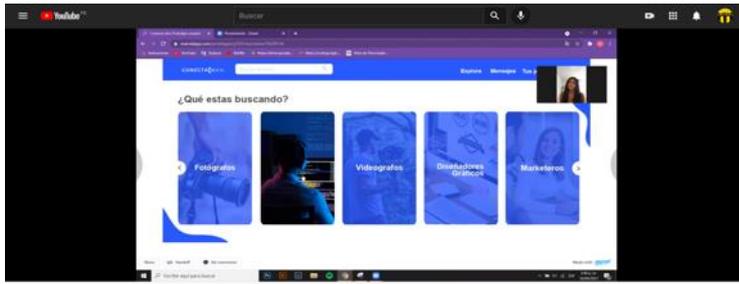


Figura 48 Entrevista 2 a usuario 3

Enlace: <http://bitly.ws/fdAq>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

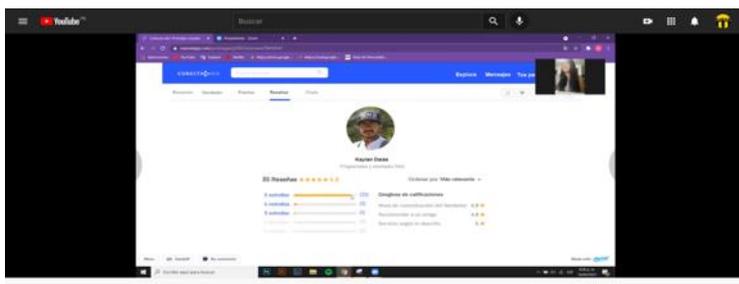


Figura 49 Entrevista 2 a usuario 4

Enlace: <http://bitly.ws/fdAs>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

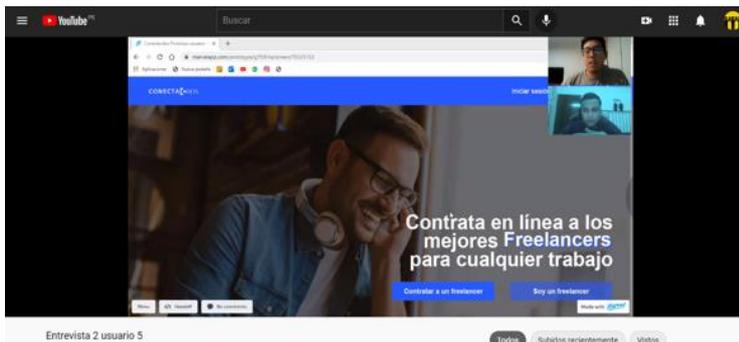


Figura 50 Entrevista 2 a usuario 5

Enlace: <http://bitly.ws/fdAu>

Fuente: Canal de youtube de Conecta-dos

## **6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

### **6.1. Validación de los canales**

#### **6.1.1. Experimento 1**

##### **a. Objetivo del experimento:**

El objetivo del experimento es poder validar los canales expuestos para la implementación del proyecto, para ello haremos uso de las redes sociales facebook e instagram donde se publicaran anuncios para conocer si la redes sociales tiene una buena aceptación y se logra llegar a la propuesta.

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

###### **i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración: del 05 al 07 de Abril.
- Duración: 3 días.
- Método utilizado: Anuncios en Facebook e Instagram
- Métricas: Número de seguidores en facebook e instagram y número de clientes que se unieron en el landing page.

### **Creación de redes sociales**

Para validar los canales, se creó las cuentas en cada red social, considerando facebook e instagram, pues son las plataformas más usadas en nuestro territorio peruano. En las siguientes imágenes se muestra cada cuenta de cada red social a usar.

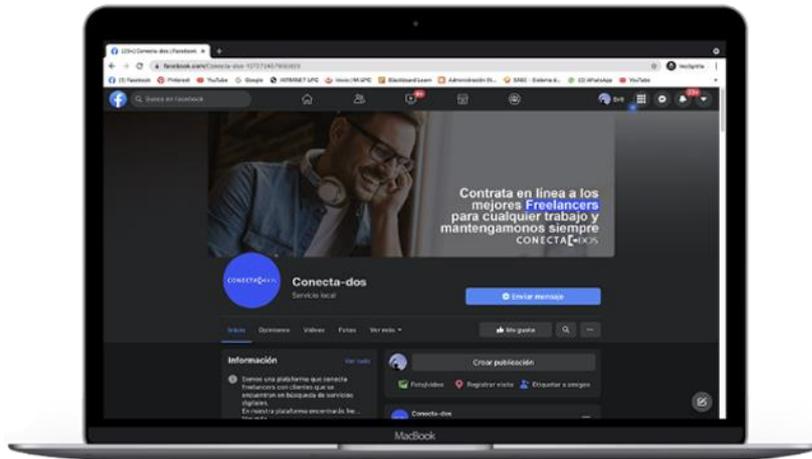


Figura 51 Cuenta de facebook de CONECTA-DOS

Enlace: <https://bit.ly/3qIvZXr>

Fuente: Facebook



Figura 52 Cuenta de Instagram de CONECTA-DOS

Enlace: <https://bit.ly/3jCS0Wm>

Fuente: Red Social Instagram

Asimismo, se creó contenido de valor y promoción para dar a conocer nuestra plataforma, a través de mensajes motivadores relacionados a los trabajos que realizan los freelancers, y actividades que los usuarios podrían realizar al usar nuestra plataforma, al igual que los freelancers. Asimismo, se creó un post para dar a conocer el significado de CONECTA-DOS y la futura plataforma. En la siguiente imagen se presenta el contenido realizado para ambas redes sociales.



Figura 53 Post publicados en las RRSS.

Fuente: Elaboración propia

También se creó una landing page que fue promocionada en la cuenta de facebook e instagram. Con esta landing page buscamos validar este canal por parte de los freelancers y usuarios a usar nuestra plataforma. El anuncio fue publicado en Facebook y redireccionado al landing page, donde se mostraba el siguiente mensaje : “ *Hola! Te estamos esperando, ¿Buscas servicios freelancers? En nuestra plataforma encontrarás a los mejores freelancers del Perú, conecta con ellos y recibe los mejores servicios de diseño, marketing digital, fotografía, video y programación. Pronto conocerás más de nuestra plataforma. ¡Únete! Ofrece y encuentra los*

mejores servicios freelancers”; posteriormente una barra donde los clientes podían dejar sus correos y darle a la opción “unirse”.

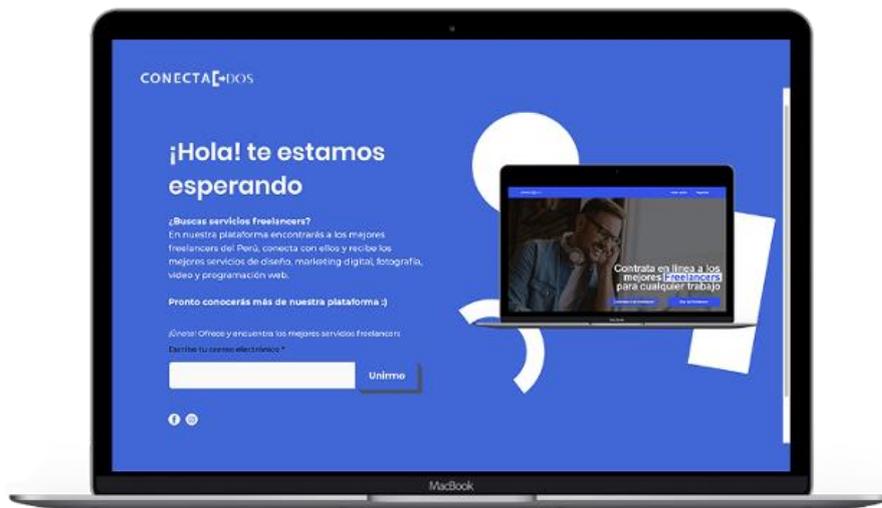


Figura 54 Landing page de CONECTA-DOS

Enlace: <https://bit.ly/3qFhnZ0>

Fuente: Página de Wix

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 14**

*Bitácora de actividades de Validación de la experiencia del usuario - Experimento 2*

Actividad	Tarea	Resultado
Creación de las redes sociales de CONECTA-DOS	Creación de contenidos para Instagram y Facebook	Los resultados fueron positivos para ambas plataformas, las cuentas, pudieron llegar a un buen número de seguidores, Instagram con 71 seguidores y Facebook con 37.
	Promocionar post en redes sociales.	Se promocionaron dos posts, de los cuales se obtuvo un gran alcance, al igual que los posts que no tuvieron promoción, ambos tuvieron interacción con likes y comentarios.

Creación de formulario en el Landing page	En cuanto a Landing page, se recibieron 30 registros de personas que interactuaron con el Landing page.
Creación de página web (Landing page)	
Promocionar la Landing en redes sociales	Se promocionó el Landing a través de Facebook del cual se obtuvo un alcance de 5 clics en el alcance.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de los resultados

#### i. Malla receptora

**Tabla 15**  
*Malla receptora de Validación del Modelo de Negocio - Experimento 2*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
Tanto Facebook como Instagram son redes sociales ideales para llegar a nuestro público objetivo y dar a conocer nuestra plataforma. Gracias al Landing page se pudo saber el interés de los clientes por saber más de la plataforma.	Se debió emplear mejor la segmentación de los anuncios para tener un mejor alcance, al igual que alargar el tiempo de los anuncios Emplear más contenido de valor para generar engagement con los clientes.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
<p>¿Será buena idea emplear otras redes sociales para promocionar nuestra plataforma?</p> <p>¿Qué plataformas a excepción de Facebook e Instagram podríamos usar para llegar a nuestro público objetivo?</p> <p>¿Qué otros canales serían eficientes para vender nuestra plataforma?</p>	Se puede emplear un plan de marketing de contenidos con el fin de promocionar y llegar a más clientes, a través de contenido atractivo e informativo. Mejorar el posicionamiento de la marca a través de estrategias de marketing.

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

## **ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

### **Hallazgo 1: Existen usuarios y freelancers interesados en usar la plataforma.**

Emplear el landing page, fue fortuito para poder identificar el interés de los clientes por conocer más de la marca. Realizando el experimento se obtuvo la respuesta de 30 personas que se registraron e interactuaron con el landing page, este resultado nos motiva a seguir mejorando e implementando mejores estrategias para tener un mayor alcance.

### **Hallazgo 2: Las redes sociales , facebook e instagram han arrojado resultados positivos como canal de promoción para dar a conocer nuestra propuesta.**

Tanto facebook como instagram son redes sociales ideales para llegar a nuestro público objetivo y dar a conocer nuestra propuesta. Obteniendo como resultado un buen número de seguidores, instagram 71 y facebook 37. Asimismo, consideramos emplear mejor contenido para generar engagement con nuestro público objetivo.

## **d. Aprendizajes**

Los aprendizajes que obtuvimos al realizar el experimento, es haber identificado que si bien las redes sociales facebook e instagram nos arrojaron resultados positivos en el alcance, se debe mejorar la segmentación de los anuncios para poder llegar mejor a nuestro público objetivo, tomando en cuenta sus interés y grado académico. Asimismo, se propone mejorar el contenido de las redes sociales con imágenes que capten mejor el interés de ambos segmentos, para ello se debe emplear un plan de marketing de contenidos que nos permita llevar un mejor control de las actividades a realizar en ambas plataformas y posicionar la marca. Por último evaluar que otros canales pueden ser útiles como canal de venta de nuestra plataforma.

## e. Sustentación de las validaciones

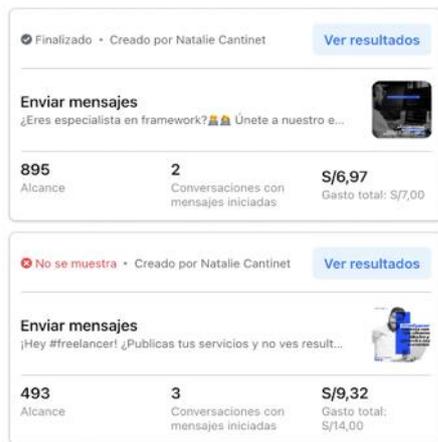


Figura 55 Alcance de los anuncios publicados en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook

The screenshot shows a contact list from Wix with the following data:

Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
paolarivera371@gmail.c...	paolarivera371@gm...			7 may 2021
alinsontorres1707@gm...	alinsontorres1707@...			Ver...
ema21_hdz@hotmail.com	ema21_hdz@hotmail...			7 may 2021
gilgutierrez61@gmail.com	gilgutierrez61@gma...			7 may 2021

Figura 56 Registros de las personas que interactuaron en el landing page

Fuente: Página Wix

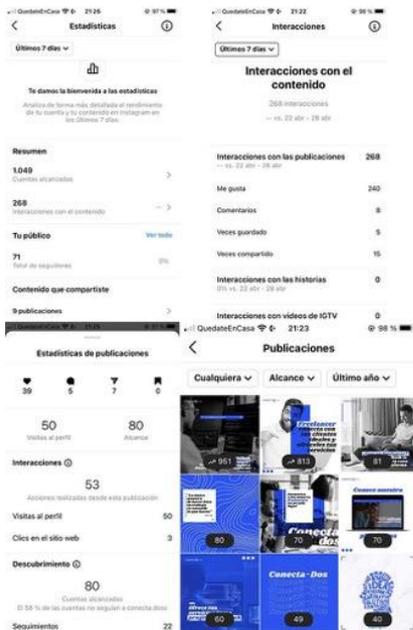


Figura 57 Estadísticas de Instagram del alcance e interacciones de los contenidos

Fuente: Estadísticas de Instagram

## 6.2. Validación de recursos clave

### 6.2.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento:

Validar los recursos clave a través de la información brindada de un programador web con conocimiento en framework y python para la implementación de la plataforma digital.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 05 al 07 de Abril.
- Duración: 3 días.
- Método utilizado: Se elaboraron publicaciones en Facebook e Instagram, a través de promociones para captar a especialistas en framework.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados obtenidos serán mediante conversaciones que se tenga con los especialistas en Facebook e Instagram.

## **PUBLICACIÓN DE FACEBOOK E INSTAGRAM**

Esta publicación se llevó a cabo para poder captar a programadores web que tengan conocimiento en framework y poder hacerle preguntas con respecto al tema para validar el cuadrante.



Figura 58 Post de anuncio especialista framework.

Enlace: <https://bit.ly/3jBZBV5>

Fuente: Elaboración propia

### **GUIA DE PREGUNTAS:**

Pregunta N°1: ¿Cuál es tu experiencia con el manejo de Frameworks?

Pregunta N°2: ¿Cuál ha sido el problema más grande que te hayas enfrentado en un proyecto de software?

### **RESUMEN DE LA CONVERSACIÓN:**

Luego de haber publicado el anuncio en Facebook e Instagram, con una promoción previa, nos contactó Luis Fernando Nestares, Ingeniero Electrónico de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Nos contestó la publicación mostrada anteriormente, mencionando que estaba interesado en desarrollar el proyecto web, tenía manejo angular 10-11 Framework y dominio en Python. Luego procedimos a preguntarle cuál era su experiencia en el manejo de

Frameworks y que nos brinde su CV. Luis nos comentó que tenía experiencia con Angular para la creación de dashboards, también seleccionar datos que desea consultar y se muestran las gráficas necesarias para dicho caso de una aplicación. En el CV que nos mandó, mencionó que encontraríamos más información sobre dashboards diseñados para monitoreo de flotas de buses eléctricos e indicadores operativos que eran requerimiento del cliente para generación de sus reportes de trabajo.

Asimismo, tiene experiencia en Python, para análisis de datos y conocimiento sobre creación de API 's en Python y el consumo de estas mismas en Angular. Además, cuando se le preguntó sobre cuál había sido el problema más grande que había presentado en un proyecto de software, nos comentó que fue en los requerimientos de inicio de entrada para la creación de un dashboard de un cliente, el cual agregaba más cosas por lo tanto no se estaba teniendo en claro lo que requiere el cliente porque al agregar más funciones nos quita tiempo en trabajar otras. Por último, el segundo problema más grande que se le presentó, fue cuando se trabajó en un proyecto para una base de datos e migraron a Amazon Web Services, en donde todo es diferente a como se ha venido trabajando, por lo cual se tuvo que adaptar a estas nuevas funciones, siendo un grande reto para el equipo de trabajo y así cumplir el servicio requerido por el cliente.

## DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO

	<h3>Ingeniero Electrónico</h3>
Fecha: 05 de mayo de 2021	
<b>Nombre del puesto:</b> Programador Web <b>Supervisado por:</b> Equipo Conectados <b>Jefe Inmediato:</b> Joaquín Hidalgo <b>Personas a cargo:</b> Luis Fernando Nestares y equipo	
<b>Objetivos del Puesto</b>  El programador web estará encargado del desarrollo de la plataforma digital Conecta-dos según los requerimientos del cliente para su aprobación e implementación.	
<b>Funciones Generales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Diseñar la plataforma digital mediante el uso de manejo Angular 10-11 Frameworks.</li><li>➤ Recopilar toda la información de FreeLancer y usuarios de la plataforma digital, así como la creación de API'S mediante el uso de Python para análisis de datos.</li><li>➤ Monitorear el tráfico de la plataforma digital mediante el uso de Angular para supervisar el consumo de banda ancha de la web.</li></ul>	
<b>Conocimientos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Contar con conocimientos avanzados en Python, Frameworks y Angular 10-11, así como Excel avanzado.</li></ul>	
<b>Requisitos Generales</b>	
<b>Género:</b>	M    F
<b>Edad:</b>	25 años
<b>Nivel de Estudios:</b>	Licenciado
<b>Título Universitario:</b>	SÍ    NO
<b>Certificaciones:</b>	SÍ    NO
<b>Vehículo propio:</b>	SÍ    NO
<b>Cambio de residencia:</b>	SÍ    NO
<b>Requiere viajar:</b>	SÍ    NO
<b>Horario Laboral:</b>	2-4 horas
<b>Rango Salarial:</b>	1-2 mil soles

Figura 59 Descripción del puesto de trabajo

Fuente: Elaboración propia

### ii. Bitácora de actividades

**Tabla 16***Bitácora de actividades de validación de recursos clave - Experimento 1*

Actividad	Tarea	Resultado
Algoritmo.	Investigar el algoritmo si ya existe sino para desarrollarlo.	Luego de conversar con el experto, se deberá desarrollar el algoritmo.
Buscar programador web con conocimientos en Framework.	Promocionar anuncios en redes sociales.	Se produjo interacción con likes y comentarios en el anuncio.
	Conversar con expertos.	Se obtuvo información sobre framework.
Realizar publicidad en redes sociales.	Diseñar anuncios publicitarios.	Se crearon anuncios publicitarios de manera exitosa.
	Publicar los anuncios en Facebook e Instagram	Se obtuvo respuestas de programadores web con los cuales se pudo conversar

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de los resultados

#### i. Malla receptora

**Tabla 17***Malla receptora de validación de recursos clave - Experimento 1*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
Al experto le pareció interesante el proyecto por lo que nos ofreció apoyarnos en el desarrollo de este. Además, nos brindó su CV para poder contar con sus servicios de manera inmediata.	En el largo plazo se debería de contar con un equipo de trabajo especializado en framework para que constantemente se agreguen nuevas funciones y mejoras a la plataforma web.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas

¿Cuándo se debería trabajar con un programador web especialista en framework? ¿Por qué?

En el largo plazo evaluar la implementación de nuevas herramientas en el desarrollo del proyecto web como Angular 10-11 Framework y Python para tener un mejor análisis de datos, así mismo crear API's en Python y el consumo de estas mismas en Angular.

---

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

**Hallazgo 1: Luego de conversar con el experto se determinó que se deberá desarrollar un algoritmo.**

Una vez que se contactó con un experto, programador web, nos amplió el panorama de todas las herramientas que se necesitan para el desarrollo e implementación de una página web, se determinó que se debería de desarrollar los algoritmos en conjunto con la creación de la plataforma.

**Hallazgo 2: El experto nos brindó mucha más información, como el uso de Angular y Python para el desarrollo de la plataforma web.**

Mediante la conversación de Instagram se logró obtener mucha más información, de herramientas como las mencionadas, que servirán para poder aplicarlas en el proceso de creación de la página web. Además, nos comentó de nuevas funciones que podía implementarlas y que como grupo se desconocía.

**Hallazgo 3: Luego de promocionar el anuncio se obtuvo gran interacción de likes y comentarios en la publicación.**

Se obtuvo buenos resultados mediante la promoción de las publicaciones, llegando a contactarnos dos programadores web uno por medio de Facebook, el cual nos brindó la página

web que había desarrollado y por Instagram, donde nos brindó su curriculum vitae para conocer los trabajos que había realizado y que herramientas manejadas.

## **ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

Para poder llegar a contactar con un experto (programador web), con experiencia en Framework, se tuvo que realizar anuncios publicitarios, por lo tanto, se diseñó una publicación que sería promocionada y subida a las redes sociales de Facebook e Instagram. Luego de haber subido la publicación se obtuvo una gran interacción en ambas plataformas siendo los likes y comentarios los indicadores de que la promoción había captado personas interesadas en nuestra publicación. Además, se pudo conversar con un experto, el cual era Ingeniero Electrónico el cual nos comentó que herramientas dominaba (Framework, Python, API's, Angular) y que ya había realizado varios trabajos, comentarnos que nuestra publicación le había llamado la atención, así como nuestro proyecto, por lo cual estaba totalmente dispuesto a ayudarnos a poder llevarlo a cabo, por eso se le solicitó su CV y tenía una amplia experiencia en ese tema. Por último, se determinó que se debería de desarrollar los algoritmos, después de conversar con el experto, el cual nos brindó un mayor panorama al respecto.

## **d. Aprendizajes**

Los aprendizajes de haber validado los recursos claves fueron que se necesitará un programador web para la realización de la plataforma digital, puesto a que el experto tiene una amplia experiencia en desarrollar páginas web y el uso de herramientas necesarias para implementar, estas herramientas comentadas por el ingeniero electrónico fue el uso de Angular 10-11 Framework, la creación de API's mediante Python para el análisis de datos y por último, Angular para el monitorear el tráfico de la página web. Así mismo, mediante la promoción de los anuncios en Facebook e Instagram se logró captar a varios usuarios interesados y

freelancers, esto servirá a futuro cuando ya se tenga implementada la plataforma web y puedan hacer uso de nuestro proyecto.

### e. Sustentación de las validaciones



Figura 60 CV de Luis Fernando Nestares, programador web

Enlace: <https://bit.ly/3xhCxYL>

Fuente: Chat de Instagram



Figura 61 Conversación con un experto en Framework por Instagram

Fuente: Chat de Instagram



Figura 62 Conversación con programador web 1 por Facebook.

Fuente: Chat de Facebook



Figura 63 Conversación con programador web 2 por Facebook.

Fuente: Chat de Facebook



Figura 64 Conversación con programador web 3 por Facebook.

Fuente: Chat de Facebook



Figura 65 Página web del experto

Enlace: <https://bit.ly/3qINOWz>

Fuente: Plavi

### **6.3. Validación de actividades clave**

#### **6.3.1. Experimento 1**

##### **a. Objetivo del experimento**

Validar que las actividades claves para el desarrollo de la plataforma sean viables para el éxito del proyecto.

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

###### **i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración: del 11 al 15 de abril.
- Duración: 4 días.
- Método Utilizado: Indagación de procesos. Se elaboraron los flujogramas de las actividades clave, y se presentó la dinámica del plan de marketing.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de personas que muestren un grado alto interés mediante anuncios.

#### **FLUJOGRAMA: Desarrollo de plataforma web**

A partir del análisis de los diversos diagramas aplicados a los flujos de proceso que utilizaron otro startup para el desarrollo sus plataformas, se elaboró el flujograma para *Conecta-dos*, desde su creación a partir de las validaciones de cada prototipo, hasta la personalización en nombre, colores, estilos y diseño. De igual forma, se consideró al experto en desarrollo de plataformas y el mantenimiento anual de la interfaz.

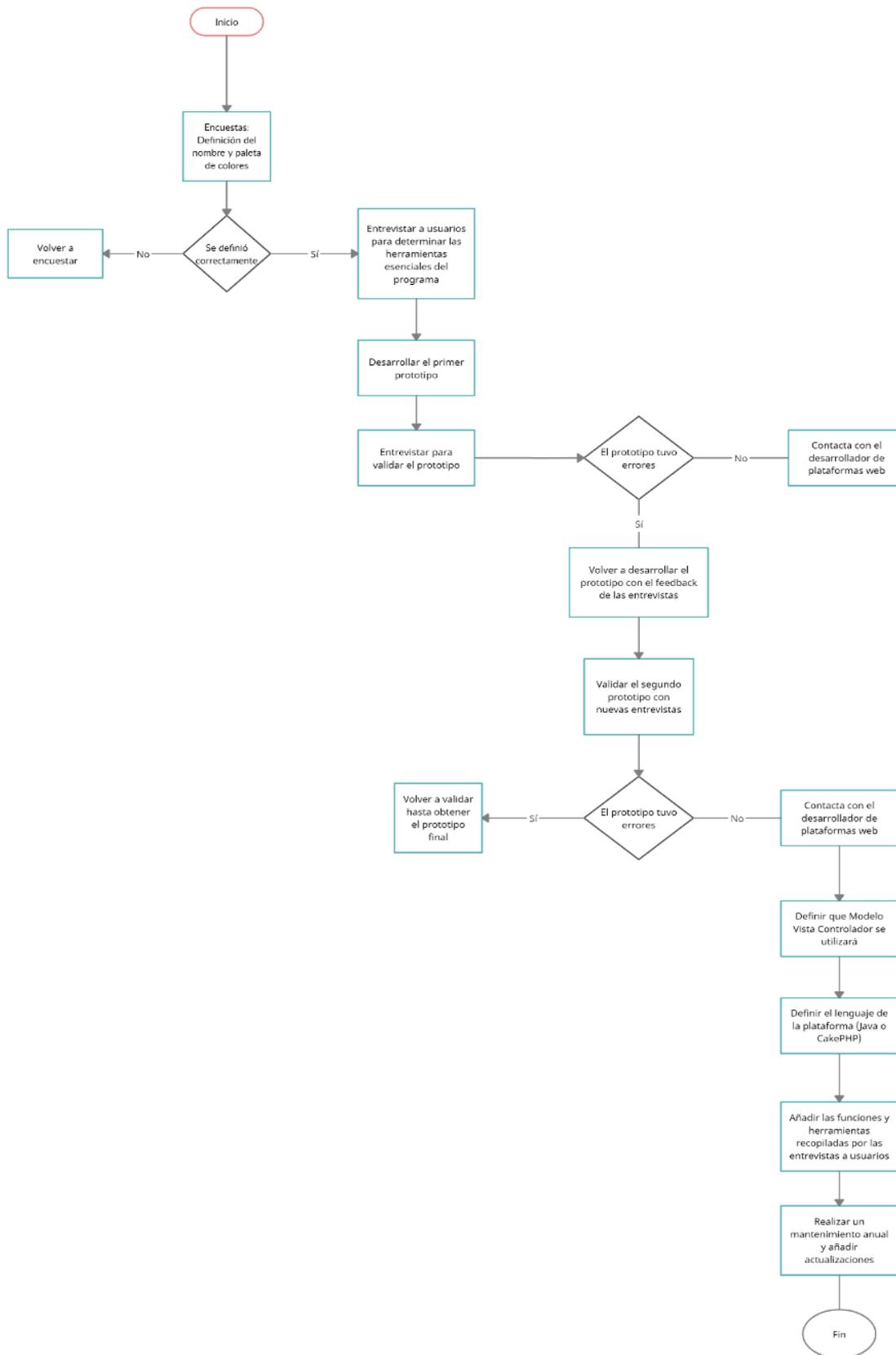


Figura 66 Flujograma del desarrollo de la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia en Lucid Chart

## **PLAN DE MARKETING: Redes Sociales**

### **OBJETIVOS:**

- Aumentar el tráfico de las redes sociales en un 100% (de 40 a 80 followers) en 25 días, duplicando la creación de contenidos, para generar más leads.
- Aumentar las ventas en un 15% (de 3 a 4 conexiones) en 8 días, a través de campañas de email marketing con los clientes que interactúan mediante la landing page, para cubrir el gasto de desarrollo de la web.
- Lograr que las ventas sean equitativas mediante los tres servicios ofrecidos (diseñador gráfico, fotografía, plan de marketing) para el término de los concierge, a través de campañas mediante redes sociales, específicas de cada producto, para estimular el dinamismo en la comunidad freelance.

### **ESTRATEGIAS:**

- Enfocarse en medios digitales, por la gran cobertura de usuarios que poseen las diversas redes sociales. Buscar enfatizar en redes sociales, para promocionar e incentivar el uso de nuestra plataforma. Tanto en Facebook, como en Instagram, busca la creación de contenidos atractivos visualmente.
- En el largo plazo es vital contar con alianzas estratégicas a través de influencers, esta estrategia permitiría obtener un mayor alcance de usuarios.
- Consolidar la comunidad mediante hashtag en plataformas claves como las de Tik Tok, proponiendo desde la cuenta de la plataforma retos, desafíos, regalos, promociones, descuentos, vídeos informativos, entre otros.

## ACTIVIDADES:

- Desarrollar un sorteo de una sesión fotográfica, con la finalidad de fidelizar a ambos segmentos
- Promocionar gratuitamente los perfiles de los freelancers más activos, mediante las redes sociales de la plataforma.
- Compartir las experiencias de freelancers y usuarios que interactuaron usando los servicios de CONECTA-DOS.

## GANTT:

	Año 0 - 2021				Año 1 - 2022				Año 2 - 2023			
	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV
Desarrollar la página web para poder desarrollar e-commerce en el primer trimestre del 2024.												
Creación de redes sociales (Facebook, TikTok e Instagram) en el primer mes del 2022.												
Evaluación de métricas de desempeño.												
Alianzas estratégicas con influencers.												
Realizar campañas de seguidores para poder captar nuevos usuarios.												
Alianzas estratégicas con plataformas diversas (rappi, spotify, etc) durante el cuarto trimestre del 2022.												
Evaluación del posicionamiento mediante focus group o encuesta.												
Evaluación de las ventas de manera mensual.												

Figura 67 Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración propia

## → FLUJOGRAMA: Capacitación de capital humano

Se indagó sobre flujogramas utilizados en mecanismo de capacitación aplicados en plataformas similares o que brindan un servicio especial de atención al cliente. A partir de ello, se ajustó al modelo de negocio de *Conecta-dos*.

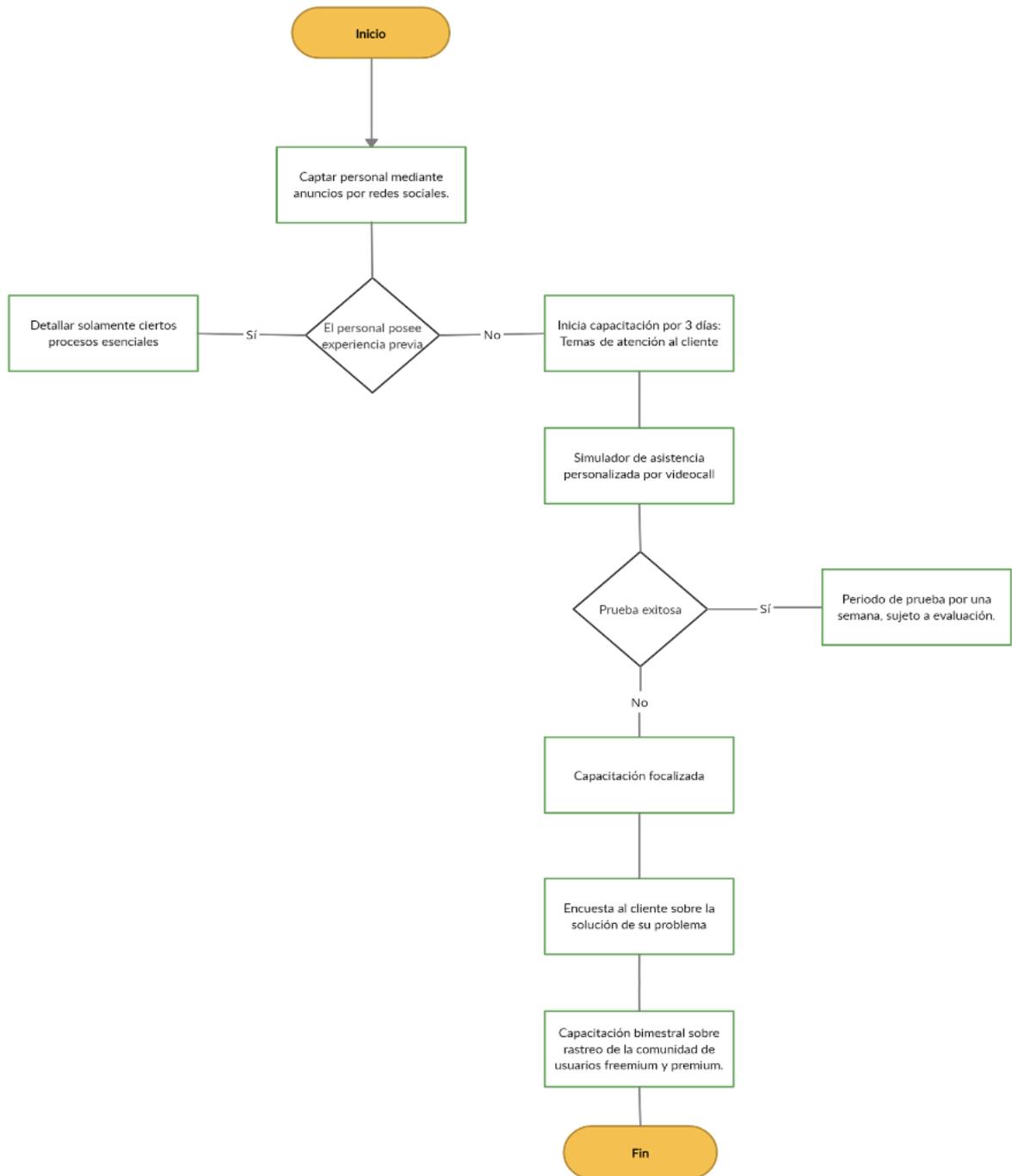


Figura 68 Flujograma de capacitación de capital humano

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 18**

*Bitácora de actividades de Validación de actividades clave - Experimento 1*

Actividad	Tarea	Resultado
Flujograma desarrollo de plataforma web.	Investigar flujogramas similares para ajustarlos al modelo de negocio.	Se desarrolló el flujograma a partir de las características del proyecto y su proceso de elaboración.
Realizar un plan de marketing.	Creación de perfil en redes sociales y desarrollo de contenido.	Se crearon los perfiles en las redes sociales de mayor afluencia de usuarios.
Flujograma de capacitación de capital humano.	Investigar flujogramas similares para ajustarlos al modelo de negocio.	Se desarrolló el flujograma a partir de las características de Customer Relationships.

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Malla receptora

**Tabla 19***Malla receptora de Validación de actividades clave - Experimento 1*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
El desarrollo del flujograma de las actividades claves del proyecto, fueron fundamentales para entender mejor sobre los procedimientos que se hizo y de los que se deben realizar.	Los diagramas de flujo deben estar sujeto a los cambios que se realicen con el tiempo, ajustándose a las nuevas necesidades del consumidor.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
¿Con el tiempo la plataforma sólo será viable para el marco nacional o también se podrá aplicar para otros escenarios internacionales? ¿Cómo?	En el largo plazo, se deben evaluar nuevas estrategias de marketing, como alianzas con influencers, canal de YouTube, y cuenta en Tik Tok, dado que son los aplicativos de mayor uso por la población, tanto nacional como mundial.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Hallazgo 1: Existen pocos flujogramas que muestran los procesos esenciales para el desarrollo de una plataforma, por eso es vital la ayuda de un experto en todo el proceso.**

Para mayor seguridad en términos de creación de una plataforma de calidad, es esencial que la actividad de desarrollo, creación, estructura y mantenimiento de la plataforma sea dirigida por un especialista en framework, que asegure a través de sus conocimientos y experiencias, una plataforma con los estándares que el segmento exige.

**Hallazgo 2: El plan de marketing está basado en redes sociales, no obstante, se debe evaluar otras estrategias para implementarlas en el largo plazo.**

El plan de marketing es otro de los procesos esenciales que determinará el éxito de la plataforma. Esta actividad clave está sincronizada con el cuadrante de canales, ya que se planificó en la estructura del modelo de negocios, contar con herramientas digitales para el desarrollo de CONECTA-DOS. Cabe destacar, por validaciones anteriores, es un punto vital que genera gran impacto en la frecuencia de uso que le dará el usuario a nuestra plataforma.

**Hallazgo 3: El diagrama de flujo que muestra el proceso de capacitación del capital humano, debe estar orientado a ofrecer un eficiente servicio al cliente.**

Se determinó, por validaciones anteriores, que el usuario destaca mucho un servicio eficiente, siendo esta variable la que asegura en muchos casos tener una buena experiencia desde el punto de vista, tanto como usuarios y freelancers. Por ello, se buscó desarrollar un diagrama detallando cada parte del proceso a desarrollar, para conseguir la satisfacción del público objetivo.

## **ii. Interpretación de los resultados obtenidos**

La plataforma CONECTA-DOS busca asegurar el éxito, a través de actividades claves como desarrollo, mantenimiento y personalización de plataforma web, un plan de marketing integrado y alineado a los objetivos del startup, así como una capacitación de capital humano que asegure un servicio de atención al cliente de calidad. Para lo cual se investigó y se desarrolló desde la visión de CONECTA-DOS los diagramas de flujo, donde se evidencia cada proceso a ejecutar, definido paso por paso. Una de las interpretaciones resultantes de la validación de este cuadrante, es la inevitable colaboración de expertos en modelo de vista de controlador tipo framework, que son desarrolladores con habilidades especiales para una elaboración como la que planea materializar CONECTADOS a través de su plataforma. La segunda interpretación, nace en conjunto de las experiencias previas, en la cual el segmento

del modelo de negocio destaca como el plan de marketing, un elemento fundamental que definirá la frecuencia de uso que se le dará. Por lo cual, al momento de definir las acciones clave, se evidencio la necesidad de un community manager que diga el plan de marketing.

#### **d. Aprendizajes**

En materia de aprendizajes obtenidos a partir del desarrollo de las actividades claves, se pudo destacar que CONECTA-DOS no solo debe enfocarse en obtener un proceso estratificado y ordenado, ya que esto no asegura que se desarrollen de manera eficiente. Por lo cual es fundamental que estos procesos sean complementados por la ayuda de un experto que guíe, dirija y controle cada etapa desarrollada en los diagramas de flujos.

### **6.4. Validación de socios clave**

#### **6.4.1. Experimento 1**

##### **a. Objetivo del experimento**

Validar que los freelancers quieren ofrecer sus servicios en la plataforma web de CONECTA-DOS

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

###### **i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración: del 05 al 07 de Abril.
- Duración: 3 días.
- Método utilizado: Se elaboraron publicaciones en Facebook e Instagram, a través de promociones para conocer la intención de los freelancers de ser parte de CONECTA-DOS.
- Métricas: Respuestas al anuncio a través de los mensajes automáticos y llenado de datos de los freelancers en la landing page.

## Publicación de Facebook e Instagram

*Esta publicación se realizó con el fin de interactuar, recibir respuestas y registros de datos de los freelancers, y solicitar su CV para conocer la intención que tienen de trabajar con la plataforma web propuesta.*



Figura 69 Post de anuncio

Fuente: Elaboración propia



Figura 70 Descripción de Post de anuncio

Fuente: Elaboración propia



#### Estadísticas de la publicación

Personas alcanzadas	Interacciones con la publicación	Clics en el enlace
551	5	25

Promocionar publicación

Al tocar "Promocionar publicación", aceptas las [Condiciones de Facebook](#).

Figura 71 Resultados del anuncio

Fuente: Estadísticas de facebook

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 20

Bitácora de actividades de validación de socios clave - Experimento 1

Actividad	Tarea	Resultado
Crear publicaciones en Facebook e Instagram y promocionarlas, dirigiéndolas a los freelancers.	Crear la cuenta de CONECTA-DOS en Facebook en Instagram.	Se creó la cuenta de CONECTA-DOS en Facebook e Instagram y se vincularon.
	Crear los diseños de las publicaciones dirigidas a los freelancers	Se crearon imágenes siguiendo la paleta de colores del proyecto.
	Publicar el contenido en ambas redes sociales.	Se publicaron 9 imágenes en las redes sociales.
	Pagar por promocionar el post.	Se pagó un total de S/24 por la promoción de 3 días.

Nota. Fuente: Elaboración propia

### **c. Análisis e interpretación de los resultados**

Facebook: En Facebook la promoción llegó a 493 personas, de las cuales se generaron 4 conversaciones. Las interacciones con el post fueron 4 likes y 1 compartido. A través de esta red social, 25 freelancers dieron click en la landing page y 5 registraron sus datos en la misma. Finalmente, uno envió su CV.

Instagram: En Instagram la promoción llegó a 920 personas, de las que el 96% no estaba entre los seguidores. Las interacciones resultaron 6 clics en la promoción. Las impresiones logradas fueron de 1.179 y el 84% fue a partir de la promoción. Mediante esta red social, 3 freelancers enviaron un mensaje, donde 2 de 3 llegaron a partir de la promoción y uno a partir de un comentario en el post. Ninguno de los 3 envió su CV.

#### **Hallazgo 1: No existe la confianza suficiente para enviar el CV por redes sociales.**

Ante las respuestas a la promoción en redes sociales, se les enviaba a los freelancers la respuesta donde se les solicitaba enviar su CV y registrar su correo en la web para que reciban más información de CONECTA-DOS. De los 7 freelancers que respondieron a la promoción, solo 1 decidió enviar su CV. Asimismo, uno de los freelancers en la continuación de la conversación pidió que se le brinde la información por el chat; conforme fue avanzando la conversación, nuevamente se le solicitó su CV y prefirió mandar el link de uno de los trabajos que realizó como freelancer.

#### **Hallazgo 2: La red social Facebook permite que los freelancers puedan acceder con mayor facilidad a la landing page**

En Facebook y en Instagram se utilizó la misma pieza gráfica, con algunas modificaciones en la descripción de cada post, personalizándolo según el canal. Sin embargo, el resultado fue que

solo en Facebook los freelancers se dirigieron a la landing page incluida en la descripción del post, llevándolos finalmente a registrar sus datos para que puedan ser añadidos a la base de datos.

### **Hallazgo 3: Hay una considerable cantidad de freelancers en provincias diferentes a Lima.**

Facebook permite ver la información de ubicación geográfica de las personas, según la descripción de su biografía. Así, se pudo hallar que, 3 de los 4 freelancers que nos contactaron por Facebook no se encuentran en Lima, sino 1 pertenece a Chincha, 1 a Chanchamayo y 1 a Huancayo. Siendo así que la ubicación del freelancer no es relevante para brindar un servicio. Se puede interpretar que, en Facebook hay mayores oportunidades de lograr que el público objetivo se dirija a la landing page, debido a que se puede acceder directamente al enlace por la descripción del post, caso contrario a Instagram. Además, se obtuvo que promocionar una publicación al inicio de la semana no genera resultados tan satisfactorios, debido a que el tráfico mayor en redes sociales se registra los fines semana, según las estadísticas arrojadas. También, se puede interpretar que la solicitud del envío del CV origina que los freelancers opten por no continuar con la conversación por temas de desconfianza e inseguridad. Por otro lado, para que los freelancers ofrezcan sus servicios no es necesario evaluar la ubicación en la que se encuentran, puesto que todo el trabajo que realizan es remoto el factor ubicación geográfica no afecta los resultados.

#### **d. Aprendizajes**

Se obtuvo como aprendizaje que es importante considerar ciertos factores al promocionar un anuncio por redes sociales, como la fecha, el presupuesto para cada red social, el objetivo de la promoción y los intereses del público. Asimismo, se debe tener mayor cuidado en la

conversación con los freelancers interesados en CONECTA-DOS, ya que, por la desconfianza latente, pueden considerar que compartir información personal vía redes sociales puede resultar inseguro y perjudicial. Se debe encontrar una mejor manera de interactuar con ellos para generar confianza, empezando por mantener una atención personalizada y fluida, además de generar contenido constantemente para que la imagen de CONECTA-DOS transmita confianza y seguridad para los freelancers. Además, se debe evaluar el contenido de texto que se coloca en las publicaciones promocionadas, estas deben ser altamente atractivas y contener palabras clave para facilitar el entendimiento del objetivo del post y para recibir una mayor cantidad de respuestas. Por último, también se debe tomar en cuenta que el factor ubicación no afecta en la captación de los freelancers, por lo que en las publicaciones se puede hacer referencia a esa ventaja encontrada.

### e. Sustentación de las validaciones



Figura 72 Conversación con freelancer interesado

Fuente: Chat de Facebook

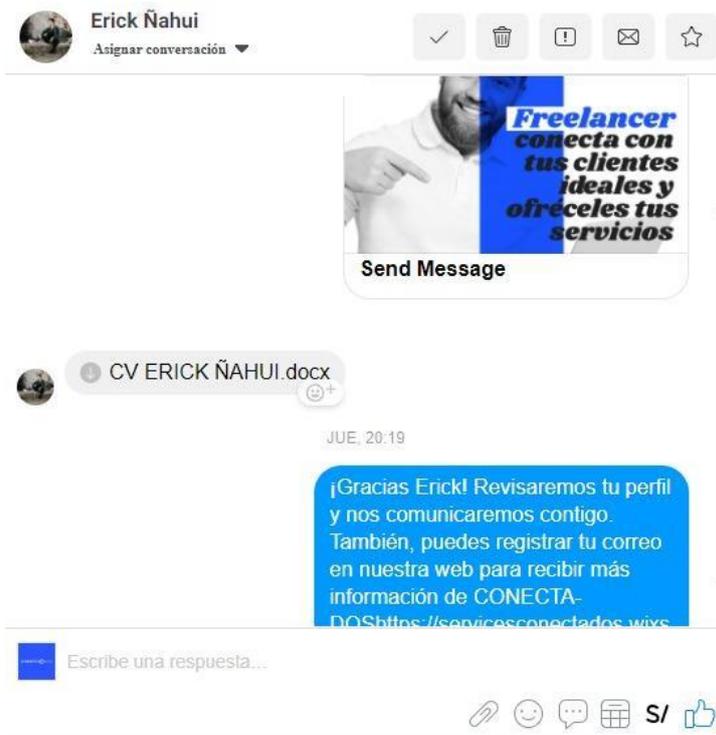


Figura 73 Conversación y entrega de CV

Fuente: Chat de Facebook



Figura 74 CV enviado por un freelancer interesado

Fuente: C.V. de Eick Lennin

## 6.5. Validación de la estructura de costos

### 6.5.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento

Validar los costos en los que el proyecto incurrirá para que se mantenga una escalabilidad a futuro.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

- Fecha de elaboración: del 16 al 19 de abril.
- Duración: 4 días.
- Método Utilizado: Consulta de los costos en el mercado y a especialistas entrevistados para una mejor estimación sobre los costos involucrados en el proyecto. Se presentarán las tablas correspondientes de los costos fijos, costos variables e inversiones.
- Métricas: Los estándares de medición para los costos serán evaluados en base a conseguir los costos menores posibles para que la empresa consiga así, mayor rentabilidad.

##### ii. Bitácora de actividades

**Tabla 21**

*Bitácora de actividades validación de estructura de costos*

Actividad	Tarea	Resultado
Exponer los costos fijos	Exponer los costos de planilla, indagar acerca del gasto de mantenimiento en plataforma, luz, internet.	Presentación de la tabla con todos los costos fijos.

Exponer los costos variables	Investigar acerca de los costos de marketing y publicidad en redes sociales.	Presentación de la tabla con todos los costos variables.
Exponer las inversiones	Determinar el capital inicial, compra de plataforma (dominio, mantenimiento y hosting), hardware, pago de membresía.	Presentación de la tabla con todas las inversiones.

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

### c. Estructura de costos fijos, variables y unitarios

#### - Costos Fijos: Agua, luz, internet

Acerca de los costos fijos de agua, luz e internet, la cantidad se refiere al pago mensual de cada servicio, el costo en casa hace referencia a un costo aproximado que paga cada familia en su domicilio. Por otro lado, el costo empresa es el costo asumido por la empresa Conectados para asegurar el trabajo de cada uno de los miembros del equipo de trabajo, que será el 25% del Costo en Casa. Entonces, el Costo Total vendría a ser el equivalente al total que pagaría la empresa por cada servicio para los 5 miembros del equipo.

**Tabla 22**  
*Costos incurridos mensuales*

Costos fijos mensual	Observación	Cantidad	Costo en casa	Costo empresa	Costo total
Luz	Para la oficina	1.00	S/. 220.00	S/. 55.00	S/. 165.00
Agua	Para la oficina	1.00	S/. 140.00	S/. 35.00	S/. 105.00

Internet	Para la oficina	1.00	S/. 200.00	S/. 50.00	S/. 150.00
<hr/>					
Total					S/. 420.00
<hr/>					

**Nota.** Fuente de elaboración propia

**Tabla 23***Presupuesto para Recursos Humanos Año 1 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/1,800.00	S/21,600.00											
2.00	Marketing	S/1,150.00	S/13,800.00											
3.00	Community Manager	S/930.00	S/11,160.00											
Total Remuneraciones		S/3,880.00	S/46,560.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,940.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,940.00	S/3,880.00
Planilla Mensual		S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/5,865.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/5,865.00	S/50,980.00
Tercerizado Programador							S/300.00						S/300.00	S/600.00
Total Mensual		S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/4,225.00	S/5,865.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/6,165.00	S/51,580.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24***Presupuesto para Recursos Humanos Año 2 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/2,200.00	S/26,400.00											
2.00	Marketing	S/1,500.00	S/18,000.00											
3.00	Community Manager	S/1,000.00	S/12,000.00											
Total Remuneraciones		S/4,700.00	S/56,400.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,350.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,350.00	S/4,700.00
Total Mensual		S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,095.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,095.00	S/61,640.00
Tercerizado	Programador			S/500.00			S/500.00			S/500.00			S/300.00	S/1,800.00
Total Mensual		S/4,745.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/7,095.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,395.00	S/63,440.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25***Presupuesto para Recursos Humanos Año 3 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/2,500.00	S/30,000.00											
2.00	Marketing	S/1,700.00	S/20,400.00											
3.00	Community Manager	S/1,200.00	S/14,400.00											
Total Remuneraciones		S/5,400.00	S/64,800.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,700.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,700.00
Total Mensual		S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/8,145.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/68,040.00
Tercerizado	Programador			S/500.00			S/500.00			S/500.00			S/500.00	S/2,000.00
Total Mensual		S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/8,145.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/70,040.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 26**  
*Plan de Marketing - Año 1*

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M1 - May	M2 - Jun	M3 - Jul	M4 - Ago	M5 - Set	M6 - Oct	M7 - Nov	M8 - Dic	M9 - Ene	M10 - Feb	M11 - Mar	M12 - Abr	Total
Campaña de prospección	Facebook	Lanzamiento de servicios	Pago promoción en Facebook	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
	Instagram	Lanzamiento de servicios	Pago promoción en Instagram	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
	Plataforma	Lanzamiento de servicios	Pago promoción de Plataforma	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/140.00	S/1,560.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/140.00	S/1,560.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/130.00	-	S/130.00	-	S/130.00	-	-	S/130.00	-	S/130.00	S/130.00	S/780.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/130.00	-	S/130.00	-	S/130.00	-	-	S/130.00	-	S/130.00	S/130.00	S/780.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	S/150.00	-	S/150.00	-	-	S/900.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	S/150.00	-	S/150.00	-	-	S/900.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	S/110.00	-	S/110.00	-	-	S/660.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	S/110.00	-	S/110.00	-	-	S/660.00
Total				S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,050.00	S/13,740.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 27**  
Plan de Marketing - Año 2

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M13 - May	M14 – Jun	M15 - Jul	M16 - Ago	M17 - Set	M18 - Oct	M19 - Nov	M20 - Dic	M21 - Ene	M22 - Feb	M23 - Mar	M24 - Abr	Total
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/590.00	S/7,020.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/590.00	S/7,020.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/570.00	-	S/570.00	-	S/570.00	-	-	S/570.00	-	S/570.00	S/570.00	S/3,420.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/570.00	-	S/570.00	-	S/570.00	-	-	S/570.00	-	S/570.00	S/570.00	S/3,420.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	S/560.00	-	S/560.00	-	-	S/3,360.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	S/560.00	-	S/560.00	-	-	S/3,360.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	S/540.00	-	S/540.00	-	-	S/3,240.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	S/540.00	-	S/540.00	-	-	S/3,240.00
<b>Total</b>				<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/34,080.00</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 28**  
*Plan de Marketing - Año 3*

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M25 - May	M26 - Jun	M27 - Jul	M28 - Ago	M29 - Set	M30 - Oct	M31 - Nov	M32 - Dic	M33 - Ene	M34 - Feb	M35 - Mar	M36 - Abr	Total
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/2,100.00	S/19,140.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/2,100.00	S/19,140.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	-	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	S/1,070.00	S/6,420.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	S/6,360.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/6,360.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/6,360.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	-	S/6,300.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	-	S/6,300.00
<b>Total</b>				<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/76,380.00</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia



**Tabla 29**  
Inversión inicial

Adquisiciones	Cantidad	Precio	Total
Hosting + dominio	1.00	S/. 58.50	S/. 58.50
Desarrollador de Landing Page	1.00	S/. 500.00	S/. 500.00
Laptops (hardware)	3.00	S/. 1,800.00	S/. 5,400.00
Software - Antivirus (McAfee)	3.00	S/. 105.00	S/. 105.00
Total		Valor	S/. 6,063.50
		IGV	S/. 1,091.43
		Precio	S/. 7,154.93

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

#### d. Sustentación de las validaciones

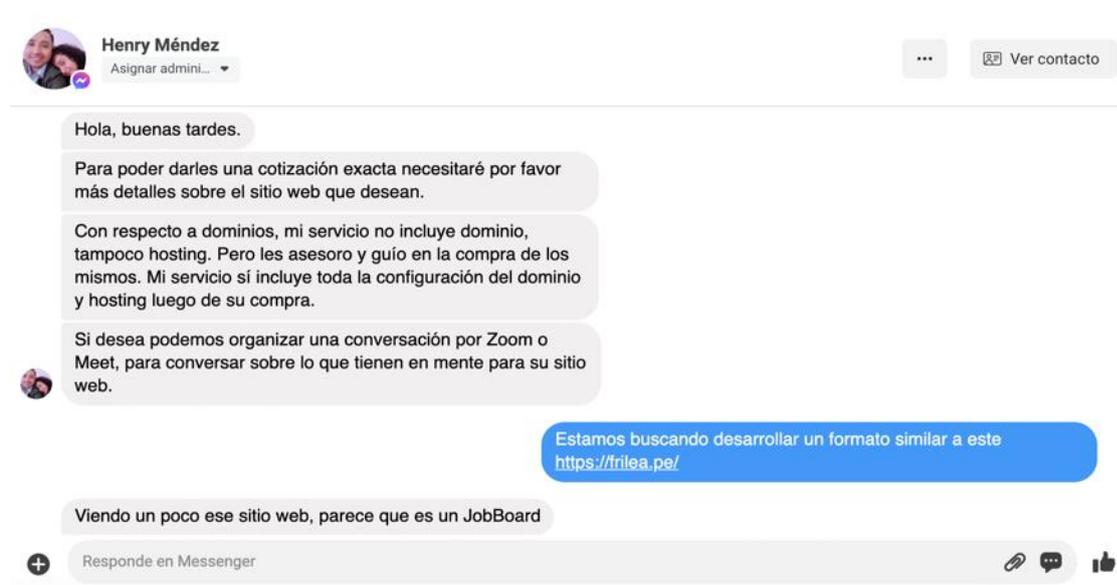


Figura 75 Conversación con el diseñador web.

Fuente: Chat de facebook

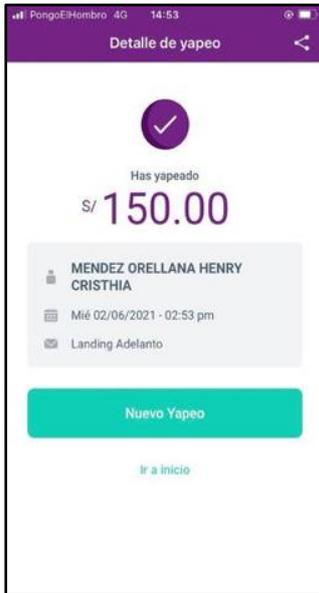


Figura 76 Pago por el desarrollo de la página web 1

Fuente: Yape de Conecta-dos

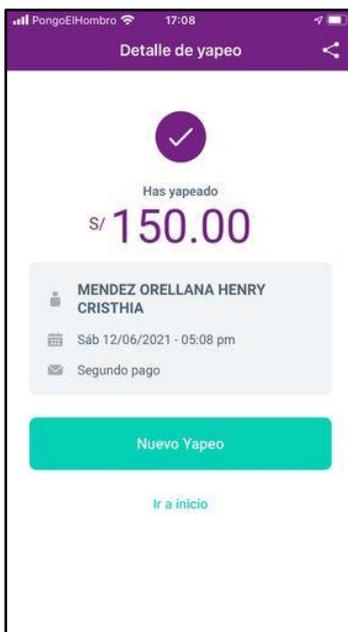


Figura 77 Pago por el desarrollo de la página web 2

Fuente: Yape de Conecta-dos

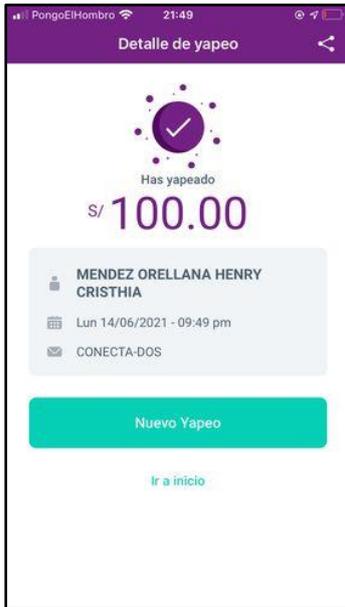


Figura 78 Pago por el desarrollo de la página web 3

Fuente: Yape de Conecta-dos



Figura 79 Pago por el desarrollo de la página web 4

Fuente: Transferencia interbancaria Interbank

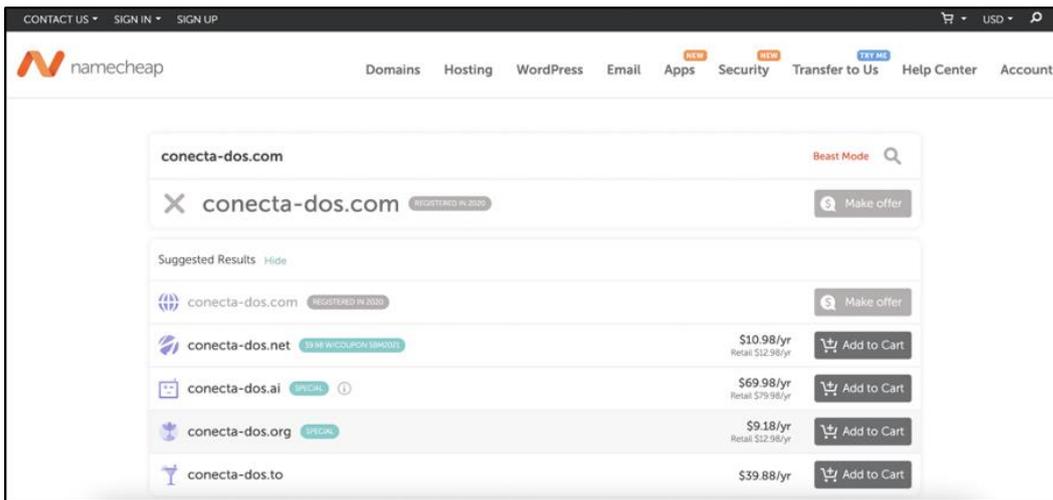


Figura 80 Búsqueda de dominio en namecheap

Fuente: Namecheap

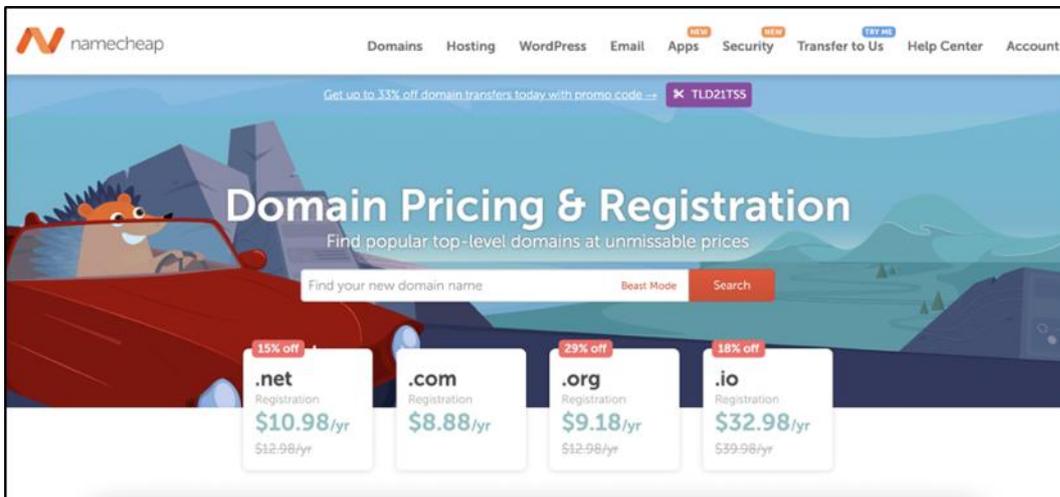


Figura 81 Precios de Dominios en namecheap

Fuente: Namecheap

## **7. VALIDACIÓN DE LA COMPRA**

### **7.1. Segmentación de mercado**

#### **7.1.1. Segmentación de mercado - usuarios**

Para segmentar el mercado de usuarios, se consideraron las siguientes variables, las cuales hallamos a partir de fuentes secundarias confiables, siguiendo el perfil que tiene nuestro segmento de usuarios.

- La población total del mercado donde se realizará el proyecto fue en el Perú. Según INEI en el Perú hay una población total de 33.03 millones de personas.
- El proyecto estará enfocado para los ciudadanos de Lima Metropolitana con un 29,7%. Según INEI la población total de Lima Metropolitana es de 9.81 millones de personas.
- La zona de Lima Metropolitana donde se centrará el proyecto será en Lima Sur, Centro y Moderna. Según IPSOS el porcentaje de Lima Sur, Centro y Moderna es de 38,9% contando con un mayor número de personas con respecto a las demás zonas.
- Con respecto a los niveles socioeconómicos esta será dirigida para el nivel A para los usuarios, ya que se deberá de adquirir el servicio por medio de un pago y este NSE cuenta con mayor facilidad de pago este tipo de servicios. Según APEIM, los niveles socioeconómicos A son del 5.2%.
- Con respecto a los niveles socioeconómicos esta también será dirigida para el nivel B para los usuarios, ya que cuenta con la posibilidad de adquirir el servicio por medio de un pago. Según APEIM, los niveles socioeconómicos B son 17.7%.
- Con respecto a los niveles socioeconómicos esta será dirigida para el nivel C para los usuarios, siendo este el ultimo estrato, ya que pueden ser personas emprendedoras que necesiten usar estos servicios por medio de un pago. Según APEIM, los niveles socioeconómicos C son 33.1%.

- El rango de personas escogidos para adquirir los servicios de freelance se basó en personas laborales que tengan poder adquisitivo. Según IndexMundi del rango de 18 - 40 años cumplen con este perfil y representan un 34,70%.
- Con respecto a las personas que compran online por publicidad en RRSS, según Gestión, el 80% de personas han realizado compras de forma online a través de la publicidad en redes sociales.
- Las personas que utilizan el servicio deberán de usar las redes sociales, medio por el cual habrán visto una publicidad. Según el INEI, las personas que utilizan este medio representan un 85,2%.
- Con respecto a las personas que adquieran los servicios de freelancer se tomaron en cuenta las que tengan un estilo de vida progresista y moderno. Según ISSUU, las personas con este tipo de estilo de vida son del 46%.
- Los emprendedores en el Perú se han incrementado durante la pandemia, por lo tanto, necesitan los servicios de los freelancers que les diseñen logotipos o branding para que potencien su marca y crezca su negocio. Según el comercio, en el Perú hay un total de 35,90% en la actualidad.

Adicionalmente, nuestros usuarios son emprendedores que buscan a expertos en servicios digitales, por lo que procedimos a realizar una encuesta a los emprendedores, tomando en cuenta la muestra establecida de 68 personas, para conocer cuántos requieren servicios freelance para sus negocios.

Como resultado, se obtuvo que, de los 68 emprendedores encuestados, 30 adquieren servicio de un freelancer especialista, por lo que en dicha variable consideramos la ratio de 44.12% resultante. De esa manera, el tamaño de mercado son 36, 830 personas.

**Tabla 30**  
*Segmento usuarios*

Variables	Ratios	Personas
Peruanos	-	33'035,304.00
Lima	29.70%	9'811,485.00
Zona Lima Sur, Centro y Moderna	38.90%	3'816,668.00
NSE A, B y C	56.00%	2'137,334.00
18 - 40 años	34.70%	741,655.00
Personas que compran online por publicidad en RRSS	80.00%	593,324.00
Usan redes sociales	85.20%	505,512.00
Estilo de vida progresista y moderno	46.00%	232,536.00
Emprendedores	35.90%	83,480.00
Emprendedores que necesiten encontrar a expertos en servicios digitales	44.12%	36,830.00

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

Además, para hallar el valor del mercado en soles, fue necesario calcular el precio promedio del mercado, es decir de los 6 principales competidores de servicios digitales en el mercado peruano y los precios promedios de los servicios más relacionados a los de CONECTA-DOS. El precio promedio resultante es de s/300.

Asimismo, un dato más que se requirió hallar para el cálculo del valor de mercado fue la frecuencia. Para ello, en la encuesta realizada a los emprendedores realizamos una pregunta a aquellos que respondieron que sí adquieren servicios de un freelancer especialista, la pregunta se enfocó en conocer cuántas veces al mes los emprendedores adquieren este tipo de servicio. Como resultado, el 50% respondió que la frecuencia de uso de este servicio es de una vez cada 3 meses.

Considerando estos datos, se calculó el valor de mercado con la siguiente fórmula.

Valor de mercado = (Tamaño de mercado x Precio promedio del mercado) \*frecuencia

El resultado del cálculo fue un valor de mercado de S/.3.682.952.

**Tabla 31**  
*Matriz de competidores según precio*

Plataforma	FIVER	Bumeran	Frilea	Helpers	Workana	Upwork	CONECTA-DOS	Precio promedio
Diseño Grafico	S/. 400	-	S/.120	-	S/.200	S/. 280	S/. 150	S/. 170
Fotografía	S/. 150	-	S/.150	-	S/.150	S/.150	S/. 120	S/. 110
Marketing Digital	S/. 900	-	S/.900	-	S/.750	S/.800	S/. 500	S/. 550

**Dato.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 32**  
*Mercado*

Tamaño de mercado	36, 830.00
Valor de mercado	S/.3,682,952.05

**Nota.** Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 33**  
Toma de la muestra

Error	10%
Confianza	90%
Muestra	68

**Nota.** Fuente: Elaboración Propia

**El tamaño de muestra que necesitas es...**

68

Gracias por usar la calculadora, si necesitas hacer otro cálculo puedes hacerlo directamente en esta página.



Figura 82 Tamaño de la muestra de usuarios en Netquest

Fuente: Netquest

¿Con qué frecuencia adquieres servicios digitales (Diseño Gráfico, Fotografía y/o Marketing Digital)?

68 respuestas

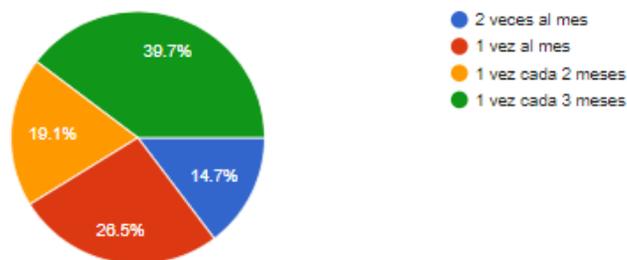


Figura 83 Pregunta de entrevista de CONECTA-DOS

Fuente: Elaboración propia

### 7.1.2. Segmentación de mercado - freelancers

Para segmentar el mercado de freelancers, consideramos las siguientes variables:

- Con respecto a los niveles socioeconómicos esta será dirigida para el nivel B y C para los freelancers, ya que serán personas que necesitan realizar servicios por medio de nuestra plataforma. Según APEIM, los niveles socioeconómicos B y C son del 50,8%.
- Se consideró que las personas que usan más las plataformas de freelancers son los hombres. Según ElPeruano, los hombres en el país son del 47,8%
- El rango de personas escogidos para adquirir los servicios de freelance se basó en personas laborales que tengan poder adquisitivo. Según IndexMundi del rango de 22 - 45 años cumplen con este perfil y representan un 25,2%.
- Con respecto a las personas que utilizan redes sociales, se les considera porque mediante las redes podrán encontrar a nuestra plataforma. Según INEI, las personas que usan redes sociales son del 85,2%.
- Se consideró que las personas que adquieran los servicios deberán de contar con un nivel de estudios superior. Según INEI las personas con un nivel de estudios superior abarcan un total de 34% de la población.
- Con respecto al desempleo en el Perú, según Gestión un 15,3% no consiguen trabajo actualmente.
- Según Maria José Moreno en una nota para el blog peruano Contenttu, explicó que mediante una encuesta aplicada por la Asociación Escucha al Perú y la agencia Pacific Edelman Affiliate mostró que un 75% de peruanos perdió su trabajo a causa de la pandemia. Asimismo, un 34% de peruanos desarrolló su propio emprendimiento y un 21% lo hizo a través de las redes sociales.

**Tabla 34**  
*Toma de la muestra*

Variables	Ratios	Personas
Peruanos		33035304
Lima	29,7%	9811485
Zona Lima Sur, Centro y Moderna	38,9%	3816668
NSE B y C	50,8%	1938867
Hombres	47,8%	488595
22 – 45 años	25,2%	416283
Usan redes sociales	85,2%	141536
Estudios superiores	34%	21655
Desempleados	15,3%	3313
Peruanos desempleados que iniciaron un servicios	21%	4548
Digital por redes sociales		

**Nota.** Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 35**  
*Mercado*

Tamaño de mercado	1852.00
Valor de mercado	S/.1,666,353.65

**Nota.** Fuente: Elaboración Propia

### 7.1.3. Plan de marketing

Identificación de los niveles del servicio:

**Nivel del servicio básico:** En este nivel, se considera que CONECTA-DOS es una plataforma web donde los freelancers podrán brindar sus datos y promocionar sus servicios y los usuarios los podrán encontrar.

**Nivel del servicio real:** La plataforma web ofrece distintos servicios freelance especializados en servicios digitales, que conectarán con diversos clientes interesados en sus servicios, a través de una plataforma visualmente atractiva, por la paleta de colores minimalista de la marca, y fácil de usar e intuitiva por la simplicidad de la plataforma, de manera rápida y segura.

**Nivel del servicio aumentado:** Respecto al nivel de servicio aumentado, CONECTA-DOS no solo ofrece una plataforma que conecta a los freelancers con usuarios/emprendedores, sino también es totalmente segura y tiene opciones como el chat para ambos segmentos, las calificaciones y recomendaciones, y la videollamada, para que la relación entre freelancer y usuario sea amena, y la comunicación sea óptima. Además, se genera confiabilidad en el usuario, ya que su pago recién se le destinará al freelancer cuando el servicio sea entregado. Asimismo, ambos segmentos serán respaldados por la confianza que les brindamos como intermediarios.



Figura 84 Identificar de niveles de servicio

Fuente: Elaboración propia

Atributos del servicio:

- **Marca: (Identidad verbal)**

Para definir el nombre del negocio se consideraron las funcionalidades y lo que se quiere comunicar con el nombre. Por ello, al tratarse de un servicio de conexión entre freelancers y emprendedores, se buscaron palabras que transmitan la conectividad freelancer-emprendedor y la relación cercana que existirá entre ellos. Además, se espera que este nombre sea fácil de pronunciar y de recordar, para lograr un posicionamiento rápido y fuerte en la mente de los consumidores. De esta manera, se eligió la palabra “conectados”.

- **Precio:**

La estrategia de fijación de precios será según el valor, porque los servicios que brindan el freelance tienen diferentes costos según lo que se ofrezca a los usuarios o también dependiendo de qué es lo que se requiera para dicho servicio. En el caso de los servicios que se ofrecerán por nuestra plataforma digital siendo Diseño Gráfico, Fotografía y Marketing, los precios para estos servicios pueden variar según las herramientas que los freelances utilicen y por ende el valor puede ser mayor o menor, así como calidad del servicio y el tiempo de demora para ser entregado. En el caso de nuestras competencias, que vendrían a ser Fiver, Bumeran, Frilea, Helpers, Workana y Up Work; cobran una comisión por el costo del servicio variando desde 5% hasta un 20% como máximo, esto dependerá del monto del servicio que cobren y la categoría. Además, se debe tener en cuenta que la relación entre el freelance y el usuario se da gracias a CONECTA-DOS siendo nosotros intermediarios de dicha operación, por eso CONECTA-DOS cobrará un 8% que será nuestra fuente de ingresos por el uso de nuestra plataforma.

## 7.2. Plan de ejecución de concierges

El objetivo general que se planteó para la elaboración del Concierge es obtener la mayor cantidad de interacciones (conversaciones) y de registro de datos, por parte de los freelancers a través de nuestros canales de venta, Facebook e Instagram. La Landing Page se considera en la semana 4 del concierge, donde los freelancers podrán registrarse de manera rápida, fácil y segura.

Objetivos Concierge:

- Determinar el canal de venta más apropiado para la plataforma Conectado-dos
- Identificar el servicio que tuvo más ventas en el mes de Junio.
- Determinar el porcentaje de comisión idóneo para los servicios de Conecta-dos
- Validar la intención de compra entre usuarios y freelancers.
- Analizar cuáles son los servicios de mayor interés percibido por los usuarios

**Tabla 36**  
*Plan de Concierge Usuarios*

USUARIOS		Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
CANALES	Redes Sociales: Facebook e Instagram	Experimento	Anuncio en Facebook e Instagram promocionando los 3 primeros servicios.	Anuncio en Facebook e Instagram mostrando la experiencia de los clientes.	Anuncio en Facebook e Instagram incluyendo una promoción de precio.	Anuncio en Facebook e Instagram mostrando la facilidad de recibir información y registrarse.
		Objetivo	Conseguir que una de las interacciones se concrete en una venta.	Incrementar una venta respecto a la semana 1.	Incrementar la venta del servicio Marketing Digital.	Incrementar una venta respecto a la semana 3.
	Landing Page	Experimento	-	-	-	Anuncio en Facebook e Instagram direccionando a

la landing page para una inscripción directa.  
Realizar una venta por la landing page.

Objetivo - - -

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 37**  
*Plan de Concierge Freelancers*

USUARIOS	Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	
CANALES	Redes Sociales: Facebook e Instagram	Experimento	Anuncio en Facebook e Instagram solicitando el CV de los freelancers.	Anuncio en Facebook e Instagram mostrando los freelancers unidos a CONECTA-DOS. Lograr que 3 freelancers se registren mediante el formulario para unirse a la plataforma.	Anuncio en Facebook e Instagram contando la experiencia de un freelancer respecto al precio. Lograr que 3 freelancers se registren y acepten el nuevo porcentaje de comisión.	Anuncio en Facebook e Instagram direccionando a la landing page.  Lograr que los freelancers se registren para agregarlos a la base de datos.
		Objetivo	Lograr que 3 freelancers envíe su CV y se una a nuestra plataforma			
	Landing Page	Experimento	-	-	-	Anuncio en Facebook e Instagram con enlace directo a la landing page. Lograr que 2 freelancers se inscriban por la landing page y envíen su CV.
		Objetivo	-	-	-	

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### 7.2.1. Concierge 1

#### EXPERIMENTO USUARIO

##### a. Objetivo del experimento:

Validar que el usuario interactúa por medio de los posts en redes sociales, solicitando mayor información para concretar ventas reales.

## **b. Diseño y desarrollo del experimento**

### **i. Descripción del experimento**

El experimento consiste en realizar un post dirigido a los usuarios, donde se promociona los servicios digitales que ofrece Conecta-dos como diseño gráfico, fotografía digital y marketing digital. Invitándolos a interactuar con nosotros mediante los comentarios o el chat de las redes sociales, Facebook e Instagram, solicitando información del servicio para luego realizar la venta.

- **Tipo de venta (C2C):** Ofrecemos nuestra plataforma como intermediario para que los usuarios puedan solicitar sus servicios y nosotros encontrar al freelancer que realice el servicio que desea.
- **MPV:** El tipo de MPV es un post publicado en redes sociales de Facebook e Instagram, en la cual el cliente pueda identificar e informarse de los servicios digitales que ofrece CONECTA-DOS y así generar una atracción por parte de los clientes a realizar la compra.
- **Métricas:** Las métricas a utilizar para este experimento es la intención de compra sobre las ventas concretadas. Se requiere identificar el alcance del post, el número de clics y las ventas concretadas.
- **Método utilizado:** El método utilizado para este experimento es el anuncio promocionado en las redes sociales de Facebook e Instagram para lograr el alcance y concretar ventas por parte de los usuarios con CONECTA-DOS. Asimismo, se le adjuntó un botón de mensajería instantánea que redirecciona al chat de las redes sociales solicitando información de los servicios.



Figura 85 Publicación de CONECTA-DOS en Facebook

Fuente: Elaboración propia

- Fecha: Del 24 al 28 de Mayo
- Duración: La duración del experimento es de una semana, por lo cual se esperó el resultado del anuncio promocionado que llegue a los usuarios y que estos se vean atraídos y quieran solicitar servicios de nuestros freelancers.
- Canales: Redes sociales Facebook e Instagram
- Porcentaje de comisión cobrado: 8% de comisión sobre el precio del servicio
- Presupuesto: El presupuesto destinado para este post fue de S/24.00 soles por cada red social (Instagram y Facebook).

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/ táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en facebook	1	3	S/8,00	S/24,00
		Pago promoción en instagram	1	3	S/8,00	S/24,00

Figura 86 Presupuesto Concierge 1 usuario

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 38**

*Bitácora de actividades de Concierge 1 – Experimento Usuarios*

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento Post en redes sociales Facebook e Instagram dirigido a los Usuarios	Diseñar anuncios publicitarios dirigidos a los usuarios.	Diseño de un post publicitario óptimo que comunica a los 3 servicios principales como Diseño gráfico, fotografía y marketing digital.
	Publicar anuncios en Facebook e Instagram.	Se publicaron los anuncios publicitarios desarrollados para ambas redes sociales.

Nota. Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Principales hallazgos encontrados

#### Hallazgo 1: No se obtuvo resultados positivos en la red social Facebook

Pese a que se promocionó el post mediante anuncio pagado, no se obtuvo ningún resultado positivo que genere una venta, pues se obtuvo solo un alcance de 1400 personas en total, dividido en 119 de forma orgánica y 1,320 de forma pagado. En cuanto a las reacciones, se obtuvo 3 likes, 0 comentarios y 1 solo compartido. Asimismo, el número de personas que dieron clic a la publicación promocionada fue de 0, sin llegar a concretarse ninguna venta

**Hallazgo 2: El post promocionado en Instagram tuvo un mejor alcance llegando a concretar una venta.**

En cuanto a la red social Instagram el post tuvo mejor resultado llegando a un alcance de 1,601 personas alcanzadas de las cuales se obtuvo 15 interacciones con el post, es decir 15 likes, 6 comentarios, un compartido y 5 clics en el anuncio de las cuales se obtuvo una venta en la primera semana del concierto.

**VENTA 1 DE SERVICIO: DISEÑO GRÁFICO**

La primera clienta en solicitar un servicio digital fue Andrea Valderrama, que inició interacción con el post promocionado mediante un comentario solicitando la información, a lo cual respondimos inmediatamente a través de un mensaje en su chat de Instagram. Ella solicitó el servicio de diseño gráfico, pues se encuentra en la etapa de implementación de su emprendimiento de tienda de accesorios de mascotas para lo cual solicitaba un logotipo para su empresa. Al recepcionar su solicitud programamos una cita mediante la plataforma Zoom, para que el cliente pueda conocer y explicar al freelancers de mejor manera su pedido y así concretar la venta. Previo a ello, se realizó una cita con el freelancers, por la solicitud del caso ofrecimos el trabajo a Renato Solís un freelance especialista en diseño gráfico quien decidió unirse a nuestra comunidad de Freelancers para trabajar con nosotros. En el punto sustentación de las validaciones se puede observar la coordinación mediante los chats con el freelancer y con el usuario para pactar una reunión y empezar con la negociación y cerrar la venta y las capturas de las transacciones realizadas por parte del usuario hacia nosotros y nosotros hacia al freelancer.

**ii. Interpretación de los resultados**

Para ser la primera semana de concierge y habiendo promocionado en dos redes sociales el resultado no fue lo esperado pues se obtuvo muy poca interacción en Facebook por lo cual no se logró concretar ninguna venta. Sin embargo, en la red social Instagram el resultado fue diferente, pues como se puede evidenciar en la figura 96, la promoción tuvo 5 toques de las cuales se pueden concretar una venta de S/120.00 soles llevándonos una comisión del 8% que equivale a S/9.60 soles por contactar al cliente con el freelancer y asegurar que el servicio brindado sea de calidad y que guarde seguridad. El método de pago, que optó el cliente fue el monedero digital Yape, y el monto fue liberado al freelancer apenas entregó el trabajo, siguiendo las políticas de la empresa y obteniendo como ganancia el 8% adicional del precio cobrado por el freelancer.



Figura 87 Estadística de la publicación en Instagram

Fuente: Estadística de Instagram



Figura 88 Estadística de la publicación en Facebook

Fuente: Estadística de Facebook

#### d. Aprendizajes

Como aprendizajes y cambios a realizar concluimos que se debe mejorar los posts para las siguientes semanas, proponiendo nuevos formatos de promoción como video llamativos que incentiven la compra de los servicios propuestos. Asimismo, mejorar la programación de los anuncios en Facebook para obtener un mejor resultado en cuestión de alcance y concretar muchas más ventas. Asimismo, tomar en cuenta el cliente captado para fidelizarlo y que esté solicite más servicios en las próximas semanas y meses.

\*NOTA: No se pudo realizar experimentos con la landing page, debido a que aún se encontraba en proceso de elaboración por el diseñador web contratado por CONECTA-DOS.

#### e. Sustentación de las validaciones

##### Venta 1:

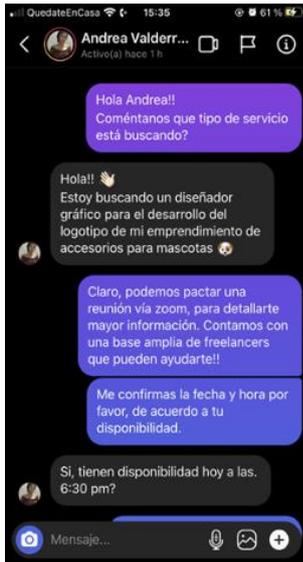


Figura 89 Chat venta 1

Fuente: Chat de Instagram



Figura 90 Chat de venta 1.1

Fuente: Elaboración propia



Figura 91 Venta con usuario y freelancer

Enlace: <http://bitly.ws/fdAJ>

Fuente: Canal de Youtube de Conecta-dos



Figura 92 Pago Yape de Usuario

Fuente: Yape

## **EXPERIMENTO FREELANCER**

### **a. Objetivo del experimento**

Conseguir que freelancers que ofrecen servicios de digitales como diseño gráfico, fotografía y marketing digital se unan a la comunidad de CONECTA-DOS.

### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

#### **i. Descripción del experimento**

El experimento consta en realizar un post dirigido a los los freelancers , para capturar su interés de unirse a la comunidad de CONECTA-DOS, aceptando la modalidad de trabajar con nosotros bajo una política de la empresa de dejar una comisión por cada cliente que le contactemos para que le realice su servicio.

- **MPV:** El tipo de MPV es un post publicado en redes sociales de Facebook e Instagram, con el fin de captar freelancers a que sean parte de CONECTA-DOS y podamos trabajar con ellos para ofrecer sus servicios y recibir una comisión a cambio.
- **Métricas:** Las métricas a utilizar para este experimento es el número de freelancers que den clic al anuncio o soliciten información mediante comentarios en el chat de CONECTA-DOS y que los mismos accedan a unirse a nuestra comunidad enviando su CV.
- **Método utilizado:** El método utilizado para este experimento es el anuncio promocionado en las redes sociales de Facebook e Instagram para lograr el alcance y captar la mayor cantidad de freelancers interesados en trabajar con nosotros. Mediante el anuncio promocionado el freelance puede solicitar información por defecto para poder atenderlo y explicarle a detalle el modelo de negocio y las políticas de la comisión de la empresa para poder iniciar con la inscripción a nuestra comunidad.



Figura 93 Publicación en redes sociales

Fuente: Elaboración propia

- Fecha: Del 24 al 28 de Mayo
- Duración: La duración del experimento es de una semana, por lo cual se esperó el resultado del anuncio promocionado que llegue a los freelancers y que estos se vean atraídos y quieran ser parte de nuestra comunidad.
- Canales: En el fan page de nuestras redes sociales Facebook e Instagram.
- Presupuesto: El presupuesto destinado para este post fue de S/24.00 tanto para Facebook como Instagram sumando un presupuesto total de S/48.00.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	3	S/8,00	S/24,00
		Pago promoción en Instagram	1	3	S/8,00	S/24,00

Figura 94 Presupuesto concierge freelancers

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 39**

*Bitácora de actividades de ConciERGE 1 – Experimento Freelance*

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento Post en redes sociales Facebook e Instagram dirigido a los Freelancers	Diseñar anuncios publicitarios dirigidos a los freelancers.	Diseño de un post publicitario optimizado que comunique a los freelancers a unirse a nuestra comunidad de CONECTA-DOS si ofrece los siguientes servicios como Diseño Gráfico, Fotografía y Marketing Digital.
	Publicar anuncios en Facebook e Instagram.	Se publicaron los anuncios publicitarios desarrollados para ambas redes sociales.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Principales hallazgos encontrados

#### **Hallazgo 1: La plataforma de Facebook obtuvo un gran alcance de freelancers.**

El anuncio promocionado en la red social Facebook llegó a una gran cantidad de personas, siendo este un resultado positivo para nuestro emprendimiento. Donde se obtuvo un alcance de 1,777 personas, 4 reacciones, 2 compartidos, 13 personas que dieron clic y solicitaron información de las cuales 2 se unieron a nuestra comunidad.

#### **Hallazgo 2: De las 11 personas interesadas solo 2 se unieron a nuestra comunidad de freelancers.**

A pesar de que consideramos haber obtenido un resultado positivo, es importante resaltar la cantidad de personas que no lograron unirse a nuestra comunidad. Analizando esta situación,

consideramos que la respuesta negativa se debe a que los freelancers no encuentran confiable enviar su CV por el chat ya que le puede quitar la seriedad al modelo de negocio.

### **Hallazgo 3 : El post promocionado en instagram no obtuvo buenos resultados.**

En cuanto a la red social Instagram, al publicar el anuncio promocionado no llegamos obtener ningún resultado positivo para nuestro emprendimiento, pues ningún freelancer se vio atraído a ser parte de CONECTA-DOS mediante el post anunciado, sin embargo, obtuvimos comentarios en el post que solicitaron información y fueron atendidos mediante el chat de los cuales uno accedió a unirse a trabajar con nosotros.

### **ii. Interpretación de los resultados**

Como resultado de nuestro concierto realizado en la primera semana podemos concluir que conseguimos 3 freelancers que se interesaron en el negocio y decidieron unirse a nuestra comunidad de CONECTA-DOS. Asimismo, determinamos que facebook tuvo una mejor llegada a los freelancers , tiene un alcance de 1,777 personas a comparación de Instagram con 5 toques en la promoción de los cuales ninguno se vio atraído por el post, pues no se logró captar a ningún freelancer. En las siguientes imágenes se puede observar el alcance obtenido en facebook y los resultados obtenidos en Instagram.



Figura 95 Resultado y alcance del post en Facebook

Fuente: Estadística de Facebook

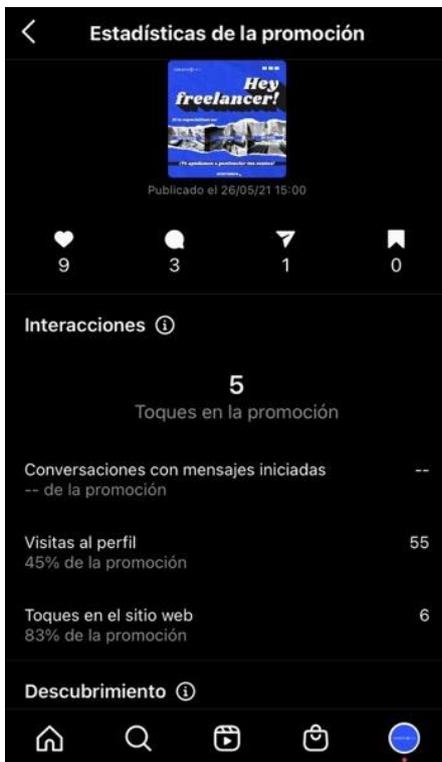


Figura 96 Resultado y alcance en el post de Instagram

Fuente: Estadística de Instagram

#### d. Aprendizajes

Como aprendizajes y cambios a realizar concluimos que si se logró cumplir con el objetivo pues conseguimos obtener 3 freelancers que aceptaron trabajar con nosotros bajo nuestra

política de comisión en base a su precio. Asimismo, consideramos que los freelancers que no lograron acceder a ser parte de CONECTA-DOS, aún no confianza en la empresa por lo cual se les dificulta compartir sus datos en su CV con nosotros; por ende, se tomará en cuenta mejorar el flujo de los mensajes para que este sea mucho más dinámico, así como implementar un formulario donde el freelancer pueda enviar sus datos personales y CV de forma rápida y sencilla.

#### e. Sustentación de las validaciones



Figura 97 Freelancer 1 unido a la comunidad de Freelancers

Fuente: Chat de facebook



Figura 98 Freelancer 1.1 unido a la comunidad de Freelancers

Fuente: Chat de facebook

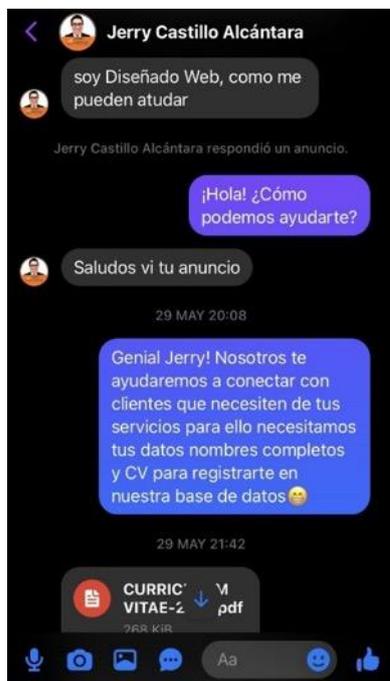


Figura 99 Freelancer 2 unido a la comunidad de Freelancers

Fuente: Chat de facebook



Figura 100 Reunión con freelancer para concretar la venta 1

Enlace: <http://bitly.ws/fdAy>

## 7.2.2. Concierge 2

### EXPERIMENTO USUARIO

#### a. Objetivo del experimento

Validar el incremento de las ventas y la fidelización del segmento clientes.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

El experimento se trató de interacciones mediante las redes sociales, Facebook e Instagram, los usuarios visualizaban los posts, pedían información por medio del chat privado y se les otorgaba un formulario para así poder formar una base de datos. Asimismo, se les preguntaba por el servicio que deseaban adquirir, una vez conseguida esa información y su confirmación se pactó una reunión por zoom con el usuario para llegar a un acuerdo entre ambas partes.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se desarrollo un sorteo que consistía en una sesión fotográfica gratuita para el usuario, en la cual un fotógrafo freelance de la base de datos de CONECTA-DOS. Esta sesión fotográfica abarcaba 12 fotos al aire libre, 4 editadas a elegir por

el usuario ganador del sorteo. Con el propósito de generar una mayor interacción con el usuario, uno de los requisitos del sorteo era compartir la publicación mediante las historias del perfil del usuario, en donde deba etiquetar el perfil del proyecto y a su vez etiquetar a tres amigos en los comentarios. Esta publicación fue compartida en todas las redes sociales que maneja CONECTA-DOS.

Tipo de comercio (C2C): Ofrecemos a los clientes una manera de conectar con proveedores de servicios a través de una plataforma fácil de usar e interactiva, el cliente encontrará los servicios a través de un intermediario, Conectados.

- MVP: Los posts en Facebook e Instagram son de dos tipos de público, tanto para usuario y freelancer. En el cual se realizó diferentes tipos de temáticas, con la finalidad de dinamizar los medios digitales de Conecta-dos. El anuncio que permitirá concretar ventas y fidelizar clientes es el sorteo que se planea realizar, el cual consta de una sesión fotográfica gratis. Los anuncios serán lanzados en las redes de Facebook e Instagram, y diseñados en photoshoper.
- Fecha: Del 31 mayo al 4 de Junio
- Duración: La conversación por Facebook Messenger e Instagram duraron un aproximado de 15 minutos. Las reuniones por zoom duraron un aproximado de 6 minutos.
- Canales: Redes sociales de Facebook e Instagram
- Método utilizado: Publicación de anuncios promocionados en Instagram y Facebook para lograr alcance para la marca e interacciones por parte de los usuarios.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de usuarios que interactúen solicitando mayor información sobre cada post.

- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por cada pieza dirigida a los usuarios, en cada red social. En total, el presupuesto es de S/.80.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/.10,00	S/.20,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/.10,00	S/.20,00
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/.10,00	S/.20,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/.10,00	S/.20,00

Figura 101 Presupuesto Concierge 2

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 40**

*Bitácora de actividades de Concierge 2 – Experimento Usuario*

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de comunidades mediante redes sociales para usuarios.	Diseñar anuncios publicitarios dirigidos a los usuarios.	Se diseñaron dos anuncios publicitarios atractivos, un video y un sorteo, para colocarlos en ambas redes sociales.
	Publicar anuncios en Facebook e Instagram.	Se publicaron los anuncios publicitarios desarrollados para ambas redes sociales.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i.Principales hallazgos encontrados

**Hallazgo 1: Hubo varias visualizaciones del anuncio en formato video y poca interacción durante la segunda semana del concierto.**

Se realizó la promoción del anuncio en Facebook e Instagram para captar usuarios mediante la realización de un video, el cual obtuvo 250 en ambas redes sociales, 12 likes en Instagram y 4 en Facebook. Esto se debe a que posiblemente los usuarios valoran más un anuncio en formato de imagen, ya que a pesar de que el video es un video bonito visualmente no logró la interacción esperada o la que se debía conseguir con este.

**Hallazgo 2: Se deberá invertir más en la promoción de los anuncios para captar a más usuarios potenciales.**

Una vez realizada la promoción para el anuncio en ambas redes sociales, se determinó que se tendría que invertir más en la publicidad realizada, puesto que no se tenía tanta llegada significando una menor interacción con clientes potenciales para llevar a cabo más ventas con la base de datos de nuestros freelancers.

**Hallazgo 3: Los usuarios no mostraron el grado de interés esperado hacía el sorteo realizado.**

Muy pocos usuarios interactuaron con el sorteo realizado, a pesar de ofrecer un atractivo premio, no se logró que los usuarios lleguen a cumplir con la dinámica de etiquetar a 3 amigos en el post y compartirlo en sus historias para participar por ganar una sesión de fotografía profesional. Esto demuestra que los seguidores de Conectados, a pesar de tener la opción de ganar un buen premio no siguen los pasos porque falta que la marca gane mayor confiabilidad y conectar de mejor manera con ellos.

**ii. Interpretación de los resultados**

Respecto al segmento de clientes para la semana dos, habiendo realizado el anuncio en ambas redes sociales se determinó que sí se llegó a contar con un público debido a las promociones realizadas donde se obtuvo una significativa cantidad de vistas y se consiguieron likes para las publicaciones. Sin embargo, la publicación que se realizó fue un video, obteniendo poca interacción a diferencia de los otros anuncios donde sí se obtuvieron mejores resultados como más comentarios en el post y el inicio de una conversación donde se pedía información por el servicio. Por dicha razón, se determinó que para futuras publicaciones se tendrá que invertir más en promoción y así llegar a captar a una mayor cantidad de usuarios para obtener mejores resultados, llegando a poder concretar varias ventas que es lo que se busca mediante estos anuncios.

**Análisis de las métricas:** Se evidencio que el sorteo de una sesión fotográfica gratuita no tuvo gran aceptación por parte de los usuarios, debido a que la fecha de realización del experimento se desencadenaron ciertos acontecimientos en el entorno externo de la plataforma, que dio como resultados que los usuarios se encuentren enfocados en otros temas sociopolíticos. Por esta razón, el resultado obtenido no fue el esperado. Pese a que no hubo usuarios que cumplieron con los pasos que se pedía para el sorteo, si hubo un porcentaje de usuarios que generaron interacciones visuales significativas. Entre las 1,322 personas que visualizaron el post, la gran mayoría eran mujeres, de un rango de edad entre 18 y 34 años, según se evidencian en los gráficos. No obstante, el video informativo fue de gran ayuda para fidelizar, alcanzando un total de 1,173 de personas alcanzadas en la promoción, 222 reproducciones y 13 me gustas.



Figura 102 Estadísticas de la promoción del video

Fuente: Estadísticas de Instagram



Figura 103 Estadísticas del post del video en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook



Figura 104 Estadísticas del sorteo en Instagram

Fuente: Estadística de Instagram



Figura 105 Estadística del sorteo en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook

#### d. Aprendizajes

En cuanto a aprendizajes se concluye que para la publicación de anuncios audiovisuales se deberá de considerar otros canales para su difusión y posteriormente promoción, dentro de estos canales se consideró realizar tik toks o reels dentro de instagram los cuales tienen una mayor llegada por la popularidad de estas y porque cuentan con más usuarios activos. Una de las prioridades de Conecta-dos para la consolidación de una comunidad en el largo plazo es contar con mejores resultados en cada publicación que se realice, por ello, cada post tendrá una variable diferencial, el cual será el uso de un hashtag: #yomeconecto.

\*NOTA: El landing page mostraba fallas técnicas, por lo cual el diseñador contratado tuvo que realizar mejoras, lo cual evitaba ejecutar experimentos por este canal.

#### e. Sustentación de las validaciones

##### Venta 2:



Figura 106 Chat de venta 2

Fuente: Chat de Instagram Messenger de Conectados



Figura 107 Chat de venta 2.1

Fuente: Chat de Instagram Messenger de Conectados



Figura 108 Chat de venta 2.3

Fuente: Chat de Instagram Messenger de Conectados



Figura 109 Reunión con el usuario y freelancer venta 3

Fuente: Canal de Youtube de Conecta-dos

Enlace: <http://bitly.ws/fdBE>



Figura 110 Pago del usuario 3

Fuente: Yape

## EXPERIMENTO FREELANCER

### a. Objetivo del experimento

Fidelizar a los freelancers que pertenecen a la base de datos del proyecto mediante publicaciones que los integren en la comunidad de la plataforma.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

#### i. Descripción del experimento

El experimento se trató de interacciones mediante las redes sociales, Facebook e Instagram, los freelancers visualizaban los posts, pedían información por medio del chat privado, nosotros les pedimos sus datos y su CV para así poder formar una base de datos. Asimismo, se les indicaba nuestra comisión cobrada por conectarlos con usuarios que era de 10%, una vez conseguida esa información y su confirmación, se esperaba hasta que hubiera un usuario que requiriera de su servicio ofrecido para notificarle al Freelancer y pactar una reunión por Zoom con ellos y el usuario interesado para llegar a un acuerdo entre ambas partes.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se creó un post con varios contenidos visuales, en donde se buscó empoderar a los freelancers que hasta el momento se habían unido a la familia de CONECTA-DOS. Este tipo de contenido tiene dos propósitos, el primero de ellos es demostrar confiabilidad a los demás freelancers de que CONECTA-DOS es una plataforma seria que ya cuenta con un número de freelancers que lo respaldan, y el segundo propósito es que los freelancers unidos hasta el momento se sientan integrados a las acciones que realiza la plataforma. Esta publicación fue compartida en todas las redes sociales que maneja CONECTA-DOS

- Tipo de comercio (C2C): Ofrecemos a los freelancers una manera de conectar con usuarios que requieran de sus servicios a través de chats internos, el freelancer esperará que el intermediario Conectados le comunique que un usuario necesita de sus servicios ofertados y de acuerdo a su disposición, se llegará a un acuerdo.
- MVP: Para este caso el MVP utilizado para el presente experimento son los posts en las redes sociales de la plataforma Conecta-dos. Las publicaciones tienen como finalidad generar interacción con los freelancers, las cuales deben materializarse en una venta concreta. Esto se dará mediante el desarrollo de un contenido donde se buscará

empoderar al freelancer, el cual expondrá las cualidades de cada uno de ellos. Los posts serán diseñados por photoshop y lanzados en las redes sociales de Conecta-dos.

- Fecha: Del 31 mayo al 4 de Junio
- Duración: La conversación por Facebook Messenger e Instagram duraron un aproximado de 14 minutos. Las reuniones por zoom con freelancers duraron un aproximado de 5 minutos.
- Canales: Redes sociales de Facebook e Instagram
- Método utilizado: Publicación de anuncios promocionados en Instagram y Facebook para lograr conectar y formar una base de datos con los freelancers.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de freelancers que interactúen brindando sus datos para ser parte y ofrecer sus servicios a través de Conectados
- Porcentaje de comisión cobrado: 10%
- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por el anuncio que va dirigido a freelancers, en cada red social. En total, el presupuesto resulta S/64.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	4	S/5,00	S/20,00
		Pago promoción en Instagram	1	4	S/5,00	S/20,00

Figura 111 Presupuesto Concierge 2

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 41***Bitácora de actividades de Concierge 2 Experimento Freelance*

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de comunidades mediante redes sociales para freelancers.	Diseñar anuncios publicitarios dirigidos a los freelancers.	Se diseñó un anuncio publicitario atrayente para ubicarlos en Facebook e Instagram.
	Publicar anuncios en Facebook e Instagram.	Se publicó el anuncio publicitario desarrollado para ambas redes sociales.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **c. Análisis e interpretación de los resultados**

#### **i.Principales hallazgos encontrados**

**Hallazgo 1: Se obtuvo una mejor interacción a diferencia de los usuarios durante la segunda semana del concierto.**

Una vez realizado el anuncio se contó con un alcance de 2,237 personas en Facebook y de 1,472 personas en Instagram, dando buenos resultados por la promoción pagada durante cuatro días. Este anuncio logró concretar cuatro ventas durante la semana de la promoción, siendo exitosa por el gran número de captación de freelancer que se obtuvo y de los cuales se pudo consolidar a los cuatro.

**Hallazgo 2: Los freelances se mostraron empoderados al conocer que la plataforma promociona su perfil gratuitamente.**

Cuando se pudo tener la reunión vía Zoom con el freelance y se le comentó que su perfil sería promocionado en nuestras redes, estos se sintieron empoderados y también mostraron un mayor interés puesto que Conecta-dos mediante este anuncio le conseguiría usuarios potenciales para

que puedan realizar sus servicios, además mediante esta forma se fidelizo a los freelances que participaron en esta publicidad.

### **Hallazgo 3: Hubo un mayor grado de intención por pertenecer a la plataforma por parte de los hombres entre 18 y 34 años.**

Esto se debe a que los freelancers que pertenecen a este rango de edad, posee un mayor dominio sobre el uso de medios digitales. Mientras la otra parte se encuentra en un puesto fijo trabajando en una empresa de publicidad o según su especialidad. A pesar de tener una respuesta tan corta en términos de likes, las estadísticas de la promoción de anuncios muestran que una gran cantidad de freelancers, se mostraron motivados al saber que una plataforma estaba desarrollando un concepto para ellos, y estaba buscando empoderarlos a través de publicaciones como estas.

#### **ii. Interpretación de los resultados**

Respecto al segmento de freelance para la semana dos, habiendo realizado el anuncio en ambas redes sociales, se determinó que hubo una mejor interacción con los freelance a diferencia de los usuarios, donde se alcanzó un total de 2,237 personas en Facebook y de 1,472 personas en Instagram, además de poder concretar con cuatros ventas, resultando como una muy buena promoción que logró tener un alto grado de éxito por la cantidad invertida en la promoción y el contenido donde se mostraba a otros freelance que ya trabajaban con nosotros lo cual genera mayor confianza e incita a que se unan a la plataforma de Conecta-dos. Así mismo, el poder tener de imagen a los freelances que trabajan con Conecta-dos a través de una publicación en ambas redes sociales mostrando los servicios que brindan, género en los freelances un

empoderamiento sintiéndose motivados para seguir trabajando con la plataforma y el fidelizarlos por el motivo de conseguirles más usuarios que requieran sus servicios.

**Análisis de las métricas:** La estrategia de fidelización seleccionada para esta parte del segmento obtuvo una respuesta positiva. Esto se evidenció al momento de consultarle a los freelancers que integraban la base de datos de CONECTA-DOS, si se contaba con su autorización para el desarrollo de una publicación donde los presentemos como parte de nuestra comunidad, y ellos se mostraron muy contentos de esta iniciativa que planteaba CONECTA-DOS. No obstante, la estrategia de fidelización no logró incrementar el número de freelancers, pero sí permitió fidelizar con los que ya se contaban. Cabe resaltar que desde el momento que se realizó la estrategia de fidelización los freelancers se mostraban más activos por medio de mensajes solicitando más información sobre temas como conexión con usuarios, como pertenecer a la base de datos, entre otros. Entre las 1,472 personas que visualizaron el post, la gran mayoría eran hombres, de un rango de edad entre 18 y 34 años, según se evidencian en los gráficos.



Figura 112 Estadísticas de las promoción del post en Instagram

Fuente: Estadísticas de Instagram



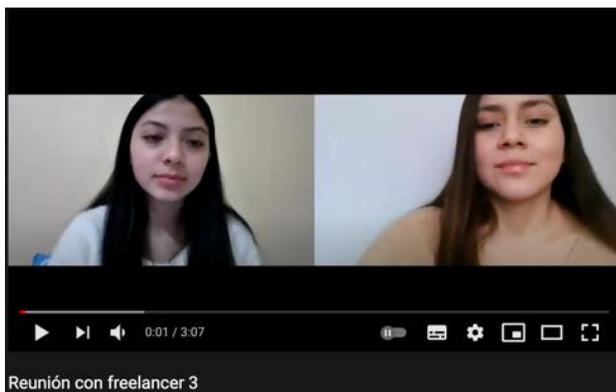
Figura 113 Estadísticas de la promoción del post en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook

#### d. Aprendizajes

Los nuevos aprendizajes que dejan este segundo experimento como parte del proceso de fidelización e incremento de ventas, son referentes al entorno externo del proyecto. Estas variables son de cambio y por lo tanto no manejables para Conecta-dos, como la incertidumbre política en el tiempo que se promocionaron los posts. No obstante, el público sí supo apreciar este tipo de gestos que presentó la plataforma a través de sus cuentas de Facebook e Instagram. Cabe resaltar, que los resultados obtenidos, no eran los esperados, dado que se estimaba tener mayor cantidad de respuestas positivas por este público objetivo. En tal sentido, la plataforma deberá buscar dinamizar más esta parte del target mediante otras opciones de contenidos, como lo son reels, en vivos, historias informativas y promocionales, tik toks, entre otros.

#### **e. Sustentación de las validaciones**



*Figura 114* Reunión con el freelancer 3

Fuente: Canal de Youtube de Conecta-dos

Enlace: <http://bitly.ws/fdBF>



Figura 115 Pago al freelancer 3

Fuente: Yape



Figura 116 Estadísticas de la promoción

Fuente: Instagram de Conectados



Figura 117 Estadísticas post promocionado hacia freelancers

Fuente: Instagram de Conectados

### 7.2.3. Concierge 3

#### EXPERIMENTO USUARIO

##### a. Objetivo del experimento

Validar que la relación con el segmento de usuarios se muestre sólida ante un cambio en el precio, y a su vez fidelizar mediante herramientas de promoción que incrementen las ventas.

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

###### i. Descripción del experimento

El experimento abarcó interacciones mediante las redes sociales, Facebook e Instagram, los usuarios visualizaban los posts, pedían información por medio del chat privado y se les otorgaba un formulario para así poder formar una base de datos. Asimismo, se les preguntaba por el servicio que deseaban adquirir, una vez conseguida esa información y su confirmación se pactó una reunión por zoom con el usuario para llegar a un acuerdo entre ambas partes.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se diseñó dos posts publicitarios en ambas redes sociales de CONECTA-DOS. En el primer post se realizó una promoción para realizar el servicio de marketing digital para llevar a cabo un branding a un costo menor que la competencia. En el segundo post se brindó una sesión fotográfica profesional por parte de un freelancer fidelizado, aprovechando la fecha del día del padre.

- Tipo de comercio (C2C): Les brindamos a los clientes la oportunidad de conectar con excelentes proveedores de servicios en un solo lugar, la plataforma fácil de usar e interactiva de Conectados, en donde el cliente encontrará los servicios de diseño gráfico, fotografía y marketing digital.
- MVP: En este caso el MVP para el experimento del segmento de usuarios se realizó mediante un post en la página de Facebook e Instagram de Conecta-dos, el cual busca que los usuarios acepten un incremento en los precios de los servicios ofrecidos por un aumento en el porcentaje de la comisión de los freelancers de 10% a 12%, por ende, los precios aumentaron y mediante las publicaciones se busca fidelizarlos ante este caso. Los posts serán diseñados en photoshop y lanzados en las redes sociales de Conecta-dos.
- Fecha: Del 7 al 11 de Junio
- Duración: La conversación por Facebook Messenger e Instagram duraron un aproximado de 15 minutos. Las reuniones por zoom duraron un aproximado de 6 minutos.
- Canales: Redes sociales de Facebook e Instagram
- Método utilizado: Publicación de anuncios promocionados en Instagram y Facebook para lograr alcance para la marca e interacciones por parte de los usuarios.

- Métricas: Los estándares de medición serán la cantidad de ventas realizadas por el post de la promoción de un branding desde cero, donde también se tomarán en cuenta las interacciones que se obtengan por el anuncio.
- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por cada pieza dirigida a los usuarios, en cada red social. En total, el presupuesto resulta S/.128.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/ 4,00	S/ 8,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/4,00	S/8,00
		Pago promoción en Facebook	1	2	S/.6,00	S/12,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/6,00	S/.12,00

Figura 118 Presupuesto Concierge 3

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 42

Bitácora de actividades de Concierge 2 Experimento Freelance

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollar una super promo atractiva para la captación de más usuarios.	Diseñar post publicitarios visualmente atractivos que ofrezcan una propuesta atractiva con la finalidad de incrementar el número de usuarios.	Se desarrolló un anuncio publicitario llamativo mediante photoshop que fue lanzado en ambas redes sociales.

Promoción pagada vía Facebook e Instagram.

Se promociono el anuncio, obteniendo un total de 982 interacciones.

---

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **c. Análisis e interpretación de los resultados**

#### **i.Principales hallazgos encontrados**

**Hallazgo 1: Hay un gran número de emprendimientos por lo cual hay una gran demanda de servicios branding.**

Esto se debe, a que debido a la pandemia, han empezado a incrementarse el número de emprendimientos, por lo cual muchos de ellos necesitan este servicio para poder potenciar su marca y darse a conocer de forma más profesional, donde el freelancer comentaba que se encargaría de todo el proceso y estaría en contacto constante con el cliente para llevarlo a cabo con total éxito.

**Hallazgo 2: Un número de usuarios se mostraron resilientes por el precio, a pesar que se ofrecía un descuento significativo.**

Una gran cantidad de usuarios poseían bajo dominio sobre los precios reales de un plan de branding, así como lo que abarcaba este tipo de servicio. Por esta razón, es que se mostraron sensibles al precio. Sin embargo, se obtuvo poca respuesta, en la cual una cantidad reducida de usuarios se mostraron interesados.

**Hallazgo 3: Los usuarios hubieran preferido una promoción más económica para un servicio más conocido.**

Se identificó que debido a la pandemia no todos pueden acceder a esta promoción por el precio elevado siendo aún emprendedores, por lo tanto, prefieren invertir ese monto en su negocio.

Esto dio como resultado que muchos clientes pregunten por promociones de otros servicios, siendo en su mayoría no de su interés.

## **ii. Interpretación de los resultados**

Se concluyó que, debido a la pandemia, se han creado muchos emprendimientos por lo tanto existen algunos que requieren del servicio de branding para poder potenciar su marca hacia todo su público objetivo para darse a conocer aún más, siendo la promoción brindada por Conecta-dos llamativa por su bajo costo, ya que existen precios más altos de distintas plataformas. Sin embargo, también existen emprendedores que no pueden invertir el monto de la promoción para su negocio puesto que priorizan utilizar esa cantidad en su mismo emprendimiento para hacerlo crecer a su manera, siendo nuestra promoción no muy llamativa para estos clientes. Así mismo, muchos desconocen cuales son los precios ofrecidos por otras plataformas, en donde son mucho más elevados respecto al nuestro.

**Análisis de las métricas:** Se evidencio que los posts realizados para el Concierge 3, donde en el primero se realizó una promoción para el servicio de branding (marketing digital) a un menor precio que la competencia obtuvo buenos resultados teniendo un alcance de 992 personas que visualizaron el post en Instagram y hubo 1,650 impresiones, además, en Facebook 751 personas visualizaron el post y hubo 3 clics en el enlace, considerándolo un excelente resultado. Así mismo, para el otro post realizado donde se ofrecía el servicio de una sesión fotográfica profesional con un freelancer fidelizado, también obtuvo buenos resultados teniendo un alcance de 904 personas que visualizaron el post de Instagram, mientras que en Facebook se obtuvo 757 visualizaciones en total y hubo 1 clic en el enlace.



Figura 119 Estadística de la promoción del post en Instagram

Fuente: Estadística de Instagram



Figura 120 Estadísticas de la promoción del post en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook



Figura 121 Estadística de la promoción en Instagram

Fuente: Estadística de Instagram



Figura 122 Estadística de la promoción en Facebook

Fuente: Estadística de Facebook

#### **d. Aprendizajes**

En materia de aprendizajes obtenidos a partir de la promoción de un descuento significa de un servicio como el de branding, se puede concluir que Conecta-dos no solo debe enfocarse en ofrecer promociones en este tipo de servicios, dado que existen otros que son más valorados por el usuario, como una sesión de fotos, o un trabajo en específico por parte de un diseñador gráfico, ya sea diseño de logos, post, u otros. Esto debido a que estos tipos de servicios presentan menos costos, y al reducir el precio por un descuento, con la finalidad de promocionarlo en nuestras redes, se vuelve atractivamente visual y económica para gran cantidad de usuarios.

\*NOTA: El diseñador web no realizó los cambios necesarios para el correcto funcionamiento de la plataforma por lo cual los experimentos con la landing page no se pudieron realizar.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

##### **Venta 4:**



Figura 124 Chat de venta 4



Figura 123 Chat de venta 4.1

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 125 Reunión con usuario y freelancer venta 4

Enlace: <http://bitly.ws/fdAX>

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 126 Pago del usuario venta 4

Fuente: Banca Móvil de Interbank



Figura 127 Pago del usuario venta 4 2do pago

Fuente: Banca Móvil de Interbank

## Venta 5:

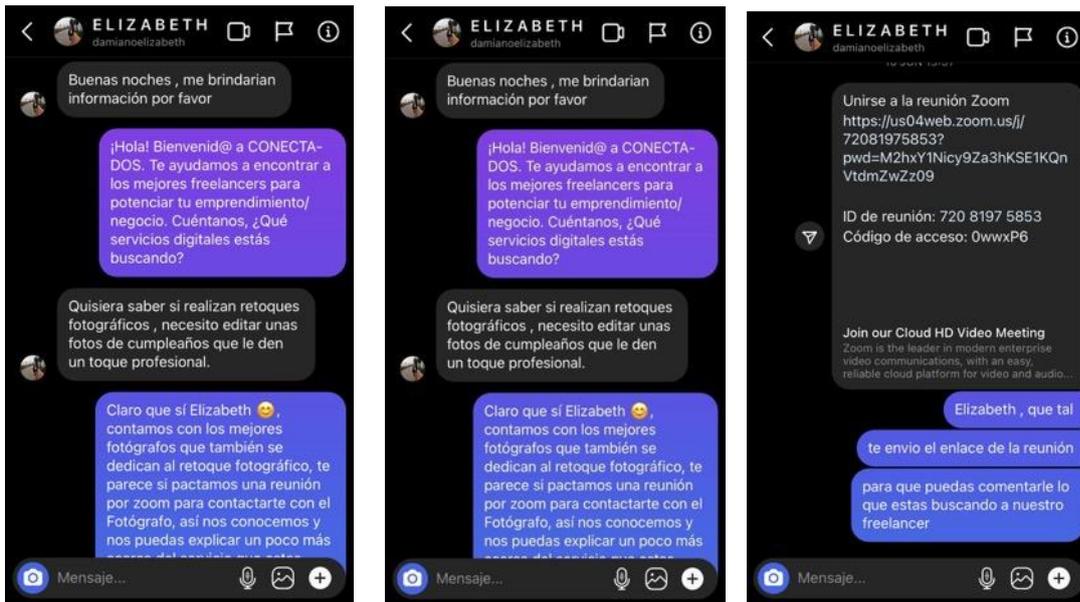


Figura 128 Chat de Venta 5

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados

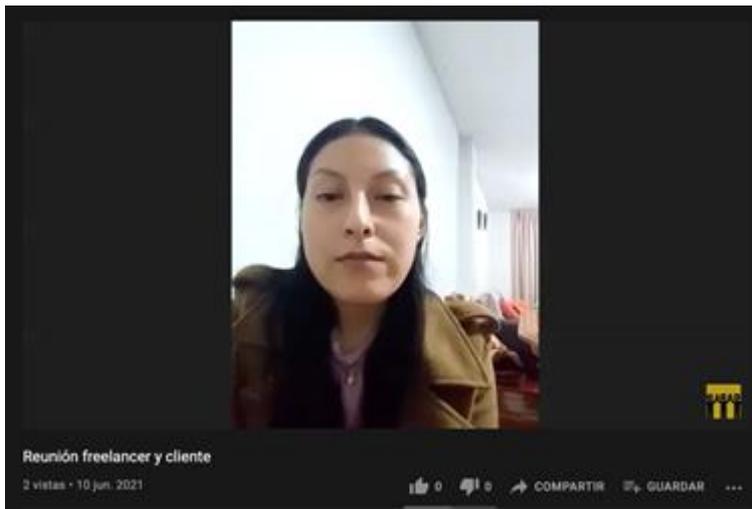


Figura 129 Reunión con usuario y freelancer venta 5

Enlace: <http://bitly.ws/fdB8>

Fuente: Canal de Youtube del Grupo



Figura 130 Pago del usuario venta 5

Fuente: Yape de Conectados

## Venta 6:

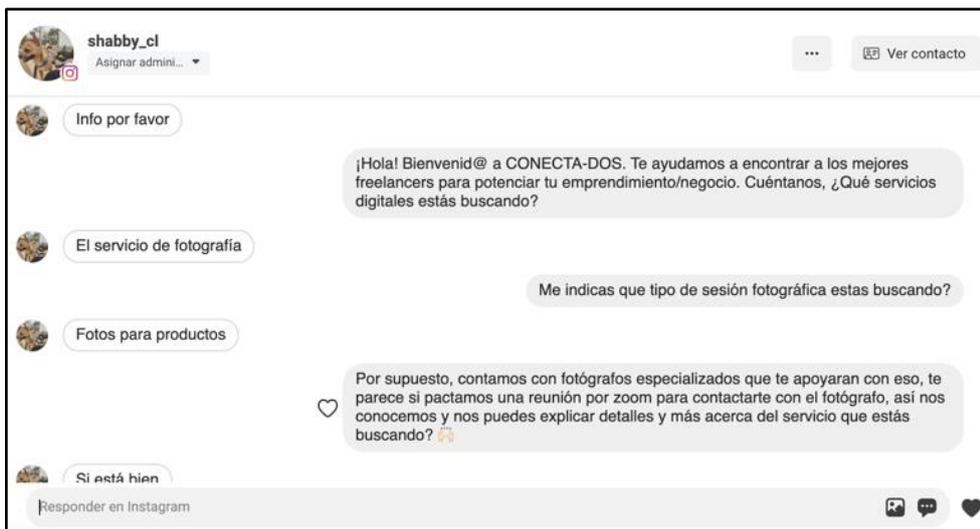


Figura 131 Chat de venta 6

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados

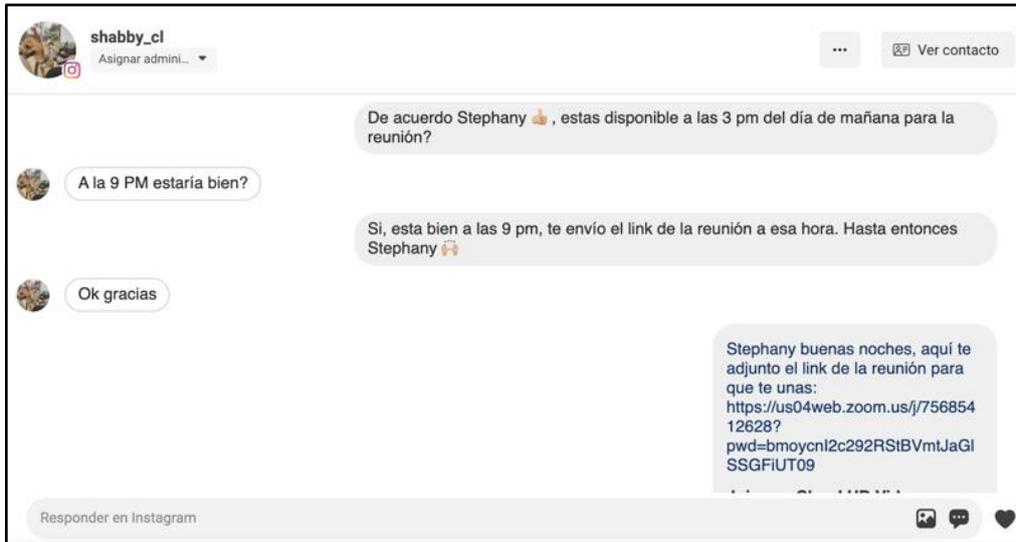


Figura 132 Chat de venta 6.1

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 133 Reunión con usuario y freelancer venta 6

Enlace: <http://bitly.ws/fdBe>

Fuente: Canal de Youtube del grupo

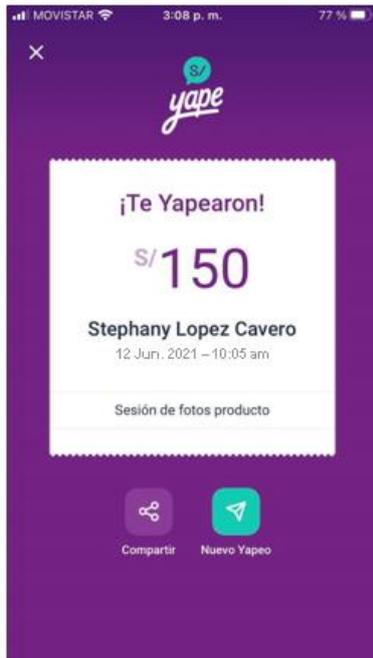


Figura 134 Pago del usuario venta 6

Fuente: Yape de Conectados

### Venta 7:



Figura 135 Chat de venta 7

Fuente: Chat de Instagram de Conectados



Figura 136 Pago del usuario venta 7

Fuente: Yape de Conectados

## **EXPERIMENTO FREELANCER**

### **a. Objetivo del experimento**

Validar que la relación con el segmento de freelancers no se vea afectada ante un cambio en la comisión cobrada, y a su vez fidelizarlos por las ventas alcanzadas.

### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

#### **i. Descripción del experimento**

El experimento se trató de conversaciones por chat mediante los canales de Whatsapp, Instagram y Facebook Messenger, en estos se brindó información y se pactaron entrevistas. Una primera entrevista se realizó solo con el freelancer para recordarle el porcentaje que cobramos de comisión y garantizar su acuerdo con esa política. Luego se realizaron reuniones con el freelancer y el usuario mediante la plataforma de Zoom para pactar el acuerdo.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se diseñó un post publicitario en ambas redes sociales de CONECTA-DOS. En el post se colocó una frase positiva que comento un FreeLancer fidelizado, para lograr captar el interés de aquellos que estén interesados de brindar sus servicios mediante nuestra plataforma.

- Tipo de Comercio (C2C): Los freelancers cuentan con la oportunidad de conectar con usuarios que por sus características sus necesidades se ajustan a los servicios prestados por los freelancers de diferentes servicios ubicados en la base de datos de CONECTA-DOS.
- MVP: Para este concierto del segmento de freelancers se desarrollaron dos posts para la paginas de Facebook e Instagram, en la cual se mostraba testimonios de freelancers fidelizados con una breve descripción de su buena experiencia con Conecta-dos con la finalidad de que tenga un impacto en los demás freelancers y se pueda consolidar a muchos más.
- Fecha: Del 7 al 11 de junio
- Duración: La conversación por Facebook Messenger e Instagram duraron un aproximado de 15 minutos.
- Canales: Facebook e Instagram
- Método utilizado: Publicación de anuncios pagados en Instagram y Facebook.
- Métricas: Conseguir un mayor número de freelancers que se fidelicen por medio de los posts para poder aumentar nuestra base de datos respectivamente. Así mismo, mediante conversaciones de Facebook e Instagram poder realizarlo y consolidarlos.
- Porcentaje de comisión cobrado: 10%

- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por cada pieza de anuncio publicitario, dirigido a los freelancers, en cada red social.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/4,00	S/8,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/4,00	S/8,00

Figura 137 Presupuesto Concierge 3 Freelancer

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

**Tabla 43**

*Bitácora de actividades de Concierge 3 – Experimento Freelance*

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollar un post destacando la experiencia del segmento de freelance.	Diseñar post publicitarios donde se pueda visualizar a los freelancers con mensajes positivos sobre su experiencia con Conecta-dos.	Se diseñó a través de photoshop un post con el testimonio de un freelance, destacando lo mejor de la experiencia con la plataforma Conecta-dos.
	Publicar el post en cada red social.	Se incrementó el número de freelancers interesados.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de los resultados

### i. Principales hallazgos encontrados

**Hallazgo 1: Mediante los posts se comunicaron más freelancers en las redes de Conecta-dos.**

En este caso, al anunciar a freelancers reales por medio de anuncios publicitarios contando sus testimonios positivos en nuestras redes de Facebook e Instagram provoco un incremento para que distintos freelancers se comunicaran a través de los posts pidiendo información sobre cómo trabajar con Conecta-dos y así poder consolidar a más a nuestra base de datos. Teniendo en cuenta que este tipo de anuncios se tendrán que hacer con frecuencia para que siga teniendo un buen impacto a futuro y la marca sea reconocida por ello.

**Hallazgo 2: Los freelancer mostraron un mayor grado de confiabilidad hacia la plataforma.**

Esta reacción se dio debido a que se demostró que hay freelancers que consumen el servicio de conexión que presta conectados, por lo cual se crea una legitimidad de marca y a su vez se transmite la confiabilidad necesaria para incentivar que más freelancers pertenezcan a la comunidad. A pesar de haber tenido pocos resultados, se logró el cometido de incrementar el número de followers freelancers.

**Hallazgo 3: Realizar posts de este tipo incrementa la autenticidad, la cual busca ser transmitida en Conecta-dos.**

Mediante estos posts se evidencia la autenticidad con la que se viene trabajando en Conecta-dos, creando interés en otros freelancers que deseen obtener información, además elimina los prejuicios que puedan tener con la marca al ser nueva en el mercado. Esto sirve para que a largo plazo la plataforma sea recomendada por diferentes freelancers que la utilicen.

**ii. Interpretación de los resultados**

Los freelancers mostraron predisposición a trabajar con la plataforma Conecta-dos mediante las evidencias mostradas en los anuncios publicitarios donde se muestran los testimonios positivos de freelancer que ya han trabajado, creando un mayor incremento de estos a través de Facebook e Instagram en nuestra base de datos, donde preguntan por mayor información en los posts siendo un indicador positivo para la marca. Además, se evidenció mayor confiabilidad y autenticidad con la que se viene trabajando, eliminando los prejuicios que puedan tener con una plataforma nueva en el mercado, siendo de lo más normal al no saber cómo funciona, por lo tanto, como consecuencia se incrementó el número de followers freelancers que desean pertenecer a la comunidad de Conecta-dos por la legitimidad mostrada.

**Análisis de las métrica:** Para el Concierge 3 se desarrolló un post con una frase positiva que comento un freelancer fidelizado para que de esta manera se logre captar el interés de distintos freelancers con intención de unirse a la comunidad de CONECTA-DOS, en Instagram se obtuvo excelentes resultados con 1,279 personas alcanzadas que visualizaron el post, 2 toques y 8 likes. Los resultados fueron favorables porque la intención del post es lograr captar a más profesionales que brinden sus servicios a través de la plataforma de CONECTA-DOS.



Figura 138 Estadística del post en Instagram

Fuente: Estadística de Instagram

#### d. Aprendizajes

Se obtuvo como aprendizajes que es importante transmitir este tipo de experiencias, ya que ayudan a generar un grado mayor de confiabilidad hacia el freelancer. Al tener una respuesta tan positiva en términos de followers, se concluyó que la creación de posts relacionados ha de buscar comunicar el testimonio de cada freelancer, ayudando significativamente a la legitimidad de la plataforma.

#### e. Sustentación de las validaciones

#### Registro 4:

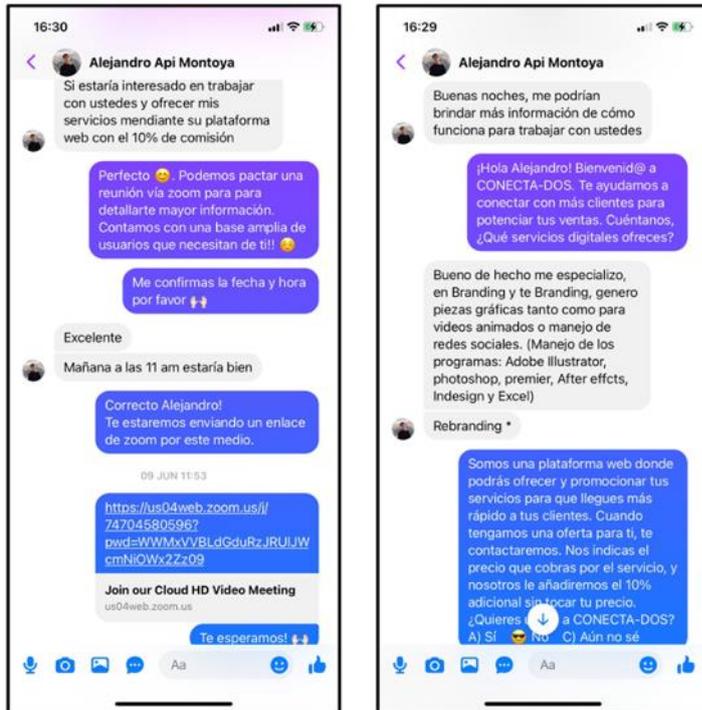


Figura 139 Chat de registro 4

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 140 Reunión con freelancer registro 4

Enlace: <http://bitly.ws/fdAL>

Fuente: Canal de Youtube del grupo

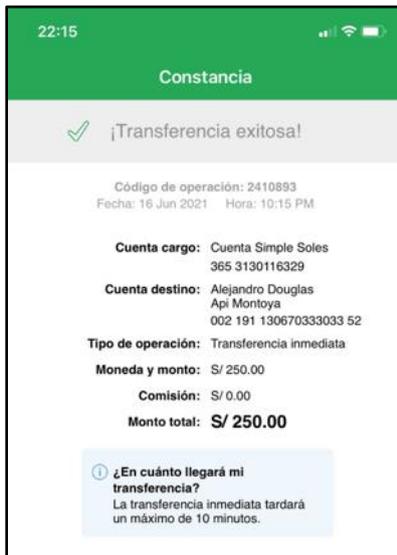


Figura 141 Pago al freelancer venta 4

Fuente: Cuenta de Interbank de Conectados

## Registro 5:



Figura 142 Chat de registro 5

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 143 Chat de registro 5.1

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 144 Reunión con freelancer registro 5

Enlace: <http://bitly.ws/fdB2>

Fuente: Canal de Youtube del Grupo



Figura 145 Pago al freelancer venta 5

Fuente: Yape de Conectados

### Registro 6:

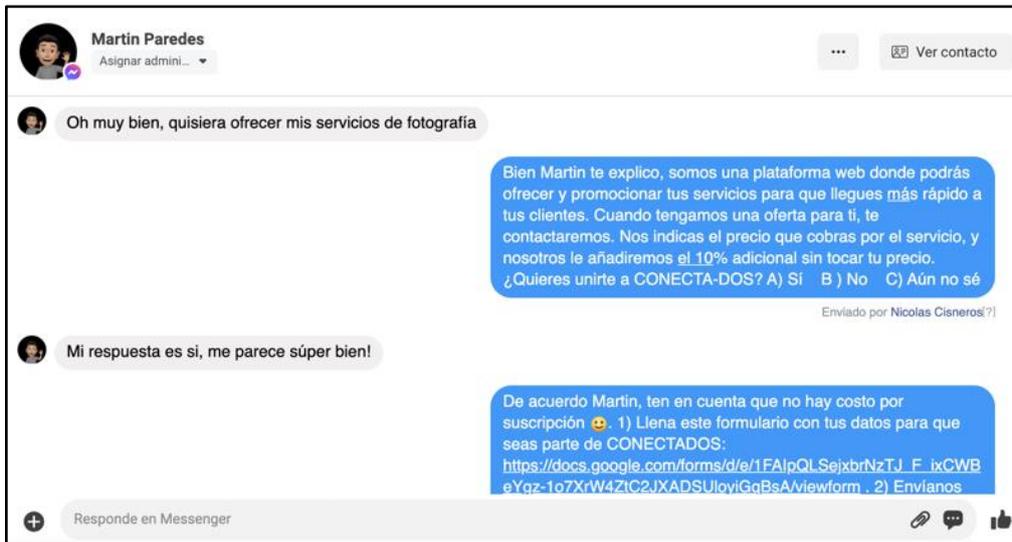


Figura 146 Chat de registro 6

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados

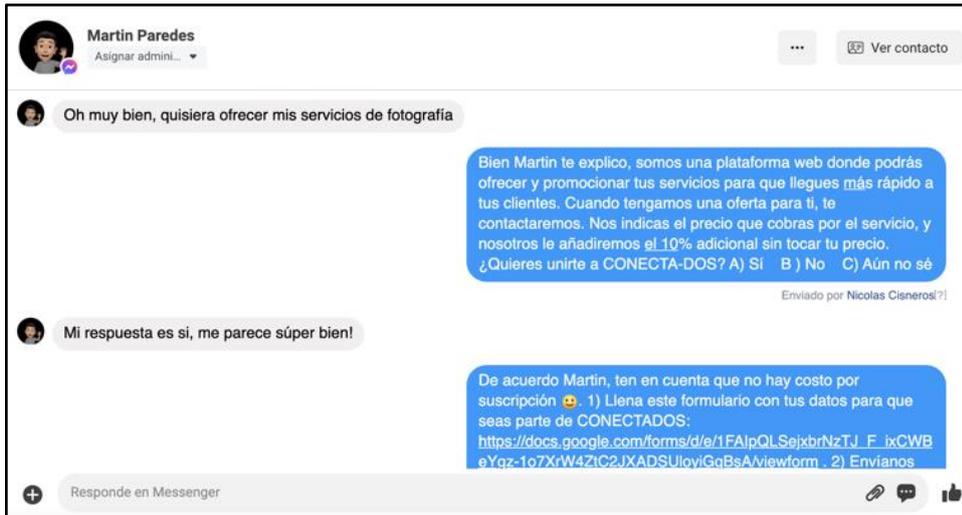


Figura 147 Chat de registro 6.1

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados

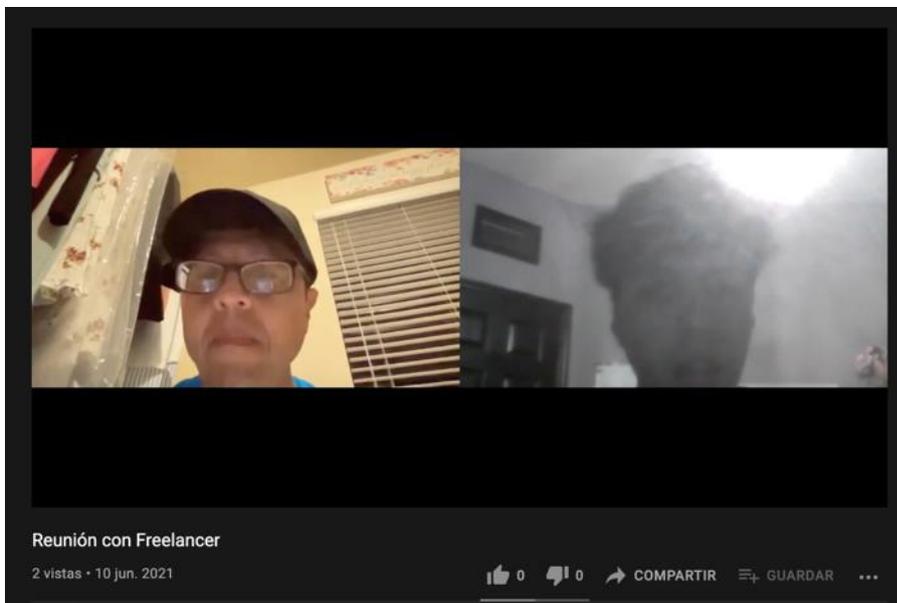


Figura 148 Reunión con freelancer registro 6

Enlace: <http://bitly.ws/fdBb>

Fuente: Canal de YouTube del Grupo



Figura 149 Pago al freelancer venta 6

Fuente: Yape de Conectados

#### **7.2.4. Concierge 4**

##### **EXPERIMENTO USUARIO**

###### **a. Objetivo del experimento**

Validar el incremento de las ventas y fidelización del segmento por medio de la landing page para los usuarios.

###### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

###### **i. Descripción del experimento**

El experimento se trató de interacciones mediante la landing page, que al término deriva a un formulario redirigiendo al WhatsApp de la empresa, con la finalidad de consolidar la base de datos para ambos segmentos y a su vez concretar un incremento de ventas, respecto al concierge

1. La fidelización se ejecutó mediante un sistema integrado de correos a los usuarios y

freelancer registrados por medio de landing page, con el propósito de agradecer su preferencia hacia la plataforma.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se desarrollo un post publicitario para ambas redes sociales, mencionando lo práctico de usar la plataforma de CONECTA-DOS, así mismo, en la descripción del post se colocó el link de la landing page para que los usuarios llenaran sus datos, conocer que servicios eran más solicitados e incrementar la base de datos.

- Tipo de comercio (C2C): Ofrecemos a los usuarios una manera rápida de hallar los servicios digitales que necesitan en un solo lugar, la landing page de Conecta-dos. Nosotros funcionamos como intermediarios para juntarlos y hacer que lleguen a un acuerdo beneficioso para ambas partes.
- MVP: El landing page diversifica en dos tipos de opciones, ser usuario o freelancer. En el cual se realizó un enlace directo para interactuar vía whatsapp, con la finalidad de recopilar información para la base de datos. Previamente, el usuario deberá decidir el tipo de servicio que busca, dicha información será recepcionada por el correo corporativo. La finalidad es generar una venta concreta, a partir de conectarlo con un freelancer que se ajuste más a sus necesidades. Los anuncios serán lanzados en las redes de Facebook e Instagram, los cuales tendrán un enlace directo que derive a la landing page.
- Fecha: Del 14 de junio al 18 de junio
- Duración: La conversación por WhatsApp duraron un aproximado de 15 minutos.
- Canales: Landing Page y WhatsApp

- Método utilizado: Publicación de anuncios pagados en Instagram y Facebook, con enlace directo a la landing page.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de personas que completen el formulario para el ingreso a la base de datos de Conectados.
- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por cada pieza, una dirigida a los usuarios, en cada red social, que redirige directamente a la landing page. En total, el presupuesto resulta S/.128.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/4,00	S/8,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/4,00	S/8,00

Figura 150 Presupuesto Concierge 4 usuarios

Fuente: Elaboración propia

→ **FLUJOGRAMA: Interacción con el usuario**

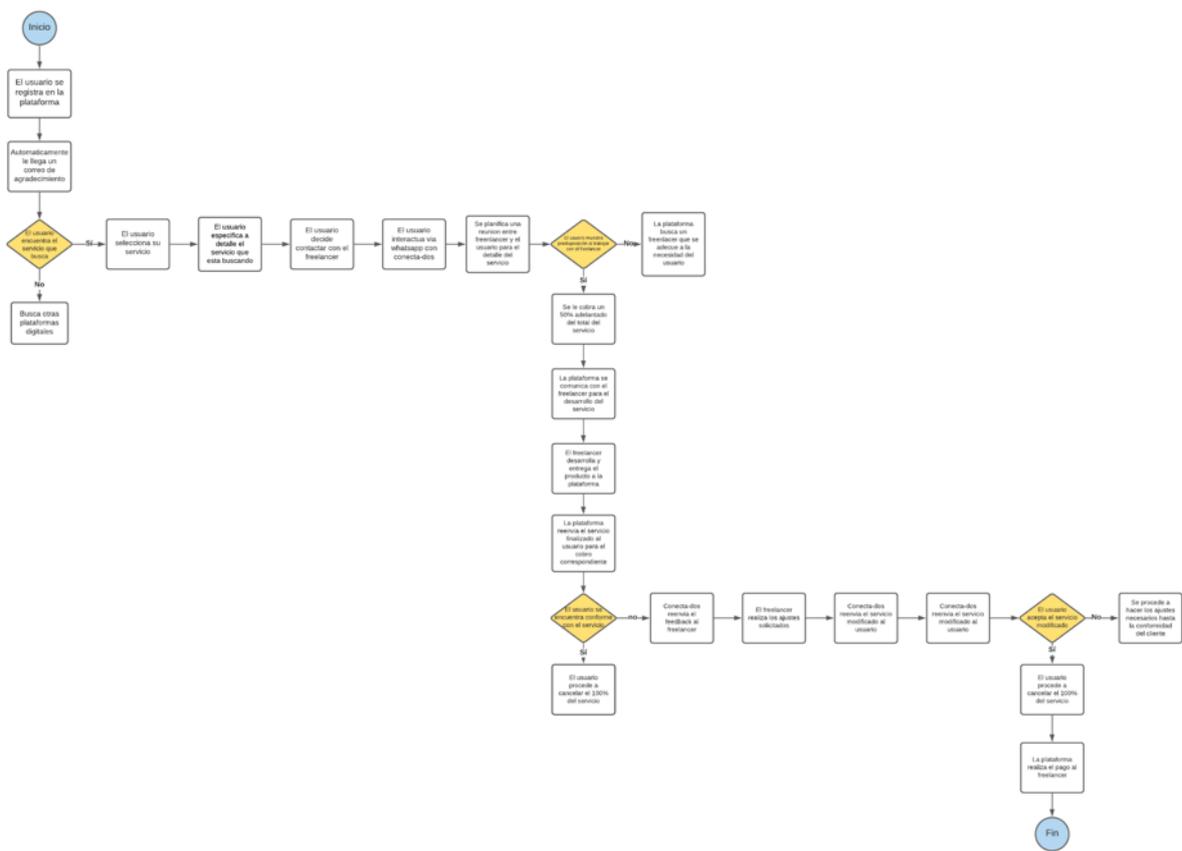


Figura 151 Flujograma de interacción con el usuario

Enlace: <https://bit.ly/3whOCTc>

Fuente: Elaboración propia

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 44  
Bitácora de actividades de Concierge 4 – Experimento Usuarios

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrolla un sistema de comunicación integrado mediante landing page.	Publicar un anuncio publicitario en ambas redes sociales con el link de la landing page para aumentar la base de datos de usuarios	Se diseñó un anuncio a través de photoshop publicándolo en ambas redes sociales.
	Se promocionarán los posts vía Facebook e Instagram.	Se promocionó el anuncio, obteniendo un total de 50 formularios completados.

Flujograma de interacción con el usuario	Determinar los procesos de comunicación mediante la landing page.	Se desarrolló un flujograma sobre el proceso de comunicación con el usuario mediante la landing page
	Diseñar el flujograma y determinar los recursos	Se desarrollo un flujograma mediante la página lucid.app

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## **c. Análisis e interpretación de los resultados**

### **i.Principales hallazgos encontrados**

**Hallazgo 1: La cantidad de usuarios que llegan a una conversación por WhatsApp no es mucha.**

Luego de haber navegado por la Landing Page, los usuarios son redirigidos al canal de WhatsApp, pero solo algunos entablan una conversación por este chat, la gran mayoría de usuarios termina su interacción con nuestra plataforma justo cuando les sale la opción de poder continuar y conversar en tiempo real con un asesor de nuestra empresa. Esta información se conoce debido a que los usuarios nos brindan sus nombres y correos electrónicos, esto se debe hacer para llegar hasta el paso de poder empezar a conversar por chat con la persona a cargo del WhatsApp de la empresa.

**Hallazgo 2: Se aumentó la cantidad de usuarios registrados en la landing page luego de la promoción.**

Luego de haber lanzado la landing page y haberlo promocionado a través de anuncios publicitarios en Facebook e Instagram se logró incrementar la base de datos para usuarios con cincuenta nuevos registrados mediante este medio. En su mayoría fueron usuarios buscando el servicio de un diseñador gráfico para que les pueda diseñar un logotipo para sus emprendimientos, puesto a que en la pandemia se han incrementado estos negocios, por ende,

la demanda por estos servicios es igual. Por lo tanto, se deberá prever el poder satisfacer las necesidades de los usuarios mediante la captación de más freelancers que brinden estos servicios para que Conecta-dos pueda realizarlos.

### **Hallazgo 3: La única forma de llegada a Landing Page es a través de las R.R.S.S**

Los usuarios que llegan a registrar sus datos en el formulario de la Landing han tenido que haber visto nuestro perfil de las redes sociales (Facebook e Instagram) primero, es decir que han visto nuestras alguna o varias de nuestras publicaciones, y a pesar que no interactúan con estas, no les dan like ni comentan, registran sus datos en el formulario de la Landing porque si desean o están interesados en formar parte del equipo de Conectados, siendo solo al final algunos los que llegan hasta el chat de WhatsApp. Por otro lado, esto se da ya que en el buscador no aparecemos como primera opción por ser una página nueva y no conocida.

#### **ii. Interpretación de los resultados**

Respecto al segmento de clientes de la landing page, se determinó que los usuarios registrados en su mayoría no llegan a realizar la conversación por medio de WhatsApp luego de haber realizado los pasos anteriores, puesto que prefieren realizarlo a través de Facebook Messenger o por mensajes en Instagram que son los canales más utilizados hoy en día para entablar una conversación de consulta para un servicio o de negocios, a diferencia de WhatsApp donde es considerada más personal para comunicarse con conocidos. Así mismo, mediante la promoción realizada del post en ambas redes sociales se incrementó la base de datos de usuarios puesto que mediante la landing page se especifica detalladamente cuales son los servicios que se están ofreciendo y se puede dejar un comentario donde se indique explícitamente las necesidades o requerimientos que está buscando el cliente para el servicio que está solicitando. Por último,

existen personas que están buscando estos servicios porque si bien se cuenta con una landing page, la única forma de poder acceder a ella, es mediante el post realizado donde ahí se ha promocionado.

**Análisis de las métricas:** Para el Concierge 4 se desarrolló un post en el cual se buscaba fidelizar y captar el interés de los usuarios evidenciando lo práctico que era utilizar la plataforma de CONECTA-DOS con una frase, además, se puso el link de la landing page para conocer los servicios con mayor demanda e incrementar la base de datos de los usuarios. En el post de Instagram se obtuvo buenos resultados llegando 1,064 personas alcanzadas, 7 likes y 3 comentarios; por otro, en Facebook también hubo resultados positivos y mejores que la otra red social, obteniendo un total de 1,434 personas alcanzadas que visualizaron el post y 24 clics en el enlace.



Figura 152 Estadísticas de la promoción del post en Instagram

Fuente: Estadísticas de Instagram



Figura 153 Estadísticas de la promoción en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook

#### d. Aprendizajes

Como aprendizajes se obtuvo que la creación de una landing page fue una herramienta de gran ayuda para poder dinamizar con el público objetivo. A pesar que la landing es solo una muestra inicial de lo sería la plataforma en un futuro, se obtuvo respuestas positivas, pero no en gran cantidad, debido al corto tiempo que tenía desde su lanzamiento. Un punto clave a destacar es el uso de redes sociales como medio de difusión de la landing page al target de la plataforma. Es importante mencionar que el desarrollo de canales como estos aumenta la credibilidad de la empresa, lo que se materializa en una mayor cantidad de usuarios.

#### e. Sustentación de las validaciones

##### Venta 9:



Figura 154 Chat de venta 9

Fuente: Chat de Instagram Conectados



Figura 155 Chat de venta 9.1

Fuente: Chat de Instagram de Conectados



Figura 156 Pago de venta 9

Fuente: Banca Móvil de Interbank

## Venta 10:



Figura 157 Chat de venta 10

Fuente: Chat de Whatsapp de Conectados



Figura 158 Reunión con usuario y freelancer venta 10

Enlace: <http://bitly.ws/fdBu>

Fuente: Canal de Youtube del Grupo

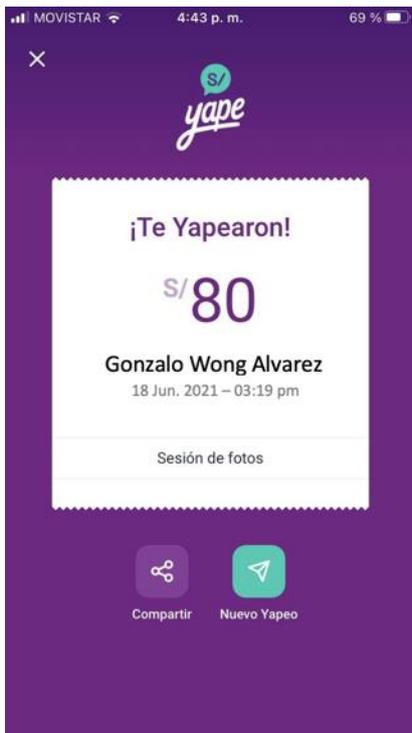


Figura 159 Pago del usuario venta 10

Fuente: Yape de Conectados

## Venta 11:

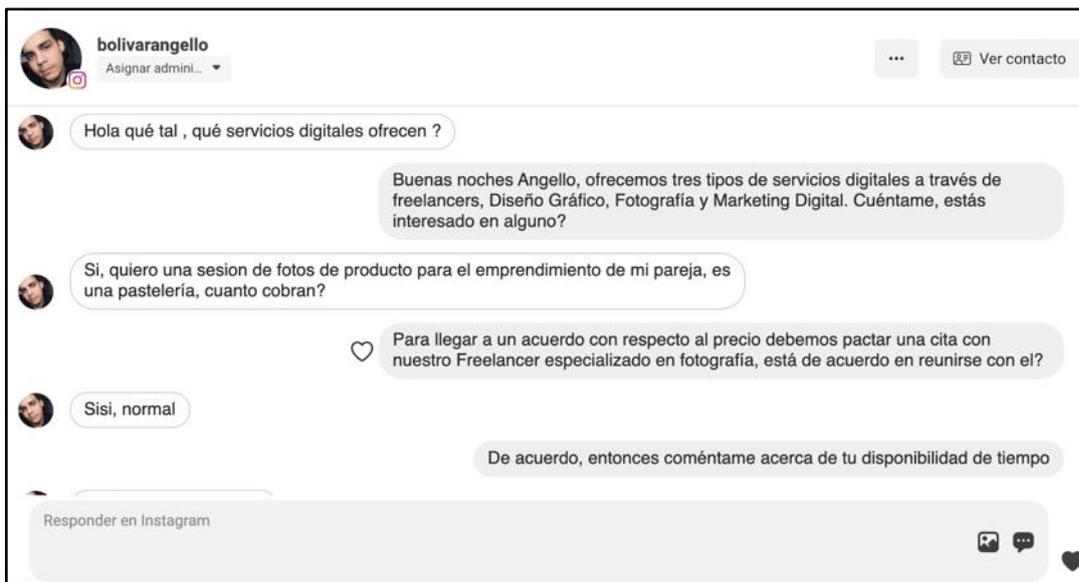


Figura 160 Chat de venta 11

Fuente: Chat de Instagram de Conectados



Figura 161 Reunión con usuario y freelancer venta 11

Enlace: <http://bitly.ws/fdBx>

Fuente: Canal de YouTube del Grupo



Figura 162 Pago del usuario venta 11

Fuente: Yape de Conectados

## Venta 12:



Figura 163 Chat de venta 12

Fuente: Chat de Instagram de Conectados



Figura 164 Pago del usuario venta 12

Fuente: Banca Móvil del BCP

## Venta 13:

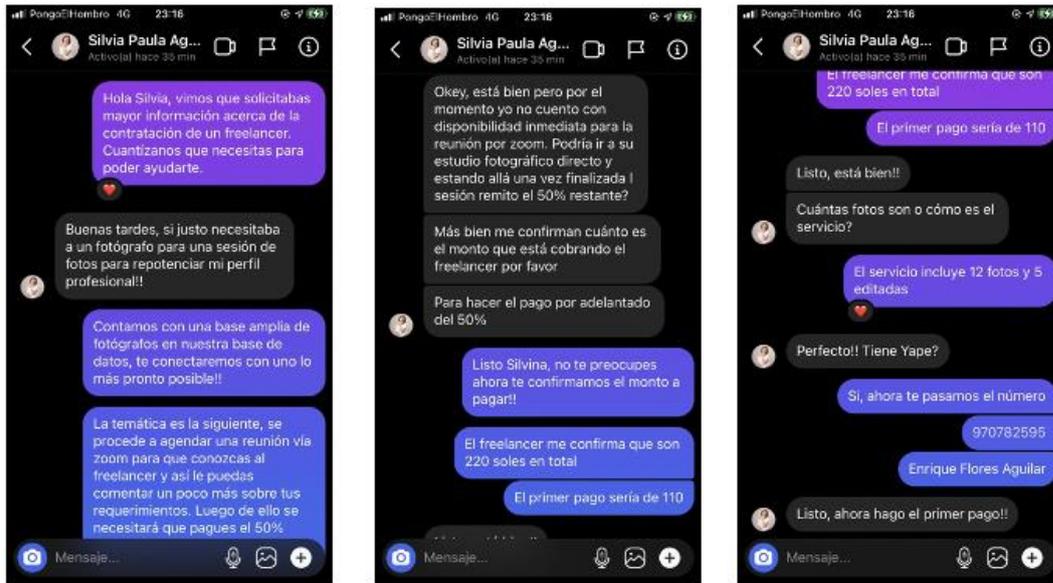


Figura 165 Chat de venta 13

Fuente: Chat de Instagram de Conectados



Figura 166 Pago del usuario venta 13

Fuente: Yape de Conectados

## Venta 14:

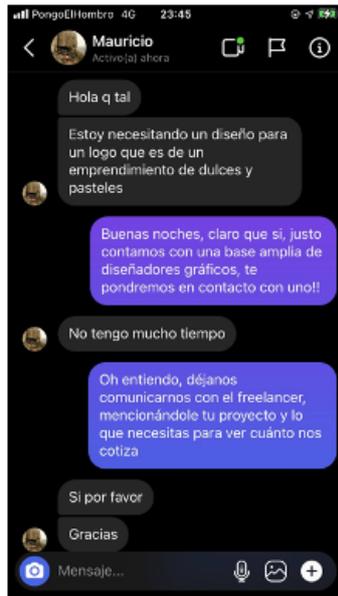


Figura 167 Chat de venta 14

Fuente: Chat de Facebook Messenger de Conectados



Figura 168 Pago del usuario venta 14

Fuente: Yape de Conectados

## Venta 15:



Figura 169 Reunión con usuario y freelancer venta 15

Fuente: Canal de Youtube de Conecta-dos

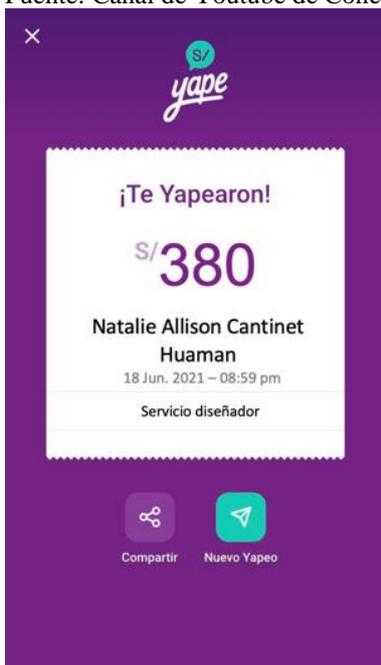


Figura 170 Pago del usuario 15

Fuente: Yape

## EXPERIMENTO FREELANCER

### a. Objetivo del experimento

Validar que la relación con el freelancer sea factible para el incremento de las ventas y la fidelización por medio de la landing page.

## **b. Diseño y desarrollo del experimento**

### **i. Descripción del experimento**

El experimento se trató de conversaciones por chat mediante los canales de WhatsApp, Instagram y Facebook Messenger, en estos se brindó información y se pactaron entrevistas. Una primera entrevista se realizó solo con el freelancer para recordarle el porcentaje que cobramos de comisión y garantizar su acuerdo con esa política. Luego se realizaron reuniones con el freelancer y el usuario mediante la plataforma de Zoom para pactar el acuerdo.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Se desarrollo un post publicitario para ambas redes sociales, haciendo un llamado a que los freelancer formen parte de la comunidad de CONECTA-DOS mediante una frase. Además, en la descripción del post se colocó el link de la landing page para que los freelances llenaran sus datos, conocer que servicios eran lo más ofrecidos e incrementar la base de datos.

- Tipo de comercio (C2C): Ofrecemos a los freelancers una manera de conectar con usuarios interesados en sus servicios a través de chats internos, el freelancer esperará que el intermediario Conectados le comunique que un usuario necesita de sus servicios ofertados y de acuerdo a su disposición, se llegara a un acuerdo.
- MVP: El landing page diversifica en dos tipos de opciones, ser usuario o freelancer. En el cual se realizó un enlace directo para interactuar vía whatsapp, con la finalidad de recopilar información para la base de datos. Previamente, el freelancer deberá colocar sus datos y decidir el tipo de servicio que brinda, dicha información será recepcionada por el correo corporativo. La finalidad es esperar a encontrar a alguien que demande su trabajo, para generar una venta a partir del acuerdo por

reunión de Zoom con el usuario. Los anuncios serán lanzados en las redes de Facebook e Instagram, los cuales tendrán un enlace directo que derive a la landing page.

- Fecha: Del 14 al 18 de Junio
- Duración: La conversación por WhatsApp duraron un aproximado de 9 minutos.
- Canales: Facebook, Instagram y WhatsApp
- Método utilizado: Publicación de anuncios pagados en Instagram y Facebook.
- Métricas: Los estándares de medición para los resultados estimados será el número de personas que completen el formulario en la landing para el ingreso a la base de datos de Conecta-dos.
- Porcentaje de comisión cobrado: 10%
- Presupuesto: Se pagó una promoción de S/8 x 4 días por cada pieza, una dirigida a los freelancers y otra a los usuarios, en cada red social, que redirige directamente a la landing page. En total, el presupuesto es de S/.128.

PRESUPUESTO						
Estrategia	Actividad/táctica	Requerimiento para la actividad	Frecuencia al mes	Cant. por vez	Costo Unit.	Costo total
Estrategia de contenido		Pago promoción en Facebook	1	2	S/6,00	S/12,00
		Pago promoción en Instagram	1	2	S/6,00	S/12,00

Figura 171 Presupuesto Concierge 4 - Freelancer

Fuente: Elaboración propia

→ **FLUJOGRAMA: Interacción con el freelancer**

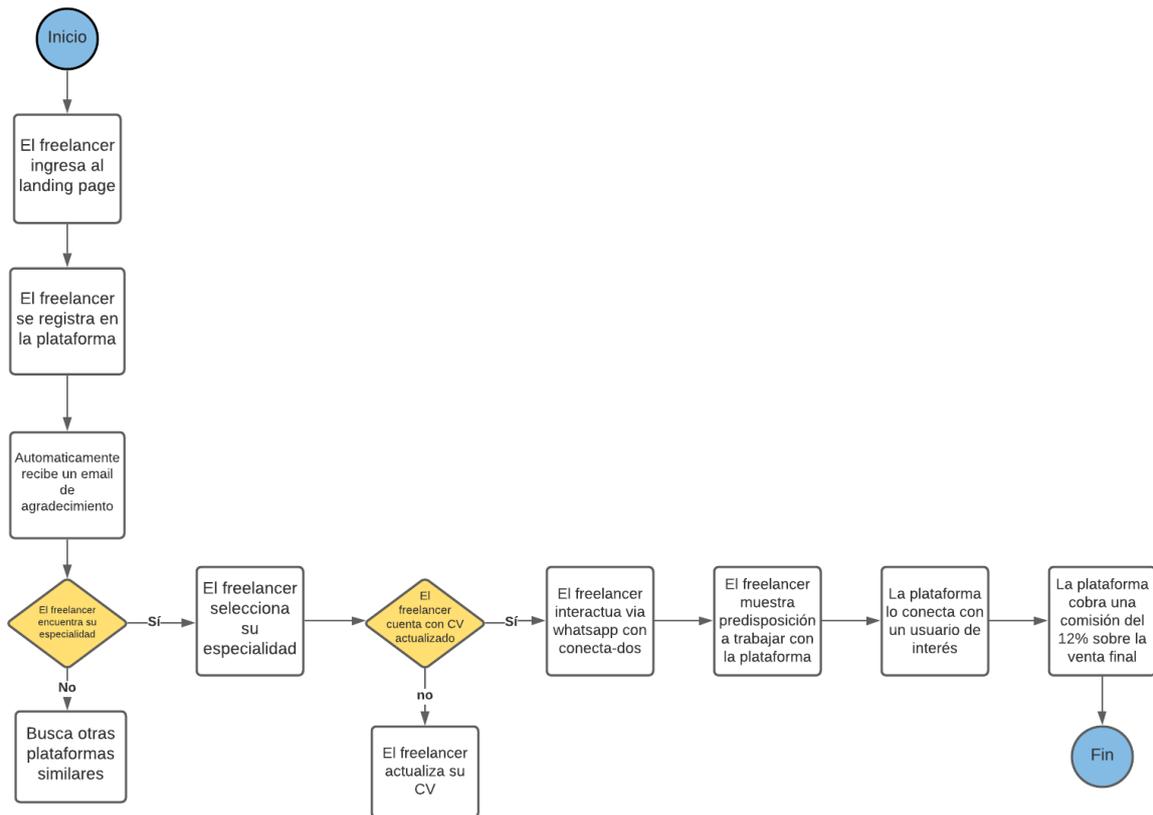


Figura 172 Flujograma de Interacción con el Freelancer

Enlace: <https://bit.ly/3whOCTc>

Fuente: Elaboración propia

**ii. Bitácora de actividades**

**Tabla 45**

*Bitácora de actividades de Concierge 4 – Experimento Freelance*

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollar un post acerca de la landing page de Conecta-dos.	Diseñar un post publicitario donde se invite a los freelancers a usar la nueva landing page de Conecta-dos.	Se lanzó la landing page mejorada y terminada, automatizando el proceso de recolección de datos de freelancers.
	Publicar el post en cada red social.	Se promocionó el anuncio y se obtuvieron varios registros por parte de los freelancers.

Flujograma de interacción con el freelancer	Determinar los procesos de comunicación mediante la landing page para el freelancer.	Se desarrolló un flujograma sobre el proceso de comunicación con el freelancer sobre la landing page
	Diseñar el flujograma y determinar los recursos	Se desarrollo un flujograma mediante la página lucid.app

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **c. Análisis e interpretación de los resultados**

#### **i.Principales hallazgos encontrados**

##### **Hallazgo 1: El freelancer muestra interés de pertenecer a la plataforma de Conectados**

Se identificó un gran recibimiento y fuerte aceptación de la landing page por parte de los freelancers, quienes a través de la interacción con la página demuestran su gusto por ella. Debido a que, se registraron varios correos de freelancers lo cual da a entender que encuentran los servicios que brindan, además de poder tener una conversación directa con un representante de Conecta-dos donde podrán enviar su CV para comenzar a trabajar inmediatamente.

##### **Hallazgo 2: El freelancer está conforme con la comisión del 12% para sus servicios a través de Conecta-dos.**

Una vez que se tuvo las reuniones correspondientes con los freelancers a través de Zoom o WhatsApp, estos estuvieron de acuerdo con que se les cobre un 12% de comisión a su precio total por brindar sus servicios en la plataforma de Conecta-dos. Nos comentaron que, a diferencia de otras plataformas similares, la comisión que se cobra en Conecta-dos es mucho más llamativa por no ser tan elevada, ni tener que pagar una suscripción para poder trabajar con usuarios.

##### **Hallazgo 3: Los freelancers del 1er concierto no se registraron en la Landing Page**

Durante la primera semana, la interacción con los freelancers fue fluida fuera de la Landing Page ya que en esa fecha no contábamos con una página oficial y a pesar de ello obtuvimos registros, esos freelancers “antiguos” no se han registrado actualmente a través de la landing, porque seguramente no lo ven necesario o no han visto la nueva publicación acerca de la nueva plataforma de conectados.

## **ii. Interpretación de los resultados**

Respecto al segmento de freelancers de la landing page, se determinó que, si hay un interés por parte de los freelancers de registrarse por la falta de empleo consecuencia de la pandemia, por lo tanto, hay una gran oferta por brindar servicios a través de plataformas como Conecta-dos. Además, los freelancers estuvieron de acuerdo con la comisión que se les cobrará por sus servicios del 12%, a diferencia de la competencia, llegando a cobrar hasta un 20% y una suscripción para poder comenzar a trabajar con los usuarios, motivo por el cual no les pareció muy llamativo otras plataformas similares. Así mismo, los freelancers que ya habían comenzado a trabajar con la comunidad de Conecta-dos, no se vieron en la necesidad de ingresar a la landing page para registrarse, puesto a que ya contaban con clientes y ya han tenido experiencia en realizar sus servicios con la plataforma, donde en su totalidad fueron positivas.

**Análisis de las métricas:** Las métricas mostradas evidencian que a pesar de que el tiempo de promoción del canal landing page haya sido corto, la respuesta de los freelancers fue positiva, logrando un número de 1279 personas alcanzadas a través de las publicaciones que conectaban directamente con la landing page mediante un link. La intención de conectados fue incrementar las ventas mediante este canal, y a su vez lograr fidelizar, mostrando credibilidad mediante este canal. Las respuestas de este concierge, como se evidencian en los resultados fue positiva ya

que hubo un numero significativo de personas que interactuaron por este medio solicitando más información por el WhatsApp que estaba enlazado con la landing page.



Figura 173 Estadísticas de la promoción en Instagram

Fuente: Estadísticas de Instagram



Figura 174 Estadística de la promoción del post en Facebook

Fuente: Estadísticas de Facebook

#### d. Aprendizajes

Se debe impulsar la fidelización de los freelancers, si bien ellos conforman una parte significativa de la base de datos de la plataforma con respecto a usuarios, pero se debe buscar reactivaciones mediante redes sociales que incentiven a más freelancers a pertenecer a nuestra comunidad. Desde el comienzo, la idea de negocio les pareció una propuesta atractiva para potenciar sus perfiles profesionales y poder generar ingresos residuales. Es preciso mencionar que ellos se mostraron de acuerdo en todo momento en el cobro de una comisión, ya que eran consciente que la plataforma los conectaba directamente con un usuario que necesite de sus servicios. Es importante que en un futuro la landing page se materialice en una plataforma con más opciones de interacción, ya que a pesar del poco tiempo de lanzamiento que se obtuvo, este segmento se mostró recíproco a utilizar herramientas como estas para buscar contactarnos.

#### e. Sustentación de las validaciones

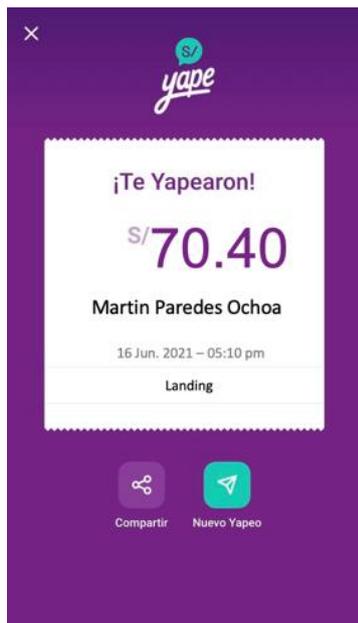
##### Pago 9:



Figura 175 Pago al freelancer 9

Fuente: Cuenta de Interbank de Conecta-dos

**Pago 10:**



*Figura 176 Pago freelancer 10*

*Fuente: Yape de Conectados*

**Pago 11:**



*Figura 177 Pago freelancer 11*

*Fuente: Yape de Conectados*

### Pago 13:

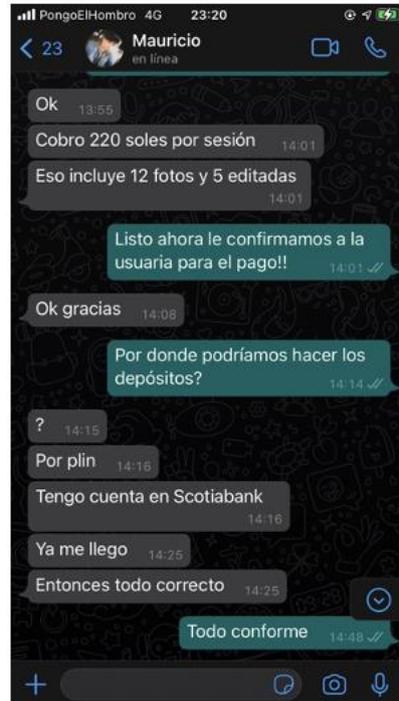
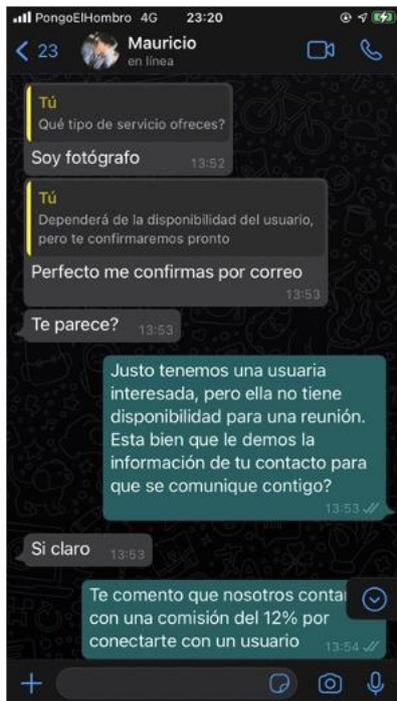


Figura 178 Chat de la venta 13

Fuente: Chat de WhatsApp de Conectados



Figura 179 Pago al freelancer 13

Fuente: Yape de Conectados

### Pago 14:



Figura 180 Chat de venta 14

Fuente: Chat de Whatsapp de Conectados



Figura 181 Pago al freelancer 14

Fuente: Chat de WhatsApp de Conectados

### **Venta 15:**



Figura 182 Pago a freelancer 15

Fuente: Yape

## **8. PLAN DE FINANCIAMIENTO**

### **8.1. Proyección de ventas**

Para iniciar la proyección de ventas se realizó el plan Concierge para los tres servicios que se ofrecerán, los cuales son Diseño Gráfico, Fotografía y Marketing Digital; el resultado de crecimiento entre experimentos resultó 97%, el cual utilizamos para la proyección del crecimiento de las ventas de los primeros 6 meses del proyecto. Junto a este crecimiento esperado, se sumó variables del mercado, tales como el crecimiento de la industria mensual, el cual es de 40.6%, 31.9% y 27.2% para los años 1, 2 y 3 respectivamente según Passport Euromonitor. Cabe mencionar que la industria escogida fue la de Mobile E-Commerce, puesto que se considera que las personas que adquirirán los servicios ofrecidos por Conecta-dos serán principalmente emprendedores digitales que requieran de un profesional para poder mover sus

canales de venta. Por otro lado, la estrategia de marketing implantada brindará un crecimiento mensual de 0.10% durante el primer año y 0.05% para el segundo.

Para poder llegar a visualizar la figura 182, se hizo uso del acceso a Euromonitor que nos brinda la universidad, una vez en la página de inicio se ingresó a “Industries”, luego en Services a “Retailing” y luego en Country Reports se ingresó “Mobile E-Commerce” y “Perú” y nos dirigimos a Datagraphics para visualizar la figura.

Sales Performance of Mobile E-Commerce		
% Y-O-Y Retail Value RSP excl Sales Tax Growth 2006-2025		
Year	Retail Value RSP excl Sales Tax - PEN million	% Y-O-Y Growth
2006	-	-
2007	-	-
2008	-	-
2009	-	-
2010	-	-
2011	2,9	-
2012	4,6	60,0
2013	9,5	105,2
2014	18,0	90,5
2015	31,3	73,4
2016	45,9	46,7
2017	62,5	36,3
2018	310,2	396,2
2019	814,1	162,4
2020	2144,3	163,4
2021	3014,4	40,6
2022	3977,0	31,9
2023	5060,8	27,2
2024	6305,4	24,6
2025	7631,5	21,0

Figura 183 Crecimiento Anual esperado de la Industria de Mobile E-Commerce

Fuente: Euromonitor



**Tabla 46***Proyección de ventas (en cantidad) Año 1*

Servicios	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Diseño Gráfico	6	12	24	48	96	193	199	226	223	231	239	247
Fotografía	6	12	24	48	96	193	199	226	223	231	239	247
Marketing Digital	3	6	12	24	48	96	100	113	111	115	119	124
Porcentaje de crecimiento	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	-	-	-	-	-	-	-
Crecimiento del mercado	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338
Marketing	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Fechas especiales	-	-	-	-	-	-	0.10	-0.05	-	-	-	-

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 47***Proyección de ventas (en cantidad) Año 2*

Servicios	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24
Diseño Gráfico	256	263	270	277	284	292	300	338	330	339	349	358
Fotografía	256	263	270	277	284	292	300	338	330	339	349	358
Marketing Digital	128	131	135	138	142	146	150	169	165	170	174	179
Porcentaje de crecimiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Crecimiento del mercado	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266	0.0266
Marketing	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005
Fechas especiales	-	-	-	-	-	-	0.10	-0.05	-	-	-	-

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 48***Proyección de ventas (en cantidad) Año 3*

Servicios	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36
Diseño Gráfico	368	376	385	394	403	412	422	474	461	472	483	494
Fotografía	368	376	385	394	403	412	422	474	461	472	483	494
Marketing Digital	184	188	192	197	202	206	211	237	231	236	241	247
Porcentaje de crecimiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Crecimiento del mercado	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227	0.0227
Marketing	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005
Fechas especiales	-	-	-	-	-	-	0.10	-0.05	-	-	-	-

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 49**  
*Proyección de ventas (en soles) Año 1*

Servicios	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Diseño Gráfico	S/820.00	S/1,640.00	S/3,280.00	S/6,560.00	S/13,120.00	S/26,376.67	S/27,196.67	S/30,886.67	S/30,476.67	S/31,570.00	S/32,663.33	S/33,756.67
Fotografía	S/760.00	S/1,520.00	S/3,040.00	S/6,080.00	S/12,160.00	S/24,446.67	S/25,206.67	S/28,626.67	S/28,246.67	S/29,260.00	S/30,273.33	S/31,286.67
Marketing Digital	S/1,800.00	S/3,600.00	S/7,200.00	S/14,400.00	S/28,800.00	S/57,600.00	S/60,000.00	S/67,800.00	S/66,600.00	S/69,000.00	S/71,400.00	S/74,400.00
<b>Total</b>	<b>S/3,380.00</b>	<b>S/6,760.00</b>	<b>S/13,520.00</b>	<b>S/27,040.00</b>	<b>S/54,080.00</b>	<b>S/108,423.33</b>	<b>S/112,403.33</b>	<b>S/127,313.33</b>	<b>S/125,323.33</b>	<b>S/129,830.00</b>	<b>S/134,336.67</b>	<b>S/139,443.33</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 50***Proyección de ventas (en soles) Año 2*

Servicios	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24
Diseño Gráfico	S/34,986.67	S/35,943.33	S/36,900.00	S/37,856.67	S/38,813.33	S/39,906.67	S/41,000.00	S/46,193.33	S/45,100.00	S/46,330.00	S/47,696.67	S/48,926.67
Fotografía	S/32,426.67	S/33,313.33	S/34,200.00	S/35,086.67	S/35,973.33	S/36,986.67	S/38,000.00	S/42,813.33	S/41,800.00	S/42,940.00	S/44,206.67	S/45,346.67
Marketing Digital	S/76,800.00	S/78,600.00	S/81,000.00	S/82,800.00	S/85,200.00	S/87,600.00	S/90,000.00	S/101,400.00	S/99,000.00	S/102,000.00	S/104,400.00	S/107,400.00
<b>Total</b>	<b>S/144,213.33</b>	<b>S/147,856.67</b>	<b>S/152,100.00</b>	<b>S/155,743.33</b>	<b>S/159,986.67</b>	<b>S/164,493.33</b>	<b>S/169,000.00</b>	<b>S/190,406.67</b>	<b>S/185,900.00</b>	<b>S/191,270.00</b>	<b>S/196,303.33</b>	<b>S/201,673.33</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 51**  
*Proyección de ventas (en soles) Año 3*

Servicios	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36
Diseño Gráfico	S/50,293.33	S/51,386.67	S/52,616.67	S/53,846.67	S/55,076.67	S/56,306.67	S/57,673.33	S/64,780.00	S/63,003.33	S/64,506.67	S/66,010.00	S/67,513.33
Fotografía	S/46,613.33	S/47,626.67	S/48,766.67	S/49,906.67	S/51,046.67	S/52,186.67	S/53,453.33	S/60,040.00	S/58,393.33	S/59,786.67	S/61,180.00	S/62,573.33
Marketing Digital	S/110,400.00	S/112,800.00	S/115,200.00	S/118,200.00	S/121,200.00	S/123,600.00	S/126,600.00	S/142,200.00	S/138,600.00	S/141,600.00	S/144,600.00	S/148,200.00
<b>Total</b>	<b>S/207,306.67</b>	<b>S/211,813.33</b>	<b>S/216,583.33</b>	<b>S/221,953.33</b>	<b>S/227,323.33</b>	<b>S/232,093.33</b>	<b>S/237,726.67</b>	<b>S/267,020.00</b>	<b>S/259,996.67</b>	<b>S/265,893.33</b>	<b>S/271,790.00</b>	<b>S/278,286.67</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## 8.2. Presupuesto de inversión del proyecto

**Bienes tangibles:** Considerando las nuevas condiciones de trabajo, debido a la coyuntura actual ocasionada por el COVID-19 y las medidas de seguridad que se toman, el trabajo de todos los colaboradores se llevará a cabo de manera remota, es decir, se realizará *home office*. Dicho esto, se consideran ciertos bienes tangibles necesarios para que los trabajadores desarrollen óptimamente sus actividades laborales, según la ley. Estos equipos tecnológicos de trabajo, permitirán que exista una mejor coordinación y disposición por parte de los colaboradores. Los activos tangibles considerados son los siguientes:

- Laptops: Para el año 0, se realizará una inversión inicial para la compra de 3 unidades de laptops, las cuales serán brindadas al Administrador, al encargado de Marketing y al Community Manager. Esta inversión permitirá que los trabajadores cuenten con el equipo necesario para desempeñarse en sus actividades laborales, según la demanda de cada puesto.

**Bienes intangibles:** Estos bienes corresponden a los programas que serán necesarios para llevar a cabo la gestión de toda la plataforma y la dinámica de la misma.

- Desarrollador de Landing Page: Para dar inicio a las operaciones, se desarrollará y se hará uso de la Landing Page, la cual tendrá un formato amigable con el fin de que logre que ambos segmentos, freelancers y usuarios/emprendedores, dejen sus datos personales y de contacto, además de ser dirigidos al canal de WhatsApp para culminar el proceso de inscripción por ese medio y concretar las ventas. Cabe resaltar que, a partir del mes 15, se hará una inversión para el desarrollo de la plataforma web completa con el fin de añadir más opciones y de realizar las ventas por ese medio.
- Hosting + Dominio: Estos servicios permiten el funcionamiento de la Landing Page. Por el lado del Hosting, es un espacio que almacena la información por cada registro

de los freelancers y usuarios; mientras que el dominio es el nombre que se asigna a la plataforma web para que los usuarios la encuentren fácilmente.

- Software - Antivirus (McAfee): Es fundamental contar con un Software - Antivirus, ya que este programa ayuda a detectar y eliminar virus informáticos, para prevenir grandes potenciales problemas que pueden perjudicar la continuidad de las operaciones.

**Tabla 52**  
*Inversión inicial*

Adquisiciones	Cantidad	Precio	Total
Hosting + Dominio	1.00	S/58.50	S/58.50
Desarrollador de Landing Page	1.00	S/500.00	S/500.00
Laptops (Hardware)	3.00	S/1,800.00	S/5,400.00
Software - Antivirus (McAfee)	3.00	S/105.00	S/105.00
		Valor	S/6,063.50
	Total	IGV	S/1,091.43
		Precio	S/7,154.93

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, con las adquisiciones mencionadas, el proyecto se ve afecto a una pérdida por depreciación y amortización. De acuerdo con la SUNAT, los equipos diversos se deprecian a 10% anualmente, por lo que el resultado es el presente:

**Tabla 53***Depreciación de los activos (anual y mensual)*

Concepto	Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Hosting + Dominio	0.10	S/5.85	S/0.49
Laptops (Hardware)	0.10	S/540.00	S/45.00
Software - Antivirus (McAfee)	0.10	S/10.50	S/0.88
<b>Total</b>		<b>S/556.35</b>	<b>S/46.36</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, parte de la inversión inicial es el capital de trabajo. El capital de trabajo, utilizado usualmente para los emprendimientos, se calcula bajo el método de máximo déficit acumulado, ya que este permite saber cuánto serán las pérdidas esperadas durante el primer año y permite provisionar un monto similar para amortizar cada periodo.

Capital de trabajo inicial: 21,960 soles

Posteriormente, para hallar el capital de trabajo de cada periodo, se halló la razón (%) de capital de trabajo, el cual es la división del máximo déficit acumulado entre el total de ventas del primer año.

Razón de capital de trabajo: 2.24%

Es así como el capital de trabajo neto anual queda de la siguiente manera:

**Tabla 54***Capital de trabajo*

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2
Capital de trabajo requerido	21,960.00	46,050.13	64,811.51
Capital de trabajo neto	21,960.00	24,090.13	18,761.38

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, para el año 2 se tiene planeada una nueva inversión, exactamente en el mes de julio, la cual tendrá como objetivo hacer del actual Landing Page una plataforma web completa, considerando que en ese periodo se contará con una cantidad de ventas considerable y se percibirán ganancias. Según lo investigado, para el desarrollo de la plataforma, se deben considerar los siguientes elementos y montos:

**Tabla 55***Inversión en el desarrollo de la plataforma web de CONECTA-DOS*

Descripción	Precio mensual (Incluye IGV)	Cantidad de meses	Total
Servidor VPS	S/. 210.00	36	S/. 7, 560.00
Dominio	S/. 68.96	36	S/. 2, 482.00
Certificado de seguridad	S/. 57.525	36	S/. 690.30
Diseño web (desarrollador web)	S/. 1,200.00	1	S/. 1,200.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en diciembre del primer año de operaciones el contrato del hosting, usado actualmente para la Landing Page, culmina, por lo que se deberá contratar un hosting nuevo por 6 meses, hasta que se realice la inversión de la plataforma web en el mes 15 de operaciones. Este nuevo contrato de hosting tendrá un costo de 149.4 soles y durará hasta que se realice la nueva plataforma interactiva.

Asimismo, la inversión del desarrollo completo de la plataforma web será para los años 2, 3 y 4 de operaciones, teniendo en cuenta la recomendación del desarrollador web contratado para realizar la Landing Page, sin embargo el pago se dividirá en pagos anuales, es decir se pagarán paquetes anuales, debido a que ese es el método de pago del servidor VPS, el dominio y el certificado de seguridad, a excepción del diseño web, donde se hará la inversión en el año 2, ya que el pago es directamente al desarrollador web, quien realiza el trabajo en 90 horas en promedio. Considerando esto, en el año 2 se invertirá 4,777 soles, monto compuesto por el diseño web, un año de servidor VPS, dominio y certificado de seguridad. Mientras que en el año 3 se desembolsará un monto de 3,577 soles, compuesto de igual manera que el año dos, pero sin considerar el gasto de diseño web.

### **8.3. Ingresos y egresos**

#### **Egresos**

Los egresos con los que contará Conecta-dos se encuentran identificados mediante los gastos de marketing, gastos administrados y gastos operativos, que serán explicados a continuación.

- **Gastos preoperativos**

Los gastos preoperativos son un egreso de dinero que se da en el periodo cero, junto a las inversiones, pero la diferencia es que estos no se deprecian y tienden a tener una función más operacional que de inversión:

**Tabla 56**  
*Gastos preoperativos*

Formalización de la empresa	S/800.00
Publicidad en redes sociales	S/680.00
Total	S/1,480.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

- **Gastos de marketing**

Para los gastos de marketing se realizará una campaña de prospección el cual consta de posts por Facebook, Instagram y la plataforma, donde se hará el lanzamiento de los servicios brindados para dar a conocer Conecta-dos, teniendo un costo 40 y 100 soles. Así mismo, el mismo año se llevará una campaña de fidelización a través de ambas redes sociales donde se mostrará en anuncios publicitarios el valor agregado de trabajar y contratar los servicios de la plataforma, también se realizarán publicidades donde se realicen descuentos y sorteos para lograr fidelizar a los usuarios y freelancers. Por último, en ese mismo año se realizará la campaña por fechas especiales que constaran de publicaciones en días festivos para sumarnos a la tendencia de la fecha y lograr captar a más personas a Conecta-dos.

Para el segundo año, al igual que el anterior, se continuarán realizando la campaña de fidelización y de fechas especiales para mediante estas campañas de marketing se logre con el objetivo de seguir consolidando a usuarios y freelancers que han venido trabajando con la marca y mediante recomendaciones y las publicaciones se consigan un mayor número de usuarios/freelancers en la plataforma. Asimismo, se espera que el gasto en marketing sea entre el 18% y 20% de la utilidad bruta para

el año 2. Para el año 3, este deberá ser más caro y enfocado a mantener estables las ventas como se observa en la proyección de ventas.

**Tabla 57**  
*Plan de Marketing - Año 1*

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M1 - May	M2 - Jun	M3 - Jul	M4 - Ago	M5 - Set	M6 - Oct	M7 - Nov	M8 - Dic	M9 - Ene	M10 - Feb	M11 - Mar	M12 - Abr	Total
Campaña de prospección	Facebook	Lanzamiento de servicios	Pago promoción en Facebook	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
	Instagram	Lanzamiento de servicios	Pago promoción en Instagram	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
	Plataforma	Lanzamiento de servicios	Pago promoción de Plataforma	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/160.00	S/170.00	S/160.00	S/170.00	S/170.00	S/1,980.00
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/140.00	S/1,560.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/120.00	S/140.00	S/120.00	S/140.00	S/140.00	S/1,560.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/130.00	-	S/130.00	-	S/130.00	-	-	S/130.00	-	S/130.00	S/130.00	S/780.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/130.00	-	S/130.00	-	S/130.00	-	-	S/130.00	-	S/130.00	S/130.00	S/780.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	S/150.00	-	S/150.00	-	-	S/900.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	-	S/150.00	S/150.00	-	S/150.00	-	-	S/900.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	S/110.00	-	S/110.00	-	-	S/660.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	-	S/110.00	S/110.00	-	S/110.00	-	-	S/660.00
Total				S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,240.00	S/1,050.00	S/1,050.00	S/13,740.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 58***Plan de Marketing - Año 2*

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M13 - May	M14 – Jun	M15 - Jul	M16 - Ago	M17 - Set	M18 - Oct	M19 - Nov	M20 - Dic	M21 - Ene	M22 - Feb	M23 - Mar	M24 - Abr	Total
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/590.00	S/7,020.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/580.00	S/590.00	S/580.00	S/590.00	S/590.00	S/7,020.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/570.00	-	S/570.00	-	S/570.00	-	-	S/570.00	-	S/570.00	S/570.00	S/3,420.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/570.00	-	S/570.00	-	S/570.00	-	-	S/570.00	-	S/570.00	S/570.00	S/3,420.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	S/560.00	-	S/560.00	-	-	S/3,360.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	-	S/560.00	S/560.00	-	S/560.00	-	-	S/3,360.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	S/540.00	-	S/540.00	-	-	S/3,240.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	-	S/540.00	S/540.00	-	S/540.00	-	-	S/3,240.00
<b>Total</b>				<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/3,360.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/2,320.00</b>	<b>S/34,080.00</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 59**  
Plan de Marketing - Año 3

Campaña	Plataforma	Actividad	Requerimiento	M25 - May	M26 - Jun	M27 - Jul	M28 - Ago	M29 - Set	M30 - Oct	M31 - Nov	M32 - Dic	M33 - Ene	M34 - Feb	M35 - Mar	M36 - Abr	Total
Campaña de fidelización	Facebook	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/2,100.00	S/19,140.00
	Instagram	Valor agregado de la plataforma	Pago promoción informativa	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/1,090.00	S/2,100.00	S/2,100.00	S/19,140.00
	Facebook	Publicidad de descuentos	Pago Facebook	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	-	-	S/1,070.00	-	S/1,070.00	S/1,070.00	S/6,420.00
	Instagram	Publicidad de descuentos	Pago Instagram	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	S/6,360.00
	Facebook	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/6,360.00
	Instagram	Publicidad de Sorteos	Entrega de premio	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	S/1,060.00	S/1,060.00	-	S/1,060.00	-	-	S/6,360.00
Campaña fechas especiales	Facebook	Post por días festivos	Pago por post	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	-	S/6,300.00
	Instagram	Post por días festivos	Pago por post	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	S/1,050.00	S/1,050.00	-	S/1,050.00	-	-	S/6,300.00
<b>Total</b>				<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,400.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/6,330.00</b>	<b>S/76,380.00</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia



- Gastos Administrativos

Asimismo, para las operaciones del proyecto, se necesitará de un encargado de la administración, uno de marketing y un community manager. Al administrador tendrá un sueldo de 1,800 soles mensuales para el primer año, 2,200 para el segundo y 2,500 para el tercer año. El encargado de marketing tendrá una remuneración de 1,150, 1,500 y 1,700 soles para el año 1, 2 y 3 respectivamente. En cuanto al community manager, este recibirá un sueldo mínimo durante el primer año de operaciones, un sueldo de 1,000 para el año 2 y 1,200 para el año 3. Por otra parte, los trabajadores tendrán como beneficios sociales su afiliación al SIS y gratificaciones en los meses que corresponde. Finalmente, fuera de planilla se tendrá un programador tercerizado, al cual se le contratará cada 6 meses en el primera año y cada 3 meses para el segundo y tercer año para darle mantenimiento a la página.

**Tabla 60***Presupuesto para Recursos Humanos Año 1 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/1,800.00	S/21,600.00											
2.00	Marketing	S/1,150.00	S/13,800.00											
3.00	Community Manager	S/930.00	S/11,160.00											
Total Remuneraciones		S/3,880.00	S/46,560.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,940.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,940.00	S/3,880.00
Planilla Mensual		S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/5,865.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/5,865.00	S/50,980.00
Tercerizado Programador							S/300.00						S/300.00	S/600.00
Total Mensual		S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/4,225.00	S/5,865.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/3,925.00	S/6,165.00	S/51,580.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 61***Presupuesto para Recursos Humanos Año 2 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/2,200.00	S/26,400.00											
2.00	Marketing	S/1,500.00	S/18,000.00											
3.00	Community Manager	S/1,000.00	S/12,000.00											
Total Remuneraciones		S/4,700.00	S/56,400.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,350.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,350.00	S/4,700.00
Total Mensual		S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,095.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,095.00	S/61,640.00
Tercerizado	Programador			S/500.00			S/500.00			S/500.00			S/300.00	S/1,800.00
Total Mensual		S/4,745.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/7,095.00	S/4,745.00	S/5,245.00	S/4,745.00	S/4,745.00	S/7,395.00	S/63,440.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 62***Presupuesto para Recursos Humanos Año 3 (expresado en soles)*

Item	Personal/cargo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1.00	Administrador	S/2,500.00	S/30,000.00											
2.00	Marketing	S/1,700.00	S/20,400.00											
3.00	Community Manager	S/1,200.00	S/14,400.00											
Total Remuneraciones		S/5,400.00	S/64,800.00											
SIS		S/45.00	S/540.00											
Gratificaciones		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,700.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,700.00
Total Mensual		S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/8,145.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/68,040.00
Tercerizado	Programador			S/500.00			S/500.00			S/500.00			S/500.00	S/2,000.00
Total Mensual		S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/8,145.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/5,445.00	S/5,445.00	S/5,945.00	S/70,040.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

- **Gastos Operativos**

Los gastos operativos de la empresa ascienden a 420 soles mensuales, el cual está compuesto por conceptos de luz, agua e internet. Estos son fijos durante la vida del proyecto. La observación de para el lugar de trabajo hace referencia a una casa en donde se desarrollará el trabajo.

**Tabla 63**  
*Costos fijos mensuales*

Costos fijos mensuales	Observación	Costo Total
Luz	Para el lugar de trabajo	S/165.00
Agua	Para el lugar de trabajo	S/105.00
Internet	Para el lugar de trabajo	S/150.00
<b>Total</b>		<b>S/420.00</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

## **8.4 Flujo de caja**

De acuerdo con toda la información presentada previamente, se presenta el flujo de caja mensual por tres años. Este sirve para medir la generación de efectivo del proyecto y, así, poder saber si este genera valor o no. El flujo de caja en emprendimientos sirve también como una medida de ganancia, ya que el flujo de caja libre es el efectivo disponible al cual accederán los inversionistas. Los flujos mensuales de la empresa se mantienen, en promedio en 4,000 soles mensuales durante los tres años. En el primer año, se mantiene entre 5,000 y 7,000 soles mensuales, mientras que para el año 2 se mantiene, en promedio, 5,3000 soles. Finalmente, en el año 3, los flujos disminuyen y se mantienen en 2,500 soles mensuales. Esto debido a un incremento en los gastos de marketing y administrativos, necesarios para mantener las operaciones del proyecto.



**Tabla 64***Flujo de caja Año 1 (expresado en soles)*

	Año 0	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ventas		S/3,380.00	S/6,760.00	S/13,520.00	S/27,040.00	S/54,080.00	S/108,423.33	S/112,403.33	S/127,313.33	S/125,323.33	S/129,830.00	S/134,336.67	S/139,443.33
Costos de vtas		-S/2,974.40	-S/5,948.80	-S/11,897.60	-S/23,795.20	-S/47,590.40	-S/95,412.53	-S/98,914.93	-S/112,035.73	-S/110,284.53	-S/114,250.40	-S/118,216.27	-S/122,710.13
Gastos de marketing		-S/1,240.00	-S/1,050.00	-S/1,240.00	-S/1,050.00	-S/1,240.00	-S/1,050.00	-S/1,240.00	-S/1,240.00	-S/1,050.00	-S/1,240.00	-S/1,050.00	-S/1,050.00
Gastos administrativos		-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/4,225.00	-S/5,865.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/3,925.00	-S/6,165.00
Gastos operativos		-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00	-S/420.00
Depreciación		-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36	-S/46.36
EBIT		-S/5,225.76	-S/4,630.16	-S/4,008.96	-S/2,196.56	S/858.24	S/7,269.44	S/5,917.04	S/9,646.24	S/9,597.44	S/9,948.24	S/10,679.04	S/9,051.84
Impuesto a la renta		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	-S/257.47	-S/2,180.83	-S/1,775.11	-S/2,893.87	-S/2,879.23	-S/2,984.47	-S/3,203.71	-S/2,715.55
Depreciación		S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36	S/46.36
Flujo de caja operativo		-S/5,179.40	-S/4,583.80	-S/3,962.60	-S/2,150.20	S/647.13	S/5,134.97	S/4,188.29	S/6,798.73	S/6,764.57	S/7,010.13	S/7,521.69	S/6,382.65
Inversión	-S/7,154.93									-S/149.40			
Capital de trabajo	S/21,960.00	S/5,179.40	S/4,583.80	S/3,962.60	S/2,150.20	-S/647.13	-S/89.02	-S/333.48	S/44.51	-S/100.80	-S/100.80	-S/114.22	-S/106.69
Flujo de caja libre	S/29,114.93	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,045.95	S/3,854.81	S/6,843.24	S/6,514.37	S/6,909.33	S/7,407.47	S/6,275.96

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 65***Flujo de caja Año 2 (expresado en soles)*

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ventas	S/144,213.33	S/147,856.67	S/152,100.00	S/155,743.33	S/159,986.67	S/164,493.33	S/169,000.00	S/190,406.67	S/185,900.00	S/191,270.00	S/196,303.33	S/201,673.33
Costos de vtas	-S/126,907.73	-S/130,113.87	-S/133,848.00	-S/137,054.13	-S/140,788.27	-S/144,754.13	-S/148,720.00	-S/167,557.87	-S/163,592.00	-S/168,317.60	-S/172,746.93	-S/177,472.53
Gastos de marketing	-S/3,360.00	-S/2,320.00	-S/3,360.00	-S/2,320.00	-S/3,360.00	-S/2,320.00	-S/3,360.00	-S/3,360.00	-S/2,320.00	-S/3,360.00	-S/2,320.00	-S/2,320.00
Gastos administrativos	-S/4,745.00	-S/4,745.00	-S/5,245.00	-S/4,745.00	-S/4,745.00	-S/5,245.00	-S/7,095.00	-S/4,745.00	-S/5,245.00	-S/4,745.00	-S/4,745.00	-S/7,395.00
Gastos operativos	-S/420.00											
Depreciación	-S/46.36											
EBIT	S/8,734.24	S/10,211.44	S/9,180.64	S/11,157.84	S/10,627.04	S/11,707.84	S/9,358.64	S/14,277.44	S/14,276.64	S/14,381.04	S/16,025.04	S/14,019.44
Impuesto a la renta	-S/2,620.27	-S/3,063.43	-S/2,754.19	-S/3,347.35	-S/3,188.11	-S/3,512.35	-S/2,807.59	-S/4,283.23	-S/4,282.99	-S/4,314.31	-S/4,807.51	-S/4,205.83
Depreciación	S/46.36											
Flujo de caja operativo	S/6,160.33	S/7,194.37	S/6,472.81	S/7,856.85	S/7,485.29	S/8,241.85	S/6,597.41	S/10,040.57	S/10,040.01	S/10,113.09	S/11,263.89	S/9,859.97
Inversión		-S/4,777.43										
Capital de trabajo	-S/81.49	-S/94.91	-S/81.49	-S/94.91	-S/100.80	-S/100.80	-S/478.78	S/100.80	-S/120.10	-S/112.57	-S/120.10	-S/125.99
Flujo de caja libre	S/6,078.84	S/2,322.03	S/6,391.32	S/7,761.94	S/7,384.49	S/8,141.05	S/6,118.63	S/10,141.36	S/9,919.90	S/10,000.51	S/11,143.78	S/9,733.97

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 66***Flujo de caja Año 3 (expresado en soles)*

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ventas	S/207,306.67	S/211,813.33	S/216,583.33	S/221,953.33	S/227,323.33	S/232,093.33	S/237,726.67	S/267,020.00	S/259,996.67	S/265,893.33	S/271,790.00	S/278,286.67
Costos de vtas	-S/182,429.87	-S/186,395.73	-S/190,593.33	-S/195,318.93	-S/200,044.53	-S/204,242.13	-S/209,199.47	-S/234,977.60	-S/228,797.07	-S/233,986.13	-S/239,175.20	-S/244,892.27
Gastos de marketing	-S/6,400.00	-S/6,330.00	-S/6,400.00	-S/6,330.00	-S/6,400.00	-S/6,330.00	-S/6,400.00	-S/6,400.00	-S/6,330.00	-S/6,400.00	-S/6,330.00	-S/6,330.00
Gastos administrativos	-S/5,445.00	-S/5,445.00	-S/5,945.00	-S/5,445.00	-S/5,445.00	-S/5,945.00	-S/8,145.00	-S/5,445.00	-S/5,945.00	-S/5,445.00	-S/5,445.00	-S/5,945.00
Gastos operativos	-S/420.00											
Depreciación	-S/46.36											
EBIT	S/12,565.44	S/13,176.24	S/13,178.64	S/14,393.04	S/14,967.44	S/15,109.84	S/13,515.84	S/19,731.04	S/18,458.24	S/19,595.84	S/20,373.44	S/20,653.04
Impuesto a la renta	-S/3,769.63	-S/3,952.87	-S/3,953.59	-S/4,317.91	-S/4,490.23	-S/4,532.95	-S/4,054.75	-S/5,919.31	-S/5,537.47	-S/5,878.75	-S/6,112.03	-S/6,195.91
Depreciación	S/46.36											
Flujo de caja operativo	S/8,842.17	S/9,269.73	S/9,271.41	S/10,121.49	S/10,523.57	S/10,623.25	S/9,507.45	S/13,858.09	S/12,967.13	S/13,763.45	S/14,307.77	S/14,503.49
Inversión		-S/3,577.43										
Capital de trabajo	-S/100.80	-S/106.69	-S/120.10	-S/120.10	-S/106.69	-S/125.99	-S/655.17	S/157.08	-S/131.88	-S/131.88	-S/145.30	S/0.00
Flujo de caja libre	S/8,741.37	S/5,585.61	S/9,151.30	S/10,001.38	S/10,416.88	S/10,497.25	S/8,852.28	S/14,015.17	S/12,835.24	S/13,631.56	S/14,162.47	S/14,503.49

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 67***Resumen Flujo de caja por 3 años*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas		S/981,853	S/2,058,947	S/2,897,787
Costos de vtas		-S/864,031	-S/1,811,873	-S/2,550,052
Gastos de marketing		-S/13,740	-S/34,080	-S/76,380
Gastos administrativos		-S/51,580	-S/63,440	-S/70,040
Gastos operativos		-S/5,040	-5,040	-S/5,040
Depreciación		-S/556	-S/556	-S/556
<b>EBIT</b>		<b>S/46,906</b>	<b>S/143,957</b>	<b>S/195,718</b>
Impuesto a la renta		-S/14,072	-S/43,187	-S/58,715
Depreciación		S/556	S/556	S/556
<b>Flujo de caja operativo</b>		<b>S/33,391</b>	<b>S/101,326</b>	<b>S/137,559</b>
Inversión	- S/8,635	-S/149	-S/4,777	- S/3,577
Capital de trabajo	- S/21,960	-S/24,090	- S/18,761	
<b>Flujo de caja libre</b>	<b>- S/30,595</b>	<b>S/9,151</b>	<b>S/77,788</b>	<b>S/133,982</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja anual muestra con más precisión la evolución de los flujos de caja. En el primer año, el efectivo generado por las operaciones asciende a 32,962 soles, lo cual significa que el proyecto es viable operativamente. No obstante, este valor se reduce hasta cerca de la mitad debido a una inversión en capital de trabajo necesario para mantenerse activo el proyecto. Posteriormente, la inversión en capital de trabajo se reduce considerablemente debido a que las ventas se establecen entre 1.620 millones de soles entre el año 2 y 3.

## 8.5. Indicadores Financieros

**Tabla 68**  
*Indicadores financieros*

VAN	126,184.85
TIR	127%
Payback	1.38

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del VAN, se requiere calcular unas tasas de descuento, el COK y WACC. En primer lugar, el COK se calculó mediante el modelo CAPM, el cual indica cuanta rentabilidad se debe exigir respecto al riesgo que se va a asumir. El modelo CAPM se compone de la siguiente manera:

**Tabla 69**  
*Tasa COK*

COK	
Rf	2.6%
Beta	1.08
Rm	14.4%
Rf	5.0%
EMBIG	1.7%
<b>COK</b>	<b>14.44%</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

El Rf es la tasa libre de riesgo actual, obtenida del rendimiento de los bonos soberanos peruanos a 10 años. El Beta, es la relación que existe entre el proyecto y la industria, el 1.08 indica que el promedio de las empresas que se desempeñan en esa industria tienden a verse más afectadas

(tanto positiva como negativamente) a las variaciones de la industria. Cabe mencionar que la industria escogida para el modelo CAPM, es de la industria de Publicidad, ya que los servicios ofrecidos por el proyecto tienen una fuerte cercanía con esta. El rendimiento de mercado y la segunda tasa libre de riesgo representan la prima de riesgo, la cual representa la ganancia extra que se exige por asumir un riesgo distinto a los bonos. Ambas tasas son promedios históricos a 10 años. Finalmente, el EMBIG representa el riesgo país calculado por el índice de bonos de países emergentes, este sirve para saber el riesgo que se asumirá por invertir en el Perú. Por lo tanto, después de haber calculado el COK, se procede al cálculo del WACC, el cual pondera la estructura de financiamiento del proyecto, ya que considera cuánta deuda se toma y cuánto se financia por aporte propio. Esta tasa es la que se utiliza para calcular las ratios del proyecto. En este caso, el WACC tiene un valor igual al COK debido a que no se toma financiamiento externo.

**Tabla 70**  
*Tasa WACC*

WACC	
K patr	14.44%
% patr	100%
K deuda	0%
% deuda	0%
(1-T)	70%
<b>WACC</b>	<b>14.44%</b>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

El Valor Actual Neto o VAN del proyecto asciende a 126,184.85 soles. En primer lugar, el VAN sirve para saber si un proyecto agrega o no valor. Un VAN mayor a 0 significa que el proyecto sí genera valor y cumple con las expectativas de los inversionistas. Mientras más alto

el VAN, más valor añade para los inversionistas. En segundo lugar, el VAN sirve para comparar un proyecto con otro de similares características y sirve como carácter definitivo para aceptar en qué proyecto invertir. Por otro lado, la TIR es la tasa interna de retorno del proyecto, es decir mide en porcentaje cuánto rinde el proyecto realmente. El valor de la TIR debe ser mayor al WACC para poder considerar invertir en un proyecto. Sin embargo, esta no puede ser un carácter definidor de inversión, ya que solamente sirve para acompañar al VAN. De acuerdo con lo mencionado, la TIR tiene un valor de 127%, debido a la gran posibilidad de generar ganancias y a una inversión relativamente baja. La diferencia entre la TIR y el WACC es notable, por lo que, bajo el criterio de la TIR, es viable invertir en el proyecto. Finalmente, el Payback nos indica en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial considerando el valor del dinero en el tiempo de los flujos esperados. El resultado de este es de 1.38, lo cual indica que la inversión se recupera en un año y 5 meses aproximadamente.

## **8.6. Financiamiento**

Es evidente que un nuevo proyecto necesita financiamiento para que se pueda subsistir, tristemente , según datos de Spain Startup, 9 de cada 10 emprendimientos mueren en menos de 3 años y no logran superar la zona del valle de la muerte.

Por ende, para poder mantener nuestro emprendimiento y salir de la etapa de gestación satisfactoriamente planeamos financiar nuestro proyecto con la financiación de las 3F que por sus siglas significan Family, Friends and Fools, es decir, familiares, amigos y personas que se encuentran en nuestro entorno cercano social.

Consideramos este financiamiento porque no existen intereses ni plazos para la devolución del dinero, y ya que aún estamos en la etapa de gestación nos viene bien un financiamiento de este

tipo, pues nos ahorraríamos en el pago de los intereses. Asimismo, el vínculo familiar ayuda mucho, ya que es más fácil convencer a un familiar o amigo que a un banco.

La inversión inicial que necesitamos para poder mantener las operaciones de nuestro emprendimiento CONECTA-DOS es de S/29,114.93 por lo cual, previa reunión y coordinación con los integrantes del grupo concretamos que cada uno aporte el monto de S/4,160.00 haciendo la suma total del monto inicial que necesitamos para realizar las operaciones de la empresa. En la siguiente tabla, podemos observar lo expresado anteriormente:

**Tabla 71**  
*Distribución de Financiamiento del Proyecto*

Fundadores	Aportes en porcentaje (%)	Aportes en soles (S/)
Fundador 1	14.3%	S/4,160.00
Fundador 2	14.3%	S/4,160.00
Fundador 3	14.3%	S/4,160.00
Fundador 4	14.3%	S/4,160.00
Fundador 5	14.3%	S/4,160.00
Familiar 1	14.3%	S/4,160.00
Familiar 2	14.3%	S/4,160.00
Patrimonio	100%	S/29, 115.00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se evaluó una solicitud de crédito en la microfinanciera Caja Centro, donde se simuló un préstamo de 15,000 soles. Las condiciones propuestas por la microfinanciera son las siguientes:

Producto	PRESTAMOS EMPRESA
Subproducto	CREDITO PARALELO CAPITAL DE TRABAJO
Moneda	SOLES
Monto Solicitado	15000
TEA, expresado en 360 días	39.18
TCEA, expresado en 360 días	40.21
Seguro Desgravamen	0.0700 %
Número de cuotas	24
Días de pago	30
Tipo de Periodo	FECHA FIJA

Figura 184 Evaluación de crédito con Caja Centro

Fuente: Caja Centro

Al momento de solicitar el crédito, los indicadores financieros actualizados pasan a ser los adjuntos:

**Tabla 72**  
*Indicadores financieros con crédito*

VAN económico	105,274.06
VAN financiero	125,125.02
TIR	173%
Payback	1.31

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el VAN económico disminuye, puesto que se agrega una tasa de interés de la entidad financiera al WACC. Esta tasa es mayor al COK y la nueva estructura de financiamiento pasa a ser 51% de deuda externa y 49% de aporte propio. No obstante, el VAN financiero se asemeja más al VAN del proyecto sin financiamiento y la TIR es mucho mayor, lo cual indica que el financiamiento sí agrega valor al proyecto.

## **9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Para el presente proyecto se ha ejecutado un plan estratégico que se adecue a las características del modelo de negocio, que permitirá el logro de los objetivos planteados en el corto, mediano y largo plazo. Estas estrategias fueron definidas a partir de la elaboración de una investigación del mercado, a través de constantes experimentos para validar las necesidades y el grado de aceptación que tendrá la plataforma, todas estas orientadas a la visión y misión de la empresa de ser una plataforma. Por este motivo, una planificación estratégica integrada es vital, debido a que ayudará a CONECTA-DOS captar un porcentaje significativo de la cuota de mercado de esta industria. Se recomienda contar con un community manager que gestione todas las actividades digitales que la plataforma busque realizar para aumentar el número de interacciones entre usuarios y freelancers, mediante campañas de marketing digital. A su vez, las alianzas estratégicas son de suma importancia, puesto que permitirán concretar una comunidad en esta industria. Estas alianzas estratégicas serán por colaboraciones con influencers que ayuden a difundir los beneficios de las plataformas por todas las redes sociales existentes.

Hemos llegado a la conclusión que los usuarios están interesados en pagar a través de una plataforma digital para que les realicen servicios de freelancers. Además, la mayoría de las ventas realizadas durante el proyecto fueron realizadas a personas con emprendimientos que necesitaban los servicios de diseño gráfico, fotografía y marketing digital; estos servicios solicitados eran solicitados con la finalidad que los usuarios puedan potenciar sus negocios para que crezcan como marca, ya sea, por la realización de un logotipo o isotipo, también para el desarrollo del servicio branding para así consolidar su negocio y hacerlo llamativo. Sin

embargo, a pesar de la coyuntura actual provocada por la pandemia, se ha incrementado el número de servicios solicitados para que sea realizado por freelancers, siendo evidencia en el número de ventas realizadas durante el periodo de mayo a junio. Por último, se recomienda incrementar el número de servicios brindados en la plataforma digital para seguir incrementando a los usuarios en nuestra base de datos y mediante las publicaciones realizadas en los posts de Facebook e Instagram seguir fidelizandolos.

## 10. REFERENCIAS

El Comercio (2020). El desempleo en Lima se profundiza: se perdieron 2,6 millones de puestos de trabajo durante la cuarentena. Recuperado de <http://bitly.ws/fgig> [Consulta 1 de abril de 2020].

LanceTalent. (2014). Las 8 preguntas imprescindibles antes de crear una app móvil. Recuperado de <http://bitly.ws/fgij> [Consulta 08 de abril de 2020].

Fiverr (2021). *Find the perfect freelance services for your business*. Recuperado de <http://bitly.ws/3K8g> [Consulta: 06 de mayo de 2021].

Heygo (2021). *Discovery at your fingertips*. Recuperado de <http://bitly.ws/fgin> [Consulta: 06 de mayo de 2021].

Helpers (2021). *Nosotros*. Recuperado de <http://bitly.ws/fgip> [Consulta: 06 de mayo de 2021].

Upwork (2021). Hire freelancers in Peru. Recuperado de <http://bitly.ws/fgir> [Consulta: 06 de mayo de 2021].

INEI. (s / f). Instituto Nacional de Estadística e Informática. Gob.pe. Recuperado de <http://bitly.ws/fgis> [Consulta: 06 de mayo de 2021].

ANALISTA ADMINISTRATIVO S/1800 - marzo 2021 | Bumeran Perú. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgit> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Betas. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgiv> [Consulta: 25 de junio de 2021].

GESTIÓN, N. (n.d.). CCL: Casi 80% de peruanos compra online por influencia de las redes sociales | ECONOMÍA | GESTIÓN. Recuperado de <http://bitly.ws/fgiw> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Distribución por edad - Perú - Población. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgiU> [Consulta: 25 de junio de 2021].

El 34% de los peruanos tiene estudios superiores - Perú Bicentenario | 200 años de Independencia. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgiW> [Consulta: 25 de junio de 2021].

PERÚ, N. E. C. (n.d.). Empleo | INEI | Desempleo en Lima se profundiza: se perdieron 2,6 millones de puestos de trabajo durante la cuarentena | Coronavirus Perú | nndc | ECONOMIA | EL COMERCIO PERÚ. Recuperado de <http://bitly.ws/fgjv> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Estilos de vida del consumidor. ARELLANO, Rolando (recopilación 2017) by Edwin Gago Sánchez - issuu. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgjG> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Ango, L., Toribio, L., Huamán, M., & Omar, J. (n.d.). Factores que permiten el desarrollo de Startups peruanas con características de una Born Global Firm Item Type info:eu-repo/semantics/bachelorThesis. Recuperado de <http://bitly.ws/fgk4> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Fiverr (2021). Find the perfect freelance services for your business. - Buscar con Google. (n.d.).

Recuperado de <http://bitly.ws/fgk5> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Helpers (2021). Nosotros. - Buscar con Google. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgk6>

[Consulta: 25 de junio de 2021].

Heygo - Home. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgk7> [Consulta: 25 de junio de 2021].

INEI: Lima tiene casi 10 millones de habitantes. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgk8>

[Consulta: 25 de junio de 2021].

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (n.d.). Recuperado de <http://bitly.ws/fgkN>

[Consulta: 25 de junio de 2021].

Las 8 preguntas imprescindibles antes de crear una APP. (n.d.). Recuperado de

<http://bitly.ws/fgmc> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Noticias del Perú y el Mundo de último minuto | EL COMERCIO PERÚ. (n.d.). Recuperado

de <http://bitly.ws/fgmA> [Consulta: 25 de junio de 2021].

Moreno, M.J. (2021). El 21% de peruanos inició un emprendimiento por redes sociales.

Recuperado de <http://bitly.ws/fkqn> .[Consulta 01 de julio de 2021].

INEI (2021). En el 2021 año del Bicentenario de la Independencia el Perú contará con una

población de 33 millones 35 mil 304 habitantes. Recuperado de <http://bitly.ws/fgis>

.[Consulta: 11 de junio de 2021].

INEI (2021). La población de Lima supera los nueve millones y medio de habitantes.

Recuperado de <http://bitly.ws/fkq2> .[Consulta 13 de junio de 2021].

APEIM (2007). NIVELES SOCIOECONÓMICOS 2010 LIMA METROPOLITANA.

Recuperado de <http://bitly.ws/fkq3> .[Consulta: 11 de junio de 2021].

INDEX MUNDI (2019). Distribución por edad Perú. Recuperado de <http://bitly.ws/fgiU> .

[Consulta 15 de junio de 2021].

Gestión (2018). CCL: Casi 80% de peruanos compra online por influencia de las redes sociales.

Recuperado de <http://bitly.ws/fkq6> .[Consulta: 10 de junio de 2021].

INEI (2021). Se incrementó la población que utiliza internet a diario. Recuperado de

<http://bitly.ws/fkq7> .[Consulta 18 de junio de 2021].

ISSUU. (2017). ESTUDIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR PERUANO

2017. <http://bitly.ws/fgjG> .[Consulta: 12 de junio de 2021].

IPSOS (2020). Perfiles zonales de Lima Metropolitana 2020. Recuperado de

<http://bitly.ws/fkqb> .[Consulta 22 de junio de 2021].

ELPERUANO (2021).INEI: Lima tiene casi 10 millones de habitantes. Recuperado de

<http://bitly.ws/fkqd> .[Consulta: 11 de junio de 2021].

PERU BICENTENARIO (2021). El 34% de los peruanos tiene estudios superiores.

Recuperado de <http://bitly.ws/fgiW> . [Consulta: 12 junio de 2021].

EUROMONITOR (2021). Euromonitor data. Recuperado de <http://bitly.ws/fkqf> .[Consulta:

12 de junio de 2021].

Luna, LT. (2017). Factores que permiten el desarrollo de Startups peruanas con características

de una Born Global Firm. Recuperado de <http://bitly.ws/9svm> .[Consulta: 14 de junio de 2021].

ECommerce News (25 de febrero de 2020). Inversión en startups en Perú se duplicó en el 2019.

Recuperado de <http://bitly.ws/fkqj> .[Consulta: 17 de junio de 2021].

Bumeran (s.f.). Solicitud de puesto. Recuperado de <http://bitly.ws/fgit> .[Consulta: 23 de junio del 2021].

Bumeran (s.f.). Solicitud de puesto . Recuperado de <http://bitly.ws/fgit> .[Consulta: 23 de junio del 2021].

Indeed (s.f.). ¿Cuál es el salario de un/a Practicante de marketing en Lima, Lima?. Recuperado de <http://bitly.ws/fkqm> .[Consulta: 10 de junio del 2021].

Bumeran (s.f.). Solicitud de puesto de practicante de comunicaciones. Recuperado de <http://bitly.ws/fkqk> .[Consulta: 11 de junio del 2021].

BCRP Data (s.f.). Rendimiento del Bono del Gobierno Peruano a 10 años. Recuperado de <http://bitly.ws/fkqi> .[Consulta: 14 de junio del 2021].

Damodaran (s.f.). Betas by Sector (US). Recuperado de <http://bitly.ws/fgiv> .[Consulta: 13 de junio del 2021].

Damodaran (s.f.). Historical Returns on Stocks, Bonds and Bills: 1928-2020. Recuperado de <http://bitly.ws/fkqc> .[Consulta: 17 de junio del 2021].

BCRP Data (s.f.). Spread - Embig Perú (PBS). Recuperado de <http://bitly.ws/fkqa> .[Consulta: 12 de junio del 2021].