



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

Proyecto On Task App

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

AUTOR(ES)

Astete Pascual, Leydi Diana (0000-0003-0061-1613)

Camasca Hinostroza, Ximena Kaori Mariel (0000-0001-9629-7248)

Flores Cardenas, Ericka (0000-0002-3626-6818)

Flores Sanchez, Andy Pedro Rene (0000-0003-2173-1227)

Huiman Carlos, Yamille Nikol (0000-0001-7230-2321)

ASESOR

Gallardo Valencia, Julian Federico (0000-0002-4708-4294)

Lima, [1 de marzo del 2022]

DEDICATORIA

A nuestros padres, familiares, amigos y docentes universitarios que nos apoyaron y motivaron a continuar a lo largo de nuestra formación universitaria, a pesar de las dificultades surgidas en el camino.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, damos un agradecimiento especial a nuestros padres por el apoyo incondicional y por contribuir en nuestra formación académica y personal.

En segundo lugar, agradecemos al docente Julián Gallardo Valencia por la asesoría brindada y por el aporte de sus conocimientos, los cuales nos ayudaron durante el desarrollo hasta la culminación del proyecto.

Por último, queremos agradecer a todos nuestros amigos, conocidos y personas que nos brindaron su ayuda con las entrevistas, encuestas, recomendaciones y críticas constructivas durante el proceso del proyecto “On-Task”.

RESUMEN

On Task es una aplicación que funciona como intermediario entre los usuarios y especialistas en dónde se ofrece servicios integrales del hogar tales como limpieza, refacciones en gasfitería, electricidad, pintura, entre otros, el cual va dirigido a hombres y mujeres entre los 18 a 45 años de edad con NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. En la actualidad se obtuvo resultados a través de las entrevistas de exploración, que las personas presentan la necesidad de adquirir medios para llevar a cabo las necesidades en las tareas del hogar y refacciones. Debido a la falta de conocimiento, confianza y seguridad. También, se analizó cada segmento del Business Model Canvas, el cuál se complementa mediante el análisis del Value Proposition Canvas (VPC), que nos permitió conocer mejor el perfil del cliente. Asimismo, se logró identificar los elementos diferenciadores de On Task respecto a la competencia. Cabe mencionar que, a fin de validar el modelo de negocio, se plantearon hipótesis de acuerdo a nuestro BMC. Estas fueron analizadas y validadas por medio de experimentos como es el Producto Mínimo Viable. Por último, se sustenta el modelo de negocio a través de un análisis en los procesos de los experimentos realizados en el que se llevaron a cabo por medio de entrevistas, anuncios, enlaces, videos, con el fin de obtener los resultados y la validación del aplicativo para una proyección financiera rentable.

Palabra clave: Servicios, aplicación, usuarios, especialistas, negocio.

ABSTRACT

On Task is an application that works as an intermediary between users and specialists where comprehensive home services are offered such as cleaning, plumbing parts, electricity, painting, among others, which is aimed at men and women between 18 and 45 years of age with NSE A and B from zones 6 and 7 of Metropolitan Lima. At present, results were obtained through the exploration interviews, in which people present the need to acquire means to carry out the needs in housework and spare parts. Due to lack of knowledge, trust and security. Also, each segment of the Business Model Canva was analyzed, which is complemented by the analysis of the Value Proposition Canvas (VPC), which allowed us to better understand the customer's profile. Likewise, it was possible to identify the differentiating elements of On Task with respect to the competition. It is worth mentioning that in order to validate the business model, hypotheses were raised according to our BMC. These were analyzed and validated through experiments such as the Minimum Viable Product. Finally, the business model is supported through an analysis in the processes of the experiments carried out in which they were carried out through interviews, advertisements, links, videos, in order to obtain the results and the validation of the model. application for a profitable financial projection.

Keywords: Services, application, users, specialists, business

Indicé

1. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA.....	30
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	30
2.1. BREVE EXPLICACIÓN DEL PROBLEMA QUE SE ESPERA RESOLVER.....	30
2.2. DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS DE EXPLORACIÓN.....	30
2.2.1. <i>Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)</i>	30
2.2.2. <i>Entrevistas a expertos (5 entrevistas)</i>	32
2.3. RESULTADOS OBTENIDOS	33
2.4. ANÁLISIS Y APRENDIZAJES	35
2.5. SUSTENTACIÓN DE LA VALIDACIÓN (ENLACE DE VIDEOS, AUDIOS, ETC).....	36
2.5.1. <i>Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)</i>	37
2.5.2. <i>Entrevistas a expertos (5 entrevistas)</i>	72
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	82
3.1. PERFIL DEL CLIENTE	82
3.1.1. <i>Cliente 1: Usuario</i>	82
3.1.2. <i>Cliente 2: Especialista</i>	84
3.2. MAPA DE VALOR	86
3.3. ENCAJE.....	89
3.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	91
3.5. IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DIFERENCIALES (VERSUS COMPETIDORES).....	92
4. BUSINESS MODEL CANVAS.....	101
4.1. BMC (GRÁFICO).....	101
4.2. DESARROLLO Y SUSTENTO DE CUADRANTES	101
4.2.1. <i>Segmento de cliente:</i>	101

4.2.2.	<i>Relaciones con el cliente</i>	102
4.2.3.	<i>Canales</i>	102
4.2.4.	<i>Propuesta de valor</i>	103
4.2.5.	<i>Actividades claves</i>	103
4.2.6.	<i>Recursos claves</i>	104
4.2.7.	<i>Socios Claves</i>	104
4.2.8.	<i>Estructura de costos</i>	105
4.2.9.	<i>Fuente de Ingresos</i>	105
5.	VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	105
5.1.	VALIDACIÓN TÉCNICA: (3 EXPERTOS)	105
5.1.1.	<i>Objetivo</i>	105
5.1.2.	<i>Diseño y desarrollo</i>	106
5.1.3.	<i>Resultados</i>	121
5.1.4.	<i>Análisis</i>	122
5.1.5.	<i>Aprendizajes</i>	123
5.1.6.	<i>Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)</i>	124
5.2.	VALIDACIÓN EXPERIENCIA DEL USUARIO	130
5.2.1.	<i>Experimento 1: Entrevistas (10)</i>	130
5.2.1.1.	<i>Objetivo</i>	130
5.2.1.2.	<i>Diseño y desarrollo</i>	130
5.2.1.3.	<i>Resultados</i>	135
5.2.1.4.	<i>Análisis e Interpretación</i>	139
5.2.1.5.	<i>Aprendizajes</i>	143
5.2.1.6.	<i>Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)</i>	144
5.2.2.	<i>Experimento 2: Focus group (1)</i>	169

5.2.2.1.	Objetivo	169
5.2.2.2.	Diseño y desarrollo.....	169
5.2.2.3.	Resultados	175
5.2.2.4.	Análisis.....	179
5.2.2.5.	Aprendizajes.....	180
5.2.2.6.	Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)	181
5.2.3.	<i>Experimento 3: Formulario digital (20)</i>	184
5.2.3.1.	Objetivo.....	184
5.2.3.2.	Diseño y desarrollo.....	185
5.2.3.3.	Resultados	187
5.2.3.4.	Análisis.....	189
5.2.3.5.	Aprendizajes.....	191
5.2.3.6.	Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)	191
6.	VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCION	192
6.1.	EXPERIMENTO ENTREVISTA A EXPERTOS.....	192
6.1.1.	<i>Primera parte del Experimento Entrevista a Ingenieros</i>	192
6.1.1.1.	Objetivo del Experimento:	192
6.1.1.2.	Objetivos Específicos.....	192
6.1.1.3.	Diseño y desarrollo del experimento:.....	193
6.1.1.4.	Resultados	202
6.1.1.5.	Análisis e Interpretación de los resultados:.....	206
6.1.1.6.	Aprendizaje de las validaciones:	210
6.1.1.7.	Sustentación de la validación:	211
6.1.2.	<i>Segunda parte del experimento Entrevista a Ingenieros</i>	213
6.1.2.1.	Objetivo del Experimento:	213

6.1.2.2.	Objetivos Específicos	213
6.1.2.3.	Diseño y desarrollo del experimento:.....	214
6.1.2.4.	Resultados:	223
6.1.2.5.	Análisis e Interpretación de los resultados:.....	227
6.1.2.6.	Aprendizaje de las validaciones:	231
6.1.2.7.	Sustentación de la validación:	232
6.1.3.	<i>Primera parte del Experimento Entrevista a Marketing</i>	234
6.1.3.1.	Objetivo del Experimento:	234
6.1.3.2.	Objetivos Específicos:.....	234
6.1.3.3.	Diseño y desarrollo del experimento:.....	235
6.1.3.4.	Resultados:	239
6.1.3.5.	Análisis e Interpretación de los resultados:.....	241
6.1.3.6.	Aprendizaje de las validaciones:	242
6.1.3.7.	Sustentación de la validación:	243
6.1.4.	<i>Segunda Parte del Experimento Entrevista a Marketing</i>	244
6.1.4.1.	Objetivo del Experimento:	244
6.1.4.2.	Objetivos Específicos:.....	244
6.1.4.3.	Diseño y desarrollo del experimento:.....	245
6.1.4.4.	Resultados:	250
6.1.4.5.	Análisis e Interpretación:	252
6.1.4.6.	Aprendizaje de las validaciones:	253
6.1.4.7.	Sustentación de la validación:	254
6.2.	EXPERIMENTO 2: ANUNCIOS	256
6.2.1.	<i>Primera Parte del Experimento Anuncio 1</i>	256
6.2.1.1.	Objetivo del Experimento:	256

6.2.1.2.	Objetivos Específicos	256
6.2.1.3.	Diseño y desarrollo.....	256
6.2.1.4.	Resultados	260
6.2.1.5.	Análisis e Interpretación.....	261
6.2.1.6.	Aprendizaje de las validaciones	262
6.2.1.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	263
6.2.2.	<i>Segunda Parte del Experimento Anuncio 1</i>	265
6.2.2.1.	Objetivo del Experimento:	265
6.2.2.2.	Objetivos Específicos	265
6.2.2.3.	Diseño y desarrollo.....	265
6.2.2.4.	Resultados	270
6.2.2.5.	Análisis e Interpretación.....	270
6.2.2.6.	Aprendizaje de las validaciones:	272
6.2.2.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	272
6.2.3.	<i>Primera Parte del Experimento Anuncio 2</i>	274
6.2.3.1.	Objetivo del Experimento:	274
6.2.3.2.	Objetivos Específicos:.....	274
6.2.3.3.	Diseño y desarrollo.....	274
6.2.3.4.	Resultados	277
6.2.3.5.	Análisis e Interpretación.....	277
6.2.3.6.	Aprendizaje de las validaciones	278
6.2.3.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	279
6.2.4.	<i>Segunda Parte del Experimento Anuncio 2</i>	280
6.2.4.1.	Objetivo del Experimento:	280
6.2.4.2.	Objetivos Específicos:.....	281

6.2.4.3.	Diseño y desarrollo.....	281
6.2.4.4.	Resultados	284
6.2.4.5.	Análisis e Interpretación.....	284
6.2.4.6.	Aprendizaje de las validaciones	285
6.2.4.7.	Sustentación de Validación	286
6.2.5.	<i>Primera Parte del Experimento Landing Page 1</i>	287
6.2.5.1.	Objetivo del Experimento:	287
6.2.5.2.	Objetivos Específicos:.....	288
6.2.5.3.	Diseño y desarrollo.....	288
6.2.5.4.	Resultados	291
6.2.5.5.	Análisis.....	291
6.2.5.6.	Aprendizajes.....	292
6.2.5.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	293
6.2.6.	<i>Segunda Parte del Experimento Landing Page 1</i>	294
6.2.6.1.	Objetivo del Experimento:	294
6.2.6.2.	Objetivos Específicos:.....	294
6.2.6.3.	Diseño y desarrollo.....	295
6.2.6.4.	Resultados	298
6.2.6.5.	Análisis.....	298
6.2.6.6.	Aprendizajes.....	299
6.2.6.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	300
6.2.7.	<i>Primero Parte del Experimento Landing Page 2</i>	301
6.2.7.1.	Objetivo del Experimento:	301
6.2.7.2.	Objetivos Específicos:.....	301
6.2.7.3.	Diseño y desarrollo.....	302

6.2.7.4.	Resultados	305
6.2.7.5.	Análisis.....	306
6.2.7.6.	Aprendizajes.....	307
6.2.7.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	308
6.2.8.	<i>Segunda Parte del Experimento Landing Page 2</i>	309
6.2.8.1.	Objetivo del Experimento:	309
6.2.8.2.	Objetivos Específicos:.....	309
6.2.8.3.	Diseño y desarrollo.....	310
6.2.8.4.	Resultados	314
6.2.8.5.	Análisis.....	314
6.2.8.6.	Aprendizajes.....	315
6.2.8.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	316
6.3.	EXPERIMENTO 4: FOCUS GROUP.....	317
6.3.1.	<i>Primera parte del Experimento Focus Group 1</i>	317
6.3.1.1.	Objetivo del Experimento:	317
6.3.1.2.	Objetivos Específicos	317
6.3.1.3.	Diseño y desarrollo.....	318
6.3.1.4.	Resultados	322
6.3.1.5.	Análisis.....	324
6.3.1.6.	Aprendizajes.....	325
6.3.1.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	325
6.3.2.	<i>Segunda Parte del Experimento Focus Group</i>	327
6.3.2.1.	Objetivo.....	327
6.3.2.2.	Objetivos Específicos	327
6.3.2.3.	Diseño y desarrollo.....	327

6.3.2.4.	Resultados	332
6.3.2.5.	Análisis.....	333
6.3.2.6.	Aprendizajes.....	334
6.3.2.7.	Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)	335
7.	PLAN CONCIERGE	336
7.1.	EXPERIMENTO 1: ANUNCIOS (ESPECIALISTAS).....	336
7.1.1.1.	Objetivo	336
7.1.1.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	336
7.1.1.3.	Resultados	341
7.1.1.4.	Análisis.....	342
7.1.1.5.	Aprendizajes.....	343
7.1.1.6.	Sustentación de la validación	343
7.1.2.	<i>Segunda Parte del experimento Anuncios (Especialistas)</i>	352
7.1.2.1.	Objetivo	352
7.1.2.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	352
7.1.2.3.	Resultados	356
7.1.2.4.	Análisis.....	357
7.1.2.6.	Sustentación de la validación	357
7.2.	EXPERIMENTO 2: ANUNCIOS EN INSTAGRAM (USUARIOS).....	361
7.2.1.	<i>Primera Parte</i>	361
7.2.1.1.	Objetivo	361
7.2.1.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	361
7.2.1.3.	Resultados	364
7.2.1.4.	Análisis.....	364
7.2.1.5.	Aprendizaje	364

7.2.1.6.	Sustentación de la validación	365
7.2.2.	<i>Segunda Parte</i>	368
7.2.2.1.	Objetivo	368
7.2.2.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	369
7.2.2.3.	Resultados	372
7.2.2.4.	Análisis.....	372
7.2.2.5.	Aprendizaje	373
7.2.2.6.	Sustentación de la validación	373
7.3.	EXPERIMENTO 3: SIMULACIÓN DE VENTA DE SERVICIO	376
7.3.1.	<i>Primera Parte</i>	376
7.3.1.1.	Objetivo	376
7.3.1.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	376
7.3.1.3.	Resultados	381
7.3.1.4.	Análisis.....	382
7.3.1.5.	Aprendizaje	382
7.3.1.6.	Sustentación de la validación	383
7.3.2.	<i>Segunda Parte</i>	384
7.3.2.1.	Objetivo:.....	384
7.3.2.2.	Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)	384
7.3.2.3.	Resultados	388
7.3.2.4.	Análisis.....	389
7.3.2.5.	Aprendizaje	390
7.3.2.6.	Sustentación de la validación	391
7.4.	Estrategia de fidelización	392
7.4.1.	<i>Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes</i>	392

7.4.1.1.	Segmentación Cliente 1 (Usuarios).....	392
7.4.1.2.	Segmentación Cliente 2 (Especialistas)	396
7.4.1.3.	NPS.....	398
7.4.2.	<i>Brindar una vivencia superior</i>	402
7.4.3.	<i>Identificación con la marca</i>	404
7.4.4.	<i>Desarrollo de comunidades</i>	406
7.4.5.	<i>Evaluar estrategia</i>	407
7.4.5.1.	Costo de adquisicion (Usuarios)	407
7.4.5.2.	Costo de adquisicion (Especialistas)	408
8.	PLAN FINANCIERO	408
8.1.	PRONÓSTICO DE VENTAS (INGRESOS)	408
8.1.1.	<i>Mensual</i>	409
8.1.2.	<i>Anual</i>	410
8.2.	PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN.....	411
8.2.1.	<i>Mensual</i>	411
8.2.2.	<i>Anual</i>	413
8.3.	INVERSIÓN.....	414
8.3.1.	<i>Activos Fijos</i>	414
8.3.1.1.	Activos Tangibles:.....	414
8.3.1.2.	Activos Intangibles.....	416
8.3.1.3.	Gastos Pre-Operativos.....	418
8.4.	PLANILLA DE PERSONAL	420
8.4.1.	<i>Detalle de Planilla</i>	420
8.4.2.	<i>Planilla Mensual</i>	423
8.4.3.	<i>Planilla Anual</i>	423

8.5.	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	424
8.5.1.	<i>Mensual</i>	424
8.6.	FLUJO DE CAJA DE EFECTIVO	426
8.6.1.	<i>Mensual</i>	426
8.6.2.	<i>Anual</i>	427
8.7.	FLUJO DE IGV	428
8.7.1.	<i>Mensual</i>	428
8.7.2.	<i>Anual</i>	429
8.8.	INDICADORES FINANCIEROS	430
8.8.1.	<i>Capital de Trabajo Neto</i>	430
8.8.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	430
8.8.3.	<i>Valor Actual Neto</i>	431
8.8.4.	<i>COK</i>	431
8.8.5.	<i>WACC</i>	432
8.8.6.	<i>Punto de Equilibrio</i>	433
8.9.	ESTADO DE RESULTADOS	434
8.9.1.	<i>Mensual</i>	434
8.9.2.	<i>Anual</i>	434
8.10.	FINANCIAMIENTO	435
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	436
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	438
11.	ANEXOS	442

Indice de Tablas

Tabla 1 Entrevista a Publico Objetivo.....	30
Tabla 2 Entrevista a Publico Objetivo.....	32
Tabla 3 Información Genral del Usuario 1.....	37
Tabla 4 Información Genral del Usuario 2.....	38
Tabla 5 Información Genral del Usuario 3.....	40
Tabla 6 Información Genral del Usuario 4.....	42
Tabla 7 Información Genral del Usuario 5.....	44
Tabla 8 Información Genral del Usuario 6.....	46
Tabla 9 Información Genral del Usuario 7.....	47
Tabla 10 Información Genral del Usuario 8.....	49
Tabla 11 Información Genral del Usuario 9.....	50
Tabla 12 Información Genral del Usuario 10.....	52
Tabla 13 Información Genral del Usuario 11.....	54
Tabla 14 Información Genral del Usuario 12.....	56
Tabla 15 Información Genral del Usuario 13.....	58
Tabla 16 Información Genral del Usuario 14.....	59
Tabla 17 Información Genral del Usuario 15.....	61
Tabla 18 Información Genral del Usuario 16.....	62
Tabla 19 Información Genral del Usuario 17.....	64
Tabla 20 Información Genral del Usuario 18.....	66
Tabla 21 Información Genral del Usuario 19.....	67
Tabla 22 Información Genral del Usuario 20.....	69
Tabla 23 Información General del Experto 1.....	72
Tabla 24 Información General del Experto 2.....	74

Tabla 25 Información General del Experto 3	77
Tabla 26 Información General del Experto 4	79
Tabla 27 Información General del Experto 5	80
Tabla 28 Elementos Diferenciales Competidor Directo.....	93
Tabla 29 Elementos Diferenciales Competidores Indirectos	97
Tabla 30 Bitácora de actividades.....	110
Tabla 31 Malla Receptora	121
Tabla 32 Entrevista Experiencia Experto 1	125
Tabla 33 Entrevista Experiencia Experto 2	126
Tabla 34 Entrevista Experiencia Experto 3	128
Tabla 35 Bitacora de actividades.....	131
Tabla 36 Malla Receptora Experimento 1 de Experiencia del Usuario	135
Tabla 37 Malla Receptora Experimento 1 de Experiencia del Usuario	137
Tabla 38 Preguntas Experimento 1 (Usuario) de validación de Experiencia de Usuario	144
Tabla 39 Preguntas Experimento 1 (Especialista) de validación de Experiencia de Usuario.....	146
Tabla 40 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 1).....	147
Tabla 41 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 2).....	149
Tabla 42 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 3).....	151
Tabla 43 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 4).....	153
Tabla 44 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 5).....	155
Tabla 45 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 6).....	156
Tabla 46 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 1).....	158
Tabla 47 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 2).....	160
Tabla 48 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 3).....	161
Tabla 49 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 4).....	164

Tabla 50 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 5).....	166
Tabla 51 Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 6).....	168
Tabla 52 Bitácora de actividades.....	170
Tabla 53 Malla Receptora Experimento 2 de Experiencia del Usuario	175
Tabla 54 Ficha Filtro Experimento 2 de Experiencia del Usuario	181
Tabla 55 Preguntas Experimento 2 de Experiencia del Usuario	182
Tabla 56 Bitácora de actividades.....	185
Tabla 57 Malla Receptora Experimento 3 de Experiencia del Usuario	187
Tabla 58 Hipótesis 1 Canales	194
Tabla 59 Hipótesis 2 Canales	195
Tabla 60 Hipótesis 12 Canales	196
Tabla 61 Hipótesis 4 Estructura de Costos.....	197
Tabla 62 Hipótesis 6 Recursos Claves	198
Tabla 63 Hipótesis 16 Recursos Claves	199
Tabla 64 Hipótesis 17 Recursos Claves	200
Tabla 65 Bitácora de Actividades Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio	200
Tabla 66 Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio.....	202
Tabla 67 Tabla de Resultados Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio	203
Tabla 68 Entrevista a Ingenieros de Software.....	211
Tabla 69 Hipótesis 1 Canales	215
Tabla 70 Hipótesis 2 Canales	216
Tabla 71 Hipótesis 12 Canales	217

Tabla 72 Hipótesis 4 Estructura de Costos.....	218
Tabla 73 Hipótesis 6 Recursos Claves	219
Tabla 74 Hipótesis 16 Recursos Claves	220
Tabla 75 Hipótesis 17 Recursos Claves	221
Tabla 76 Bitácora de Actividades Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio	221
Tabla 77 Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio.....	223
Tabla 78 Tabla de Resultados Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio	224
Tabla 79 Entrevista a Ingenieros de Software.....	232
Tabla 80 Hipótesis 3 Partners Clave y Recursos Clave	236
Tabla 81 Hipótesis 18 Estructura de Costos.....	237
Tabla 82 Bitácora de Actividades Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio	238
Tabla 83 Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio.....	239
Tabla 84 Tabla de Resultados Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio	240
Tabla 85 Entrevista a especialistas en el área de Marketing	243
Tabla 86 Hipótesis 3 Partners Clave y Recursos Clave	246
Tabla 87 Hipótesis 18 Estructura de Costos.....	248
Tabla 88 Bitácora de Actividades Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio	248

Tabla 89 Malla Receptora Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio	250
Tabla 90 Resultados Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio	251
Tabla 91 Entrevista a especialistas en el área de Marketing	254
Tabla 92 Hipótesis 9 del modelo de negocio	257
Tabla 93 Hipótesis 14 del modelo de negocio	258
Tabla 94 Tabla de Bitácora de actividades Experimento 2 de Validación de Modelo de Negocio	259
Tabla 95 Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	260
Tabla 96 Hipótesis 9 del modelo de negocio	266
Tabla 97 Hipótesis 14 del modelo de negocio	267
Tabla 98 Bitácora de actividades Experimento 2 (Parte 2) de Validación de Modelo de Negocio	268
Tabla 99 Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de NegocioResultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	270
Tabla 100 Hipótesis 8 del modelo de negocio propuesta de valor	275
Tabla 101 Bitácora de actividades Experimento 2 de Validación de Modelo de Negocio ...	276
Tabla 102 Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	277
Tabla 103 Hipótesis 8 del modelo de negocio propuesta de valor	282
Tabla 104 Bitácora de actividades Experimento 2 (Parte 2) de Validación de Modelo de Negocio	282
Tabla 105 Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	284
Tabla 106 Hipótesis 7 Recursos Clave.....	289
Tabla 107 Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio ...	289
Tabla 108 Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	291

Tabla 109 Hipótesis 7 Recursos Clave.....	296
Tabla 110 Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio ...	296
Tabla 111 Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	298
Tabla 112 Hipótesis 5 Actividades Clave	303
Tabla 113 Hipótesis 15 Flujo de Ingresos	303
Tabla 114 Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio ...	304
Tabla 115 Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	305
Tabla 116 Hipótesis 5 Actividades Clave	311
Tabla 117 Hipótesis 15 Flujo de Ingresos	311
Tabla 118 Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio ...	312
Tabla 119 Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio	314
Tabla 120 Hipótesis 10 Relación con los Clientes	319
Tabla 121 Hipótesis 11 Relación con los Clientes	320
Tabla 122 Bitácora de actividades Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio ...	321
Tabla 123 Malla Receptora Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio	322
Tabla 124 Resultados Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio.....	323
Tabla 125 Preguntas Experimento 4 (Usuarios) Validación de Modelo de Negocio	325
Tabla 126 Hipótesis 10 Relación con los Clientes	329
Tabla 127 Hipótesis 11 Relación con los Clientes	330
Tabla 128 Bitácora de actividades Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio ...	330
Tabla 129 Malla Receptora Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio.....	332
Tabla 130 Resultados Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio.....	333
Tabla 131 Preguntas de Focus Group.....	335
Tabla 132 Precios de la competencia directa e indirecta.....	336
Tabla 133 Presupuesto Experimento 1(Primera parte) Concierge	339

Tabla 134 Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge	339
Tabla 135 Bitácora de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge	340
Tabla 136 Resultados Anuncios Especialistas (Primera parte) Concierge.....	341
Tabla 137 Precios y paquetes de la competencia directa e indirecta.....	353
Tabla 138 Presupuesto Experimento 1(Segunda parte) Concierge	354
Tabla 139 Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge	355
Tabla 140 Bitácora de actividades Experimento 1 (Segunda parte) Concierge	355
Tabla 141 Resultados Anuncio 1 vs Anuncio 2 Experimento 1 (Segunda parte) Concierge	356
Tabla 142 Presupuesto Experimento 2 (Primera parte) Concierge	362
Tabla 143 Métrica de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge	362
Tabla 144 Bitácora de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge	363
Tabla 145 Resultados Anuncio 1 Descuento del 10% Experimento 2 (Primera parte) Concierge	364
Tabla 146 Presupuesto Experimento 2 (Segunda parte) Concierge	370
Tabla 147 Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge	370
Tabla 148 Bitácora de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge	370
Tabla 149 Resultados Anuncio 2 Sorteo de servicio gratuito Experimento 2 (Segunda parte) Concierge	372
Tabla 150 Presupuesto Experimento 3 (Primera parte) Concierge	377
Tabla 151 Métrica de actividades Experimento 3 (Primera parte) Concierge	378
Tabla 152 Bitácora de actividades Experimento 3 (Primera parte) Concierge	378
Tabla 153 Interacciones del Experimento 3 (Primera parte) Concierge	381
Tabla 154 Resultados del objetivo Experimento 3 (Primera parte) Concierge.....	381
Tabla 155 Presupuesto Experimento 3 (Segundo parte) Concierge.....	386
Tabla 156 Bitácora de actividades Experimento 3 (Segunda parte) Concierge	386

Tabla 157 Resultados Interacciones Experimento 3 (Segunda parte) Concierge	388
Tabla 158 Resultados del objetivo Experimento 3 (Segunda parte) Concierge.....	389
Tabla 159 Segmentación Geográfica del Usuario	393
Tabla 160 Distribución de Zonas por NSE de Lima Metropolitana 2020.....	393
Tabla 161 Segmentación Demográfica del Usuario.....	393
Tabla 162 Segmentación Psicográfica del Usuario	394
Tabla 163 Segmentación Conductual del Usuario	395
Tabla 164 Segmentación Geográfica del Especialista	396
Tabla 165 Distribución de Zonas por NSE de Lima Metropolitana 2020.....	396
Tabla 166 Segmentación Demográfica del Especialista	397
Tabla 167 Segmentación Psicográfica del Especialista	397
Tabla 168 Segmentación Conductual del Especialista.....	398
Tabla 169 Servicio superior cliente 1 (usuarios).....	402
Tabla 170 Servicio superior cliente 2 (especialista).....	403
Tabla 171 Posicionamiento	404
Tabla 172 Costo de adquisición de clientes Especialistas y usuarios	408
Tabla 173 Resultados Interacciones Experimento 3 (Segunda parte) Concierge	409
Tabla 174 Pronóstico de Ventas Unidades del año 1	409
Tabla 175 Pronóstico de Ventas Precio del año 1	410
Tabla 176 Pronóstico de Ventas Soles del año 1.....	410
Tabla 177 Pronóstico de Ventas Soles Anuales	411
Tabla 178 El IGV de Ventas Soles Anuales.....	411
Tabla 179 Costo de Producción Mensual.....	412
Tabla 180 Costo de Producción Con IGV Mensual.....	413
Tabla 181 Costo de Producción Anual.....	414

Tabla 182 Costo de Producción Con IGV Anual	414
Tabla 183 Detalle de Activos Tangibles	415
Tabla 184 Depreciación de Activos Tangibles.....	416
Tabla 185 Detalle de Activos Intangibles	417
Tabla 186 Amortización de Activos Intangibles	418
Tabla 187 Detalle de Gastos Pre-Operativos	420
Tabla 188 Cuadro de Descuentos por Régimen	421
Tabla 189 Detalle de Personal Año 1	421
Tabla 190 Detalle de Remuneración de Personal Anual	422
Tabla 191 Planilla Mensual Del Año 1	423
Tabla 192 Planilla Anual.....	423
Tabla 193 Gastos de Administración y Ventas Mensual Del Año 1	425
Tabla 194 Gastos de Administración y Ventas Anual	426
Tabla 195 Flujo de Caja de Efectivo Mensual Del Año 1.....	427
Tabla 196 Flujo de Caja de Efectivo Anual	428
Tabla 197 Flujo del IGV Mensual Del Año 1	428
Tabla 198 Flujo del IGV Anual.....	429
Tabla 199 Detalle de Capital de Trabajo Neto	430
Tabla 200 Detalle de Tasa Interna de Retorno	430
Tabla 201 Detalle de Valor Actual Neto	431
Tabla 202 Cálculo del COK	431
Tabla 203 Cálculo del WACC.....	432
Tabla 204 Aporte de Capital	433
Tabla 205 Punto de Equilibrio En Soles	433
Tabla 206 Estado de Resultado Mensual Del Año 1	434

Tabla 207 Estado de Resultado Anual	435
Tabla 208 Capital de Trabajo Inicial	436

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de valor cliente 1(Usuarios).....	82
Figura 2 Mapa de valor cliente 2 (Especialistas)	84
Figura 3 Mapa de valor del cliente 1 (Usuario)	86
Figura 4 Mapa de valor del cliente 2 (Especialista)	88
Figura 5 Encaje The Value Proposition Canvas Cliente 1 (Usuario).....	90
Figura 6 Encaje The Value Proposition Canvas Cliente 2 (Especialista).....	91
Figura 7 Business Model Canvas del Proyecto	101
Figura 8 Pantallas principales de On Task.....	106
Figura 9 Pantalla de perfil de los clientes	107
Figura 10 Pantalla de pago.....	107
Figura 11 Pantalla de categorías de especialistas.....	108
Figura 12 Logo On Task	109
Figura 13 Imagen del anuncio publicado	263
Figura 14 Imagen del sustento del pago del anuncio 1 (parte 1)	264
Figura 15 Imagen de los resultados.....	264
Figura 16 Imagen del anuncio 1 publicado	272
Figura 17 Imagen del sustento del pago de anuncio 1 (parte 2).....	273
Figura 18 Resultados del Anuncio 1 (Parte 2)	273
Figura 19 Imagen de anuncio 2 publicado	279
Figura 20 Sustento del pago del anuncio 2	279
Figura 21 Resultados del Anuncio 2 (Parte 2)	280
Figura 22 Imagen de anuncio 2 (mejora) publicado	286
Figura 23 Sustento del pago del anuncio 2 (Parte 2)	286

Figura 24 Resultados del Anuncio 2 (Parte 2)	287
Figura 25 Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1).....	293
Figura 26 Resultados de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1).....	293
Figura 27 Base de datos de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1).....	294
Figura 28 Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (parte 2).....	300
Figura 29 Resultados de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2).....	300
Figura 30 Base de datos de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2).....	301
Figura 31 Landing Page 2 para el Reclutamiento de Refaccionistas (Parte1)	308
Figura 32 Resultados de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1).....	308
Figura 33 Base de datos de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1).....	309
Figura 34 Landing Page 2 para el Reclutamiento de Refaccionistas (Parte2)	316
Figura 35 Resultados de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2).....	316
Figura 36 Base de datos de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2).....	317
Figura 37 Anuncio 1 de Comisión	343
Figura 38 Anuncio 2 de Comisión	344
Figura 39 Interacción N° 1 de Anuncio 2 de Comisión	345
Figura 40 Interacción N° 1 de Anuncio 2 de Comisión	345

Figura 41 Interacción N° 2 de Anuncio 2 de Comisión	346
Figura 42 Anuncio 3 de Membresía Mensual	346
Figura 43 Membresía Mensual.....	347
Figura 44 Interacción N° 1 de Anuncio 3 de Membresía	348
Figura 45 Interacción N° 2 de Anuncio 3 de Membresía	348
Figura 46 Interacción N° 3 de Anuncio 3 de Membresía	349
Figura 47 Interacción N° 4 de Anuncio 3 de Membresía	349
Figura 48 Interacción N° 1 de Anuncio 4 de Membresía	349
Figura 49 Interacción N° 2 de Anuncio 4 de Membresía	350
Figura 50 Interacción N° 3 de Anuncio 4 de Membresía	351
Figura 51 Interacción N° 4 de Anuncio 4 de Membresía	351
Figura 52 Interacción N° 5 de Anuncio 4 de Membresía	351
Figura 53 Interacción N° 6 de Anuncio 4 de Membresía	352
Figura 54 Anuncio 1 de Membresía Bimestral	358
Figura 55 Anuncio 2 de Membresía Bimestral	358
Figura 56 Interaccion de Anuncio 1 de Menbresia	359
Figura 57 Interacción N° 1 de Anuncio 4 de Membresía	359
Figura 58 Interacción N° 2 de Anuncio 4 de Membresía	360
Figura 59 Interacción N° 3 de Anuncio 4 de Membresía	360
Figura 60 Anuncio 1 del 10% de descuento.....	365
Figura 61 Interacción N° 1 Anuncio 1 (10% de desc.).....	366
Figura 62 Interacción N° 2 Anuncio 1 (10% de desc.).....	366
Figura 63 Interacción N° 3 Anuncio 1 (10% de desc.).....	366
Figura 64 Interacción N° 4 Anuncio 1 (10% de desc.).....	367
Figura 65 Interacción N° 5 Anuncio 1 (10% de desc.).....	367

Figura 66 Interacción N° 6 Anuncio 1 (10% de desc.).....	367
Figura 67 Interacción N° 7 Anuncio 1 (10% de desc.).....	368
Figura 68 Interacción N° 8 Anuncio 1 (10% de desc.).....	368
Figura 69 Anuncio 2 de Sorteo	373
Figura 70 Interacción N° 1 de Anuncio 2 sorteo	374
Figura 71 Interacción N° 2 de Anuncio 2 sorteo	374
Figura 72 Interacción N° 3 de Anuncio 2 sorteo	374
Figura 73 Interacción N° 4 de Anuncio 2 sorteo	375
Figura 74 Interacción N° 5 de Anuncio 2 sorteo	375
Figura 75 Interacción N° 6 de Anuncio 2 sorteo	375
Figura 76 Interacción con especialista	383
Figura 77 Interacción con especialista	383
Figura 78 Interacción con especialista	384
Figura 79 Interacción con usuario.....	391
Figura 80 Interacción con usuario.....	391
Figura 81 Interacción con usuario.....	392
Figura 82 Buyer Person del cliente 1 (Usuario).....	442
Figura 83 Figura 37. Buyer Person del cliente 2 (Especialista).....	442

1. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA

On Task se dispone a ser una aplicación que permite facilitar el contacto entre usuarios y especialistas que brindan servicios de refacción y limpieza del hogar. Brinda los servicios de Electricidad, Gasfitería, Carpintería, Pintado y Limpieza. Además, presenta 2 públicos objetivos: Usuarios (cliente 1) y Especialistas (cliente 2).

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

Se espera resolver, en los usuarios, el problema de falta de tiempo, conocimiento y dificultad para contactar personal confiable en la realización de tareas del hogar, refacciones y limpieza. Del mismo modo, respecto a los especialistas, se espera intervenir en la escasez de presencia digital para contactar clientes y adquirir ingresos adicionales a través de servicios de refacción.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

2.2.1. Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)

Tabla 1

Entrevista a Publico Objetivo

Entrevistas a personas del público objetivo (20 entrevistas)
Buenos/Buenas días/tardes/noches, gracias por su disponibilidad a responder un par de preguntas. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a las actividades del

hogar; por lo que, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que la información recolectada será utilizada con fines académicos.

1. Cuéntame, ¿Qué actividades/tareas sueles realizar dentro de tu hogar?
 2. Durante la pandemia por el temor al contagio a contratar un especialista ¿Has decidido realizar alguna refacción o tarea del hogar? Cuéntanos cuál fue tu experiencia, tuviste éxito al realizarlo o no.
 3. Para usted, ¿Qué tarea del hogar es más complicada de realizar? ¿Por qué?
 4. Coméntame, ¿Cuánto tiempo demoras en realizar alguna actividad como refacciones, limpieza del hogar, etc.? ¿A qué crees que se debe el tiempo que demoras en realizar esas tareas?
 5. Coméntanos, ¿Cómo te orientaste para intentar solucionar dicha actividad dentro de tu hogar?
 6. ¿Consideras que cuentas con las herramientas necesarias para realizar dichas tareas o refacciones del hogar?
 7. Cuéntanos, ¿En qué actividad del hogar usted o algún familiar sufrió algún accidente al tratar de realizarlo o repararlo?
 8. ¿Cuáles cree usted que son los arreglos más comunes que se presentan dentro del hogar y no son fáciles de solucionar?
 9. Podría contarme, ¿Cómo se siente al encontrar un problema en el hogar y resolverlo con éxito? ¿Por qué?
 10. Podría comentarme, en el caso de no lograr reparar algo dentro de su hogar, ¿Preferiría contratar a un especialista?
 11. ¿Cuándo fue la última vez que contrató a un especialista en reparaciones o quehaceres del hogar?
-

12. Coméntanos, sobre tu experiencia al contratar a un especialista en la realización de las tareas del hogar, ya sea limpieza y/o reparación.

13. Coméntanos, ¿Alguna vez tuviste algún inconveniente contratando algún servicio de realización de las tareas del hogar?

Fuente: Elaboración propia, 2022

2.2.2. Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

Tabla 2

Entrevista a Publico Objetivo

Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

Buenos/Buenas días/tardes/noches, gracias por su disponibilidad a responder un par de preguntas. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a las actividades del hogar; por lo que, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que la información recolectada será utilizada con fines académicos.

1. ¿Qué actividades laborales realiza un técnico en su día a día?
 2. ¿Con qué frecuencia utiliza su dispositivo móvil?
 3. ¿Qué dificultades presenta al momento de que las personas contacten sus servicios?
 4. ¿Con qué frecuencia tiene trabajos de reparación o similares a ellos? ¿Cómo suelen contactarlo?
 5. ¿Cómo se llevan a cabo las contrataciones del personal de limpieza y/o reparación?
 6. ¿Cómo consideras que ha cambiado el servicio de limpieza y/o reparación del hogar a
-

raíz de la pandemia?

7. ¿Cuáles fueron las limitantes que has observado cuando se restringieron las actividades/tareas del hogar a raíz de la pandemia?
8. ¿Consideras que la demanda de las personas que solicitan ayuda en ciertas actividades dentro del hogar ha aumentado? Si es así, ¿en qué actividades principalmente?
9. ¿Qué aspectos consideras relevantes al momento de ser contratado por una persona que requiere su servicio profesional?
10. ¿Qué es lo que esperaría el cliente de un servicio de limpieza doméstica profesional al momento de contactarlo basándose en sus referencias?
11. ¿Qué habilidades/cualidades consideraría importante para el proceso de contratación de personal de limpieza y/o reparación del hogar?

Fuente: Elaboración propia, 2022

2.3. Resultados obtenidos

- Se encontró que muchas de las personas no cuentan con mucho tiempo disponible para la realización de refacciones o tareas generales del hogar. Esto debido a que priorizan sus labores y desarrollo profesional. Uno de los más importantes hallazgos rescatados de las entrevistas, es el hecho de que muchas personas deben priorizar su trabajo y desarrollo profesional, teniendo que minimizar el tiempo disponible para llevar a cabo tareas del hogar o realizar refacciones. Sin embargo, se observó que en muchos casos los usuarios no llevan a cabo dichas tareas o refacciones debido a que no cuentan con experiencia ni conocimiento del caso. Asimismo, tienen miedo de poder tener algún accidente en el desarrollo de quehaceres del hogar muy complejas, por lo cual prefieren recurrir a un especialista.

- En muchos casos no existe una persona predeterminada que cuente con la experiencia de realizar refacciones o mejoras del hogar como artículos electrodomésticos, arreglar las tuberías del lavadero y entre otras. No obstante, los usuarios si tienen la intención de llevarlos a cabo e intentar solucionar el problema, debido a que no tienen un contacto confiable que los pueda ayudar.
- Existe una dificultad por parte de las personas en cuanto a las reparaciones del hogar, ya sea por falta de experiencia o por que no cuentan con las herramientas necesarias para realizarlo. La mayoría de las personas entrevistadas trabajan, estudian y carecen del tiempo para realizar las tareas del hogar, ya que esto les quita tiempo que prefieren dedicar al trabajo. Incluso, les parece molesto y tedioso, pues como se mencionó prefieren darles prioridad a cosas relacionadas a los estudios o trabajo.
- Algunos usuarios estarían mayormente dispuestos en contratar a un especialista de limpieza o refacciones del hogar siempre y cuando las actividades sean muy complicadas. Incluso, ponen en riesgo su vida, pues consideran que para las actividades más sencillas pueden guiarse de tutoriales que suelen encontrar en YouTube.
- Se evidencia que las dificultades que los expertos suelen presentar de manera constante están relacionadas básicamente en la confianza, pues los usuarios consideran que los especialistas deben pertenecer a una empresa

u organización formal con la finalidad de contratar sus servicios de manera eficaz y segura.

2.4. Análisis y aprendizajes

- Se alcanzó a validar la propuesta de negocio, debido a que se vio la necesidad del mercado de requerir servicios de limpieza, refacciones entre otras tareas del hogar. Es así que con nuestra idea de negocio lograremos dar una solución ante esta problemática a nuestro potencial segmento de usuarios.
- Por medio del análisis realizado en base a la investigación previa que se hizo consultando a usuarios, podemos evidenciar que la poca organización, limpieza y experiencia en refacciones, se origina porque ellos consideran que hay factores mucho más importantes como el trabajo, y el exceso del mismo, ya que la priorización de otros deberes y la escasez de tiempo, no les permite realizar.
- Debemos centrarnos en las limitaciones y restricciones dadas por el Estado, que por lo visto será un punto de debilidad si no asesoramos a los técnicos de cumplir con el correcto protocolo. Asimismo, es importante reconocer que el usuario busca una aplicación confiable para poder ver las referencias de los técnicos y/o especialistas. Es más, todo este proceso se caracteriza por ser 100% segura para el usuario que desea considerar su servicio esencial. De esa manera, posicionar a la aplicación en toda Lima

Metropolitana para ayudar a crecer la demanda de usuarios con la finalidad de crear más oferentes que quieran prestar sus servicios. De esta manera, se va a lograr fidelizar al consumidor en el largo plazo, que garantice la completa labor de técnico en su hogar.

- Uno de los aprendizajes que se logró con ayuda de las entrevistas es el impacto positivo que tiene las empresas formales del sector limpieza y reparaciones, pues al ser formalizadas tienen beneficios como un mejor posicionamiento en el mercado, acceso a financiamiento y posibilidad de expansión a mercados internacionales.
- Otro aprendizaje que pudimos identificar por medio de las entrevistas que el descubrimiento de nuevos especialistas o personal de limpieza por parte de los clientes es netamente a base de recomendaciones de amigos o familiares, situación que nos hace identificar que nuestra propuesta de valor con la aplicación podría satisfacer un espacio del mercado que aún no ha sido satisfecha.

2.5. Sustentación de la validación (enlace de videos, audios, etc)

La información expuesta fue recolectada a través de entrevistas online por la plataforma Zoom.

2.5.1. Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)

Tabla 3

Información Genral del Usuario 1

Entrevista validación del problema	
número:	1
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Lévano Neyra, Giordano
Actividad:	Estudiante de Ingeniería Civil en la UCV
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Alan Quispe, Lizeth Yovana
Resumen registro:	



El joven Giordano nos comentó que es estudiante de la carrera de Ingeniería Civil de la Universidad César Vallejo. Las actividades del hogar que suele realizar frecuentemente es limpiar su cuarto, sala, cocina y baños. Cabe precisar, que él es el único que realiza esto en su hogar, ya que prácticamente vive solo. Asimismo, durante la pandemia, por el temor al contagio no se ha visto en la necesidad de contratar a un especialista para alguna refacción o tarea del hogar, ya que sí logró tener éxito, pero se le complicó el tema de cocinar, pues era nuevo para él. Con respecto a la actividad más complicada de realizar, nos mencionó que es cortar el césped de su pequeño jardín y eso se le dificulta también por el tema de su horario que tiene como estudiante. Además, suele demorar un aproximado de 2 horas para cocinar, pues el factor que le juega en contra es el tiempo al tener diversos proyectos de

la universidad. Para realizarlo suele orientarse por medio de las redes sociales como Facebook y YouTube. Para el tema de reparaciones o limpieza, él considera que sí cuenta con las herramientas necesarias y si no las tiene pues cerca a su casa está SODIMAC, lo cual se le facilita. Con respecto a algún accidente que sufrió él o algún familiar al tratar de hacer una reparación, comentó que su tío se cortó la mano al reparar el tubo de agua del baño, debido a que no tenía guantes. Por ende, cree que los arreglos más comunes que se presentan en el hogar y no son fáciles de solucionar son los arreglos a la lavadora y mantenimiento de los baños, porque no muchos tienen conocimiento de cómo solucionarlo. Asimismo, al ser consultado de cómo se siente al encontrar un problema en el hogar y resolverlo con éxito, manifestó que se siente bien porque le eleva la autoestima al sentir que puede lograr más cosas sin la necesidad de un apoyo familiar o especialista. Solo en casos extremos estaría dispuesto a contratar a un técnico, pues existen daños en la tubería que estaría afectando a más personas como sus vecinos. La última vez que contrató a un especialista en reparaciones fue el año pasado y se llevó una buena experiencia al darse cuenta que se notaba que tenía mucho conocimiento en el tema y por ende le pidió su número para otra oportunidad. Al finalizar, resaltó que no ha tenido ningún inconveniente al contratar a un especialista.

Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=f1YZnn_oQgc8

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 4

Información Genral del Usuario 2

Entrevista validación del problema

número:

2

Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Valeriano Alzamora, Rosmery
Actividad:	Estudiante de Enfermería en la UNAC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



La señorita Rosmery menciona que es estudiante de la carrera de Enfermería en la Universidad Nacional del Callao. Ella normalmente cocina y trata de arreglar el jardín. Asimismo, siempre ha necesitado ayuda en el jardín, ya que es muy grande y no puede cortar el césped y

tampoco podar las plantas. Ella no suele tener éxito en lo mencionado, pero hace su mayor esfuerzo. Además, considera que la tarea más complicada del hogar es el mantenimiento del jardín, porque lo ve como muy riesgoso por los cortes que ha tenido y las caídas cuando ha tratado de podar las flores que estaban a una altura considerable. En el tema del tiempo que suele demorarse en realizar la actividad de cocinar, son aproximadamente 4 horas. Ella cree que es porque no le gusta hacerlo y se le dificulta picar las verduras, impidiéndole hacerlo más rápido pues lo realiza con miedo. En ese sentido, siempre busca tutoriales para preparar las comidas, puesto que suele olvidarse los ingredientes o la manera de preparación. Entonces, para evitar eso el usuario prefiere ver tutoriales en YouTube o también algunas recetas que tiene en físico. Por otro lado, nos comentó que en una circunstancia su tío trato de reparar la tubería de su casa, pero un caos total porque se terminó inundando. Respecto a los arreglos más comunes que se presentan dentro de un hogar y no son fáciles de solucionar, considera que son los de gasfitería y de reparaciones eléctricas, pues son muy riesgosos hacerlo si no se tiene conocimiento previo. En ese caso

cree que es mejor contratar a un especialista que se encargue de ese problema. Ella enfatiza que eso de cambiar cables no es nada fácil y si no sabes realizarlo hasta te puede costar la vida. Cabe resaltar que, cuando encuentra un problema en su hogar y lo logra resolver con éxito, se asombra y se siente feliz, porque a veces se las ingenia y ni ella misma puede creer que lo hizo. Sumado a ello, menciona que en caso de no lograr reparar algo dentro de su hogar, optaría por contratar a un especialista, pues prefiere pagar en vez de arriesgarse a hacer algo que no tiene ni la menor idea de cómo hacerlo y así evitar accidentarse. La última vez que contrató a un especialista en reparaciones fue la semana pasada para que arreglaran su cañería, aunque lo hizo un poco con temor, porque es bien desconfiada. Finalmente, nos comentó sobre su experiencia al contratar a un especialista en reparaciones, la cual fue buena porque le explicó lo que sucedía y qué es lo que debe hacer en esos casos, cobrándole un precio razonable. Respecto al inconveniente que tuvo al contratar esos servicios, el año pasado ella había quedado con un especialista que iba arreglar sus cables, porque tenía una pequeña reunión, quedando en un día exactamente y dándole un adelanto para que compre los materiales necesarios, pero el personal no llegó ese día y por ende no pudo realizar ese evento. Desde ese momento es muy desconfiada y es prefiere hacer sus cosas sola o con ayuda de algún familiar.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=9UK-mg6z0PU>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 5

Información Genral del Usuario 3

Entrevista validación del problema

número:

3

Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Abanto Espinoza, Rubí
Actividad:	Estudiante de Administración y Negocios Internacionales en la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



La señorita Rubí nos comentó que es estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Las actividades del hogar que suele realizar normalmente son limpiar su cuarto o sala, cocinar y lavar la ropa de sus familiares. Asimismo, durante la pandemia, por el temor al contagio evidentemente no se ha visto en la necesidad de contratar a un especialista para alguna refacción o tarea del hogar. Durante ese tiempo ella clavó un colgador de toalla en el que logró tener éxito, pero se le complicó al no tener experiencia en ello. Con respecto a la actividad más complicada de realizar, nos mencionó que es limpiar su casa de 3 pisos, ya que se demora diariamente 2 horas por el tema de que se distrae al estar con el celular y escuchar música. En el tema de realizar la actividad del clavado se guió de los videos en YouTube para saber como se tenía que empezar. Gracias a ello, logró tener éxito. Ella considera que no cuenta con las herramientas necesarias para realizar todas las tareas del hogar, pero sí cuenta con algunas, ya que su papá siempre es precavido y tiene herramientas de refacción. Con respecto a algún accidente que sufrió ella o algún familiar al tratar de hacer una reparación, comentó que su papá al tratar de mover una maceta se lastimó el dedo. Otro problema que presentó y en el que no tuvo éxito fue cuando trató de arreglar el

caño, ya que su casa se llegó a inundar. En relación a los arreglos más comunes que se presentan en el hogar y no son fáciles de solucionar considera que mayormente los tienen las amas de casa, puesto que se puede romper el asa de una olla o tal vez en el baño se malogre el caño. Al ser consultado de cómo se siente al encontrar un problema en el hogar y resolverlo con éxito, manifestó que sí se trata de refacción se siente feliz y emocionada porque lo ha logrado y son cosas que no maneja mucho. Finalmente menciona que para el tema de electricidad estaría dispuesta a contratar a un especialista, porque es muy peligroso, por ejemplo, en su casa suele volarse el plomo y se llegan a quedar sin luz. No obstante, su papá a veces quiere arriesgarse en arreglar, pero su familia prefiere contratar a un técnico porque siente que la electricidad es un arma de doble filo. La última vez que contrató a un especialista fue hace poco para que pueda verificar los medidores de luz, ya que todo sobre el tema de electricidad para ella es bastante riesgoso y prefiere gastar su dinero para llamar a un experto. Al ser consultada por su experiencia, contestó que se llevó una buena experiencia, debido a que siempre llama a una persona de confianza que es muy amable.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=YBZpmTGn3xE>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 6

Información Genral del Usuario 4

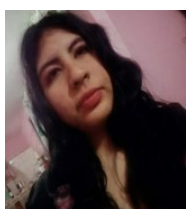
Entrevista validación del problema

número:

4

Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Paucar Vicente, Valery
Actividad:	Estudiante de Derecho en la ULADECH
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



La señorita Valery menciona que es estudiante de la carrera de Derecho en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Normalmente ella cocina y realiza la limpieza de su casa. Asimismo, siempre ha necesitado ayuda en el jardín, porque es demasiado grande y a veces no puede cortarlo bien. Esto se debe a que encuentra espinas, pero siempre hace su mayor esfuerzo. En el tema del tiempo que se demora en realizar la actividad de limpiezas aproximadamente son 3 horas. Ella cree que es porque no le gusta hacerlo y se le dificulta al tener una casa de 5 pisos y además tiene que cuidar a una bebé. Respecto al tema de la cocina, ella siempre busca tutoriales en YouTube para realizar bien las comidas. Por otro lado, nos comentó que en una circunstancia su tío trató de arreglar la lavadora, pero no tuvo éxito, ya que lo terminó empeorando. Respecto a los arreglos más comunes que se presentan dentro de un hogar y no son fáciles de solucionar, considera que son los de gasfitería, pues lo considera muy riesgoso. Cabe precisar que, cuando encuentra un problema en su hogar y lo logra resolver con éxito, se siente muy alegre, porque a veces se las ingenia y le cuesta mucho hacerlo. Sumado a ello, menciona que en caso de no lograr reparar algo dentro de su hogar, preferiría contratar a un especialista en vez de arriesgarse y tener algún incidente. La última vez que contrató a un especialista en reparaciones fue el año pasado para que arreglaran la electricidad de su casa. Finalmente, nos comentó que esa experiencia fue muy

buena, porque el personal le brindó consejos para que no se exponga a peligros. Respecto al inconveniente que tuvo al contratar un servicio de este tipo fue hace dos años, pues el personal nunca llegó, haciéndola quedar mal porque había quedado en realizar pizzas para sus amistades.

Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=xElEp_a77DmQ

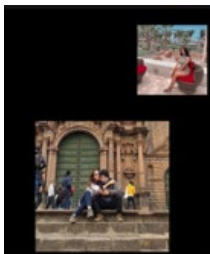
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 7

Información Genral del Usuario 5

Entrevista validación del problema número:	5
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Malaga Rubio, Luis
Actividad:	Estudiante de Administración
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori

Resumen registro:



En la siguiente entrevista realizada Luis nos cuenta cuáles son las actividades que realiza en su hogar, las cuales son, cambiar los focos, cambiar las puertas que muchas de ellas necesitan lubricación, el mantenimiento y limpieza de su baño. Asimismo, Luis nos comenta que durante la pandemia no requirió contratar a ningún especialista por el miedo a contagiarse, es por ello que el mismo realizaba sus tareas o refacciones del hogar. Esta

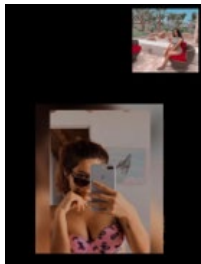
experiencia le pareció divertida e interesante debido a que buscaba información en internet y eso le entretenía. En cuanto a la tarea que le parece más complicada de realizar, nos comenta su experiencia de cambiar las luces de su candelabro, ya que este es antiguo y debe tener cuidado de no caerse. Luis suele tomarse mínimo 30 minutos debido a la falta de experiencia. Asimismo, Luis al realizar determinadas tareas suele buscar información por medio de videos en YouTube para poder orientarse, saber si es complicado y cuanto tiempo le tomará realizar dicha tarea. Sobre las herramientas que Luis cuenta son una caja básica que heredó de su papá y algunas que ha ido acumulando en el transcurso del tiempo. Por otro lado, Luis nos comenta que tuvo una mala experiencia al intentar colocar un espejo, pues el marco de este se encontraba flojo, por lo que se rompió y se accidentó, es por ello que ahora tiene más cuidado en llevar a cabo las tareas del hogar. Cabe mencionar que los arreglos más comunes que Luis encuentra en su hogar son los cambios de focos del baño o de su cuarto. Al realizarlo con éxito, Luis se siente feliz y satisfecho de ello. Asimismo, Luis menciona que si la actividad que está realizando es muy complicada él prefiere contratar a un especialista que lo apoye, de esta manera evita empeorar la situación y posibles accidentes. La última vez que Luis contrató un especialista fue hace un mes, Luis requirió el servicio de un señor para la reparación de su refrigerador que empezó a fallar. Por último, Luis nos comenta que el especialista que suele contratar es un conocido de hace años, que cuenta con experiencia y es recomendado por la vecindad. Por ello, Luis nos comenta no haber tenido problemas ni inconvenientes al requerir sus servicios.

Link de la entrevista:

https://youtu.be/uZJzp_-2pq0

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 8*Información Genral del Usuario 6*

Entrevista validación del problema	6
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Alejandría Gloria, Jackeline
Actividad:	Diseñadora de Modas
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori
Resumen registro:	
	<p>En esta entrevista, Jacky nos comenta las actividades que realiza normalmente en su hogar, las cuales son tareas cotidianas como home office y tareas domésticas. En cuanto a las tareas que se le dificulta realizar es cuando realiza home office, debido a que en muchas ocasiones su laptop se pone lenta o se malogra, lo cual complica la realización de sus labores. Es por ello que nos comenta que durante la pandemia ha solicitado el servicio de un especialista, en este caso para reparar su laptop. Asimismo, nos cuenta que cuando han tenido emergencias han requerido la contratación de una persona que los ayude, teniendo en cuenta los protocolos para evitar contagio. Este tipo de servicio suele ser contactado por recomendaciones de amistades, ya que estos les dan seguridad de que estén capacitados y le brinden un buen servicio. Asimismo, Jacky nos cuenta de sus experiencias que ha tenido al contratar un especialista, este se dio cuando requirió de contratar un servicio técnico y un especialista para que arregle las conexiones de electricidad de su hogar. Por otro lado, Jackeline nos comenta su experiencia al contratar</p>

a un técnico, el cual si realizó bien el trabajo. Sin embargo, demoró mucho en hacerlo más de una semana y el costo del servicio fue alto. Esto debido a que no encuentra muchos técnicos o especialistas que sean recomendados, pues no conoce y tiene que elegir entre las pocas opciones que le refieren. En cuanto a los inconvenientes, Jacky dice que en muchos casos estos técnicos/especialistas no son del todo responsables, pues suelen fallar y no ir a realizarle el servicio. Asimismo, no cumplen con el horario acordado en que hará el servicio, lo cual le genera mucha insatisfacción y molestias.

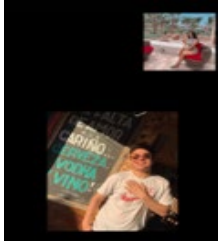
Link de la entrevista: https://youtu.be/_1vH_E50d8o

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 9

Información Genral del Usuario 7

Entrevista validación del problema	7
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido	Vítor Alexis, Willy
Actividad:	Estudiante de Administración y Negocios Internacionales
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori
Resumen registro:	



Alexis nos comenta en la entrevista realizada que las actividades que normalmente realiza en su hogar es lavar los cubiertos, barrer, desinfectar la cocina y baño, ya que por la coyuntura actual debemos ser más cuidadosos en ese tema. Para ello, su familia cuenta con un

horario en donde están especificadas las tareas del hogar a realizar, las cuales son separadas entre su hermana y él. Durante la pandemia, Willy por miedo al contagio decidió realizar la refacción de su televisor, sin embargo, no tuvo éxito. Asimismo, Willy nos comenta que una de las tareas que se le complica realizar es cuando le toca hacer la limpieza del baño, debido a que no le agrada mucho. Willy para la realización de dicha tarea toma aproximadamente 10 a 20 minutos en realizar la limpieza de los servicios higiénicos, debido a que debe ser cuidadoso y hacer el aseo pertinente del baño. Cabe mencionar que el tiempo de cada actividad puede variar, debido a que depende de su horario de trabajo y clases de la universidad. Willy cuenta con las herramientas necesarias para realizar este tipo de tarea como guantes, lejía y desinfectantes para realizar esta actividad. Por otro lado, Willy mencionó que tuvo un familiar (su tío) que se accidentó al intentar arreglar la terma de su baño, la cual es como un tanque. Esta se descompuso y no funcionaba adecuadamente. Es por ello que al intentar subir con una escalera para solucionarlo se cayó y sufrió lesiones en el brazo, por lo cual lo tuvieron que llevar por emergencia a su tío. En cuanto a los arreglos más comunes que se encuentran en el hogar y no encuentra fácil de realizar son las refacciones de aparatos y artículos del hogar. Por este motivo suelen contratar un personal adecuado. Asimismo, Willy realizó una compra de una repisa de armario, he intentó instalarlo con su hermana, se demoraron y se les complicó en realizarlo. Por ello, Willy ante estos casos prefiere contratar un especialista y pagar por el servicio adicional que brindan algunas tiendas para la instalación. Por último, el entrevistado nos comenta que

hasta el momento no ha tenido inconvenientes a la hora de contratar un especialista.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/inW38wTd3Co>

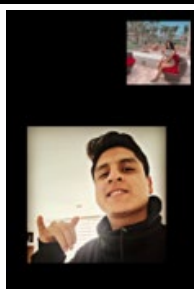
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 10

Información Genral del Usuario 8

Entrevista validación del problema	8
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Jauregui Alarcon,
Actividad:	Estudiante de Administración y Marketing
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori

Resumen registro:



Julio nos cuenta que las actividades que suele realizar en casa es la limpieza de la cocina y de su casa. Debido a la coyuntura actual, Julio se ve forzado a buscar nuevas formas de poder aprender cosas nuevas, información para la realización de las tareas. De esta forma también ahorra

y ha aprendido a arreglar enchufes eléctricos, lo cual le pareció interesante. Asimismo, Julio nos comenta que dentro de su hogar le parece complicado realizar refacciones de artefactos eléctricos. Julio depende del tipo de refacción y la gravedad del problema suele demorar de 2 a 3 horas, en cuanto a la limpieza del hogar se demora de 30 a 40 minutos. Julio suele orientarse por medio de guías y tutoriales en internet. En cuanto a las herramientas, Julio cuenta con un kit básico como un taladro, martillo y desarmadores para

hacer una reparación básica que no demande tanto tiempo ni detalle. Julio nos cuenta su experiencia sobre un tema eléctrico, en el cual su tío tuvo un error al momento de instalarlo, ya que cuando colocó su electrodoméstico, el cual causó cortocircuito. En cuanto a los arreglos más comunes que encuentra en su hogar es la instalación de cable, internet o reparación de un electrodoméstico. En adición, Julio encuentra satisfactorio el poder encontrar algo nuevo que reparar y que este se logre de manera exitosa, ya que te motiva y lleva a aprender más cosas y volver a intentarlo. Julio nos comenta que sí prefiere contratar un especialista, debido a que ellos conocen del tema y saben solucionarlo de manera satisfactoria. Asimismo, se evitan accidentes. La última vez que Julio contrató un especialista fue cuando falló la tubería en su casa. Este especialista era un recomendado de su compañero del trabajo, fue bastante amable, efectivo y preciso en encontrar el problema. Por último, Julio no ha contado con malas experiencias al contratar un servicio de un especialista debido a que todos son recomendados.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/0eQ2Lq-x8Hk>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 11

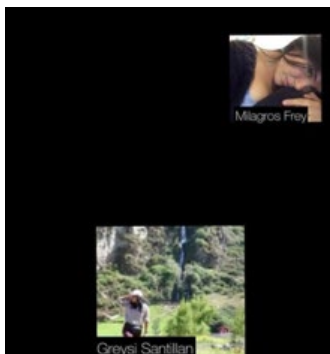
Información Genral del Usuario 9

Entrevista validación del problema	9
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Greysi Santillan Pajuelo
Actividad:	Estudiante de Biología en la UPCH

Nombre y Apellido del Entrevistador:

Frey Perez, Milagros Fiorella

Resumen registro:



La señorita Greysi nos comentó que es estudiante de la carrera de Biología en el último año de la universidad Cayetano Heredia. Por otro lado, ella nos comentó que las tareas del hogar que suele realizar comúnmente es barrer, limpiar, cocinar, lavar y ordenar, todo esto lo hace sola, ya que ella es la única que vive en su departamento y como la mayoría del tiempo se la pasa estudiando, tiene un tiempo promedio para realizar esas actividades, ya que su universidad es bastante exigente y los horarios de sus cursos que lleva ocupan la mayor parte de su tiempo. Ella nos comenta que por temor a la pandemia y a contratar un especialista, ha intentado arreglar su lavadora, pero no le funcionó nada de lo que hizo y aún está malograda al igual que su refrigeradora, ya que no se encuentra preparada para contratar algún especialista por la coyuntura actual y su experiencia intentado arreglar dichas cosas por su lado fue mala. Las tareas que le parecen más complicadas de realizar dentro de un hogar para ella es cocinar y limpiar, ya que se le complica por el tiempo con el que cuenta y la disposición para realizar estas actividades. Ella nos mencionó anteriormente que su universidad le demanda demasiado tiempo y cuando decide realizar dichas tareas se demora comúnmente entre 2 horas y 4 horas para limpiar, y considera que ese tiempo que se demora es por la falta de experiencia. Cuando a Greysi le surge realizar alguna actividad ya sea tareas del hogar o refacciones, busca información en internet, ya sea videos o algún foro, ya que le resulta útil y encuentra muchos consejos. Si embargo, no cuenta con las herramientas necesarias para reparar algo dentro de su hogar, como en el caso de su lavadora, pues no contaba con las herramientas necesarias para hacerlo. Ella nos comenta

que al momento que intentó reparar su lavadora le ocurrió un accidente, ya que se electrocutó y se llevó un gran susto. Greysi considera que los arreglos más comunes que se presentan dentro de un hogar y no son fáciles de solucionar es cambiar un foco, arreglar un cable y problemas con electrodomésticos, ya que al vivir sola no le parecen actividades fáciles, pero sí comunes. En definitiva, cuando la entrevistada encuentra un problema en su hogar y lo resuelve con éxito se siente bien, como cuando cambió su foco. Ella también nos comenta que preferiría contratar un especialista, ya que considera que no sabría si lo está haciendo bien o mal. La última vez que ella contrató a un especialista fue antes de pandemia para que instalara su lavadora y arregle su terma. Además, considera que los especialistas tienen experiencia, ya que son personas que saben realizar su trabajo y lo hacen de la manera más eficientes, con herramientas especiales y conocimientos necesarios.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/6hyExH-sK-U>

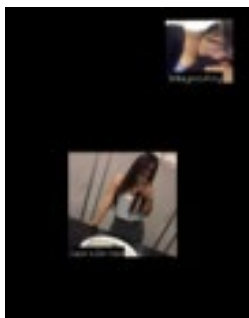
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 12

Información Genral del Usuario 10

Entrevista validación del problema	
número:	10
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Dayan Berrospi
Actividad:	Egresada de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la UPC

Resumen registro:



La señorita Dayana nos comentó que es egresada de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, que vive solo con su hermana en un departamento. Por otro lado, las tareas que más suele realizar dentro de su hogar desde que salió de la casa de sus padres es cocinar, limpiar, barrer, lavar, entre otras actividades y lo que más le molesta es limpiar. Ella nos comenta que por la pandemia y el temor al contagio ella ha decidido realizar refacciones y tareas dentro de su hogar como reparar su ducha, ya que su plomo y cableado explotó, y por miedo al contagio y a que entre alguien externo lo intentó por su y si logro solucionarlo, pero había un miedo latente a que las cosas salgan mal. Para Dayana la tarea del hogar más complicada de realizar es cocinar y limpiar, ya que son actividades que le ocupan demasiado tiempo, entre 5 horas más o menos, por más mínimo que sea la actividad, ya que se distrae demasiado al momento de hacerlo y así se le pasa el tiempo. La manera en que ella se orienta para intentar solucionar actividades dentro de su hogar es primero realizar un plan con las actividades que debe de hacer y así se organiza. Ella no cuenta con las herramientas necesarias para realizar refacciones, como en el caso de su ducha que siempre se le malogra y a cada momento deben de buscar un especialista para que solucione el problema, ya que son refacciones que involucran corriente y es peligro intentarlo, también presentan problemas con sus tuberías y sus caños dentro de su hogar. Dayana nos comenta, que ella no sufrió ningún accidente de gran magnitud al momento de intentar reparar algo, pero si en algún momento al querer reparar sus luces de navidad se electrocuto, pero su papá si sufrió un accidente fuerte al momento de cablear y casi le afecta la vista, y considera que es muy peligroso realizar actividades para las cuales no se está

especializado. La entrevistada considera que los arreglos más comunes que se presentan es cambiar focos, chapas de la puerta, artefactos que dejan de funcionar o tomacorrientes que se desprenden. Cuando ella encuentra un problema en su hogar trata de buscar la solución más eficiente y cuando logra hacerlo bien, siente una satisfacción de éxito, calma y seguridad, pero cuando no logra hacerlo por su cuenta considera contratar a un especialista por el miedo de repararlo mal y prefiere no tocarlo. La última vez que Dayana contrató a un especialista fue antes de empezar pandemia, para arreglar su caño, ya que genera mucha gotera y eso mancho la pared y su experiencia fue gratan al inicio, ya que lo logró arreglar, pero no le gusto el tema de los precios que manejaba el especialista

Link de la entrevista:

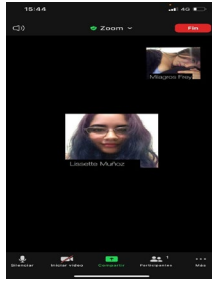
<https://youtu.be/vlTjkg18f9o>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 13

Información Genral del Usuario 11

Entrevista validación del problema	11
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Lisette Muñoz
Actividad:	Estudiante de Administración y Negocios internacionales en la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Frey Perez, Milagros Fiorella
Resumen registro:	



La señorita Lisette se presentó y nos comentó que es estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la UPC. Por otro lado, nos dijo que las tareas y actividades que suele realizar dentro de su hogar, aparte de estudiar, es intentar mantener su hogar limpia y ordenada, barriendo, trapeando, lustrando su piso, limpiando sus ventanas y lavando su ropa. Nos cuenta que hace unos meses tuvo un problema con una de sus tuberías de su baño y tuvo que llamar a un gasfitero. Ella considera que algunas de las actividades más difíciles de realizar es limpiar la ventana, ya que le parece que requiere un método especial, al igual que los baños, los cuales son los lugares más sucios y comenta que es tedioso para ella encerar. El tiempo que se toma para realizar estas actividades son como 3 horas y generalmente le lleva todo el día, esto se debe que ella es muy minuciosa al realizar dichas actividades. La manera en que Lisette se orienta para realizar algunas actividades dentro de su hogar de manera correcta es porque vio cómo su familia lo hacía y de esa manera ya tenía una idea de como hacer las cosas de manera correcta. Una vez intentado arreglar su lustradora, Lisette tuvo un accidente, ya que se electrocutó y se llevó un gran susto. Ella nos dice que en su edificio el intercomunicador constantemente se malogra, su licuadora suele fallar, hay problemas con sus tuberías y los caños que por el uso que le dan se gasta. Ella considera que lo mencionado anteriormente son los arreglos más comunes que se presentan y que no son fáciles de solucionar, ya que se necesita un especialista. Cuando ella resuelve un problema dentro de su hogar con éxito, se siente tranquila y aliviada por poder solucionarlo sin necesidad de ayuda y en caso no logre resolverlo, ella prefiere contratar un especialista lo antes posible, por que si lo deja así el problema empeorará. La última vez que ella contrató a un especialista fue hace 5 meses, ya que tuvo un problema con sus tuberías de su baño y tuvieron que cambiarlo y nos comenta que en algún momento

sí tuvo un inconveniente con un especialista, pues no había realizado el trabajo correctamente.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/Lmo2giFAKfU>

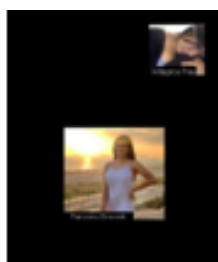
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 14

Información Genral del Usuario 12

Entrevista validación del problema	
número:	12
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Francesca Simonetti
Actividad:	Estudiante de la carrera de Marketing y Comunicación en la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Frey Perez, Milagros Fiorella

Resumen registro:



La entrevistada nos comentó que estudia Comunicación y Marketing en la UPC. Por otro lado, nos dijo que las tareas que suele realizar dentro de su hogar son muchas debido a la pandemia, ya que tanto la universidad y el trabajo lo realiza desde casa, como limpiar, ordenar cuartos, limpiar la cocina, entre otras cosas. Al inicio de las restricciones por la cuarentena, a ella le surgió un problema con sus cañerías dentro de su hogar y por miedo

de contratar a un especialista dado el covid-19 decidieron arreglarlo por su cuenta y le pareció una refacción super difícil, porque se presentaron muchas complicaciones y finalmente decidieron contactar a alguien con todas las medidas de seguridad. Francesca nos comenta que la tarea más complicada que se puede presentar dentro de un hogar es reparar cosas, cuando se quema un foco, se malogra los focos, ya que son actividades que ellas mismas no pueden solucionar debido a la falta de experiencia, no contar con herramientas ni el tiempo necesario para hacerlo y son cosas delicadas que implican electricidad; por eso, intenta contactar personas para realizarlo. Cuando la entrevistada realiza una limpieza dentro de su hogar suele demorarse entre 5 a 6 horas, y cuando se trata de una remodelación si le lleva días Para realizar alguna reparación o arreglo, ella se orienta llamando a sus papás para que les consulten si tienen conocimiento sobre el problema, pero normalmente recurre a las plataformas virtuales como videotutoriales. Asimismo, nos menciona que desde la pandemia ella siente que las cosas se deterioran fácilmente, ya que hay más personas en casa y considera que no cuenta con las herramientas necesarias para realizar reparaciones Nos comentó que una vez su abuelo sufrió un accidente por intentar reparar su termo, ya que olvidó apagar la llave general de la luz, porque no tenía las herramientas que utilizan los especialistas. Para ella los arreglos más comunes que se presentan dentro de un hogar y que no son fáciles de solucionar son que se averíe la refrigeradora, que se malogre algún artefacto de su cocina o un televisor. La entrevistada nos comenta que cuando resuelve algo con éxito se siente satisfecha, pero son pocas las veces que intentan resolver y prefiere contratar a un especialista por temor a malograrlo más, o que se accidente con la electricidad o que se realice algún corte. Ella considera que los especialistas son la mejor opción, ya que tienen las herramientas y el conocimiento necesario. Nos contó que una vez tuvo una mala experiencia con un especialista, ya que no hizo su trabajo como debía, y se dieron cuenta que solo era un

aficionado.

Link de la entrevista:

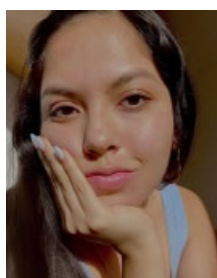
<https://youtu.be/yvEWht-uRNk>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 15

Información Genral del Usuario 13

Entrevista validación del problema	13
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Paola Carolina Pozo
Actividad:	Estudiante de la Universidad de Lima
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrion, Luis Enrique
Resumen registro:	



La señorita se presentó y nos comentó que estudia la carrera de Comunicaciones en la Universidad de Lima. Luego nos informó que suele lavar los platos y lavar la ropa como actividades más recurrentes que realiza. Además, nos hizo saber de su experiencia pintando paredes de su hogar por miedo a no contratar a un pintor y al contagio lo cual fue no tan exitoso, debido a que las paredes no se pintaron de manera tan correcta. Después, nos dijo que para ella lavar los platos era una tarea bien trabajosa, puesto que en algunos casos se acumulan muchos platos. Más tarde nos indicó que realiza mucha investigación para poder arreglar ciertos inconvenientes de su hogar como un caño mal colocado y que le puede tomar mucho tiempo para realizarlo, pero en otros casos como lavar los platos, se le hace más sencillo

porque conoce el procedimiento y le toma menos tiempo. Asimismo, se orienta para realizar actividades del hogar que no se conocen por medio de YouTube o páginas en Internet, porque es una solución más precisa. Por otro lado, Paola mantiene en su hogar un pequeño maletín de herramientas, pero en ciertos casos se ve en la obligación de hacer la compra de una herramienta extra por una reparación dentro de su hogar. A continuación, nos hizo saber de la experiencia que vivió su hermano cuando colocaba unos cuadros de su hogar, pues se hizo una herida con el martillo. Por consiguiente, nos comentó la señorita Pozo que las tuberías suelen malograrse constantemente y no son sencillas de solucionar. Igualmente, nos informaba del sentimiento de satisfacción que otorga el realizar una actividad del hogar y cumplirla con éxito. Paola nos hizo saber que ella contraria a un especialista dependiendo la gravedad del tema, porque en algunos casos como pintar paredes si es conveniente. Nos hizo saber que recientemente ha contratado a obreros y pintores para que arreglen su casa porque la están remodelando. De manera análoga, nos dijo que su experiencia últimamente está siendo muy positiva que las personas que contrata. Por último, nos indicó que contrató a una especialista de melanina, pero no hizo el trabajo como deseaba la familia de Paola y no se quedaron satisfechos con el servicio.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/zuc-XtLFgQY>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 16

Información Genral del Usuario 14

Entrevista validación del problema

14

número:

Tipo de entrevistado:

Usuario

Nombre y Apellido del Entrevistado:

Juan Ignacio Vásquez

Actividad:

Estudiante de la UPC

Nombre y Apellido del Entrevistador:

Melchor Carrión, Luis Enrique

Resumen registro:



El joven Juan se presentó y nos comentó que es estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la UPC. Nos informó que su rol principal era realizar las compras del hogar y muy esporádicamente lavar platos cuando era necesario. Luego, nos indicó que hace unos meses se fue la luz de su casa por lo que decidieron averiguar y tratar de solucionar el inconveniente, sin la necesidad de ningún especialista, lo cual definieron como una situación exitosa. Después, Juan Ignacio nos indicó que lo más complicado es estar al tanto de los productos de limpieza debido a que muchas veces se tiende a descuidar dicho aspecto y no tener la cantidad necesaria en ciertos momentos. En consecuencia, nos hizo saber que tiende a limpiar su habitación de manera diaria y en ciertas ocasiones puede tomar de 10 minutos a media hora para limpiarlo completamente. Además, nos precisa que busca soluciones en Google, YouTube o suele consultar a sus familiares para estar más seguro. Por otro lado, nos comunicó que él había sufrido un accidente cambiando el foco de su habitación, porque tuvo un desequilibrio al momento de hacer el cambio. Juan nos indicó que se sintió capaz al momento de realizar sus propios inconvenientes. Asimismo, nos hizo saber que, si hay un inconveniente, no tendría ningún problema al llamar a un especialista, porque si puede solucionar alguna situación básica. La última vez que contrató a un especialista fue para arreglar la ducha, ya que no podía salir agua caliente así que decidieron contratar a una persona para que pueda

solucionarlo. Por último, no ha tenido ningún inconveniente con el especialista que ha solicitado hasta el momento.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/MzSGVAAUaOc>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 17

Información Genral del Usuario 15

Entrevista validación del problema número:	15
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Luz María Zambrano Becerra
Actividad:	Estudiante de la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrión, Luis Enrique

Resumen registro:



La entrevistada se presentó y nos comentó que estudia Administración Negocios Internacionales en la UPC. Durante el inicio de la entrevista, nos hizo saber que como principales actividades del hogar tiende su cama, lava los servicios, limpia su sala y muy rara vez arregla algún aparato dentro de la casa. Además, Luz María nos comentó que en su hogar tiene a 2 personas de la tercera edad como son sus papas y su abuelo, por lo que han tenido que solucionar problemas inclusive con la ducha para que ningún personal externo a la casa entrará. Por otro lado, la señorita Zambrano nos manifestó que la actividad más complicada de realizar para ella es reparar algo relacionado con la electricidad, porque otras

actividades básicas si es más sencillo de completar. La estudiante de administración nos hace saber que en promedio se toma 3 a más horas al día para terminar los quehaceres básicos del hogar y si realiza alguna refacción dentro de su hogar, le tomaría aún más tiempo que el indicado. Asimismo, nos comenta que su principal orientación si no conoce como reparar algo es YouTube o Internet en general, pero son dos herramientas vitales para tener una idea de como reparar algo. Luego, nos informó que, si posee una caja de herramientas, en la cual cuenta con los elementos básicos para dar por acabado algunos inconvenientes. Después, nos contó que por suerte ningún familiar ha pasado por un accidente al momento de llevar a cabo refacciones dentro de una casa. En consiguiente. nos mencionó que los problemas con las tuberías son muy recurrentes y no son nada fáciles de solucionar. A continuación, nos hace saber que es muy satisfactorio arreglar un problema dentro del hogar por uno mismo porque erradicar el problema siempre es placentero. Igualmente, nos hizo saber que ella preferiría contratar un especialista para reparar alguna situación, porque uno mismo puede tratar de solucionar un inconveniente, pero quien sabe si en realidad no lo estás empeorando, así que por ese motivo Luz María optaría por contratar a un especialista. Del mismo modo, nos hace saber que contrató a un electricista para arreglar un problema que tenía su cocina. Por último, nos informa que las últimas experiencias que ha tenido contratando a un especialista ha sido positiva y no ha tenido malas experiencias cercanas realizando la contratación de técnicos para reparaciones en el hogar.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/pk3DF1u0P4g>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 18

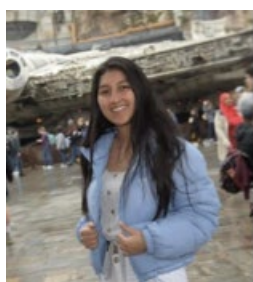
Información Genral del Usuario 16

Entrevista validación del problema

16

número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Sandra de la Torre
Actividad:	Estudiante de la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrión, Luis Enrique

Resumen registro:



La señorita se presentó y nos comentó que estudia la carrera de Administración Negocios Internacionales en la UPC. Inicialmente, nos informó que su actividad principal dentro del hogar sería encargarse de lavar los platos diariamente. Luego, nos hizo saber que si se han malogrado muchos artefactos como tuberías rotas o algún grifo malogrado si solían dejarlo tal y como estaba porque no permitía ingresar a nadie a su hogar por temor al contagio, pero si eran inconvenientes más pequeños como cambiar un foco si se encargaban y lo hacían. Después, nos comentó que la actividad más recurrente es realizar pero que le parecía más complicado era lavar ropa debido que necesitaba ayuda muy frecuentemente durante el proceso de lavado por lo que hacía que se demorará. En consiguiente, nos dijo que en promedio suele demorar 3 horas más en realizar sus actividades dentro del hogar, porque tiende a hacer de manera lenta las actividades y también pregunta constantemente dentro del proceso para estar segura que está realizando de manera correcta. Además, nos indica que suele ver videos de Youtube para reparar cosas del hogar y consulta a su mamá si son actividades relacionadas a la limpieza. En consecuencia, nos precisó que no cuenta con las herramientas necesarias para arreglar ciertas refacciones por lo que necesitan ir a comprar constantemente si hay alguna

reparación. Además, conoce familiares que han tenido accidentes en la limpieza. Un claro caso que nos contó fue el de su tío que no colocó bien la escalera para poder cambiar un foco y por dicho error, terminó cayendo al piso y lastimándose. A continuación, nos comentó que la carpintería era una situación muy complicada de reparar, porque en ciertas ocasiones la perilla de la puerta presenta inconvenientes y se vuelve bien engorrosa de solucionar. Sandra nos informó que es un sentimiento positivo el lograr arreglar un inconveniente por ella misma porque significa que ha aprendido y rectifico que si prefiere contratar a algún especialista para estar segura del problema se haya erradicado. La última experiencia que tuve con un especialista fue hace unas semanas para arreglar las tuberías del caño, debido a que nadie sabía cómo realizarlo. Por suerte fue un gran servicio el reciente. Por último, nos hace saber Sandra que sus familiares han tenido inconvenientes contratando porque el especialista no cumplía con los estándares que se pedía.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/M4qBz77LRqM>

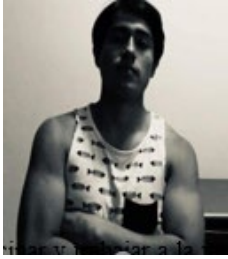
. Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 19

Información Genral del Usuario 17

Entrevista validación del problema	17
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Vega Granados, Renzo Willim
Actividad:	Egresado de la carrera de Negocios Internacionales de la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zúñiga Aldave, Anderson Steve

Resumen registro:



El joven Renzo Vega se presentó y nos comentó que trabaja en Interbank en el área de créditos y finanzas, actualmente es egresado de la carrera de Negocios Internacionales. Por otro lado, nos mencionó que realiza tareas domésticas y algunas veces suele cocinar. A raíz de la pandemia, se decidió reparar algunos aparatos por cuenta propia como el tomacorriente o cables debido a las restricciones del estado. Una de sus actividades más complicadas fue el tiempo que le toma cocinar y trabajar a la vez, puesto que resulta ser tedioso. Principalmente, como no estaba acostumbrado a los quehaceres del hogar le tomaba más de 40 minutos realizar cada actividad, ya sea barrer, trapear, cocinar, lavar o podar el jardín, pero conforme pasaron los meses llegó a optimizar su tiempo al realizar cada labor y darse el tiempo suficiente de trabajar. Por otro lado, se orientaba a solucionar dichas actividades como la cocina con video tutoriales o en todo caso recurría a sus conocimientos previos, ya que sus padres trabajaban en una pollería y veía que utilizaban y cómo lo preparaban, en el caso de interruptores si se tomaba un tiempo prudente en realizarlas. Asimismo, menciona que cuenta con las herramientas necesarias dentro de su hogar. En su caso, no tuvieron accidentes ni él, ni sus familiares para realizar actividades del hogar. Por otro lado, nos comenta que un problema común, pero que no pudo solucionar fueron las cañerías del servicio higiénico que al intentar solucionarlo aplicó mucha fuerza y reventó la cañería, por lo que, estuvo alrededor de tres días sin agua. Por lo que, de no lograr repararlo recurre hacerlos por su propia cuenta y/o localizar a alguien para repararlo solo en problemas que requieran de mayor conocimiento. Por último, nos comenta que tuvo un altercado cuando algunos roedores que estaban cerca de su área de trabajo y mordieron los cables de su CPU, y al no poder encender su computadora, optó por contratar un técnico

en reparación de cables y que no tuvo inconvenientes, puesto que era honesto y no le agregaba costos innecesarios a su mano de obra y materiales que necesitaba.

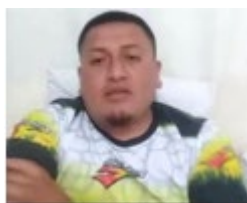
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=NQdZPzIQbyw&t=5s>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 20

Información Genral del Usuario 18

Entrevista validación del problema	
número:	18
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Gorge Enrique Lazo Huamán
Actividad:	Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zúñiga Aldave, Anderson Steve
Resumen registro:	



El señor Gorge Lazo nos comentó que actualmente trabaja en el rubro textil y es ingeniero industrial. Por otro lado, nos mencionó que realiza actividades cotidianas de limpieza, cambiar un foco y entre otros. A raíz de la pandemia, como experiencia nos mencionó, que había decidido armar un ropero de Sodimac o Maestro, y nos dijo que en general se opta por contratar a un especialista, pero por temas de la pandemia, recurrí a armarlo con su pareja y nos tomó alrededor de 5 horas. Entre lo más complicado, considero que las griferías ha sido lo más

difícil porque tienes que picar, desarmar, o romper la pared. En esa parte, suele demorar alrededor de 2 a 3 horas, para verificar que quede bien el trabajo que realiza. En cuanto a soluciones, se apoya en fuentes de internet, tutoriales de YouTube, o tomar de ejemplo de una experiencia pasada. En el caso de tareas, a veces él no cuenta con las herramientas necesarias y esto conlleva a que lo compre, y ello lo ve más como una oportunidad, porque para la próxima vez que repare algo, ya puede contar con ello. Aunque, existen inconvenientes de que le falté algo y tiene que improvisar. Por otra parte, si nos mencionó que hubo un accidente con su pareja que al arreglar un enchufe le pasó corriente por no bajar la palanca. Entre actividades comunes, nos menciona que es el pintado porque no le resulta ser un trabajo fácil. Asimismo, nos comenta que al reparar algo con éxito ya se cree el gasfitero del momento, porque es satisfactorio solucionar el problema a fin de que no le genere gastos innecesarios. Por otra parte, si no llegase a solucionar se vería en la necesidad amerita contratar a un especialista. Generalmente, lo llama en raras ocasiones por un problema mayor que fue una fuga de agua en su lavatorio. Por último, nos comenta que no tuvo inconvenientes mayores con el servicio, puesto si había realizado una gran labor

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=xhdMCNVOqy8>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 21

Información Genral del Usuario 19

Entrevista validación del problema	
número:	19
Tipo de entrevistado:	Usuario

Nombre y Apellido del Entrevistado:

Juli Pérez Rumiche

Actividad:

Egresada de la carrera de Administración
de empresas en la UPLA

Nombre y Apellido del Entrevistador:

Zúñiga Aldave, Anderson Steve

Resumen registro:



La señora Juli Pérez nos comentó que es gerente de ventas en la empresa Danicole E.I.R.L y egresada de la carrera de Administración de empresas. Por otro lado, nos comentó que las tareas que realiza son lavar, cocinar, encargarse de las compras y víveres, planchar y cosas rutinarias. A raíz de

la pandemia, solo había cosas simples que tenían solución y no requerían de un especialista. Entre las tareas del hogar, nos mencionó que fue lavar porque demanda de mucho tiempo seleccionar la ropa de sus hijos, ahora que tiene lavadora se la facilita mucho, pero en el caso de ropa blanca se lava aparte y toma más tiempo. En el caso de algunas actividades, del rubro de limpieza es la lavandería y de ahí el resto de las actividades son más fáciles. Nos comenta que mediante videotutoriales y/o experiencias pasadas intenta solucionar. Asimismo, si cuenta con las herramientas necesarias, puesto que en el internet se puede encontrar información accesible para solucionar el problema. En el caso, de algún accidente fue cuando quiso cambiar la grifería del caño que hizo un pequeño corte en la mano, pero que no fue nada grave. Por otro lado, los arreglos más comunes pueden ser también las paredes, pero es una actividad que no se realiza cada cierto tiempo. En tal caso, nos comenta que se siente satisfecha por haberlo solucionado, puesto que incurrir en gastos es innecesario cuando lo puede solucionar. Por otra parte, nos comenta que en el caso de no poder repararlo recurre a un técnico, lo cual nos menciona que lo contrató en plena

pandemia para la limpieza del tambor de su lavadora. Por último, nos menciona que su experiencia fue grata, pero corría el riesgo de contagiarse ella y su familia, ya que en su casa son 5 personas.

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=Wn9ErxWnrwo>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 22

Información Genral del Usuario 20

Entrevista validación del problema	
número:	20
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Yamila Alcedo Liu
Actividad:	Estudiante de postgrado de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zúñiga Aldave, Anderson Steve
Resumen registro:	



La señorita Yamila Alcedo es estudiante de postgrado de la carrera de Negocios Internacionales de la UPC y trabaja actualmente como gerente de marketing para Alicorp. Por otro lado, nos menciona que mayormente suele barrer, limpiar la sala, trapear, lavar platos, tender su cama, lo cual no le da suficiente tiempo de estudiar y trabajar.

Durante el primer año de la pandemia, no dejó entrar a nadie a su casa, pero a partir del segundo año de pandemia si ha permitido que entren especialistas y siempre manteniendo la distancia. Para ella las tareas complicadas, nos informa que es lavar los platos, porque no le gusta hacerlo y lo que tenga que ver con cocina. Esto se debe a que normalmente se ocupa de la limpieza un fin de semana, ya que donde vive se suele llenar de polvo su casa. En cuanto a las herramientas necesarias, considera que no es suficiente contar con las que tenemos, sino tener un equilibrio al organizarse para solucionar las tareas del hogar y externas. En el caso de algún accidente, nos informó que se resbaló limpiando la ducha; sin embargo, no pasó a mayores solo una contusión leve que fue propia del resbalón. Entre los arreglos más comunes, pueden ser las ventanas, porque tiene que subir a limpiarlas y también es riesgoso. Al solucionar un problema en el hogar, nos menciona que se siente súper feliz de haberlo solucionado con éxito. Y en el caso, de no repararlo nos menciona que, prefiere contratar a algún especialista siempre y cuando vaya dentro su presupuesto. Por lo que, la última vez que contrató a un especialista fue hace una semana y fue para una visita de sus tíos donde tuvo que limpiar toda la sala, cocina y dormitorio de los invitados. En cuanto a su experiencia, nos menciona que pudo disfrutar de ese fin de semana, ya que su casa estaba completamente limpia para las visitas y es debido a que los especialistas son muy meticulosos con sus labores. Por otra parte, nos menciona que sí presentó un inconveniente a inicios de este año cuando el servicio de limpieza doméstica dejó

incompleto la labor, porque las lunas de la cocina todavía habían quedado grasosas.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=QxaE>

[S O7yAiw](#)

Fuente: Elaboración propia, 2022

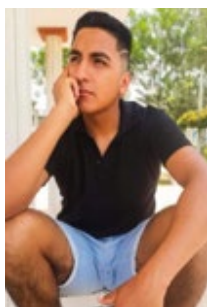
2.5.2. Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

Tabla 23

Información General del Experto 1

Entrevista validación del problema	
número:	1
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Cahuana Chuquispuma, Christian
Actividad:	Técnico electricista
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



El entrevistado comenzó presentándose y nos comentó que es Técnico electricista. Lo que suele realizar día a día con más frecuencia es cambiar cables cuando suelen quemarse o los *medidores*. Siempre lleva su celular consigo a todas partes porque considera que uno nunca sabe si te llegarán a contactar para un trabajo y pues si no lo tienes a la mano pierdes esa oportunidad. Asimismo, mencionó que las dificultades que presenta al momento de que las personas contacten sus servicios se relacionan básicamente en la confianza o también el no pertenecer a una empresa u organización, pues cree que de esa manera las personas pueden contactar sus servicios de manera más eficaz. Además, él tiene trabajos de reparación 4 veces a la semana, lo contactan por recomendaciones de sus familiares y amistades que les brindan su número de celular. Con respecto de cómo se llevan cabo las contrataciones del personal de reparación, nos comentó que cuando él estaba trabajando en

una empresa obviamente tenía que primero enviar su CV y esperar a que le llamaran para la entrevista y recalcó que le pedían 6 meses de experiencia mínima en el área en donde estaba postulando. A raíz de la pandemia, el experto considera que ha cambiado el servicio tanto de limpieza como en la reparación del hogar a raíz de la pandemia, pues menciona que evidentemente esto se realiza con mayor seguridad e higiene para no afectar la salud de ningún involucrado, es por ello que se usa la mascarilla en todo momento y los guantes para no exponerse. De acuerdo a las limitantes que ha observado cuando se restringieron las actividades a raíz de la pandemia, enfatizó que no se encontraban trabajos y que el desempleo se presentaba frecuentemente en diversos ámbitos, pero algunas personas muy cercanas le contactaron para un pequeño arreglo en su casa como servicios de plomería. Respecto a si considera que la demanda de las personas que solicitan ayuda en ciertas actividades dentro del hogar ha aumentado, mencionó que no mucho, porque algunos prefieren ver tutoriales y hacerlo por ellos mismos, ya que sienten que ahorran y a la vez aprenden. Entonces se podría decir que esto es como un factor en contra para ellos que ofrecen esos servicios, ya que hay menor demanda. Finalmente, nos comentó que considera al compromiso como un factor relevante al momento de ser contratado por una persona que requiere su servicio profesional y que no lo estén cancelando a último momento, pues a veces dejan de hacer otras cosas o trabajos con otros clientes. En relación a lo que esperaría el cliente de un servicio de estos, recalcó que el servicio brindado debe de cumplir con sus expectativas del cliente y el precio se base en la calidad. Para ello, cree que las habilidades y cualidades que se debe considerar para el proceso de contratación de personal se debe enfocar en la persona experiencia y que cuente con estudios técnicos o básicos. También la responsabilidad y el compromiso.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=P2Tle55TZIU>

[5TZIU](#)

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 24

Información General del Experto 2

Entrevista validación del problema	
número:	2
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Cortes, Antonio
Actividad:	Especialista en Maestro
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori
Resumen registro:	



Antonio en la entrevista realizada nos comenta que labora en la empresa maestro, y realiza instalaciones, la cantidad de pedidos se basa de acuerdo a los clientes que requieren sus servicios. Por otro lado, Antonio nos cuenta que el uso de su dispositivo móvil es diario y suele emplearlo al día 2 veces cada hora. Una de las mayores dificultades que encuentra Antonio se da cuando el cliente contrata sus servicios, en muchos casos suelen presentar desconfianza hacia el técnico, debido a que ellos realizan servicios dentro de los hogares de los usuarios. Este tipo de servicio a domicilio por lo general suelen darse de 2 a 3 veces por mes, dependiendo el nivel del trabajo y contratar sus servicios vía redes sociales como WhatsApp o número telefónico personal. Muchas de las contracciones de reparaciones o refacciones se dan por recomendación de clientes que ya han solicitado sus servicios anteriormente. Asimismo, nos comenta que los servicios de limpieza han variado por los protocolos de la coyuntura actual, debido a que se debe tener precaución de posibles contagios. Antonio nos recalca que uno de los limitantes que encuentra es la desconfianza por parte de los clientes, a raíz de la pandemia muchos usuarios se sentían un poco inseguros. En adición, Antonio nos dice que la demanda de personas que solicitan el servicio técnico ha aumentado, debido a que muchos de ellos desean reevaluar sus activos para ahorrarse la compra de comprar nuevos productos. Esto debido a la situación económica que nos encontramos actualmente. Algunos aspectos que Antonio considera son respecto al medio y compromiso de pago, Antonio prefiere ser claro y transparente con los usuarios acerca de cuánto saldría aproximadamente el servicio solicitado. Por último, Antonio considera que uno de los implementos más importantes en el proceso de contratación, sería el conocimiento técnico y la experiencia con la que cuenta el especialista. También de que esté capacitado y cuente con las herramientas necesarias

para poder brindar un buen servicio.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/AwnliEnUQck>

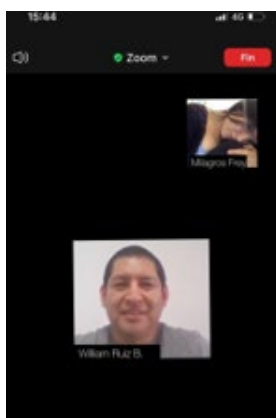
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 25

Información General del Experto 3

Entrevista validación del problema	3
número:	
Tipo de entrevistado:	Especialista en el sector
Nombre y Apellido del Entrevistado:	William Ruiz Brito
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Frey Pérez, Milagros Fiorella

Resumen registro:



Empezamos con una pequeña introducción por parte del entrevistado, nos comentó a que se dedica y cuáles eran las funciones que realizaba dentro de la ferretería “Ferretería y Matizados Sumicons” y cuántos años lleva de experiencia siendo electricista. Por otro lado, empezando con las preguntas él nos comenta que las actividades que realiza un técnico en su día a día,

en este caso enfocándonos en el rubro de electricista, el primero se pone en contacto con las personas que requieren de sus servicios, posterior a eso va a evaluar el trabajo y tasa cuánto va ser por el trabajo y qué materiales va a necesitar para solucionarlo, eso en un día habitual de trabajo, pero no siempre hay clientes, ya que esto es un trabajo eventual y como no tiene mayor alcance a más público, hace lo que puede para ofrecer sus servicios, normalmente los clientes que lo contactan son por recomendación por parte de personas a las cuales ya les hizo algún trabajo y quedaron satisfechas. Normalmente suele estar con el dispositivo móvil a la mano, ya que es el medio de comunicación que tiene con los clientes y su herramienta principal de trabajo. Una de las dificultades que presenta al momento de


ponerse en contacto con personas es que no le brinde la ubicación exacta a donde requieren el trabajo, o que cuando llegue y después de gastar su pasaje no quieran contratar su servicio porque no les parece el precio. La frecuencia en la que tiene trabajos durante la semana es 2 a 3 veces por semana y lo contactan mediante su teléfono, que como ya lo mencionó antes, normalmente son personas que ha sido recomendadas por otras a quienes ya realizó algún servicio. Las contrataciones dependen del trabajo a realizar, ya que puede ser trabajos que hacen en un día, como puede demorar varios días y la magnitud de dificultad que este tenga. A raíz de la pandemia las personas se han vuelto mucho, más cuidadosas al momento de contratar un servicio, ya que exigen que se cumplan con los protocolos de bioseguridad, En cuanto a las limitantes, se podría decir que la demanda de electricistas a principios de pandemia había disminuido por el temor que tenía la gente de ser contagiada o que una persona ajena a su hogar ingrese. Actualmente y a raíz de que la crisis sanitaria se ha calmado un poco, si ha habido una gran demanda, ya que conozco de amigos que iban a trabajos diferentes cada día de la semana. Además, considera que, si ha habido un aumento porque las personas pasan gran parte de su tiempo dentro de casa, entonces las cosas se deterioran con mayor facilidad. Los aspectos que considero que eran relevantes eran dejar en claro el precio del trabajo, ya que muchas veces cuando ya finaliza y cobra la gente no le quiere pagar y le bajan el precio porque lo consideran caro. Los clientes siempre esperan un servicio de calidad y tener la confianza en que están en manos de un experto. Considero que es importante la habilidad de comunicarse correctamente con el cliente.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/-2OD2cwPhj0>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 26*Información General del Experto 4*

Entrevista validación del problema	4
número:	
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Jhon Andres Junior
Actividad:	Técnico Electricista
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrión, Luis Enrique
Resumen registro:	
	<p>El entrevistado nos comentó a que se dedica y cuáles eran las funciones que realizaba dentro de la empresa. Las principales son cables de luz, cableado de corriente, alarma de incendio y entre otras. Luego, Junior nos indica que no se usa con frecuencia el teléfono porque dentro de las actividades se tiene que estar atento para evitar inconvenientes. Además, nos comenta que en su caso le hacen el contacto por medio del celular o requerimiento de una cotización y el tiempo pactado sería a base de un contrato con el cliente y determinar las fechas de labores. Después, nos hace saber que los consumidores tienen a darle más relevancia al precio a raíz de la pandemia, situación que no era tan recurrente antes del Covid-19. Asimismo, las limitantes fueron principalmente que las empresas no podían abrir por la pandemia, los trabajadores no podían ir a sus empresas por lo que no destinaban capital hacia las reparaciones. Por otro lado, muchas empresas han estado pendientes de las observaciones que emite INDECI para poder pasar por las inspecciones sin ningún problema. Para Junior el dinero se sigue manteniendo como</p>

unos de los aspectos más relevantes para su contratación. Igualmente, nos precisa que el cliente siempre va a desear que el trabajo se lleve a cabo correctamente y pactar un precio razonable para ambos. Por último, las habilidades más importantes para la contratación sería la confianza, dejar siempre un buen trabajo y mantener el valor de honestidad.

Link de la entrevista:

https://youtu.be/cy3Cp_2wG5I

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 27

Información General del Experto 5

Entrevista validación del problema	5
número:	
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Juan Manuel Rodríguez Cariajano
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zúñiga Aldave, Anderson Steve

Resumen registro:



En esta oportunidad, hemos tenido el agrado de entrevistar al técnico soldador de tuberías Juan Manuel Rodríguez Carajano que nos menciona sobre las actividades laborales que realiza día a día como reparar tuberías, caños averiados y lavatorios con fugas. Asimismo, la frecuencia de uso de su dispositivo móvil es frecuente, puesto que solicitan sus servicios a diario y los trabajos que realizan son más a través del celular. En el caso de presentar dificultades, nos informa que la falta de conocimiento del usuario dificulta al especialista conocer cuál es el principal problema por solucionar en su hogar, mencionan que algunos usuarios no tienen idea del

problema, por lo que, lo más recomendable es dirigirse al domicilio del usuario e identificarlo. Por otra parte, la frecuencia de los trabajos nos menciona que es interdiario o 2 veces a la semana, depende de la dificultad del trabajo, y mayormente recibe llamadas en base a sus referencias y/o recomendaciones de anteriores usuarios. Además, las contrataciones nos mencionan que son formales bajo previo contrato para no generar suspicacia de que pueda haber estafa o trabajos mal hechos. En el caso de la limpieza del hogar muchas personas se han vuelto autónomas y multifacéticas, puesto la situación lo amerita a instruirse por sí mismos. Por otro lado, las limitantes que nos menciona fueron en el hogar, ya que había menos trabajo y menos ingresos afectando la economía familiar del técnico. En el caso de la demanda de usuarios, se ha ausentado y de repente salen pocos trabajos por estas épocas. Asimismo, basándose en sus referencias el técnico nos informa que la puntualidad y la garantía son esenciales. Por último, las habilidades/cualidades son la responsabilidad de realizar un excelente trabajo, y para culminar nos detalló su experiencia al reparar una cañería en una casa de Miraflores donde el kit para el baño lo hizo funcionar bien, pero que a los 2 días hubo una inundación de todo su baño y era porque el problema no solo amerita revisar la parte de la tuberías sino que la bomba de agua tenía una deficiencia de fábrica y ello, no correspondía a solucionarlo, pero de todas formas le hizo la reparación y quedó conforme el usuario.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=AMYE>

[VpxNCnc](#)

Fuente: Elaboración propia, 2022

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

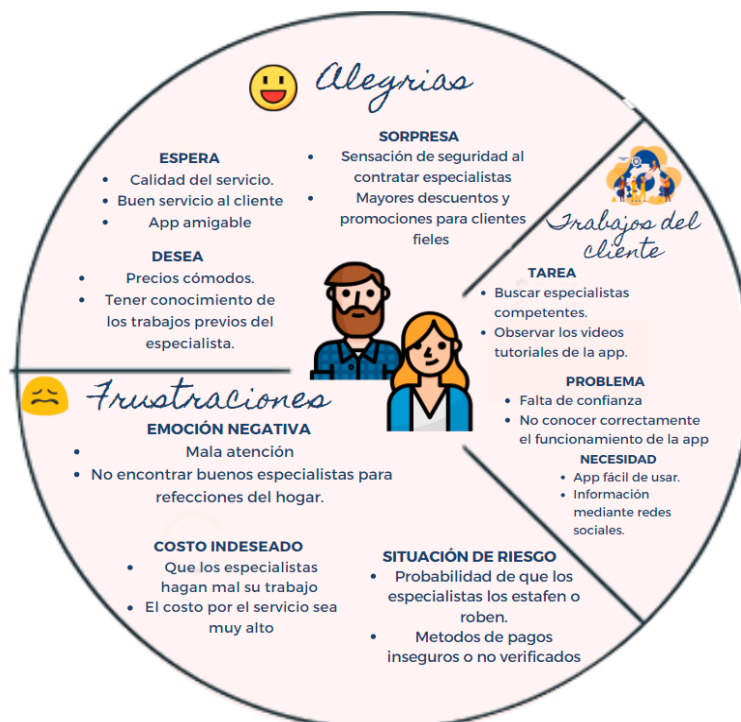
3.1. Perfil del cliente

3.1.1. Cliente 1: Usuario

El perfil de nuestros clientes son hombres y mujeres entre los 21- 45 años de edad que estudien y/o trabajen que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A y B, que cuenten, ya sea con un departamento o una casa, que vivan en Lima Metropolitana y tengan acceso a internet y a un dispositivo móvil; que cuenten con productos que requieran reparaciones técnicas y que tengan la necesidad de contratar servicios integrales del hogar, ya sea por falta de tiempo o experiencia para realizar dichas actividades. Asimismo, que cuenten con la necesidad de buscar especialistas calificados para la realización dichas tareas del hogar, refacciones y no los encuentren con facilidad.

Figura 1

Mapa de valor cliente 1(Usuarios)



Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Alegrías:** Nuestros clientes buscan una forma rápida y segura de encontrar especialistas que les puedan ayudar con la refacciones y tareas del hogar, ya sea porque quieren realizar remodelaciones o porque presentan alguna avería dentro de sus sistemas del hogar. El cliente desea encontrar precios cómodos, que estén al alcance de sus bolsillos y tener mayor información de los especialistas y sus trabajos previos para poder evaluarlos y elegirlos mejor. Asimismo, espera calidad en el servicio que reciba por parte de los especialistas, así también que la app le ofrezca un buen servicio al cliente y sea amigable de usar. Por otro lado, a los clientes les gustaría ser sorprendidos con promociones y descuentos dentro de la app que los motiven a usarla con mayor frecuencia. Es por ello, que On task ofrecerá un servicio confiable y que permitirá encontrar al especialista adecuado en un solo clic, brindando no solo seguridad sino también calidad de trabajo, buscando fidelizar a los clientes con diferentes promociones y descuentos.
- **Frustraciones:** Las emociones negativas que poseen los clientes se dan cuando reciben una mala atención, al igual que el trabajo realizado por el especialista sea deficiente y no pueda realizar las refacciones correctamente. Por otro lado, al cliente preferiría evitar los costos indeseados como que los especialistas hagan mal su trabajo y tengan que contratar a otro, generando doble gasto, al igual que el servicio tenga sobrecostos no mencionados con anticipación que salgan de su presupuesto. Por último, los clientes quisieran evitar las situaciones de riesgo tales como que exista la posibilidad de que

los especialistas les roben o estafen y que los métodos de pagos planteados sean inseguros o no estén correctamente verificados.

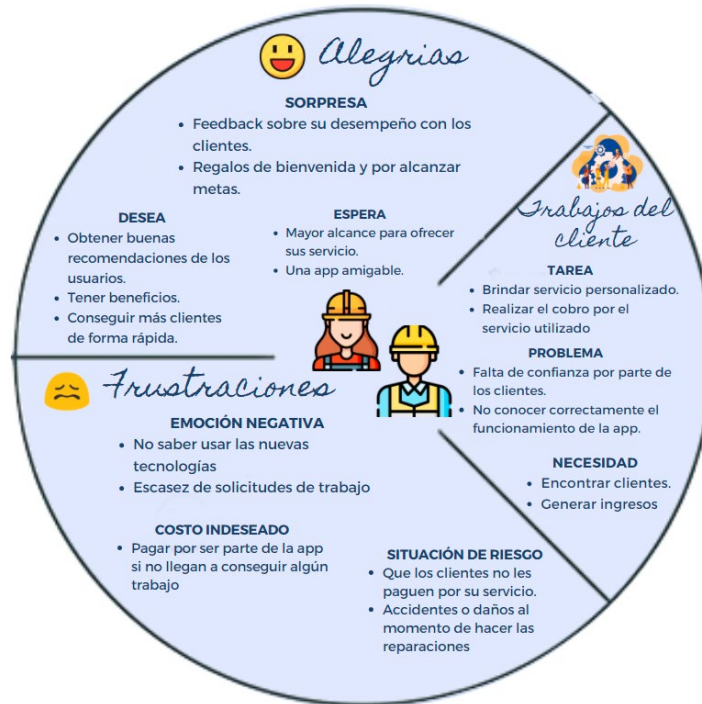
- **Trabajos del cliente:** En cuanto la relación de la app con el cliente, tendríamos como principal problema la falta de confianza, ya que la app es nueva en el mercado y el no conocer correctamente su uso puede o información relevante de la app puede dificultar la entrada al mercado. Por lo que la necesidad de los clientes es contar con una app fácil de usar e información de On Task en redes sociales para poder informarlos y se tenga mayor confianza de lo que hacemos. Por último, los clientes tendrían la tarea de observar el video tutorial para que conozcan mejor el funcionamiento de On Task, al igual que deben encargarse de buscar al especialista que mejor se adecue a su problema, sea para refacciones como tareas del hogar.

3.1.2. Cliente 2: Especialista

El perfil de nuestros especialistas son hombres y mujeres entre los 25- 65 años de edad que trabajen y cuenten con experiencia en refacciones de la casa, que vivan en Lima Metropolitana y tengan acceso a internet y a un dispositivo móvil para contactarse con ellos. Asimismo, que cuenten con acceso a varias herramientas para los diversos servicios del hogar con la finalidad de ahorrar tiempo y solucionar los problemas del cliente. Además, se encargan de difundir información, ofertas, paquetes y servicios con los que cuentan.

Figura 2

Mapa de valor cliente 2 (Especialistas)



Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Alegrías:** Nuestros especialistas una forma fácil y segura de encontrar más clientes, con lo cual ellos desean conseguir más clientes de forma rápida, al igual que obtener ciertos beneficios por ser parte de la comunidad de On Task y recibir buenas recomendaciones para así seguir incrementando su cartera de clientes. Por otro lado, espera que la app les ayude a tener un mayor alcance para ofrecer sus servicios y que esta sea amigable de usar. Asimismo, les gustaría ser sorprendido con regalos de bienvenida y por alcanzar metas propuestas en la aplicación y con un feedback detallado de su servicio de sus clientes.
- **Frustraciones:** Las emociones negativas que el especialista siente son provocadas al no saber usar las tecnologías correctamente y que se presenten escasez de clientes. Por otro lado, no quisieran tener costos indeseados como

pagar por ser parte de la app sin tener ningún cliente o trabajo por realizar. Como situación de riesgo, los especialistas temen que no les paguen por los servicios realizados y que pueda haber daños o accidentes al momento de hacer las reparaciones.

- **Trabajos del cliente:** Los especialistas tiene como problema la falta de confianza de los clientes para solicitar sus servicios a través de la app, al igual que no conocen el funcionamiento correcto de On Task. La necesidad de los especialistas es encontrar clientes y generar ingresos de forma más fácil y rápida por lo brindarán servicios personalizados y aprenderán a realizar el cobro por ello mediante la app.

3.2. Mapa de valor

Figura 3

Mapa de valor del cliente 1 (Usuario)



Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Productos y servicios:** On Task se presenta como app móvil que ayuda a los usuarios a encontrar a los especialistas adecuados para ayudarlos a solucionar sus problemas de refacción y tareas del hogar, contando con dos modalidades de solicitudes. La primera por especialistas donde el usuario podrá elegir al especialista según sus características y experiencia. La segunda modalidad es por subasta, en la cual el usuario puede publicar su problema y los especialistas que tengan experiencia en el rubro lanzaran propuestas con diferentes cotizaciones. En ambas modalidades se puede ver la experiencia del especialista, trabajos previos y calificación de sus clientes anteriores. Por otro lado, se contará con un amplio servicio al cliente integrado, constando este de atención al cliente, servicio técnico y post venta.
- **Creadores de alegrías:** Con el uso de On Task, buscamos brindar la mejor experiencia de servicio para refacciones, reparaciones y trabajos del hogar, acercando así a los usuarios con especialistas capacitados en cada uno de estos rubros que buscan con una interfaz amigable y sencilla. De igual forma, brindamos calidad y confianza de trabajo, y una muy buena atención al cliente que permitirá entablar mejores relaciones con ellos. Asimismo, generamos alegrías con el lanzamiento de descuentos, promociones dentro de la app y permitiéndoles tener una variedad de especialistas de donde elegir.
- **Aliviadores de frustraciones:** Mediante el proyecto tenemos la finalidad de brindar la mejor atención al cliente, para resolver todas las dudas que se presenten antes, durante y después del uso de la app con información precisa y clara, al igual que de los especialistas donde contarán con datos personales y recomendaciones de los

demás usuarios. Asimismo, los métodos de pago serán seguros y verificados, dándole diferentes opciones de modalidades de pagos a los usuarios.

Figura 4

Mapa de valor del cliente 2 (Especialista)



Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Productos y servicios:** On Task es una app móvil que ayuda a los especialistas a conectarse de forma rápida y sencilla con sus potenciales clientes, contando con dos modalidades de solicitudes. La primera por especialistas donde este podrá ver las solicitudes específicas de cada uno de los usuarios que requieran de su ayuda en el área en el que se desenvuelva. La segunda modalidad es por subasta, en la cual el especialista podrá ver las notificaciones de nuevos trabajos y lanzar una oferta. En ambas modalidades los pueden comunicarse libremente con el usuario. Por otro lado, se contará con un amplio servicio al cliente integrado, constando este de atención al cliente, servicio técnico y post venta.

- **Creadores de alegrías:** On Task busca brindar la mejor experiencia a cada uno de sus clientes, por lo que es una app amigable y fácil de usar. La app también brinda un buen servicio al cliente que permite ayudar a los especialistas en cualquier duda que posean antes, durante y después de usar la app. Adicionalmente, como creador de alegría se le brindara un feedback sobre cómo va su servicio y los comentarios de los usuarios, teniendo en cuenta que se darán beneficios o regalos a los especialistas que tengan buenas calificaciones. Con esto se busca generar más confianza y asegurar la calidad de servicio.
- **Aliviadores de frustraciones** La app es fácil de usar para evitar errores en su uso, permitiendo a los usuarios a contar con una mayor probabilidad de encontrar y conectar con clientes. En On Task buscamos aliviar las frustraciones de los especialistas por lo les ayudamos a poder ampliar su cartera de clientes con un mes de prueba gratis y luego un cobro de 9.99 al mes, luego de ello no existirán cobros adicionales y les brindamos métodos seguros por los cuales pueden recibir el pago por su trabajo.

3.3. Encaje

En el encaje se puede ver si el proyecto propuesto llega a cubrir las necesidades de los clientes. Por lo cual, según los perfiles de los clientes analizados y el mapa de valor establecido para cada uno de ellos, se puede corroborar que la app responde a las necesidades de otorgar un servicio que permita facilitar la comunicación entre usuarios y especialistas. Permitiéndole a los usuarios conseguir especialistas de confianza y que brinden servicio de calidad de una forma sencilla y sin costos adicionales al servicio.

Por otro lado, a los especialistas les permite incrementar su cartera de clientes y tener mayor control de sus trabajos realizados, al igual que un feedback para seguir ofreciendo un mejor trabajo final.

Asimismo, la app cuenta con servicio al cliente a todo nivel, que permite tener una mejor relación con todos los clientes a los que esta dirigida la app, con lo cual se podrá tener seguimiento y medir los errores técnicos que puedan existir en la app para así ir implementando mejoras y soluciones más eficaces a las consultas de los clientes objetivos de On Task, buscando ser una app amigable y fácil de usar para cualquier público.

Por otro lado, se identifica como tipo de encaje problema – solución ya que hasta esta este punto solo se han identificado tareas, frustraciones y alegrías relevantes del cliente que se estima que se puede abordar con nuestra propuesta de valor. Sin embargo, aún no hay pruebas que al cliente realmente le importe por lo que esto se validará a través del desarrollo del presente trabajo.

Figura 5

Encaje The Value Proposition Canvas Cliente 1 (Usuario)



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 6

Encaje The Value Proposition Canvas Cliente 2 (Especialista)



Fuente: Elaboración propia, 2022

3.4. Descripción de la propuesta de valor

On Task ofrece a sus usuarios la facilidad de encontrar servicios de refacción y limpieza del hogar. Esto se debe a que el usuario pueda filtrar y seleccionar de forma rápida, dentro de un gran catálogo de especialistas, al que más se adecue a sus requerimientos. Además, te permite la integración a la comunidad On Task en la cual puedes compartir comentarios y recomendaciones con otros usuarios. También, facilita el proceso de pago ya que cuenta con diversas modalidades como tarjetas y billeteras digitales.

Por otro lado, respecto a los especialistas, On Task ofrece una mayor exposición y alcance que les permite incrementar su cartera de clientes y obtener ingresos adicionales en horarios flexibles.

3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

Se ha clasificado a los competidores como directos a los Aplicativos Móviles que comparten el giro de negocio y se encuentran disponibles en Perú. Asimismo, se consideran competidores indirectos a los que no están disponibles en el país, pero sí en Latinoamérica.

En este sentido, respecto a los competidores directos, es preciso mencionar que sólo existe un competidor, Helpers. A diferencia de este, On Task no monetiza a través de comisiones por cada servicio realizado, sino a través de membresías mensuales, lo cual permitirá al especialista obtener el 100% de las ganancias de cada servicio. También, al contrario de Helpers, On Task no asigna especialistas a los usuarios ni biceversa, sino permite la autonomía de cada uno. Es decir, que tanto el usuario como el especialista sean quienes deciden que es lo que se adecua mejor para ellos a través de filtros y perfiles públicos disponibles para ambos.

Respecto a los competidores indirectos, On Task no solo permite el contacto directo entre usuarios y especialistas, sino a diferencia del resto, presenta uno bidireccional. Es decir que, a través de mensajes directos y publicaciones, no solo el usuario podrá tomar la iniciativa de contacto, sino el especialista. Además, esto le permitirá al usuario identificar a los especialistas con mayor interés en solucionar su requerimiento público. Luego, se puede identificar que On Task es la única Aplicación en su tipo que cuenta con la opción Comunidad en donde los usuarios pueden comunicarse entre sí. Del mismo modo, con la herramienta Map la cual servirá de ayuda para encontrar establecimientos de compra de instrumentos y materiales de refacción.

Tabla 28*Elementos Diferenciales Competidor Directo*

Características	On Task (nosotros)	Helpers
Breve descripción del Negocio	On Task se dispone a ser una aplicación que permite facilitar el contacto entre usuarios y especialistas que brindan servicios de refacción y limpieza del hogar.	Esta plataforma peruana nace con el objetivo de brindar servicios técnicos a delivery para el mejoramiento del hogar oficinas y empresas, teniendo así un modelo de negocio B2C y B2B.
Servicios	Electricidad, Gasfitería, Carpintería, Pintado y Limpieza	Desinfección, línea blanca, instalaciones, gasfitería, electricidad y carpintería.
Público Objetivo	Varones y mujeres mayores de 18 años principalmente ubicados en distritos de NSE A y B de Lima Metropolitana.	Varones y mujeres mayores de 18 años principalmente ubicados en distritos de NSE A y B de Lima Metropolitana.
Método de monetización	Membresía mensual por suscripción del especialista	Por comisión a cada uno de sus técnicos mediante un % que va en un rango de 17% a 22% dependiendo del rubro del servicio y monto acordado.
Método de pago	Los métodos de pago utilizados en esta plataforma tarjetas y billeteras digitales.	Los métodos de pago utilizados en esta plataforma mediante tarjeta y efectivo.

Especificaciones del servicio al usuario	<p>Existen dos modalidades de adquirir el servicio de refacción que son a través de la aplicación móvil.</p>	<p>Helpers ofrece sus servicios mediante su plataforma web, el cual tiene tres modalidades de atención.</p>
	<p>Directorio digital</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se dirige al directorio digital. El cual está compuesto por los perfiles de los especialistas organizados por categoría. 	<ul style="list-style-type: none"> - Whatsapp <p>Puedes solicitar un técnico que te ayude y ellos te envían el más adecuado.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Se filtra las características que se requieren de los especialistas (ubicación, calificación, experiencia, etc.). - Se selecciona el perfil del especialista, se procede a enviar una solicitud de servicio esperando su pronta respuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitud Online <p>Se debe completar un formulario para la asignación de un técnico al día siguiente.</p>
	<p>Subastas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se dirige a las subastas donde los usuarios publican 	<ul style="list-style-type: none"> - Llamada telefónica <p>Solicitas a un técnico que te ayude y ellos te envían el número de teléfono del más adecuado.</p>

sus solicitudes de servicio de refacción de forma abierta.

- Adjunta fotos y detalles de su publicación
- Pública y espera a que los especialistas sean los que se comuniquen con él o ella a través del chat.

Es preciso mencionar que el contacto, de cualquier forma, se realizará para programar una visita y hacer el diagnóstico del caso y de ser posible, hacer la reparación. Luego, del diagnóstico, el especialista subirá a la plataforma el diagnóstico y valor de reparación (boleta/factura) para que sea aprobado por el usuario. Por último, se agendará o realizará la reparación de acuerdo al

	<p>caso y concluirá con la calificación del servicio.</p>	
<p>Especificaciones del reclutamiento de los especialistas</p>	<p>Los especialistas pueden contactarse con On Task a través de la página web o la aplicación. Se llena un formulario donde se pide adjuntar el nombre, DNI, antecedentes penales, dirección y teléfono. Por último, Se realiza la verificación de los datos puestos en el registro.</p>	<p>El reclutamiento mayormente se hace por recomendación de otros técnicos. Primero, se debe completar el formulario de la página web, donde pedirá nombre, DNI, teléfono y correo electrónico. Luego, Helpers pedirá presentar certificación de antecedentes penales, contar con mínimo 3 años de experiencia. Por último, es necesario para Helpers que emitan recibos por honorarios y cuenten con Whatsapp que es su mayor medio de comunicación para coordinar la visitas</p>
<p>Garantías, términos y/o condiciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se retirará a los especialistas que presenten mala calificación a partir de dos servicios. - Como procurador de una buena convivencia dentro su página web y/o plataforma, en caso 	<ul style="list-style-type: none"> - Todos los servicios que brinda Helpers cuentan con garantía, solo debes comunicarte con el servicio al cliente mediante Whatsapp para que te ayuden con los inconvenientes

existiesen desacuerdos presentados y te ayudarán a solucionarlos.

entre los participantes, tratará de intervenir en la conciliación siempre que se tengan los comprobantes del servicio correspondientes. Sin embargo, en caso de no llegar a un acuerdo, deberán atenerse a la mediación judicial o al procedimiento judicial correspondiente sin responsabilidad alguna de On Task

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 29

Elementos Diferenciales Competidores Indirectos

Características	Timbrit	Ayfix
Breve descripción del Negocio	Esta app europea se creó con la meta de poder generar una forma de que los usuarios puedan	Esta aplicación mexicana se creó con la finalidad de que los usuarios encuentren distintos

	<p>encontrar a prestadores de prestadores de servicios, servicios de diferentes rubros, principalmente para el cuidado de desde tareas del hogar hasta la casa, como plomeros, construcción. Permitiendo realizar electricistas y carpinteros. el contacto de forma rápida.</p>	
Servicios	<p>Construcción, organización de Plomería, electricistas, herreros, eventos, limpieza, reparaciones, vidrieros, jardineros, mecánicos, pintores, mudanzas, jardinero, cerrajeros, servicios de seguridad, electricistas, mascotas, seguridad, meseros y oficios similares etc.</p>	
Público Objetivo	<p>Varones y mujeres mayores de 18 años principalmente ubicados en Bogotá, Madrid, Buenos Aires y Santiago de Chile.</p>	<p>Varones y mujeres mayores de 18 años principalmente ubicados en México, Bogotá, Colombia, Guatemala o Estados Unidos.</p>
Método de monetización	<p>Timbrit genera ingresos mediante un pago mensual de \$31.900 pesos por membresía, lo que les permite a los profesionales obtener más visibilidad dentro de la app.</p>	<p><i>Ay Fix</i> no cobra comisión a los <i>Fix Man</i> o <i>Fix Girl</i> sino que su método de monetización se basa en una membresía mensual (385 pesos en México) por la visibilidad en su plataforma</p>
Método de Pago	<p>Como método de pago, Timbrit asocia la tarjeta con la aplicación y a partir de ella se paga a los técnicos.</p>	<p>Los términos del servicio como del pago dependen del acuerdo entre los participantes.</p>

Especificaciones del servicio al usuario	<p>Mediante la app el usuario elige la categoría y envía una solicitud con la ayuda que necesite. Luego recibe la respuesta a su solicitud de los profesionales que pueden ayudarle y elige al que más encaje con lo que necesite.</p> <p>Seleccione al profesional de su preferencia, chateen y validen cotizaciones.</p>	<p>El usuario introduce el tipo de servicio que busca, luego, la aplicación le indicará los prestadores de servicio más cercanos, junto con su información de contacto, experiencia, ventajas diferenciales, calificaciones de servicios previos, entre otros detalles, para solicitar el servicio o buscar otro prestador.</p>
Especificaciones del reclutamiento de los especialistas	<p>El reclutamiento se da a través de la app. Primero, se completa tu perfil con nombre, foto, correo electrónico, ubicación y categoría. Luego, para tener certificado de seguridad, envía tus antecedentes penales y certificación de categoría profesional.</p>	<p>Se debe contactarlos a través de sus redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), en su sitio web o al teléfono 55 33 11 21. Luego, llenar un formulario donde les pedirá su nombre, dirección y teléfono. Por último, AyFix revisa el registro, agendan una cita en sus oficinas a donde se debe acudir con una identificación oficial, carta de antecedentes penales y comprobante de domicilio.</p>

**Garantías,
términos y/o
condiciones**

Brinda una garantía de hasta 3,000 euros como cobertura. Asimismo, cubre al 100% los tratos realizados mediante la app. Para poder acceder a la garantía se debe contratar y pagar al profesional mediante la app, facilitar las imágenes del antes y después del trabajo realizado y tienen 15 días naturales para realizar la solicitud.

Como procurador de una buena convivencia dentro su página web y/o plataforma, en caso existiesen desacuerdos entre los participantes, tratará de intervenir en la conciliación. Sin embargo, en caso no lleguen a un acuerdo, deberán atenerse a la mediación judicial o al procedimiento judicial correspondiente sin responsabilidad alguna de Ay Fix.

Asimismo, cualquier mala acción de servicio u otros es responsabilidad única del Fixman/Fixgirl.

Fuente: Elaboración propia, 2022

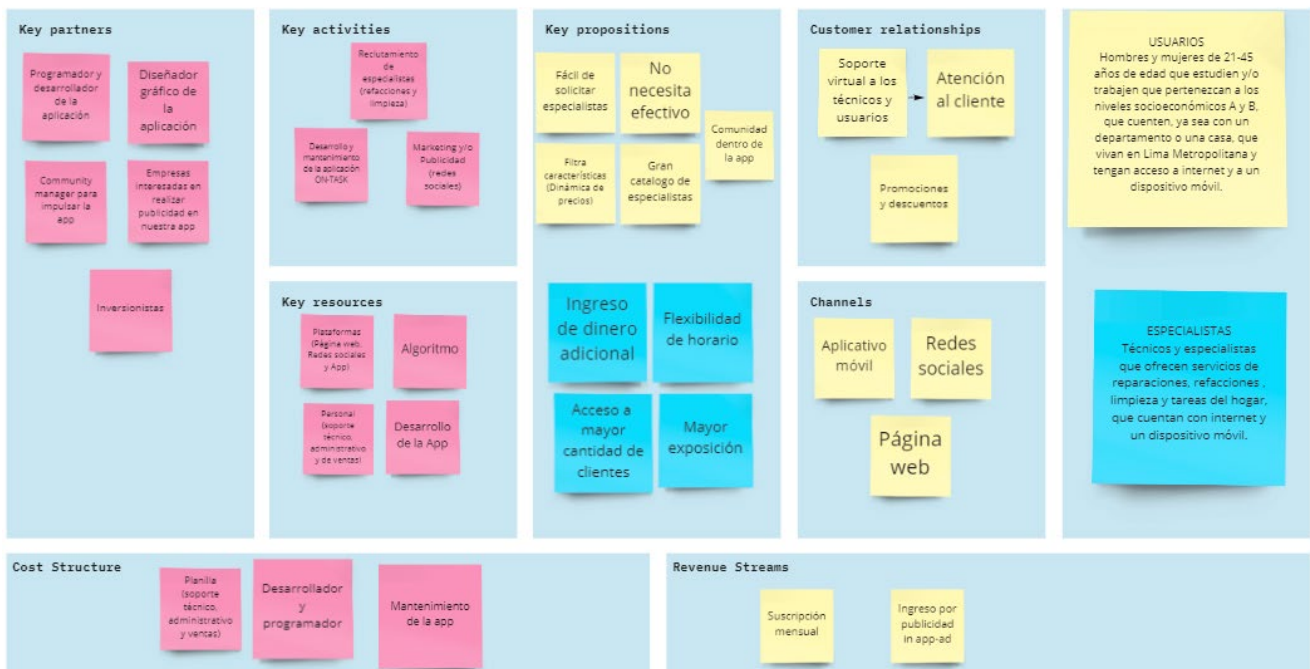
4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC (gráfico)

Figura 7

Business Model Canvas del Proyecto

The Business Model Canvas



Fuente: Elaboración propia, 2022

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

4.2.1. Segmento de cliente:

Este proyecto tiene como objetivo cubrir una necesidad que surge tanto en los usuarios como los especialistas. El segmento que se eligió para los usuarios son hombres y mujeres de 21-45 años de edad, que estudian y/o trabajan, que se encuentran en un nivel socioeconómico A y B, que cuenten con una casa o departamento, residan en Lima Metropolitana y tengan acceso a internet y a un dispositivo móvil. Por otro lado, en el caso de los especialistas, estos son personas que ofrecen servicio de reparaciones, refacciones, limpieza y tareas del

hogar y que tengan acceso a internet y a un celular, ya que como este proyecto es una app, es básico que cuenten con un dispositivo móvil para poder estar en contacto y en constante participación dentro del aplicativo.

4.2.2. Relaciones con el cliente

Con respecto a las relaciones de clientes, se tiene planificado brindar soporte virtual tanto a los usuarios como a los especialistas. De esta manera, ambas partes pueden realizar sus consultas por si poseen alguna duda del procedimiento de On Task o si hubiera algún inconveniente. Por otro lado, a través del post-service hemos decidido consultar por medio de correos o encuestas al usuario y al técnico acerca del servicio, si se llevó a cabo de manera satisfactoria, si se presentan reclamos, etc. Asimismo, se brindarán descuentos y promociones para los usuarios y para los expertos se les dará regalos de bienvenida y se premiará su tiempo de permanencia dentro de la app, de esta forma se obtendrá mayor fidelidad por parte de ambos clientes.

4.2.3. Canales

Se han identificado 3 canales principales para lograr una exitosa ejecución de nuestra idea de negocio. En primer lugar, tenemos a las redes sociales de la marca tales como Instagram, Facebook, Whatsapp y la página web de la misma empresa. Mediante estos canales, el cliente tendrá la posibilidad de realizar consultas, interactuar con la página, solicitar los servicios, entre otras actividades. Asimismo, de utilizar este medio como “ancla” para redirigir a los usuarios de las plataformas a la app On task. Además, dentro de las redes sociales, se creará contenido de valor con el fin de producir engagement a los usuarios mediante la realización de post, stories y publicidad digital, de esta

forma poder generar un mayor alcance. En segundo lugar, a través del aplicativo móvil se podrá tener un contacto directo con los especialistas, aérea de soporte y comunidad que podrá ser encontrado en sistemas operativo Android y IOS. Como tercer canal tenemos a la página web que brindará mayor información sobre los servicios que ofrece la app y permitirá una mayor comunicación con los clientes.

4.2.4. Propuesta de valor

On Task ofrece a sus usuarios la facilidad de encontrar servicios de refacción y limpieza del hogar. Esto se debe a que el usuario pueda filtrar y seleccionar de forma rápida, dentro de un gran catálogo de especialistas, al que más se adecue a sus requerimientos. Además, te permite la integración a la comunidad On Task en la cual puedes compartir comentarios y recomendaciones con otros usuarios. También, facilita el proceso de pago ya que cuenta con diversas modalidades como tarjetas y billeteras digitales.

Por otro lado, respecto a los especialistas, On Task ofrece una mayor exposición y alcance que les permite incrementar su cartera de clientes y obtener ingresos adicionales en horarios flexibles. Además, a diferencia de los competidores, los especialistas pueden tomar la iniciativa de contactarse con los clientes al usar la modalidad subasta de la aplicación.

4.2.5. Actividades claves

En primer lugar, se realiza la captación de técnicos que realizarán las labores que los usuarios estén interesados en pagar porque nuestro modelo de negocio no estaría completo sin los especialistas. En segundo lugar, se debe realizar campañas de marketing y publicidad que nos permitirá llegar hasta los clientes

objetivos, esto se dará por medio de las redes sociales para tener un mayor alcance. Como última actividad clave se tendrá que realizar el desarrollo y mantenimiento constante de la app para así poder tener una funcionalidad optima y no genere problemas a los clientes al momento de su uso.

4.2.6. Recursos claves

En esta área contamos con diversos recursos claves para la sostenibilidad de la empresa, entre los más importantes el logaritmo del software, el cual tiene que ser de calidad, al igual que el desarrollo de la app. Por otro lado, se debe contar con personal de soporte técnico, administrativo y de ventas que permitirán tener una mejor atención a los clientes. Por último, es importante poder contar con diversas plataformas que nos permitirán llegar a nuestros consumidores finales, estos son las redes sociales, la página web y la misma app que es por donde se otorgará el servicio

4.2.7. Socios Claves

Nuestros principales socios clave son en primer lugar los programadores y desarrolladores de la aplicación, los cuales nos ayudarán con el software de la app y verán el sistema informático. En segundo lugar, está el diseñador gráfico de la aplicación, quién será el encargado de ayudaran con el diseño de la app, visualizar las ideas, webs, entre otros. En tercer lugar, se encuentra el community manager quien representará a la marca, encargándose de las redes, foros, de monitorear las actividades y tener una participación activa en redes. Asimismo, tenemos a las empresas interesadas en realizar publicidad dentro de la app quienes sean parte del rubro de refacciones y tareas del hogar. Por último,

tenemos a los inversionistas, quienes serán de gran apoyo para poder sacar la app adelante en sus inicios.

4.2.8. Estructura de costos

Dentro de su estructura de costos, OnTask tiene en cuenta los costos fijos por el pago de planilla del personal de soporte técnico, administrativo y de ventas, los cuales estarán bien calificados para sus puestos. Asimismo, se tiene en cuenta el costo por el sueldo del programador y desarrollador de la app. Por último, se tienen los costos por mantenimiento que se le brindara a la app para tener un buen funcionamiento.

4.2.9. Fuente de Ingresos

La fuente de ingreso de On Task principalmente será por medio de suscripciones mensuales que pagaran los especialistas por ser parte de la app. Asimismo, también se genera ingresos por el uso de publicidad in app-ad, es decir otras marcas podrán poner su publicidad en la aplicación.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Validación Técnica: (3 Expertos)

5.1.1. Objetivo

El objetivo del experimento es presentar el prototipo propuesto a los expertos con la finalidad de saber sus respectivos puntos de vista y así poder captar toda información o datos relevantes que nos ayudará ya sea a desarrollar o plantear de otra manera amigable la app, logrando que los usuarios se adapten de una

manera más rápida y por ende puedan confiar en los servicios que ofrecerá ON TASK.

5.1.2. Diseño y desarrollo

En primer lugar, para realizar la creación del prototipo de la aplicación On-Task, se establecieron las áreas que poseería de acuerdo a las necesidades de nuestro perfil de cliente. Por tal motivo, contará con 5 principales categorías. “Especialistas”, “Subastas y Cotizaciones”, “Tiendas de Materiales”, “Ayuda” y “Foro”.

En adición con el objetivo de desarrollar un prototipo digital para nuestra aplicación, se hizo uso de la plataforma online Marvel App. Asimismo, se establecieron los requerimientos que el usuario debería cumplir para ingresar a la aplicación. En donde contamos con 3 tipos de inicio de sesión, directamente en dónde los usuarios deberán registrarse y crear a través de su correo electrónico su usuario y contraseña. Asimismo, podrán ingresar enlazando con su cuenta de Facebook.

Figura 8

Pantallas principales de On Task

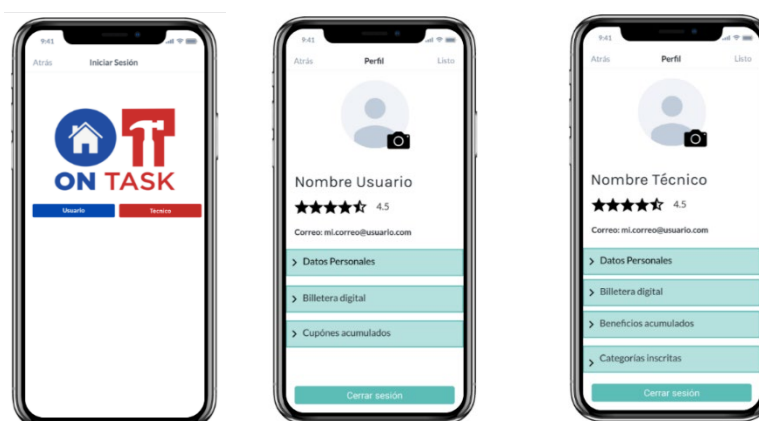


Fuente: Elaboración propia, 2022

El aplicativo está distribuido de tal forma que llame la atención o resulte útil con sus distintas funciones, eso es en el caso de los usuarios. Por otro lado, en caso de los especialistas, se les busca dar una herramienta en donde ellos puedan encontrar una plataforma en donde puedan llegar a tener un mayor alcance, y por consiguiente beneficiar a su economía, dándoles una herramienta útil, rápida, fácil y sencilla de utilizar.

Figura 9

Pantalla de perfil de los clientes

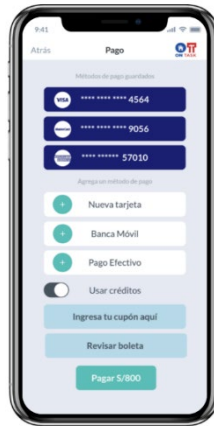


Fuente: Elaboración propia, 2022

Asimismo, dentro de la aplicación On Task poseemos una gran variedad de medios de pago para poder ofrecer la facilidad al usuario de cancelar el monto del servicio desde tarjeta de cualquier banco e incluso permitimos que la transacción sea hecha por efectivo y que le haga llegar el monto final al técnico/especialista en persona.

Figura 10

Pantalla de pago



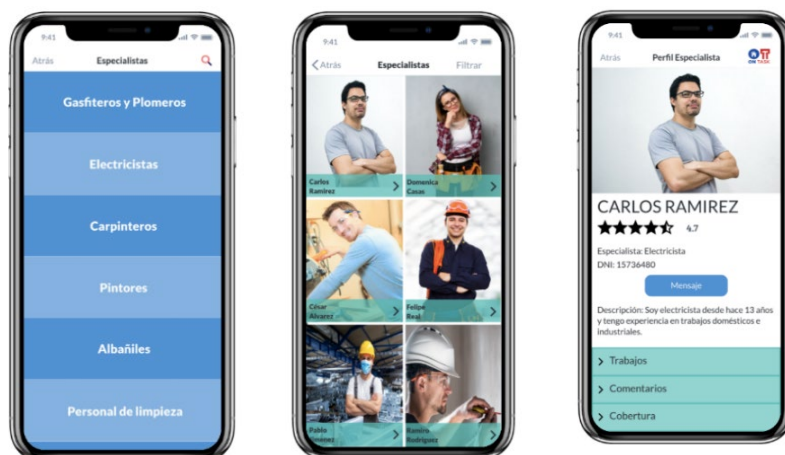
Fuente: Elaboración propia, 2022

Por otra parte, este sería el apartado para visualizar las categorías de especialistas que se encuentran dentro de la aplicación. Dentro de la misma, se puede observar las imágenes de los técnicos con sus nombres. Además, existe un filtro para poder seleccionar el orden en el cual deseas ver a los especialistas. Principalmente, existen 3 filtros: mejor calificación, disponibilidad, cobertura de servicio.

Por último, la aplicación OnTask se realizó con el fin de poder acercar en mayor manera a los especialistas junto a los usuarios para los servicios del hogar, por lo que las herramientas mencionadas anteriormente están enfocadas en cumplir dicho fin.

Figura 11

Pantalla de categorías de especialistas



Fuente: Elaboración propia, 2022

Descripción del experimento

Para el desarrollo del experimento, se llegaron a realizar entrevistas a 3 expertos en el ámbito de sistemas, los cuales son un Ingeniero de Sistemas y dos estudiantes de últimos ciclos de dicha especialidad. Estas entrevistas tienen una duración de aproximadamente 15 minutos cada una. Asimismo, se realizaron entre los días 9 y 10 de noviembre a las 9:00 pm. Además, para dichas entrevistas se desarrollaron diversas preguntas con el fin de conocer la opinión que tienen de nuestro prototipo para que así nos brinden los detalles a mejorar y resaltar los puntos que se debe tener en cuenta en el desarrollo de la aplicación. Cabe mencionar que, con días de anticipación se les presentó las diferentes funciones de la app para que puedan hacer una observación completa. El prototipo fue diseñado en la aplicación Marvel app, la cual es una app on-demand. Es importante resaltar que nuestro prototipo tiene como nombre ON TASK, haciendo referencia sobre tareas o trabajos que el usuario requerirá.

Para dar inicio a la exploración de nuestra aplicación On Task, primeramente, se deberá descargar la app, la cual estará disponible tanto en AppStore como PlayStore. Luego de ello, se podrá iniciar el registro para acceder a las herramientas que ofrece.

Figura 12

Logo On Task



Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 30

Bitácora de actividades

Actividades	Tarea	Resultados
Diseño del prototipo	- Detallar el logo	- El logo de la aplicación se asemeja más a un imagotipo donde se combinan imagen con texto, lo cual fue hecho en Adobe Illustrator, por uno de los integrantes que llevó talleres sobre diseño gráfico.
	Proyectar el mapa de navegación	- Para obtener una idea del flujo que el usuario tendría

en el interfaz, se llegó a desarrollar un mapa de navegación en un papel para luego proceder a desarrollar el prototipo de la aplicación

Reconocer las ideas más resaltantes

- Luego de realizar el mapa de navegación, se seleccionaron las ideas clave más necesarias para el usuario y técnico, a su vez, definir cada sección para dar a entender a ambas partes su funcionalidad y a fin de facilitar la interacción con la aplicación.

- Precisar los lineamientos tanto de la marca como de la paleta de colores

- Se llegó a plantear los parámetros de diseño, la paleta de colores tanto primarios como secundarios y sobre todo el logo en negativo.

Búsqueda de programador para la creación de la app

- Buscar en la web

- Se puede localizar los servicios de programadores tanto en las páginas web 34 como Frilea.pe, la cual nos ofrece como opción de presentar nuestro proyecto de negocio, resaltando nuestras principales características para que luego los usuarios freelancers realicen sus ofertas.

-
- Preguntar a conocidos si desean formar parte del equipo

- Mediante la red de contactos, se pudo consultar a algunos especialistas si formarían parte de este proyecto.

Averiguar los costos de programación

- Cotizar los precios a través de internet

- Según unos consultores de IBM Sudamérica (2018), se estima que el precio de la 35 creación de una aplicación está entre los 5 mil a los 6 mil dólares, con todos los costos de publicació.

**Averiguar y cotizar
las pasarelas de pago**

- Cotizar con algún programador que será parte de la app
 - Se les consultó a los expertos entrevistados sobre el costo de implementar la app y mencionaron que estaría entre aproximadamente \$6,000.
-
- Buscar pasarelas de pagos extranjera tales como (Paypal, Mercado Pago)
 - Paypal: Es una de las pasarelas con las transacciones más seguras gracias a su manejo de cifrado y monitoreo avanzado 24/7 de las transacciones. Además, que presenta una comisión por transacción de 5.4% + 0.30 USD.
 - Mercadopago: Permite aceptar tanto tarjetas de crédito como débito, puesto que es confiable y está bajo el respaldo de mercado libre. En tanto la comisión en Mercado
-

Pago es de 3.99% + S/1.00 (no incluye IGV), esto si el dinero lo deseas recibir al instante. En caso contrario, si deseas recibir el pago a partir de 14 días, tienes una comisión menor, de 3.79% + S/1.00 (no incluye IGV).

-
- Izipay: Esta aplicación cuanto, a la comisión que cobra Izipay es 0.10% más elevada que Vendemás, ya que cobra 3.95 por sobre la 37 venta + IGV. PayU: Permite recibir pagos online de forma efectiva y segura en el Perú; a su vez, cuenta con distintas tarifas y pagos. Con respecto a las comisiones, presenta una comisión de 4.59% + S/1.50 por transacción exitosa. Niubiz:
 - Realizar cotizaciones con proveedores nacionales como lo son Izipay, PayU, Niubiz, Culqi.
-

Actualmente, cuenta con una variedad de pagos online desde pago web hasta pago programado, tiene comisión variable que va desde los 2.99% + un costo por transacción de \$0.15 más IGV dependiendo del tipo de tarjeta a emplear. Culqi: por transacciones online, tiene un precio por transacción exitosa de todas las tarjetas de 4.20% + \$0.30 (más IGV). Por último, el depósito del dinero se realiza con un retraso máximo de 4 días hábiles a excepción de feriados y fines de semana

-
- Se tiene 2 vías para
 - Determinar cómo realizar la establecer una cuenta implementación de una recaudadora en los bancos banca móvil. La primera se da por el medio de
-

		<p>pago en efectivo, pues se cuenta con un cobro de manera directa a sus cuentas. La segunda se puede dar aperturando una cuenta BCP.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar el costo de pago con código QR 	<ul style="list-style-type: none"> - Mediante Mercado Pago se va a implementar el código QR facilitando a los usuarios no pagar con efectivo. La implementación es completamente gratuita. Asimismo, la comisión establecida es del 0%, tanto en tarjetas débito como crédito a fin de dar al usuario una opción rápida y segura al momento de pagar
<p>Buscar ingresos por realizar publicidad en el servicio brindado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Averiguar convenios con aquellas empresas dedicadas a la ofimática y la organización en internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Algunas plataformas como Trello y Slack suelen realizar este tipo de anuncios que son auspiciados en ciertas

páginas como 9to5mac, pretendiendo promocionar sus servicios. Entonces, se puede decir que se encuentran abiertos a los convenios de publicidad pagada a través de artículos

-
- La plataforma de Google Ads logra medir por CTR el cual en su mayoría es de 1%. Ante ello se deberá saber el CPC (Cost per Click), el cual puede tener una variación , según The Balance Small Business (s.f), entre 0.01USD a 15USD, pues esto va a depender mucho de cómo Google llegue a calificar la aplicación y de las clases de anuncios que terminarán haciendo efecto, puesto que no toda empresa auspiciadora
 - Averiguar los ingresos que se obtendrán en internet con Google Ads

pagará la misma cantidad por cada click generado.

Indagar las actividades esenciales de cada uno de los expertos

- Indagar en internet

- Entre las actividades esenciales para el experto en el tema de programación, se encuentra el establecer correctamente los parámetros para que se lleve a cabo la creación ya sea de nuevos programas o de nuevas aplicaciones. Así como también el implementar un código de programación. Para el caso del experto en diseño gráfico, se centrará en los aspectos técnicos que se refieren a componentes visuales como lo son la composición, equilibrio y color. Asimismo, está a cargo ya sea del mantenimiento de las páginas web o de las

		aplicaciones.
	- Preguntar a los mismos especialistas que formarán parte del equipo	- Se usará toda la información recopilada de las entrevistas que se realizaron a los expertos en diseño gráfico y programaciones
Conseguir más especialistas	- Contactarlos por medio de las redes sociales como, Facebook marketplace, LinkedIn, Mercado Libre	- La oferta de ello es muy variada y múltiple, pues por ejemplo en Facebook marketplace son mayormente trabajos express, En Mercado Libre podemos encontrar diferentes proveedores que pueden tener varios años de experiencia, pero sus calificaciones no lo respaldan. En el caso de la red social LinkedIn, mayormente suelen buscar trabajos a tiempo completo
	- Buscar en las páginas de trabajos en general	- Se realizará entrevistas a los especialistas para que nos comente su

-
- Se le preguntó a 2 diseñadores sobre la propuesta y uno mencionó que se encuentra interesado en generar ingresos adicionales muy aparte de su trabajo fijo. El otro mencionó que lo considera de mucha utilidad al facilitarle encontrar trabajos de manera temporal.
 - Consultar tanto a amistades como a conocidos
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.1.3. Resultados

Tabla 31

Malla Receptora

Puntos Fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none">- El formato del prototipo es amigable.- Presenta una estética moderna y llamativa- El logo está bien implementado en la app, pues es novedoso y fuera de lo común.- Muy útil y adaptable a las necesidades que se demandan en el mercado.	<ul style="list-style-type: none">- Debemos de estar pendiente de la seguridad del usuario, hacerle un seguimiento constante.- La distribución de las opciones en la aplicación podría mejorar, pues no debe de tener muchos apartados.- Se debería de implementar más opciones para el inicio de sesión para que existan menos barreras para aquellos que desean ingresar.
Preguntas nuevas	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué criterios se debe tener en cuenta para que la app presente un formato amigable para los usuarios?- ¿De qué manera se puede aplicar los mecanismos de seguridad dentro de la aplicación?	<ul style="list-style-type: none">- Implementar la opción de mostrar recomendaciones de acuerdo a ubicación del usuario como primera opción.- Apuntar en obtener las certificaciones más reconocidas de innovación digital en el entorno de las aplicaciones.

-
- | | |
|--|--|
| - ¿Cómo podemos generar tanto confianza como atracción de los nuevos usuarios? | - - Transformación de un formato más interactivo y dinámico con cada usuario de forma particular |
|--|--|
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.1.4. Análisis

- Cada cierto tiempo la aplicación debe de recibir mejoras en la estructura de su contenido para que de esta manera pueda continuar siendo dinámica, priorizando siempre a los usuarios.
- Se debe trabajar más en los aspectos de la seguridad interna de la aplicación, puesto que el tema de la privacidad cada vez más va cobrando mayor importancia. Con ello se conseguirá la confianza plena del usuario para acceder a nuestros servicios
- Añadir secciones adicionales para que se pueda compartir información relevante de los usuarios destacados y con ello suscitar una mayor lealtad.
- Para el inicio de sesión, se debe optar por más opciones para que existan menos barreras para el usuario y no solo sea contando con un correo electrónico.
- Se puede agregar la opción de mostrar como primera opción, recomendaciones de acuerdo a la ubicación de los usuarios, es decir si el usuario se encuentra en el distrito de Surco y activa el acceso a su ubicación, inmediatamente la app le mostrará las recomendaciones de todos los técnicos ubicados en dicho distrito.

- Dentro de la aplicación se puede añadir un botón que puede ser como menú principal de todas las pantallas con las que el usuario suele interactuar. Esto con el fin de reducir sus clicks y hacer que su navegación sea más fácil.

5.1.5. Aprendizajes

En un principio, nuestra propuesta de valor se enfocaba más en otorgar soluciones rápidas, en 52 la cual se definía por ofrecer solo un servicio, la cual era una programación de manera general de una página web a personas que buscaban hacer crecer su emprendimiento. No obstante, a lo largo del tiempo y conforme a los aprendizajes adquiridos, se logró identificar que se debería de ofrecer más servicios para que se brinde una app completa. Es aquí donde se llegó a recopilar informaciones relevantes a raíz de las primeras entrevistas que se realizaron con los usuarios, en donde se identificó sus necesidades. Gracias a ello, se desarrolló una propuesta de valor de acuerdo al perfil del cliente.

Además, se reconocieron sus alegrías, sus tareas, y sus frustraciones. Para ello, se realizó el modelo del lienzo de la propuesta de valor, en el cual se identificó de forma estratégica las actividades claves, los segmentos de clientes, los socios, entre otros.

Dentro del análisis que se desarrolló con nuestros competidores, se llegó a conocer que contamos con tanto competidores directos como indirectos. Los primeros suelen brindar un servicio de una manera en específica, pero en caso de brindar un servicio mucho más completo, lo hacen mayormente para empresas que son grandes y evidentemente a un mayor costo.

Por otro lado, los indirectos son los que prácticamente la misma empresa o persona se encarga de diseñar su propio logo sin tener algún conocimiento de lo que es la tipografía o la identidad de la marca. Es por ello que, dentro de uno de los aprendizajes que podemos destacar es que ON TASK ofrece todos los servicios que son muy necesarios para un emprendimiento que desea digitalizar una marca a un precio considerable. Por otra parte, se desarrolló una propuesta elaborada en Marvel App, en la cual tres expertos nos brindaron sus puntos de vista para tenerlos en cuenta. Gracias a ello tenemos los conceptos y características claras para que la interfaz de nuestra aplicación sea de mayor accesibilidad y amigable con los usuarios.

5.1.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)

Para realizar la respectiva sustentación, decidimos realizar entrevistas a tres expertos en este ámbito, es decir en el área de sistemas. Cabe mencionar que, antes de que se lleven a cabo dichas entrevistas, el prototipo de la app ya se les había mandado con tres días de anticipación para que puedan realizar una observación más profunda. A continuación, se redactará las entrevistas en las cuales se hace énfasis a los datos generales, aspectos relevantes y recomendaciones mencionadas por los expertos.

- **Entrevistas a expertos**

Tabla 32

Entrevista Experiencia Experto 1

Entrevista validación del problema	1
número:	
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Manuel Hurtado Alzamora

Resumen registro:



Luego de haber interactuado con la aplicación, el Ingeniero Manuel nos menciona que con respecto a las características que se deberían de añadir a la app, sería agregar más opciones para el inicio de sesión para que existan menos barreras para aquellos que desean ingresar y no necesariamente contando con correo electrónico. Además, comenta que

se podría dar opción de mostrar recomendaciones de acuerdo a 54 ubicación del usuario como primera opción, como por ejemplo si la persona se encuentra en Chorrillos y brinda el acceso a su ubicación, se muestra las recomendaciones de todos los técnicos ubicados en dicho distrito. Asimismo, considera que dentro de las modificaciones que se deben hacer a la aplicación están en los patrones de diseños, pues se debe definir correctamente si solo será para Android o Iphone, ya que el diseño no aplica igual para ambos. No obstante, mencionó que el formato de la app le parece amigable en el sentido de que sí es fácil de usarlo, pues al ser así hace que llame mucho la atención por más que el servicio no sea interesante, ya que el diseño genera un gran impacto. Además, hace hincapié en que es susceptible de mejora para que no solo se quede en la acción de que sea así de fácil de usar sino que ofrezca un contenido completo que verdaderamente le sirva al usuario. Por otro

lado, mencionó que la estimación del costo de una aplicación móvil es bien difícil de contestar porque dependerá mucho de cuántos requisitos y que tan complejos serán estos requisitos de los clientes para que la empresa pueda estimar un costo real. Por ejemplo, está la parte de diseño, desarrollo, base de datos, la tienda de aplicación en dónde estará y si será híbrida o nativa. Estos puntos encajarán correctamente para poder realizar una estimación del costo de una aplicación. Preciso que no se animaría a dar un monto para evitar no acercarse a la realidad. También comentó que dentro de los atributos que se pueden mejorar en la aplicación están en la pasarela de pagos, pues es muy importante y mandatorio hacer un seguimiento en la parte de la seguridad. Esto se debe a que es muy riesgosa, ya que en esta pasarela de pago el usuario ingresa datos confidenciales como lo es a través de una tarjeta de crédito para concretar la venta o una transacción bancaria. Por último, resalta que para desarrollar una aplicación móvil es muy importante tener en claro los requisitos para saber lo que se desea realizar y lo que se espera de ella para que al final se evidencie si se ha llegado a cumplir con el objetivo.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/qBvQ8UgleSI>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 33

Entrevista Experiencia Experto 2

Entrevista validación del problema	2
número:	
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Imanol Zevallos De las Casas
Resumen registro:	



En este caso, el entrevistado es estudiante de Ingeniería de Sistema en la UNI, menciona que le agrada la aplicación porque es interactiva y asociable a todo público, pero una función recomendable de usar en las aplicaciones móviles en este caso de Contrataciones de Servicios es favorable usar los CHATBOT, la cual nos ayuda a interactuar con las personas por medio de plataformas de chat. Gracias a esta función el cliente podrá conocer más cosas de lo que podrán obtener a lo largo de la visualización y la forma de interactuar con la aplicación; esto para saber si desea contratar los servicios de la empresa brindando respuestas oportunas. Asimismo, hace énfasis que en la actualidad se observan muchos delitos informáticos, como robo de información o identidad en este último caso se sugiere que no se inicie sesión automáticamente en la aplicación con una cuenta de red social (Facebook), ya que a menudo el inicio de sesión en una aplicación con las mismas informaciones de su cuenta de una red social permite que la aplicación recolecte su información de su cuenta de su red social asociada y viceversa , entonces para poder evitar esto sugiere que se debe usar direcciones E-mail y una contraseña establecida y de alto rango de confiabilidad. Además, comenta que nuestra app presenta un formato correcto a su parecer, debido a que permite el acceso completo al dispositivo, ofrece una mejor experiencia al usuario y va a lograr satisfacer todas sus necesidades, pues está seguro que al tener un formato de mejor acceso al usuario aumenta la competitividad y mejora los procesos de innovación porque reduce tanto costos como tiempo en la ejecución de las actividades de la empresa y como resultado es lograr que la empresa adopte una buena posición estratégica en un mercado competitivo y de entornos virtualizados. También, nos menciona que se debe proteger los datos de los usuarios en una escala mayor a la información de los servicios a brindar. Con respecto a las características fundamentales en mejora de una aplicación, nos comentó que estas se parten

desde la gestión de las contraseñas y la autenticación de dos factores es decir proporcionar un nivel adicional de seguridad en las cuentas ya que se puede generar una pérdida masiva de datos de los usuarios e información de la empresa generando este último hasta el cierre definitivo de la aplicación y aumentando elevadas pérdidas económicas a la empresa. Para ello, considera que generalmente se debe utilizar códigos de verificación con SMS a los dispositivos móviles para confirmar la identidad del usuario 57 y así prevenir los ciberataques. Además, agregó que las informaciones incompletas pueden provocar una toma de decisiones erradas por parte del usuario al momento de adquirir un servicio. Por consiguiente, la información debe estar orientada al usuario con detalles y el nivel de complejidad y fiabilidad al usuario. Por último, comentó que el costo de una aplicación móvil dependerá de factores claves tales como tiempo, estudios técnicos y económicos, el número de desarrolladores y las versiones de aplicaciones móviles, ANDROID o IOS. Todo esto va de la mano con el Marketing digital ya que el precio de esta inversión se debe recuperar en tiempos récord y obtener ganancias meses o semanas posteriores, considera que el precio estimado es 4 a 6 mil dólares (incluidos costos de publicación).

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/ozfb9KF7gvY>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 34

Entrevista Experiencia Experto 3

Entrevista validación del problema	3
número:	
Tipo de entrevistado:	Experto
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Rafael Solís Almenara

Resumen registro:



En este caso, el entrevistado es un estudiante de la carrera de Ingeniería de Sistema en la UPC, menciona que trabaja en una empresa de telecomunicaciones con programas más sofisticados. Asimismo, referido a la aplicación On Task considera el entrevistado que los CHATBOTS serían de gran ayuda, dado que los usuarios siempre presentan dudas y no saben a dónde acudir, tanto preguntas, dudas o incógnitas que tengan se absolverse de la mejor manera posible. Además, que, la asistencia virtual se ha propagado considerablemente y que necesitan de un soporte adecuado, porque aún empresas medianas no lo están implementando a grandes rasgos, lo cual recomienda que se debe añadir esta funcionalidad a la aplicación. Por otra parte, la aplicación cumple con lo establecido como prototipo, dado que es interactiva y atractiva; sin embargo, considera que algunos comandos pueden ser modificados, más que todo en la sección de registros se nota algo de complejidad. En caso contrario, recomendaría aminorar la información de los usuarios, pero en caso de especialistas si deben ser más detallados, puesto que se debe completar un perfil elaborado al momento de contratarlo, tal vez añadiendo una sección donde se sepa sobre los trabajos realizados en las últimas semanas. En tanto, con la aplicación On Task resulta muy fácil familiarizarse, puesto que se cuenta con la tecnología suficiente por parte de los usuarios y técnicos. Ahora en caso de agregar o modificar serían los colores en el cual se notan muy apagados, 59 ya es un tema de diseño, pero en cuanto a funcionalidad es más fácil de interactuar. Por otra parte, la cotización de esta aplicación o red social siempre demanda de mucho tiempo dedicación añadiendo contenido publicitario lo estimaría en 4500 dólares, esto es más que todo que la aplicación sea concisa. En el caso de atributos, el formato de registro puede añadirse más facilidades como ingresar el número

teléfono e implementar más a detalle el DNI. Finalmente, a la aplicación añadir contenido adicional informativo y agregar vídeos introductorios de sus logros para comprometer al usuario a seguir optando por su aplicación

Link de la entrevista:

www.youtube.com/watch?v=_mXV6we3s

[Bo](#)

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.2. Validación Experiencia del Usuario

5.2.1. Experimento 1: Entrevistas (10)

5.2.1.1. Objetivo

El objetivo del experimento es validar la experiencia del usuario, mediante la tecnología usada, conocer su punto de vista y obtener información para mejorar la aplicación, la cual es una plataforma accesible, de fácil uso y segura para el usuario. En cuanto al especialista, la finalidad del experimento es mostrar el prototipo propuesto al experto con el fin de conocer su punto de vista y captar información relevante para desarrollar o plantear de otra forma amigable la aplicación.

5.2.1.2. Diseño y desarrollo

Para el experimento 1, se realizaron entrevistas a 10 personas las cuales cumplen con nuestro perfil de público objetivo. Este se dividirá en 2 grupos, entre ellos serían 5 usuarios donde tenemos a Imanol Cahuaza Huamán, Rubí Espinoza Abanto, Carla Espinoza Romaina, Valery

Vicente Paucar, Renzo Granados Vega. Asimismo, se entrevistará a 5 especialistas, los cuales son José Antonio Reyes Zavala, Giordano Neyra Lévano, Juan Manuel Cariajano Rodriguez, Miguel Armas Aranas, Cesar Padilla Odicio, Angie Luciana Mattos y Pedro Sanchez Vidal ello a fin de conocer su opinión acerca de la aplicación y las nuevas opciones que le podemos implementar para el rediseño de la app. Este prototipo fue diseñado en Marvel, siendo una aplicación con demanda, llamada ON-TASK, cumpliendo los trabajos o tareas que requiere el consumidor, por su traducción al inglés, “TASK”. Asimismo, se presentarán las diversas funciones que tiene la aplicación y la página web.

Tabla 35

Bitacora de actividades

Actividades	Tarea	Resultados
Definir el perfil y elegir a las personas que cumplan con los requisitos	- Definir el perfil de nuestro usuario	- Usuario: Hombres y mujeres entre los 21- 45 años, que cuenten con productos que requieran reparaciones técnicas,
	- Definir el perfil de nuestro especialista	casas que necesiten limpieza.
	- Verificar que personas en nuestro entorno cumplan con el perfil que solicitamos	- Especialistas: Personas que ofrecen servicio de reparaciones, refacciones,

		limpieza y tareas del hogar y que tengan acceso a internet y a un celular.
		- 10 personas encajaron y participaron en las entrevistas, las cuales se realizaron tanto para usuarios como especialistas.
Coordinaciones previas a las reuniones	- Explicar detalles de la entrevista a los usuarios y a los especialistas.	- Hacer énfasis que la entrevista es con fines académicos y que, con sus permisos, la reunión será grabada.
	- Coordinar fecha y hora	
	- Realizar guía de preguntas tanto para el usuario y el técnico para nos proporcione sus críticas constructivas	- Las entrevistas se realizarán en horarios establecidos por el usuario, donde las reuniones no tomarán más de 20 minutos
	- Enviar link del vídeo y de la aplicación realizada en Marvel App.	
		- Preguntas como:

	<p>¿Qué te parece tal visualización? ¿Qué mejorarías? ¿Te gusta el logo? ¿Qué cambiarías? ¿Por qué? ¿Utilizarías esta aplicación?</p>
<p>Realizar entrevistas a al menos 5 potenciales Usuarios y Especialistas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la dinámica de las reuniones - Administrar la reunión - Finalizar la reunión <p>- La dinámica de las reuniones será más de una conversación que una entrevista en la cual se realizarán preguntas tanto al usuario como al especialista. Si bien es cierto que realizamos una guía de preguntas, estas se van a formular durante la conversación mientras los usuarios interactúan con la aplicación.</p> <p>- Responder consultas y explicar las funciones de las diversas visualizaciones de la aplicación.</p>

-
- Agradecer al usuario y al especialista por su tiempo y retroalimentación.

Registro de validación de las entrevistas

- Validación de información
 - Transcripción de las entrevistas
 - Realizar la nueva malla receptora
- Las entrevistas serán realizadas por zoom para ser grabadas y colgadas en YouTube a fin de contar con evidencias del experimento. Los registros se encontrarán en la parte de sustentación de las validaciones
 - Se realizará el registro de los momentos más importantes que aporten de manera significativa al experimento.
 - Estas transcripciones están en el documento en la parte de sustentación de las validaciones.
-

-
- Incluir críticas constructivas, preguntas nuevas, nuevas ideas y lo que más le gustó la aplicación según la información obtenida de las entrevistas a los usuarios.

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.2.1.3. Resultados

Tabla 36

Malla Receptora Experimento 1 de Experiencia del Usuario

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<p>Usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es una aplicación intuitiva y de fácil uso para el usuario. - Cuenta con varias funcionalidades como la geolocalización, Chatbot, inteligencia artificial, comunidad para los usuarios. - Tener el foro y que ahí puedan generar una comunidad con personas que tienen problemas similares e intercambiar ideas 	<p>Usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incluir la ubicación de en una parte más exacta del mapa como “mi ubicación”, marcadas con una figura circular como las plataformas de navegación. - Implementar la opción de inicio de sesión con faceID y google.

es perfecto.

- La opción de poder cotizar un trabajo y que los especialistas puedan indicar tanto el momento como los días que demoren el realizar el trabajo es una opción práctica.
- Poder ver el perfil del especialista, su calificación y reseña les genera seguridad

Especialista

- La interfaz es novedosa y cuenta con una excelente distribución.
- El logo y los colores están perfectamente determinados.
- Poder ofrecer sus servicios según su especialidad y que haya un icono especial por cada trabajo, la hace una app completa.
- El mapa de tiendas permite que ubiquen lugares cercanos en donde adquirir los materiales para realizar los trabajos en cualquier lugar que se encuentren.
- La app les permitirá tener un mayor alcance y por ende, mayores ingresos.

Especialista

- Poner los colores mucho más llamativos.
- Incluir más tipos de especialistas en las opciones

Nuevas preguntas	Nuevas ideas
<p>Usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Podrían agregar la opción de filtrar por mayores trabajos realizados? - ¿Sería necesario implementar inteligencia artificial para ofrecer artículos según el interés y la búsqueda regular del cliente? - ¿Podrían incluir la opción de servicio a través de video llamadas con los especialistas? <p>Especialista</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Podrían incluir un icono para dejar propinas a los especialistas aparte del pago? - ¿Podrían incluir un icono de compra de material en la zona de tiendas? 	<p>Usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un seguimiento constante después de la atención por el especialista. - Implementar fechas límites de garantía después de cada trabajo realizado en caso surja alguna falla. <p>Especialista</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer tutoriales con trabajos específicos, que permitan cobrar por ellos.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 37

Malla Receptora Experimento 1 de Experiencia del Usuario

Usuario	Especialista
---------	--------------

-
- La app siempre debe contar con una interfaz fácil, sencilla y práctica de utilizar, con el fin de que el usuario se sienta familiarizado con él en todo momento.
 - Se debe de realizar actualizaciones constantes de la app, ya que siempre surgen nuevas necesidades de los clientes y muchas más mejoras que hacen la interacción dentro de una plataforma mucho más fácil y sencilla.
 - Mantener siempre los datos de los clientes bajo confidencialidad, ya que hoy en día dado la era digital han surgido mayores piratas cibernéticos que buscan extraer datos personales de las personas con fin de realizar malas prácticas, robos, entre otras cosas.
 - Añadir una sección en donde se pueda destacar los servicios más solicitados y el técnico más frecuente que realiza los trabajos.
 - Al entrevistar a los técnicos, se obtuvieron diversos hallazgos respecto a la aplicación On-Task, los entrevistados mencionaron que es una aplicación de fácil uso, es decir el usuario puede usarlo de forma intuitiva porque no es complicado.
 - Los técnicos deben de estar en la capacidad de poder atraer a los clientes a través de la personalización, aunque este depende del sistema operativo y el interfaz de la app, es por eso que añadir un icono referente al mismo sería una gran idea.
 - Los técnicos también deben de estar en la capacidad de poder visualizar que personas usan con frecuencia la app y que ellos también puedan dejar comentarios con respecto al cliente y si algún momento alguno de ellos trabajo con él, cuál fue su experiencia, esto solo será visible entre especialistas, ya que garantizar la seguridad de ellos y saber a quién se va a enfrentar como cliente es importante.
-

5.2.1.4. Análisis e Interpretación

En la bitácora de actividades se estableció cuáles serían las actividades más importantes y las tareas que se debían realizar para cumplirlas. Es por eso que se realizará la interpretación de los resultados. A continuación, se pasará a explicar de manera más específica cada una de ellas.

Usuario

- **Definir el perfil y elegir a las personas que cumplan con los requisitos:**

Se definió el perfil del usuario, en donde se estableció que sería Hombres y mujeres entre los 21- 45 años, que cuenten con productos que requieran reparaciones técnicas, casas que necesiten limpieza. Luego se verificó que las personas cumplan con el perfil de nuestro público objetivo. Se obtuvo la participación de 10 personas durante las entrevistas, entre usuarios y especialistas

- **Coordinaciones previas a las reuniones:**

Este punto se trataba básicamente de explicar la dinámica y detalles a los entrevistados, haciendo un énfasis en que la entrevista e informaciones recolectadas serían para fines académicos. Se coordinó una fecha y hora con cada participante

con el fin de no interrumpir ni cruzarnos con sus actividades diarias. Para poder realizar preguntas coherentes se hizo un guía de las mismas. Dichas entrevistas iniciaban con el envío del link de la reunión y del prototipo realizado en Marvel. Si surge alguna duda con respecto a las funcionalidades de la app se responderá de manera eficiente la explicación. Una vez concluida la reunión se agradecerá por el tiempo brindado a los colaboradores.

- **Realizar entrevistas a al menos 5 potenciales Usuarios:**

En esta parte se estableció la dinámica que tendrían las reuniones, en donde se trataba de observar cómo las personas navegaban dentro del app, como un conversatorio, después de la navegación se espera realizar ciertas preguntas con respecto a su experiencia durante su interacción con la app. Si surge alguna duda con respecto a las funcionalidades de la app se responderá de manera eficiente la explicación. Una vez concluida la reunión se agradecerá por el tiempo brindado a los colaboradores.

- **Registro de validación de las entrevistas:**

En esta parte se realizará el registro de validación de las entrevistas, en donde para esto se realizará la validación de información, la transcripción de las entrevistas y mediante esta información se realizará la malla receptora. Para poder realizar estas actividades con éxito, primero se harán las entrevistas por

zoom para ser grabadas y colgadas en YouTube a fin de contar con evidencias del experimento. Los registros se encontrarán en la parte de sustentación de las validaciones. Luego, se realizará el registro de los momentos más importantes que aporten de manera significativa al experimento. Estas transcripciones están en el documento en la parte de sustentación de las validaciones. Es importante mencionar que se van a incluir críticas constructivas, preguntas nuevas, nuevas ideas y lo que más le gustó la aplicación según la información obtenida de las entrevistas a los usuarios.

Especialista

- **Definir el perfil y elegir a las personas que cumplan con los requisitos:**

Se definió el perfil del usuario, en donde se estableció que serían personas que ofrecen servicio de reparaciones, refacciones, limpieza y tareas del hogar y que tengan acceso a internet y a un celular. Se obtuvo la participación de 10 personas durante las entrevistas, entre usuarios y especialistas.

- **Coordinaciones previas a las reuniones:**

Este punto se trataba básicamente de explicar la dinámica y detalles a los entrevistados, haciendo un énfasis en que la entrevista e informaciones recolectadas serían para fines académicos. Se coordinó una fecha u hora con cada participante

con el fin de no interrumpir ni cruzarnos con sus actividades diarias. Para poder realizar preguntas coherentes se hizo un guía de las mismas. Dichas entrevistas iniciaban con el envío del link de la reunión y del prototipo realizado en Marvel.

- **Realizar entrevistas a al menos 5 potenciales Especialistas:**

En esta parte se estableció la dinámica que tendrían las reuniones, en donde se trataba de observar cómo las personas navegaban dentro del app, como un conversatorio, después de la navegación se espera realizar ciertas preguntas con respecto a su experiencia durante su interacción con la app. Si surge alguna duda con respecto a las funcionalidades de la app se responderá de manera eficiente la explicación. Una vez concluida la reunión se agradecerá por el tiempo brindado a los colaboradores.

- **Registro de validación de las entrevistas:**

En esta parte se realizará el registro de validación de las entrevistas, en donde para esto se realizará la validación de información, la transcripción de las entrevistas y mediante esta información se realizará la malla receptora. Para poder realizar estas actividades con éxito, primero se harán las entrevistas por zoom para ser grabadas y colgadas en YouTube a fin de contar con evidencias del experimento. Los registros se encontrarán en la parte de sustentación de las validaciones. Luego, se

realizará el registro de los momentos más importantes que aporten de manera significativa al experimento. Estas transcripciones están en el documento en la parte de sustentación de las validaciones. Es importante mencionar que se van a incluir críticas constructivas, preguntas nuevas, nuevas ideas y lo que más le gustó la aplicación según la información obtenida de las entrevistas a los usuarios.

5.2.1.5. Aprendizajes

On-task tiene como objetivo brindar servicios en base a necesidades identificadas en el mercado, tanto de técnicos como de los usuarios. Nuestra idea principal era solo dirigirnos a los usuarios y enfocarnos en ellos, pero a medida que realizamos el desarrollo del trabajo de investigación vimos que también podríamos estudiar y dirigirnos a los técnicos, es así que se integró a ambos y para cada uno se realizó un interfaz que responda a sus exigencias.

También se realizó la recolección de información a través de entrevistas que fueron útiles para poder realizar con exactitud el trabajo y realizar los cambios necesarios, buscando siempre la comodidad del cliente. En base a esa información se realizó la elaboración de la propuesta de valor. Luego se realizó el prototipo de la app y se pasó a hacer entrevistas con el prototipo y a ver como los potenciales clientes responden frente al mismo. Por lo que, en el transcurso del aprendizaje se pudo apreciar que On-task si es una app que responde a las necesidades de los clientes, tanto de los usuarios que son personas que

carecen de experiencia para realizar tarea, reparaciones, refacciones dentro del hogar, como de los técnicos que les permite tener un mayor alcance y una fuente de ingresos fiable.

El punto de vista de los especialistas fue fundamental para que revisen el diseño de la app, nos brinden un presupuesto por la realización y ver si realmente es viable, mejorar diseño, interfaz, entre otros, aspectos vinculados al aplicativo. En las últimas entrevistas, se pudo apreciar que las personas sugieren incluir la ubicación de en una parte más exacta del mapa como “mi ubicación”, marcadas con una figura circular como las plataformas de navegación, implementar la opción de inicio de sesión con face ID y Google e incluir más tipos de especialistas en las opciones.

5.2.1.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)

- Preguntas de Entrevista Cliente 1 (Usuario)

Tabla 38

Preguntas Experimento 1 (Usuario) de validación de Experiencia de Usuario

Tabla de Preguntas Usuario
Introducción On-Task
Es una aplicación móvil que cuenta con herramientas que permite a las personas que carecen de tiempo, experiencia y/o conocimiento de tareas del hogar, refacciones, reparaciones poder encontrar la solución más factible que le surge en base a su necesidad. Por otro lado, también está dirigido a personas que cuentan con experiencia en reparaciones, refacciones y tareas del

hogar, como técnicos, con el fin de que puedan ofrecer sus servicios en esta app, tener un mayor alcance y generar ingresos.

Buenas tardes, gracias por su disponibilidad a responder un par de preguntas. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a las actividades realizadas en el hogar; por lo que, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que la información recolectada será utilizada con fines académicos.

1. ¿Qué opinas de nuestra propuesta?
 2. ¿Has escuchado de otra propuesta similar?
 3. ¿Crees que la app permitirá encontrar la información deseada de manera sencilla?
 4. ¿Considera que la app es accesible para toda persona, incluyendo a aquellas que presentan alguna discapacidad?
 5. ¿Te parece útil la aplicación? ¿La usarías?
 6. ¿Crees que la app On Task es útil para personas que no tienen tiempo para la realización de tareas, limpieza, reparaciones y refacciones dentro del hogar?
 7. ¿Consideras que la app On Task tiene funciones prácticas para su uso? ¿Cuál consideras que es la mejor función o tu favorita?
 8. ¿Qué opinas del logo, cambiarías algo de este? (Ideas de mejora)
 9. ¿Consideras o te gustaría que se ofrecieran promociones por el lanzamiento?
 10. ¿En qué plataformas te gustaría encontrar información acerca de la aplicación On Task?
 11. De los comentarios que viste en la página o de IG, ¿Qué reacciones crees que te generaron más confianza para decidir descargar y navegar por la app On task?
-

-
12. ¿Qué diferencias o características diferenciadoras viste en On Task que otras aplicaciones similares no posean?
 13. ¿Hasta cuándo estarías dispuesto a pagar por la realización de una refacción o tarea del hogar?
 14. ¿Sugerirías algún cambio?
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Preguntas de Entrevista Cliente 2 (Especialista)**

Tabla 39

Preguntas Experimento 1 (Especialista) de validación de Experiencia de Usuario

Tabla de Preguntas Especialista

Introducción On-Task

Es una aplicación móvil que cuenta con herramientas que permite a las personas que carecen de tiempo, experiencia y/o conocimiento de tareas del hogar, refacciones, reparaciones poder encontrar la solución más factible que le surge en base a su necesidad. Por otro lado, también está dirigido a personas que cuentan con experiencia en reparaciones, refacciones y tareas del hogar, como técnicos, con el fin de que puedan ofrecer sus servicios en esta app, tener un mayor alcance y generar ingresos.

Buenas tardes, gracias por su disponibilidad a responder un par de preguntas. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a las actividades realizadas en el hogar; por lo que, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que la información recolectada será utilizada con fines académicos.

1. ¿Qué opinas de nuestra propuesta?
-

-
2. ¿Has escuchado de otra propuesta similar?
 3. ¿Consideras que la aplicación logrará satisfacer las necesidades de las personas?
¿Por qué?
 4. ¿Te parece útil la aplicación? ¿La usarías para brindar tus servicios?
 5. ¿Crees que la app On Task resulta útil para contactarse con los usuarios de modo que permita dar a conocer tus ofertas de servicios? ¿Por qué?
 6. ¿Qué funciones encuentras prácticas para su uso?
 7. ¿Qué opinas del logo, cambiarías algo de este? (Ideas de mejora)
 8. ¿Crees que la app te brinda seguridad al momento de ofrecer tus servicios?
 9. ¿Qué beneficios crees que te otorgará esta app?
 10. ¿Qué características diferenciadoras percibiste en On Task que otras aplicaciones similares no poseen?
 11. ¿Sugerirías mejoras a la app On Task?
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Entrevistas Cliente 1 (Usuarios)**

Tabla 40

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 1)

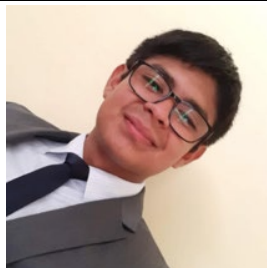
Entrevista	validación	de la solución	
número:			1
Tipo de entrevistado:			Usuario

Nombre y Apellido del Entrevistado: Huamán Cahuaza, Imanol

Actividad: Estudiante de Contabilidad en la UNAC

Nombre y Apellido del Entrevistador: Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



El entrevistado mencionó que considera nuestra propuesta como un emprendimiento innovador que será muy útil para satisfacer las necesidades de las personas, pues manifestó que hoy en día estos servicios que se encuentran en la app son muy solicitados, pero hay

barreras al momento de contactar a ello por la falta de experiencia o la misma desconfianza.

Entonces cree que la propuesta se ajusta a lo que uno en realidad necesita

en todos los aspectos. Asimismo, comentó que esta es la primera vez que escucho este tipo

de propuesta y le parece muy interesante que llegará a cumplir las expectativas del público

objetivo. Él considera que la app permitirá encontrar la información deseada de manera

sencilla porque presenta opciones de fácil acceso que va a permitir al usuario dirigirse de

manera sencilla y práctica a lo que busca. Al ser consultado por si cree que la app es

accesible para toda persona, incluyendo a aquellas que presentan alguna discapacidad,

precisó que sí, ya que lo ve muy accesible y amigable, pues por ejemplo el contraste de las

imágenes es el adecuado para aquellas personas que presentan discapacidades ya sea

cognitivas, motoras o sensoriales. Además, con respecto a si le parece útil la aplicación y

si lo usaría, manifestó que sí definitivamente le parece muy útil y obviamente lo usaría ya

que le va a permitir hacer sus otras actividades con normalidad sin la necesidad de

preocuparse por los quehaceres del hogar. Del mismo modo, el entrevistado considera que

la app On Task tiene funciones prácticas para su uso, pues es fácil de adaptar y su función

favorita es la opción de escoger al técnico o especialista guiándose de las recomendaciones

de los otros usuarios. Esto le hace sentir más seguro. Con respecto al logo, no cambiaría

nada porque en sí le parece muy llamativo que será muy fácil de meterse en la mente de los usuarios. Por otro lado, considera que se debería ofrecer promociones por el lanzamiento, ya que mayormente ellos como clientes siempre buscan eso debido a que eso es lo que les llama la atención ante un negocio o emprendimiento nuevo. Como característica diferencial que destacó de la app es lo amigable que es y la confiabilidad que presenta.

Respecto a cuánto estaría dispuesto a pagar por la realización de una refacción o tarea del hogar mencionó que eso va a depender de qué servicio se solicite, pero un aproximado en un rango de ser algo no tan trabajoso con algo que necesita tiempo cree que puede ser de un intervalo de 200 a 600 soles como máximo. Finalmente, como sugerencia mencionó que se debe considerar más opciones al momento de iniciar sesión por ejemplo con cuenta Gmail.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/nmXgbmyDhA4>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 41

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 2)

Entrevista validación de la solución número:	2
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Abanto Espinoza, Rubí
Actividad:	Estudiante de Administración y Negocios Internacionales en la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori
Resumen registro:	



La entrevistada considera nuestra propuesta como novedosa y sobre todo innovadora que generará impacto positivo para los usuarios que frecuentemente necesitan ayuda en las tareas del hogar. Además, cree que la app permitirá encontrar la información deseada de manera sencilla, pues ya por sí misma su manejo es sencillo. Asimismo, logró interactuar con la aplicación y se percató que las opciones están claras que permitirán encontrar la información que uno desee de manera rápida. También, lo ve muy accesible para cualquier persona por sus secciones ordenadas que permitirán interactuar sin ningún problema. Ella lo ve muy útil y de hecho sí la usaría para ahorrarse tiempo y aprovechar en hacer sus otras actividades evitando así también el estrés. Con respecto a su función favorita de la app, mencionó que es la opción donde se puede ver las calificaciones de cada técnico para tener una referencia de su desempeño. Para ella el logo no debería de cambiar porque lo ve muy bien, es llamativo y eso genera mayor impacto para el público objetivo. Sumado a ello, el nombre lo considera muy original fuera de lo común. En relación a realizar promociones por el lanzamiento, la entrevistada precisó que eso sí es definitivamente una buena decisión que se debería de poner en marcha, pues eso llama la atención de las personas. Respecto a las reacciones que observó en el IG, lo que le encanta es que cada publicación le genera más confianza para decidir descargar y navegar por la app On task. Como característica diferencial de la app resalta su base de herramienta que es de acceso rápido. Al ser consultada sobre cuánto estaría dispuesta a pagar por la realización de una refacción o tarea del hogar, señaló que es dependiendo del servicio que va a solicitar porque en sí algunos son más complicados de solucionar y por ende el precio es mayor, pero un aproximado cree que puede ser un rango de 150 a 500 soles como máximo. Por último, sugiere optar por colocar paquetes de servicios en donde el precio sea menor a adquirir

por separado, al menos que exista un pequeño monto de diferencia.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/lhdT3jXM6wI>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 42

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 3)

Entrevista	validación	de la solución	
número:			3
Tipo de entrevistado:	Usuario		
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Espinoza Romaina, Carla		
Actividad:	Enfermera		
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Frey Perez, Milagros Fiorella		

Resumen registro:



La entrevista inició con una breve presentación tanto del entrevistado como del entrevistador, luego se compartió el link del prototipo con el entrevistado para que pueda navegar en él y tomar nota sobre su interacción con el aplicativo móvil. Mientras la persona navegaba en el prototipo, nos comentó que le parecía una app interesante, nueva,

en donde puede encontrar a personas con experiencia que le pueda ayudar a solucionar temas con respecto al hogar en donde carece de experiencia y conocimiento, observó que ahí podía encontrar gasfiteros, electricistas, carpinteros, pintores, albañiles y personal de limpieza que podía necesitar en la vida diaria. Le gustó la parte en donde podía elegir al personal indicado en base a su desempeño y reseña que podía encontrar dentro de On-Task, la app le parecía didáctica. En cuanto a las subastas y cotizaciones, le gustó que podía saber

en tiempo real, el precio del trabajo solicitado, tanto por día como por obra, entonces ya podía tener un idea del costo del trabajo y si estaba en la posibilidad de pagarle, con el fin de que el especialista no haga el trabajo en vano. Por otro lado, con respecto a tiendas de material, le gustaba poder ver las localizaciones de las ferreterías para poder adquirir sus productos que necesite para cualquier reparación. Siguiendo con la navegación, la señorita Carla se dirigió hacia el icono de ayuda, en donde le pareció interesante poder estar en constante comunicación de 'poder conversar con alguien, cuando busca una ayuda en cuanto a dudas sobre lo que se ofrece dentro del app móvil y le gusto poder tener varios métodos de pago dentro del app. Luego se dirigió hacia el foro, en donde le gusto que se podía observar los comentarios y que se cree como una comunidad en donde interactúan con otras personas con problemas similares en el hogar y ayudarse entre todos. Por último, se realizó algunas preguntas en donde la persona nos precioso que la propuesta le parecía interesante, ya que se podía encontrar personas ante cualquier emergencia que surja, que ya tenia como una fuente confiable a donde recurrir, además podía saber con precisión el precio de la obra queconsideraba un tema muy importante. La entrevistada nos indicó que no escucho de alguna otra propuesta similar y que la app le parecía novedosa y que la navegación dentro de ella era sencilla y de fácil navegación. Nos indicó que la plataforma si era una app de fácil manejo y que considera ella que todos podrían acceder sin importar sus limitaciones. On task bajo su perspectiva es una app útil para las personas como ella, sin experiencia y con falta de tiempo para realizar ciertas actividades y que si la utilizaría apenas salga almercado. Su función favorita es donde puede hacer la cotización de alguna tarea y puede obtener la respuesta de varios especialistas indicando el monto y los días que demoraría haciendo dicha tarea. El logo le parecía atractivo, no recomiendo ningún cambio, que por elcontrario se mantenga y que le gustaría ver la app presente en múltiples plataformas ya que considera que se le debe dar la cobertura que amerita como una app

novedosa y con gran futuro. Una diferencia característica que la persona encontró es la de encontrar una ferretería cerca y lo de cotizaciones, básicamente ella nos comenta que todo le parece novedoso porque nunca había encontrado una app parecida a la que se estaba ofreciendo. No indicó un momento a pagar, ni algún cambio, ya que On-task le parecía una plataforma bien estructurada.

Link de la entrevista:

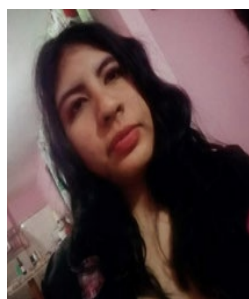
<https://youtu.be/uCW2o56ZRN0>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 43

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 4)

Entrevista	validación	de la solución	4
número:			
Tipo de entrevistado:	Usuario		
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Paucar Vicente, Valery		
Actividad:	Estudiante de Derecho en la ULADECH		
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrion, Luis Enrique		
Resumen registro:			



La entrevistada mencionó que nuestra propuesta lo considera como un proyecto novedoso y muy útil para las personas que necesitan ayuda ante cualquier reparación o limpieza del hogar, además opinó que se ajusta a lo que uno busca en todo sentido como lo es la seguridad y confianza. Ella no ha escuchado algo similar a esta propuesta, pero le parece muy sugestivo. Ella cree que la app permitirá encontrar la información deseada de manera sencilla debido a que su mismo uso es de fácil acceso que va desde el registro

e inicio de sesión a buscar el servicio que se desea. Además, considera que la app es accesible para toda persona, incluyendo a aquellas que presentan alguna discapacidad, pero en el tema económico eso sí sería dependiendo si la persona se encuentra en la capacidad de pagar el monto que se requiere. Asimismo, enfatizó que definitivamente sí le parece muy útil y sí lo usaría, ya que le va a permitir enfocarse un poco más en sus estudios y dejar las actividades del hogar en manos de un especialista. Así le va a generar menos preocupación y estrés. Por dicho motivo, considera que la aplicación será de gran ayuda. Al ser consultada si cambiaría algo del logo, mencionó que no porque en sí lo ve llamativo por los colores y va ser fácil de estar presente en el cliente. Por otro lado, le gustaría que se ofrecieran promociones por el lanzamiento, ya que lo ve como una buena decisión porque va atraer a varios usuarios. Con respecto a la plataforma en donde le gustaría encontrar información acerca de la aplicación On Task, señaló que puede ser en Instagram, ya que se ha convertido en una redsocial muy popular y la gran mayoría da a conocer su emprendimiento a través de ella. Como característica diferenciadora de la app según la entrevistada resalta lo amigable que es. Por último, comentó que el monto dispuesto a pagar por la realización de una refaccióno tarea del hogar va a depender de el servicio que uno solicite, pero un aproximado en un rango de 100 a 500 soles como máximo. Como sugerencia precisó el tener más opciones en la pasarela de pagos y también el tipo de letra para que sea un poco más visible.

Link de la entrevista:


<https://youtu.be/UEpvkyTOw0U>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 44

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 5)

Entrevista de validación de la solución	5
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Vega Granados, Renzo
Actividad:	Estudiante de noveno ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la UPC
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zuñiga Aldave, Anderson Steve
Resumen registro:	

	<p>Se empezó realizando una breve presentación, en la cual el entrevistado nos comentó que es un usuario que constantemente está en la búsqueda de especialistas, puesto que la mayoría de las veces tiene percances con sus artículos y no cuenta con el tiempo requerido.</p> <p>Por lo que, se realizó esta entrevista donde se le pasó a compartirle el link del prototipo para que pueda navegar en la app. El usuario menciona que encuentra muy interesante la propuesta porque se le dificulta realizar aquellas tareas donde demandan un tiempo estimado. Asimismo, esta aplicación es muy útil en distintos ámbitos donde se ofrezcan servicios y también si ha escuchado propuestas similares de la empresa Maestro. Por otro lado, todas estas funcionalidades permiten que la aplicación sea lo más óptima, y tuvo dudas sobre si los técnicos trabajan bajo la contratación de una empresa o son independientes. Además, que el público objetivo está destinado para la generación de los</p>
---	---

millennials y que el tiempo que nodisponga el usuario le será más accesible considerar este servicio. Lo cual, la información detallada dentro de los técnicos le da confianza para optar por pedirle el servicio. Por otra parte, en la parte de la paleta de los colores se percibe la propuesta de valor, pero el color utilizado no resalta mucho. En el caso de las promociones le interesaría mucho más que la app, dado que se refleja su interés por obtenerlas. En cuanto a los medios, mediante las redes sociales sería lo adecuado para que los usuarios vean más rápido. Por otro lado, se recomienda que el prototipo incluya especialistas que manejen de manera más calculadora porque la aplicación resalta muchísimo. Las características diferenciadoras fueron el call center en el área de soporte, y destaca la atención personalizada de la aplicación, y además el monto estimado por cambiar un foco sería de 20 a 50 soles en cuanto a un servicio deluz. Para finalizar, el usuario Renzo Vega sugirió cambiar el color del logo, dado que no le parece tan llamativo si se tratase de verlo en alguna publicidad o en las redes sociales. Asimismo, las letras de las opciones y una herramienta para personalizar esos colores.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/Iczt5gHLfAA>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 45

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 1 (Usuario 6)

Entrevista de validación de la solución	6
número:	
Tipo de entrevistado:	Usuario
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Angie Luciana Mattos
Actividad:	Estudiante de Administración y Negocios

Nombre y Apellido del Entrevistador: Astete Pascual, Leydi Diana

Resumen registro:



Luciana es una recién egresada de la UPC en la carrera de Administración y Negocios Internacionales. Con respecto a la entrevista como usuaria, ella nos comenta que la propuesta le parece que es sencilla de usar y está bien distribuida dentro de la app y siente que es confiable el contactar a los especialistas dentro de la aplicación, al igual que es muy bueno que sean métodos de pago variados. Asimismo, nos informa que había conocido apps donde solo se ofrece un solo servicio y On Task brinda más variedad. De igual forma le agrada que se puedan validar la calidad de trabajo de los especialistas a través de la app lo que le brinda más confianza para utilizarla. Al igual que considera muy interesante la idea de las subastas y que se pueda comunicar directamente con los especialistas quienes brindan sus precios directamente con el cliente y esto les permite no solo ver mejor los trabajos que han realizado sino también ahorrar dinero, ya que ella frecuentemente realiza contratación de pintores por lo que le parece muy útil On Task. Por otro lado, considera que a pesar de que la app es fácil de usar y entendible, sería recomendable implementar un vídeo que permita conocer los pasos para usarla. Asimismo, considera que el soporte técnico a través de un chat Bot y post service son super importantes y les brinda un valor agregado ya que a cualquier consulta sobre algún problema tiene con quien comunicarse sin problemas. Nos comenta que le pareció importante también que en los métodos de pagos se amplíen a billeteras virtuales, seguido del foro donde se pueden ver comentarios sobre los trabajos que se realizan y consejos, luego de ello también le gusto el tema de las subastas, lo que le permite conseguir al especialista más adecuado. En cuanto al aspecto de la app considera que está bastante bien y solo se debería acomodar un poco el

tamaño del logo, y le encantaría que cuando se lance la app se ofrezcan promociones y descuentos. Le gusta la idea de que On Task se encuentre en Instagram y TikTok más que en Facebook, ya que estas son redes más atractivas que pueden ayudar con el marketing de la empresa. Asimismo, la mayor diferencia que se ha podido encontrar es la categoría de subastas y la billetera virtual, ya que no la ha visto implementada en este momento en otras apps y el foro interno de la aplicación.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/E-bcr4CTSXU>

Fuente: Elaboración propia, 2022

- Entrevistas Cliente 2 (Especialistas)

Tabla 46

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 1)

Entrevista de validación de la solución

1

número:

Tipo de entrevistado: Especialista

Nombre y Apellido del Entrevistado: Zavala Reyes, José Antonio

Actividad: Técnico electricista

Nombre y Apellido del Entrevistador: Alan Quispe, Lizeth Yovana

Resumen registro:



El técnico electricista considera que nuestra propuesta como innovadora, la cual se ajusta a las necesidades del usuario, proporcionándoles confianza al tener personal capacitado. Nos comentó que no ha escuchado propuestas similares, ya que

básicamente la gran mayoría de técnicos ofrecen sus servicios a través de las redes

sociales, pero mediante una app es la primera vez que escuchó eso y le parece una buena alternativa.

Además, considera que la aplicación logrará satisfacer las necesidades de las personas porque puede observar que una de sus políticas de la app es contar con personal con experiencia y eso brindará seguridad al usuario que va a recibir un servicio de calidad. Asimismo, le parece una app útil y la usaría por ser una buena herramienta para ofrecer sus servicios y llegar a más personas de manera masiva.

El entrevistado manifestó que la app On Task resulta útil para contactarse con los usuarios de modo que permitirá dar a conocer sus ofertas de servicios porque hoy en día las personas suelen estar más con el celular y lo ven más práctico el tema de la tecnología y esto hace que opten por contactar a un personal por medio de ella y de esta forma ver los buenos comentarios que se tiene hacia ellos, optando así por el servicio que ofrecen.

El tema de registrarse lo considera como muy sencillo y práctico para realizarlo. También el interfaz de usuario que presenta coherencia y rapidez, Además ve que cada elemento o función tiene un propósito en específico. Con respecto al logo, lo considera muy bueno, los colores son llamativos y es entendible por sí mismo. Por otro lado, enfatizó que dentro de los beneficios que le otorga la app está evidentemente lo económico y la seguridad de trabajar con personas emprendedoras. Además, nos comentó que cuando realicen el servicio y dejen al cliente satisfecho, logrará que los recomiende y muy aparte también se podrá generar ingresos de una manera más directa. Como característica diferenciadora resaltó el contacto directo que se podrá tener con el usuario e interactuar con ellos. Finalmente, como sugerencia de mejora comentó que puede ser en la pasarela de pagos, ya que se debería de incluir más opciones para que el usuario sienta que cuenta con varias alternativas y no detenga la adquisición del servicio.

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/5GfRDWtvKa0>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 47

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 2)

Entrevista validación de la solución número:	2
Tipo de entrevistado:	Especialista
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Lévano Neyra, Giordano
Actividad:	Técnico electricista
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Camasca Hinostroza, Kaori

Resumen registro:



El técnico electricista Giordano considera nuestra propuesta como interesante e innovadora que es muy probable que tenga una buena aceptación en el mercado y que sería una buena alternativa que debemos sacarle provecho. Además, logrará satisfacer las necesidades de las personas, ya que puede observar que nosotros seremos muy estrictos en el tema de selección del personal y eso garantizará que los técnicos realicen bien su trabajo y por ende se realizará un buen servicio, dejando satisfecho a la persona. Asimismo, le parece muy útil y también la usaría para ofrecer sus servicios porque es consciente que esto le generará muchos beneficios. El entrevistado enfatizó que la app On Task le resulta útil para contactarse con los usuarios de modo que permitirá dar a conocer sus ofertas de servicios, pues la tecnología es una herramienta que está presente en todos lados entonces menciona que

uno siempre debe de innovar y adaptarse al mercado, en este caso una aplicación es una gran opción que logrará conectar al usuario con ellos de una manera más rápida y eficaz. Con respecto a las funciones que encuentra prácticas para su uso, comentó que es la función de registro, la cual es muy sencilla de realizar. Entonces, eso hará que el usuario no tenga problema alguno y opte por la app porque lo ve práctico y no complicado. Al ser consultado por el logo si cambiaría algo de este, dijo que no, pues lo veo muy impactante, muy bueno que te atrae y es entendible por sí mismo. Sumado a ello, considera que la app le brinda seguridad al momento de ofrecer sus servicios, ya que en realidad ve que sí es confiable y eso no le hará dudar al momento de quererse sumar. Dentro de los beneficios que cree que le otorgará la aplicación está en lo económico y un mayor reconocimiento de su persona como técnico.

La característica diferenciadora que percibió de On task es la seguridad que ofrece tanto al cliente como a ellos los técnicos. Por último, como sugerencia precisó que para que empiece el negocio se debería tener opciones más económicas para que pueda atraer al público de modo que al momento de ya quedar satisfechos se podrá poco a poco introducir un precio ya mayor.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/dXyeE1UUnV4>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 48

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 3)

Entrevista de validación de la solución número: 3

solución número:

Tipo de entrevistado: Especialista

Nombre y Apellido del Entrevistado: Odicio Padilla, Cesar

Actividad: Carpintero/Limpieza

Nombre y Apellido del Entrevistador: Frey Perez, Milagros Fiorella

Resumen registro:



Empezamos realizando una breve presentación, nos comentó que es una persona que yalabora en una empresa dedicada tanto a carpintería como al rubro de limpieza, luego se le pasó a compartirle el link del prototipo a la persona para que puede navegar en la en el app, a primera impresión que tuvo con respecto al prototipo es que le parecía llamativo, por el diseño y los colores. La interfaz le parecía interesante, el nos dice que ha utilizado diversas aplicaciones en su celular y app en especial le parecía muy bueno. Luego se dirigió a iniciar sesión en este caso se registró como técnico, en donde le parecía muy útil poder dejar todos sus datos personales, establecer un perfil dentro del app. Siguiendo con la navegación se dirigió hacia subastas el menú principal en donde pudo observar todas las herramientas con las cuales contaba On-task, en solicitudes de servicios, le gusto que haya una amplia variedad de servicios que ofrecer ya que esto le parecía indispensable en una app y que todo esté de manera ordenada y distribuida por especialidad, luego cuando dio click en una de las especialidades, pudo observar que se encontraba con el perfil de todos los técnicos quienes al igual que el iba a estar ahí ofreciendo sus servicios y le pareció interesante que al darle click podía ver la calificación, datos, especialidad y reseña. Luego, se fue hacia subastas y cotizaciones en donde le pareció interesante poder dejar la cotización por el trabajo que las personas solicitaban y especificar el momento y todos los talles referentes a las obras, ya que nos comentaba que muchas veces las personas eran un poco exigentes con eso y no entienden que los trabajos no se hacen de un día para otro, sino que algunos toman tiempo de

realizar. Siguiendo con la navegación, le gusto poder encontrar el icono de tiendas de materiales, ya que cuando llegaba a los lugares para realizar las obras, tenía que hacer muchas veces una previa evaluación y muchas veces no estaba familiarizado con la zona, entonces se le hacía difícil encontrar ferreterías, pero que con esta funcionalidad de la app eso ay nos sería un problema. Luego se fue hacia ayuda, en donde nos comentó que le parecía importante poder tener una comunicación constante con alguien que resuelva sus dudas con respecto al app y en donde podía ver las preguntas frecuentes que surgen y solucionar sus dudas. Lo que le más le gusto de la app es poder tener una comunidad en donde poder intercambiar ideas con otros técnicos y experiencias, que leson útiles para evitar errores al momento de prestar su servicio como especialista. Luego de la navegación del técnico en On-task, se pasó a realizar las preguntas correspondientes, el entrevistado nos comentó que la propuesta le parece interesante, novedosa y una buena herramienta para poder publicar su trabajo y que tenga un mayor alcance. Nos dice que, si bien ya había utilizado apps para ofrecer sus servicios, nunca una como la que estamos ofreciendo y que la app si satisfacerá con las necesidades de las personas, porque es una app completa en donde puede encontrar todo tipo de herramientas. La app si le parece útil y si estaría dispuesto a ofrecer sus servicios en plataforma. Cometa que On-task es unaherramienta útil para conectarse con los usuarios y poder tener una llegada a un mayor público, ofreciendo sus servicios. El entrevistado considera que todas las funciones de la app son útiles y prácticas. En cuanto al logo como nos comentó desde el inicio de la entrevistale pareció muy llamativo e interesante y que no cambiaría nada. Nos comenta que con la app se sentiría seguro de brindar sus servicios y que los beneficios que obtendría serían múltiples como captar una mayor combatividad de clientes y que conozcan la calidad de su trabajo. Las características que observó diferente es el orden y la comunidad que se puede crear dentro del app. En cuanto a sugerencias de mejora no

indicó ninguna.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/0DFjodhyXo>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 49

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 4)

Entrevista de validación de la solución número:	4
Tipo de entrevistado:	Especialista
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Arana Armas, Miguel
Actividad:	Gasfitero/electricista
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Melchor Carrion, Luis Enrique
Resumen registro:	



Se empezó la entrevista realizando una breve presentación, la persona nos indicó a que se dedica y nos comentó que cuenta con años trabajando como electricista y gasfitero, ambas actividades son su principal fuente de ingreso. Luego de la breve presentación se pasó a pasarle al entrevistado el link del prototipo para ver su interacción y su navegación en él. Primero la persona se vio

asombrada al ver por primera vez una app en donde se pueda ofrecer su trabajo, ya que el nos comentaba que localiza de la manera tradicional, le parecía muy interesante por ese aspecto, ya que últimamente el no había tenido muchos contratos como técnico y esta app sería unaherramienta perfecta para que el pueda tener un mayor alcance, luego el señor Miguel se dirigió hacia la parte de subastas y cotizaciones, lo que le llamó

mucho la atención por la manera en la que estaba distribuida e interesante porque podía dejar ahí la tarifa que cobraba por ciertos trabajos, me pidió que le explicara un poco más sobre cómo funciona esa parte del menú, le comente que podía indicar los días que demora en realizar algún arreglo según el tipo de trabajo que indican los usuarios y se asombró demasiado, ya que vio que se podía comunicar directamente con quien demandaba su servicio, sin necesidad de reunirse de manera presencial, para poder pactar un acuerdo, para que luego pueda recién ir a realizar su trabajo una vez todo esté acordado. Luego se dirigió hacia la parte de tiendas, en donde podía observar que ferretería se encontraba más cerca a su ubicación para poder adquirir los materiales que necesita, y me dijo que esa era una función necesaria ya que le permitía ahorrar tiempo buscando algún lugar donde comprar las cosas y ya con eso podía ubicar un punto de la manera más rápido. Siguiendo con la navegación se dirigió hacia el icono de foro y me pidió que le explicara de que se trataba y le comente que era como una comunidad en donde todos intercambiaban, opiniones, ideas y experiencia, asombrado me dijo que le encantaría poder ofrecer sus servicios en la app cuando está en el mercado. Finalmente, después de la navegación se le pasó a realizar algunas preguntas al entrevistado, en donde nos comentó que la app le parecía una propuesta novedosa y que nunca había visto ninguna. En cuanto a las necesidades de las personas, considero que la app por su estructura y distribución si satisfecerá las necesidades que surgen y que la ampliación si le parecía útil y que como nos mencionó anteriormente brindaría por ese medio sus servicios, ya que tendría mayor alcance. Miguel, nos dijo que la app si resultaría útil para conectarse con los usuarios y brindar servicios, porque al ser una app tiene mayor alcance. Todas las funciones comedia prácticas, no cambiaría nada del logo y que considera que la app si le genera seguridad y que los beneficios que recibiría serían mayores clientes, que le daría mayores ingresos. No tuvo ninguna sugerencia de mejora.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/tnRXathHId4>

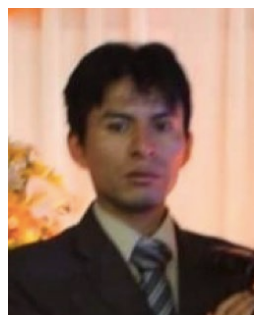
Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 50

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 5)

Entrevista de validación de la solución número:	5
Tipo de entrevistado:	Especialista
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Rodriguez Cariajano, Juan Manuel
Actividad:	Técnico soldador de tuberías e electricista
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zuñiga Aldave, Anderson Steve

Resumen registro:



La entrevista empezó con una breve presentación del entrevistador y realizando la respectiva navegación de la app On Task, luego se compartió el link del prototipo con el entrevistado para que pueda navegar y proceder a tomar anotaciones sobre su interacción con el aplicativo móvil. Una vez que el entrevistado concluyó con la

navegación en el prototipo, mencionó que encontraba interesante esta propuesta y que le serviría utilizarlo en estos tiempos donde todo se ha digitalizado; a su vez, es una app que pueda ayudar a personas a contactar más fácilmente.

Asimismo, el técnico soldador menciona que tan atractivo sería para el usuario e incentivarlo a contactar su servicio y que encuentra app en la parte de especialistas muy especificada. Por otra parte, no ha visto alguna propuesta similar que le llame la atención y que la app si va a permitir delimitar el público objetivo y prontamente satisfacer las

necesidades de usuario. Además, puede visualizar a los usuarios en la parte de necesidades del mercado y en las subastas y cotizaciones para observar quienes se contactan contigo y los usuarios que no tengan tiempo de conocer solucionar el principal inconveniente. Por otro lado, dar a conocer qué tipo de trabajo realiza será lo esencial para que nos contacten y que mediante imágenes y vídeo se pueda acercarse más al usuario con esta nueva perspectiva. Dentro de la aplicación, la sección de necesidad de usuarios será lo más clave para que los especialistas puedan otorgar el servicio, sin antes también ubicarse cerca a alguna tienda de materiales que ayude a conseguir todos los implementos necesarios para realizar la reparación en el inmueble. En cuanto al logo de On Task, el técnico logra percibir la propuesta de valor, dado que se da a conocer haciendo donde está dirigido el servicio. Entonces, dirigiéndose a la interfaz al especialista le proporciona seguridad puesto que todos sus cobros realizados se harán efectivos y de haber alguna queja se solucionará a la brevedad posible. En cuanto a beneficios, son las recomendaciones positivas por parte de los usuarios. Por último, las características diferenciadoras son entre lo que uno quiere y lo que desea, además se ve la optimización de ambos roles y que las mejoras que sugiere el técnico es agregar un apartado para las puntuaciones por parte de los técnicos con la finalidad que se puede evidenciar si el usuario fue tolerante, atento y satisfecho con el servicio de reparación, refacción y/o realización de tareas del hogar.


Link de la entrevista:

<https://youtu.be/sVEjNBqiPzI>

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 51

Entrevista Experiencia del Usuario Cliente 2 (Especialista 6)

Entrevista de validación de la solución número:	6
Tipo de entrevistado:	Especialista
Nombre y Apellido del Entrevistado:	Flores Sánchez, Andy
Actividad:	Técnico electricista/Gasfitero
Nombre y Apellido del Entrevistador:	Zuñiga Aldave, Anderson Steve
Resumen registro:	
	<p>El técnico Pedro Sánchez nos mencionó que se especializa en el trabajo de electricista y gasfitero. Asimismo, él considera nuestra app como interesante e innovadora, ya que piensa que pueda tener una buena aceptación en el mercado debido a que genera más empleabilidad; por ello, se le debe sacar provecho. Es más, el técnico Pedro es la primera vez que ve un aplicativo que brinde servicios para el hogar, ya que no ha visto otra app similar en todo el tiempo que se viene desempeñando como gasfitero. Pedro considera que el servicio brindado es muy eficaz, rápido y eficiente lo que genera mayor beneficio al cliente. Incluso, le parece útil la aplicación móvil, pues genera mayor empleo tanto a él como a otras personas que brindan servicios de hogares. En cuanto a las necesidades de las personas, él considera que la app por su estructura y distribución si satisficará las necesidades, pues es más rápido para el cliente que el técnico se acerque y resuelva el problema en poco tiempo. Según, el entrevistado nos mencionó que le parece muy importante que la app brinde estrellas, ya que se puede evaluar y reconocer el desempeño de cada trabajador por el servicio brindado. Luego, nos dijo que el logo le parece super</p>

interesante y llamativo, ya que desde su punto de vista con tan solo verlo le da ganas de indagar en la aplicación móvil. Asimismo, considera que la seguridad se puede mejorar, ya que debe existir un proceso de elección para que el cliente también se sienta seguro. Además, Pedro considera que la app le permite tener una mayor cartera de clientes y tener mejor solvencia económica. También, considera que la app ayuda tanto al usuario y experto, ya que diferentes personas ofrecen su servicio debido a la gran necesidad de los clientes por resolver problemas hogareños. Sin embargo, considera que deben añadir más servicios dentro y fuera del hogar como mecánicos que ayuden a solucionar problemas de motor que necesita un cliente sin la necesidad de ir a un taller

Link de la entrevista:

<https://youtu.be/sVEjNBqiPzI>

5.2.2. Experimento 2: Focus group (1)

5.2.2.1. Objetivo

En este caso, debemos validar al público objetivo al cual nos dirigimos y que dentro del focus group se aprecie nuestra propuesta de valor de la aplicación “On Task”. Asimismo, dar a conocer la particularidad de esta aplicación para poder determinar los aspectos a mejorar dada la experiencia del usuario (UX) al utilizar la aplicación y permitir una mejor interacción con los especialistas.

5.2.2.2. Diseño y desarrollo

Se citaron a 4 usuarios que presentaron más de 3 veces este año problemas del hogar que resultaban en reparar, refaccionar y arreglar

electrodomésticos, aparatos tecnológicos, limpieza entre otros relacionados. Es por ello, que a través de un focus group se les presentó la funcionalidad de la app On Task para contactar a un especialista, pero sin antes presentarles un vídeo tutorial mediante el cual se logró mostrar las características más destacadas y aprovechar la interacción de los usuarios compartiéndoles el link del prototipo para que realicen una pequeña navegación con cámara encendida para reconocer una primera impresión de sus rostros y obtener mayor comprensión del lenguaje facial y corporal. Asimismo, se les pidió que indiquen si se les facilitó entrar y contactar con algún especialista y proceder a realizar el pago; a su vez, se les preguntó si aconsejarían cambiar o agregar a la app On Task para potenciar su desarrollo en el mercado de prestación de servicios. Finalmente, la información obtenida será recolectada con fines académicos y se clasificará a través de la malla receptora para sugerir mejoras a la aplicación.

- Fecha de realización: 27 de noviembre de 2021
- Duración: 25:59 minutos
- Focus Group interactivo e interacción con el Mockup de la aplicación On Task

Tabla 52

Bitácora de actividades

Actividades	Tarea	Resultados
Definir el perfil y elegir a las personas que	- Lista de posibles entrevistados	- Se realizó la lista de posibles entrevistados

cumplan con los requisitos	- Selección e invitación de los entrevistados	para que formen parte del focus group en base a un perfil ideal. - En este paso, se procedió a seleccionar a los usuarios ya habiendo cumplido con los requisitos mencionados. Asimismo, hacerles la invitación respectiva al focus group.
-----------------------------------	---	--

Desarrollo de preguntas filtro y del prototipo	- Realizar guía de preguntas para el Focus Group	- Se elaboró una lista de preguntas generales y preguntas filtro para romper el hielo, tales como:
---	--	--

- ¿Cuánto tiempo te toma realizar alguna tarea, reparación y/o refacción del hogar?
- ¿Estarías

		<p>dispuesto a contratar algún servicio relacionado a refacciones y/o limpieza del hogar?</p> <p>○ ¿Consideras que el servicio pueda ser solicitado por medio de alguna plataforma virtual?</p> <p>y luego realizar las preguntas respecto al prototipo de la aplicación.</p>
<p>Organizar fecha de la realización del focus group</p>	<p>- Confirmar disponibilidad de los participantes para agendar la reunión en la fecha programada</p>	<p>- En esta parte, se programaría una fecha exacta donde todos dispongan al menos 30 minutos de su tiempo para formar parte del</p>

focus group.

<p>Mostrar el desarrollo de la aplicación On Task</p>	<ul style="list-style-type: none">- Breve introducción de los participantes- Realizar la navegación en la app- Grabar las entrevistas y recopilar información- Cierre del moderador y agradecimiento por su participación- Transcribir los puntos de mejora en la malla receptora	<ul style="list-style-type: none">- Una vez dentro de la reunión se procedió a hacer una breve introducción de los participantes y que nos comenten sus actividades, intereses, entre otros.- Luego, hacer la respectiva navegación de la app mostrándole las funciones donde el usuario puede observar a los especialistas desempeñando diferentes roles.- En base, a ello grabar las entrevistas con fines académicos evidenciando el principal interés que se obtuvo de los usuarios al ver la aplicación.
--	---	---

Análisis de los resultados

- Al finalizar, se procedió a despedirse de los usuarios y agradecer su participación; a su vez; que nos realicen sugerencias de mejoras finales para dar por concluida la reunión del focus group.
- Después de la grabación del Focus group, se utiliza la malla receptora para seleccionar la información más relevante en cuanto a mejoras e ideas nuevas y novedosas para implementar en el aplicativo.
- En base a la información se determinan los hallazgos más relevantes e interpretar los resultados obtenidos.
- Luego de ello, se llevará a cabo un análisis exhaustivo para validar si el público objetivo realmente está

interesado en la propuesta de valor y los aspectos a mejorar dada la experiencia del usuario, en cuanto a los 7 factores clave de UX.

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.2.2.3. Resultados

Tabla 53

Malla Receptora Experimento 2 de Experiencia del Usuario

Puntos fuertes	Críticas constructivas
- La aplicación posee una gran facilidad de uso para que los usuarios y técnicos puedan utilizarlo sin necesidad de un tutorial	- La app no está diseñada para personas baby boomers, está enfocada principalmente para las generación Z y millennials .
- La opción de tienda de materiales es muy útil porque puede ayudar a los especialistas a encontrar a corta distancia del lugar del servicio y le puede dar mayor visibilidad a negociospequeños.	- Sería adecuado cambiar las fotos referenciales para que el cliente tenga una mejor idea del especialista que están contratando.
- El asistente virtual es una característica muy resaltante de la app	- El color del logo no tiene relación con los colores del menú principal de la aplicación.
	- No cuentan con una sección o

<p>porque puedes realizar todas las consultas respectivas al chatbot.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La sección de foro es una opción muy acertada por parte de On Task porque los usuarios pueden comunicarse entre ellos y formar una comunidad dentro la app - Es fácil de usar y permite hacer pagos rápidos mediante tarjetas y billetera digital. 	<p>apartado para valorar la app, lo cual sería idóneo</p> <ul style="list-style-type: none"> - La app no solo debería mostrar empresas grandes donde comprar materiales sino también las ferreterías de la localidad.
---	--

Nuevas preguntas	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Se podrían cambiar los colores del logo para hacerlo más acorde al diseño de la interfaz? - ¿Cómo podrían las personas de la tercera edad entrar a la aplicación para solicitar algún servicio de refacción, reparación y/o realización del hogar? - ¿Podrían incluir algún apartado de un vídeo tutorial para mayores de 60 años a más? - ¿Cómo podrían los foros absolver las dudas y consultas de los usuarios con respecto a algún daño ocasionado por 	<ul style="list-style-type: none"> - Se podría agregar más secciones de especialistas para el menú principal - Implementar un vídeo tutorial para las personas de mayor edad y ofrecer una mayor confianza - Tener alguna opción en la cual se pueda cambiar el color del menú y las secciones a criterio del usuario - Añadir Yape, Plin, Tunki, Agora dentro de los medios de pago para que el cliente tenga mayores opciones de pago.

<p>el especialista en el inmueble?</p> <p>- ¿Qué tipo de descuentos y promociones se ofrecerán?</p>	<p>- Implementar un vídeo explicativo o un manual de nuevo usuario.</p> <p>- Promocionar a través de TikTok, que es más interactivo y sería una forma más ingeniosa de publicitarse.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia, 2022

- Por medio del focus group se pudieron obtener diversos hallazgos que tendremos muy en cuenta para implementar o generar ciertos cambios en la aplicación. En primer lugar, los usuarios nos comentaron que les pareció una decisión muy acertada, la sección de tienda de materiales, debido que siempre ha sido un inconveniente para ciertos especialistas, encontrar ciertos puestos cercanos de herramientas en lugares o distritos que desconocen, por lo que dicha sección facilita dicha labor. Asimismo, si en ciertos casos, el mismo usuario desearía realizar la reparación el mismo, al tener la sección de tienda de materiales podría buscar los instrumentos necesarios el mismo y tratar de solucionar el inconveniente por el mismo.
- En segundo lugar, los usuarios nos manifestaron una respuesta muy positiva al apartado de ayuda debido que, si en algún momento se posee alguna duda, podrías consultarlo sin ningún problema.
- En tercer lugar, Paola, una integrante del focus, nos hizo hincapié en que la aplicación era muy segura porque podías visualizar gran

información del especialista tanto su foto, una pequeña descripción de él o ella y su número de DNI, lo cual facilitaba la confianza entre usuario y técnico.

- En cuarto lugar, nos informaron que era una opción muy útil la sección de cotizaciones con el especialista, visto que la manera tradicional de contratar un servicio de reparación es negociar el precio con el especialista y On Task también te permite realizar dicha actividad por medio de tu propio teléfono inteligente o nuestra página web. Además, el valor agregado que proporciona la aplicación es que se tiene un registro de la negociación y el precio final al cual se va a pactar el servicio.
- En quinto lugar, nos comunicaron que la opción de descarga en AppStore y Play Store tendría un impacto positivo para la aplicación porque muchas personas tendrían la oportunidad de probar las funcionalidades y secciones, lo cual generaría una rápida visibilidad en el público objetivo que busca On Task.
- En sexto lugar, On Task es una app de fácil uso y del agrado de los usuarios, asimismo es considerado innovador y es muy atractivo la categoría de subastas, ya que les permite a los usuarios a poder conocer no solo a diferentes especialistas sino también poder negociar con ellos, viendo sus diferentes trabajos y encontrar precios acordes a sus bolsillos, lo que es muy práctico para ellos.

- Finalmente, el punto en el cual más se enfocaron los usuarios fue lo concreto que puede ser la app, debido que es de muy rápido entendimiento y la interfaz es simple para que diversos públicos puedan hacer uso de On Task.

5.2.2.4. Análisis

Acorde a lo encontrado en los hallazgos, el focus group se propuso a realizarse para validar el experimento y que el prototipo logre tener la interacción con los todos usuarios que fueron seleccionados en el focus. Asimismo, los usuarios formaron parte contaban con la suficiente disponibilidad y al desarrollar una breve introducción y hacer preguntas para romper el hielo se crearía un ambiente adecuado. Entonces, dentro del desarrollo del experimento se puede observar que los usuarios definen a la app On Task como muy útil, fácil de acceder y usable. Tal como señalaron la tienda de materiales ha logrado impactarlos y se considera un punto fuerte para lograr expandir su desarrollo, dado que es imprescindible encontrar un punto de venta (ferretería) donde puedan adquirir de con mayor facilidad. Posteriormente, en el área de soporte manifestaron que el chat box jugaba un papel importante para determinar si la ayuda brindada podría satisfacer las dudas y consultas relacionadas a los especialistas, el tiempo de demora en llegar a su hogar o alguna tienda demasiado lejos de sus zonas. Por otra parte, los cinco usuarios pusieron su atención en la sección de completar sus datos dando a conocer que si su información se guardaría con éxito y si es fácil

modificarla. Después, se señaló la opción de subasta y cotizaciones, dado que los usuarios podrían ver el tipo de servicio y entrar para iniciar la conversación dándole precios exactos dependiendo de la situación y los días en que se procederá a realizar el servicio. Al ejemplificar se le consultó si se descargarían de app store o play store y mencionaron que es más previsible que lo hagan desde la misma página web o desde su red social, para dirigirse a estas plataformas de descargas de aplicaciones.

Por último, la interfaz puede llegar a ser optimizada mediante un especialista en programación o ingeniero de software para que tenga mayor impacto en el mercado, y posterior a ellos su fecha de lanzamiento a todo el público objetivo.

5.2.2.5. Aprendizajes

- Incluir un apartado del progreso de las actividades de los técnicos.
- Aplicar una opción de medio de pago con yape, tunki o plin mediante código QR.
- Realizar un vídeo de presentación de los técnicos que refleje su vocación.
- Poder vincular tus datos por medio de tu cuenta de google al iniciar sesión.
- Agregar algún apartado o anuncio en el cual se indique que se estarán aplicando todas las medidas de seguridad para evitar la propagación de la COVID-19.
- Incluir una sección para la valoración de la aplicación y para añadir comentarios o recomendaciones de mejora.

- Implementar un asistente virtual en línea en los foros de ayuda.
- Añadir una sección donde las compañías de servicios ofrezcan la realización de tareas, refacciones y reparaciones del hogar.
- Mejorar como cotizar los precios y la facilidad de realizar sus pagos por diferentes medios como tarjetas, billeteras digitales, efectivo, etc.

5.2.2.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)

Tabla 54

Ficha Filtro Experimento 2 de Experiencia del Usuario

Ficha Filtro
<p>Población objetivo de los Focus Group</p> <p>La población objetiva para responder el tema de investigación y obtener la información cualitativa de los focus group, estará conformado por un grupo de 10 personas entre hombres y mujeres que se encuentren en el rango de edad de 21 a 45 años, que realicen actividades laborales y estudiantiles. que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A y B, que cuenten, ya sea con un departamento o una casa, que vivan en Lima Metropolitana y tengan acceso a internet y aún dispositivo móvil; que cuenten con productos que requieran reparaciones técnicas, casas que necesiten limpieza y que tengan la necesidad de buscar especialistas calificados para la realización de tareas del hogar y refacciones y no los encuentren con facilidad.</p>
<p>Introducción y Presentación</p> <p>Presentación del moderador: Buenas tardes/días con todos los presentes. Mi nombre es</p> <p>..... . Soy alumna(o) de la de la carrera de administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y en esta ocasión seré su moderador. En primer lugar, quiero agradecer a todos los asistentes por tomarse el tiempo para</p>

venir a este focus group. El motivo por el cual fueron invitados a participar en el focus group es para poder conocer su opinión acerca del lanzamiento de una nueva aplicación móvil. De acuerdo a ello poder validar la solución ante el problema a investigar.

Antes de iniciar, queremos informarles que esta sesión será grabada para fines académicos. Por ello, agradecemos que sean lo más sinceros posible, dado que no existe respuesta buena ni mala y toda opinión es bien recibida. Cabe resaltar que no hay error en las respuestas. Esto será con la finalidad de hacer más amena la investigación. Por consiguiente, les pido sean totalmente espontáneos y sinceros en las respuestas que darán a nuestras respectivas interrogantes. Asimismo, hacerles saber que se les garantiza que la información que ustedes nos otorgan hoy es y será completamente confidencial.

Antes de empezar

Al inicio de la presentación, el moderador realizará preguntas generales respecto de los participantes, tales como:

- Nombre
- Edad
- Estudios
- Ocupación
- Intereses

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 55

Preguntas Experimento 2 de Experiencia del Usuario

Tabla de Preguntas Focus Group

Link de grabación

Perfil del usuario

1. ¿Cuánto tiempo te toma realizar alguna tarea, reparación y/o refacción del hogar?
2. ¿Estarías dispuesto a contratar algún servicio relacionado a refacciones y/o limpieza del hogar?
3. ¿Consideras que el servicio pueda ser solicitado por medio de alguna plataforma virtual?

Demostración del aplicativo

<https://marvelapp.com/prototype/ca5j8d8/screen/79886327>

Preguntas sobre prototipo

1. **Útil:** ¿Crees que la app On Task es útil para personas que no tienen tiempo para la realización de tareas, limpieza, reparaciones y refacciones dentro del hogar?
 2. **Utilizable:** ¿Consideras que la app On Task tiene funciones prácticas para su uso?
¿Cuál consideras que es la mejor función o tu favorita?
 3. **Deseable:**
 - ¿Crees que el diseño de la aplicación es llamativo para el uso de nuestro público objetivo?
 - ¿Crees que la paleta de colores de la aplicación es la adecuada? ¿Qué opinas del diseño del logo cambiarías algo de este?
 - ¿Crees que la app permitirá encontrar la información deseada de manera sencilla? (deseable)
 4. **Encontrable:** Tomando en cuenta el diseño de la aplicación On Task, ¿Consideras que sería fácil ubicar y descargar desde play store, app store o través de la página web?
 5. **Accesible:** ¿Considera que la app es accesible para toda persona, tales como las de bajo
-

recursos, Baby Boomer y a aquellas que presentan alguna discapacidad? ¿Por qué?

6. Creíble: De los comentarios que viste en la página web o IG, ¿Qué aspectos relevantes considerarías para confiar en On Task a comparación de **Chepe & Pepe, Timbrit Y AyFix** (prestadores de servicios)?

7. Valioso: ¿Qué diferencias o características diferenciadoras viste en On Task que otras aplicaciones similares no posean?

Cierre

- Moderador: Gracias por su asistencia, todas las respuestas y opiniones brindadas son muy importantes y serán tomadas en cuenta para la investigación acerca del lanzamiento de esta nueva aplicación On Task. Si alguien quiere agregar algún comentario o consejo respecto al servicio que se ha presentado puede hacerlo, ya que toda información que brinden será valorada para nuestra investigación.

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.2.3. Experimento 3: Formulario digital (20)

5.2.3.1. Objetivo

En este punto, debemos validar que el segmento al cual nos dirigimos está realmente interesado en la propuesta de valor de la aplicación “On Task” y con ello determinar los puntos de mejora de la experiencia del usuario (UX) al utilizar la aplicación permitiendo una mejor interacción.

- Fecha de realización: Entre el 27 de noviembre al 1 de diciembre del 2021
- Duración: 5 a 8 minutos
- Método: Se realizaron encuestas a través de la herramienta Google Google Forms en la que los usuarios lograron visualizar

un video instructivo de ON TASK y con ello contestaron algunas preguntas referentes a la app.

5.2.3.2. Diseño y desarrollo

Tabla 56

Bitácora de actividades

Actividades	Tarea	Resultados
<p>Realizar la encuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear el prototipo de la aplicación móvil 	<ul style="list-style-type: none"> - Se realizó el diseño de ON TASK por medio de Marvel App.
	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar la guía de preguntas para la encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Se elaboró una lista de preguntas en relación a los puntos de mayor interés a recolectar información a través de encuestas. Como, por ejemplo:
	<ul style="list-style-type: none"> - Realización del video tutorial 	<ul style="list-style-type: none"> <ul style="list-style-type: none"> o ¿Consideras que ON-TASK te ayudará a encontrar al especialista

adecuado en la actividad que necesitas?

- ¿Qué funciones extras te gustaría ver en la app On Task?

- Se realizó el video tutorial en donde se muestra el funcionamiento, las actividades y los servicios que ofrecen los técnicos en la app.

Recolección de información

- Realizar la evaluación de los encuestados
 - Recolectar las informaciones obtenidas
 - Las encuestas se llevaron a cabo en el horario establecido por cada usuario para su mayor comodidad, en donde interactúan con la aplicación y con ello brindan su opinión.
 - A través de las respuestas
-

		proporcionadas en las encuestas por los usuarios, se llegó a recolectar información valiosa para nuestro proyecto
Análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar el análisis de las sugerencias y recomendaciones propuestas por los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> - En base de la recolección de información se realizará un breve resumen y análisis de ellas con ayuda de la malla receptora.

Fuente: Elaboración propia, 2022

5.2.3.3. Resultados

Tabla 57

Malla Receptora Experimento 3 de Experiencia del Usuario

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> - Los usuarios encuestados respondieron que no conocen de alguna propuesta o alternativa similar a la de ON TASK. - Los usuarios consideran que la app será muy útil para las personas que carecen de tiempo para realizar ciertas actividades 	<ul style="list-style-type: none"> - La paleta de colores que se empleó en la elaboración de la app no es muy llamativa. - Tanto el tipo como el tamaño de letra son muy pequeños y eso lo hace poco atractivo para los usuarios.

del hogar.	- La distribución de las opciones en la aplicación podría mejorar, pues no debe de tener muchos apartados.
- Consideran que es muy accesible navegar en la aplicación ON- TASK.	- La opción de ayuda presenta una ventana muy poco atractiva.
Las características más resaltantes que valoran de la app son la interfaz simple y el logotipo.	Algunas de las opciones presentan mucho texto y no son llamativas.

Nuevas preguntas	Nuevas ideas
- ¿Cuentan con un canal directo de atención al cliente?	- Se sugiere implementar un chat vía WhatsApp para que así la comunicación sea más fluida y rápida.
- ¿Se podrá tener la opción de hacer que el mismo usuario elija su paleta de colores?	- Se recomienda agregar más opciones al momento de registrarse.
- ¿Se podrá tener la opción de devolución de dinero en caso el servicio que se brinda no sea exitoso?	- Implementar la opción de mostrar recomendaciones de acuerdo a ubicación del usuario como primera opción.
- ¿Una vez solicitado y cancelado el servicio se podrá anular en caso ya no lo requiera o por algún error que hizo que se seleccionara lo incorrecto?	- Se sugiere habilitar en la opción de pago una ventana que pueda garantizar que dicho pago se está realizando de manera segura para que así genere mayor confianza al usuario.
- ¿Puedo realizar la cotización y solicitud del servicio solo por la aplicación o también por la página web?	

Fuente: Elaboración propia, 2022

- La mayoría de los usuarios encuestados han considerado que la paleta de colores de la aplicación ON TASK no es la pertinente, puesto que la mayoría de las personas lo que mayormente buscan en una app es que esta sea más interactiva con diseños que le puedan permitir realizar una fácil lectura con un mejor entendimiento.
- De igual manera, tanto el tipo de letra como el tamaño de la misma hace que la aplicación luzca muy poco profesional. Por otro lado, destacaron al logo de la aplicación, pues lo vieron muy llamativo que se ajustaban a nuestros objetivos. Asimismo, la mayoría consideran que es muy fácil navegar en la app.
- En cuanto a funcionalidad, todos los encuestados respondieron que no han escuchado de una alternativa similar a la de ON TASK, posicionándose, así como la única alternativa en el mercado. Por último, el 50% de los usuarios consideró que se debe agregar más opciones al momento de registrarse y que para transmitir confianza al momento de adquirir el servicio se debe habilitar en la opción de pago una ventana que pueda garantizar que se está realizando de una manera segura, evitando así inconvenientes como robo de información.

5.2.3.4. Análisis

Conforme a la encuesta realizada a los usuarios se logró determinar que la idea de negocio que deseamos lanzar, no cuenta con propuestas similares en el mercado o por lo menos no tienen conocimiento de la existencia de un proyecto similar. Ante ello podemos enfatizar que lograremos posicionarnos

como marca. Asimismo, entre los aspectos más sobresalientes para nuestro público objetivo está la funcionalidad, la interfaz simple y el diseño de la app, pues la suma dichas características comprende más del 60% de los encuestados.

Con respecto a las características que no son del agrado de los potenciales clientes están la paleta de colores, el tamaño y tipo de letra, la distribución de las opciones en la aplicación y el sistema de seguridad de pago. Dichos factores influyen de manera directa en la experiencia del usuario al momento de interactuar con nuestra app ON TASK. Cabe resaltar que, si esta experiencia no es grata, es muy probable que no la recomienden. Por ello, procedimos a realizar el cambio en la paleta de colores para que así logre ser más atractiva para el usuario, así como también se procedió a cambiar las letras para que sean más visibles.

De igual modo, como sugerencia por parte de los encuestados es que debemos de sacarle provecho a las redes sociales es por ello que mencionaron a WhatsApp que con su uso lograremos facilitar la comunicación entre el usuario y el técnico especialista, pues en el Perú la mayoría de clientes tienen preferencia por esta red social para interactuar, debido a que les proporciona una buena sensación de que están conversando con una persona real. También, otra función extra que les gustaría ver en la aplicación es implementar la opción de mostrar recomendaciones de acuerdo a la ubicación del usuario como primera opción.

Finalmente, los medios donde se debería publicitar el lanzamiento de la app serían Facebook e Instagram, siendo estas las más populares para dar a conocer un emprendimiento.

5.2.3.5. Aprendizajes

- La paleta de colores y la ventana de la opción de ayuda serán cambiadas con la finalidad de presentar colores más atractivos y vivos. Así se logrará ofrecer una presentación más dinámica para el usuario.
- La opción de pago tendrá que incluir una ventana emergente que asegure que las transacciones se realizarán de manera segura.
- Añadir más opciones al momento de registrarse para que el usuario tenga más facilidad de interactuar en la app.
- Agregar la opción de mostrar recomendaciones de acuerdo a ubicación del usuario como primera opción.

5.2.3.6. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, etc)

Link de encuesta virtual:

- <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSce>
- hGGmu5jQ0TlvYmha6lSHb0YYkcl2hMIOx60+bNFIBdAyDFQ/viewform?usp=sf_link

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCION

6.1. Experimento Entrevista a Expertos

6.1.1. Primera parte del Experimento Entrevista a Ingenieros

6.1.1.1. Objetivo del Experimento:

Este experimento tiene como objetivo principal validar el desarrollo de nuestra plataforma y mantenimiento. Asimismo, validar el acceso a los canales que han sido propuestos para otorgar facilidades a los clientes potenciales

6.1.1.2. Objetivos Específicos

Canales.

- H1: Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten usar efectivo (Visa, MasterCard, etc).
- H2: Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione (Google Map)
- H12: La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store).

Costos

- H4: Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App.

Recursos Claves

- H6: Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen.
- H16: La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
- H17: La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.

6.1.1.3. Diseño y desarrollo del experimento:

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por realizar entrevistas a 3 egresados de la carrera de Ingeniería de Software. Asimismo, para la realización de las entrevistas se ha optado por la plataforma de videoconferencias Zoom. Además, respecto a la fecha y hora de realización de dichas entrevistas, se ha seleccionado 3 horarios durante el día (Entrevista 1: 7:00 pm - 8:00 pm, Entrevista 2: 8:30 pm - 9:30 pm y entrevista 3: 10:00 pm - 11:00 pm) durante el día 26 de enero del 2022.

- **Entrevista a Ingenieros:**

Estas entrevistas están dirigidas para los ingenieros, en total serán 3, a quienes se presentarán los canales que usarán los proveedores (pago y mapas) y el uso de una tienda virtual (Google Play o App Store). Adicionalmente, se les consultará sobre el mantenimiento, algoritmos y lenguajes de programación de software para la app móvil y la página web que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a las

hipótesis anteriormente mencionadas, mediante el conocimiento de los ingenieros en estos temas.

- **Canales:**

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de canales se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 1:

- **Pregunta 1:** ¿Crees que sería adecuado implementar diversos medios de pago o solo con tarjeta?
- **Pregunta 2:** ¿Sería muy difícil o costoso implementar el método de pago?

Tabla 58

Hipótesis 1 Canales

Hipótesis	Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc).
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de pago/Total de entrevistas a los expertos.

Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados consideran necesario trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc.)
--------------------------	---

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 2:

- **Pregunta 3:** ¿Se podrá implementar proveedores de mapas como Google Maps, Navteq, Teleatlas y OpenStreetMap donde se puede ver las tiendas (Ferreterías) cercanas? ¿Qué otra información podríamos implementar en esas tiendas cercanas (Ferreterías)? Por ejemplo: Deliverys, ofertas, etc.

Tabla 59

Hipótesis 2 Canales

Hipótesis	Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione.
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App/Total de entrevistas a expertos.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 12:

- **Pregunta 8:** ¿La aplicación se podría mostrar en Google Play y en App store? ¿Cuánto se demorarán en aparecer en la tienda de cada app? ¿Necesitamos alguna aprobación antes de publicar la app?

Tabla 60

Hipótesis 12 Canales

Hipótesis	La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store).
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de expertos que validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales/Total de entrevistas a los expertos.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales.

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Estructura de Costos:**

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de costos se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 4:

- **Pregunta 6:** ¿Aceptaría desarrollar o hacer un mantenimiento a la app?
¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesto a darle mantenimiento? ¿Cuánto sería el costo del mantenimiento?

Tabla 61

Hipótesis 4 Estructura de Costos

Hipótesis	Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App
Cuadrantes que valida	Estructura de Costos.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que acepten el desarrollo y mantenimiento periódico que de la app/Total de entrevistas a expertos que desarrollan y realizan mantenimiento de apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de nuestros expertos entrevistados aceptan y realizan mantenimiento periódico de la App On Task.

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Recursos Claves:**

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de recursos claves se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 6:

- **Pregunta 7:** ¿Se podría implementar algoritmos o estadísticas del servicio donde se muestran las interacciones que tienen los especialistas con los clientes?

Tabla 62

Hipótesis 6 Recursos Claves

Hipótesis	Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que estén dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de nuestros expertos entrevistados están dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción de la App On Task.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 16:

- **Pregunta 4:** ¿Cuál es el lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que proponemos brindar mediante el aplicativo móvil? ¿Cuánto costaría implementar este tipo de aplicación móvil? ¿Cuánto se demora en realizar el diseño?

Tabla 63*Hipótesis 16 Recursos Claves*

Hipótesis	La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 17:

- **Pregunta 5:** ¿Cuál es lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que proponemos brindar mediante la página web? ¿Cuánto costaría implementar una página web para la app?

Tabla 64*Hipótesis 17 Recursos Claves*

Hipótesis	La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web

Fuente: Elaboración propia, 2022

Bitácora de Actividades:**Tabla 65***Bitácora de Actividades Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio*

Actividad	Tarea	Resultados
Desarrollo de las preguntas para las entrevistas.	- Realizar una guía de preguntas para las	- Se elaboró un listado de preguntas a realizar

	entrevistas a expertos (Ingeniería).	para validar las hipótesis planteadas.
Coordinaciones previas a las entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de entrevistados. - Explicar detalles de la entrevista a los expertos. - Confirmar disponibilidad de los expertos para agendar reunión en la fecha programada. - Envío de enlace de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aldo Zenozan, Juan Mishiyama y Piero Quiroz. - Las entrevistas se realizarán en horarios establecidos por el experto, donde las reuniones no tomarán más de 60 minutos. - Entrevista realizada mediante la plataforma de Zoom.
Mostrar estructura de la aplicación a los expertos	<ul style="list-style-type: none"> - Enviar link del prototipo de la aplicación a los entrevistados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los entrevistados observaron con detalle el prototipo.
Organización de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar la información obtenida en las entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Con las entrevistas realizadas obtuvimos resultados, sugerencias de mejora y

- Analizar la aprendizajes para la información obtenida aplicación On-Task. por los expertos.

Fuente: Elaboración propia, 2022

6.1.1.4. Resultados

Tabla 66

Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> - Es una app compacta, innovadora y enfocada en refacciones del hogar - Ayudaría a muchas personas a realizar las refacciones o servicios de limpieza dentro del hogar. - Es una app fácil de entender, sencilla, eficaz y se asimila a aplicativos de taxis como Uber, InDriver, etc 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los diversos métodos de pago independientemente de la tarjeta, ya que es un limitante. - Mejorar el diseño del aplicativo móvil - Aparte del uso de estrellas de calificación para los técnicos, se debe implementar una caja de comentarios para cada técnico como si fuera un perfil de una red social
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo se van a implementar los nuevos métodos de pagos? 	<ul style="list-style-type: none"> - Usar mapas ya existentes como Google Maps y crear enlaces externos para

<ul style="list-style-type: none"> - ¿Dónde se demora más la aplicación para aparecer en Google Play y en App store? - ¿La aprobación de la app la hará el CEO de la tienda virtual? 	<p>pasar directamente a la página web de las tiendas y ver sus ofertas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementar una página web debido a que tiene mayor alcance que el aplicativo móvil
--	---

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 67

Tabla de Resultados Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio

H1	<p>Métrica -N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de pago: 3</p> <p>-N.º total de entrevista a los expertos: 3</p>
de éxito	<p>-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados consideran necesario trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc).</p> <p style="text-align: center;">$3/3 \times 100 = 100\%$ (Éxito)</p>
H2	<p>Métrica -N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App: 3</p> <p>-N.º total de entrevistas a expertos: 3</p>
de éxito	<p>-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los expertos entrevistados validan que</p>

sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App.

$$3/3 \times 100 = 100\% \text{ (Éxito)}$$

Entrevista a expertos (Ingeniería)

Métrica -N.º de expertos que validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales: **3**

-N.º total de entrevistas a los expertos: **3**

H12 Criterio de éxito -Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los expertos entrevistados validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales:

$$3/3 \times 100 = 100\% \text{ (Éxito)}$$

H4 Métrica -N.º de entrevistas a expertos que acepten el desarrollo y mantenimiento periódico que de la app: **3**

-N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan y realizan mantenimiento de apps móviles: **3**

Criterio de éxito -Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de nuestros expertos entrevistados aceptan y realizan mantenimiento periódico de la App On Task.

$$3/3 \times 100 = 100\% \text{ (Éxito)}$$

Métrica -N.º de entrevistas a expertos que estén dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción: **3**

		-N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3
H6	Criterio de éxito	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de nuestros expertos entrevistados están dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción de la App On Task. $3/3 \times 100 = 100\%$ (Éxito)
H16	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil: 3 -N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3
	Criterio de éxito	-Del 100% de entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil $3/3 \times 100 = 100\%$ (Éxito)
	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web: 3 -N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3

Criterio	-Del 100% de entrevistas realizadas a los expertos, más
de éxito	del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de
H17	lenguaje de programación de software para la página web.
$3/3 \times 100 = 100\%$ (Éxito)	

Fuente: Elaboración propia, 2022

6.1.1.5. Análisis e Interpretación de los resultados:

Canales

- **H1: Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten usar efectivo (Visa, MasterCard, etc):**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran necesario otros métodos de pago independientemente de la tarjeta de débito/crédito, ya que es un limitante y no permite que otras personas puedan pagar en efectivo o realizar una transferencia bancaria con la finalidad de cancelar el servicio. En otras palabras, consideran adecuado y necesario incluir otros tipos de pago como cancelar en efectivo o mediante códigos de pagos, pues algunas personas no cuentan con tarjeta. Asimismo, no consideran complicado implementar otro método de pago, pues un programador y desarrollador lo podrían realizar al instante.

- **H2: Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione:**

Acorde los tres especialistas entrevistados se debería implementar proveedores de mapas para que lo redirija a una aplicación con dichos fines como Google Maps y mande a los usuarios directamente a las locaciones de la tienda (Ferretería o Sodimac Homecenter) con la finalidad de que no haya limitaciones, sea más fácil, se ahorre tiempo y no se invierta en dicha tecnología, ya que se usa un medio existente. Asimismo, se podría crear enlaces externos para pasar directamente a la página web de las tiendas y ver sus ofertas.

- **H12: La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store):**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software recomiendan primero publicar la app en la tienda de Google Play, ya que es un proceso sencillo y no tan largo como en App Store. Esto se debe a que en la tienda virtual Google Play se presenta el proyecto y se manda un correo a las centrales de Google. Luego, la central realiza la aceptación para finalmente pasar a publicarlo mediante acuerdos con los creadores de la app y el CEO de Google Play. Incluso, el tiempo de respuesta no tarda más de un mes. Mientras que en Apple Store si se tarda un poco más como alrededor de dos meses en recibir una respuesta, ya que te pone muchas restricciones como en los precios debido a su tarifa única del 30% en todas las micro transacciones que se hagan dentro de la app; es más, pasan por filtro de calidad donde la app no se debe parecer a aplicativos ya existentes con la finalidad de que el CEO lo valide.

Estructura de Costos:

- **H4: Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App:**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran necesario que en el desarrollo de la app móvil se debe incluir la protección contra los Malware y el mantenimiento sería un par de veces al año, es decir, cada 6 meses, ya que es un aplicativo móvil donde no se almacena grandes cantidades de dinero. Por eso, dicho servicio cuesta aproximadamente 1500 a 3000 soles por año.

Recursos Claves

- **H6: Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen:**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran que el sistema de puntuación en base a las estrellas dentro del aplicativo es una muy buena idea, ya que se puede evaluar y valorar el desempeño de los técnicos. Esto se debe a que las puntuaciones de las estrellas suben o bajan en base a los buenos o malos trabajos que realizan respectivamente, ya que los usuarios califican su rendimiento y en base a ello cambia su puntuación acumulada del técnico. Asimismo, un especialista considera que se debe implementar dentro de la caja de comentarios para cada técnico como fue el trato antes, durante y después del servicio.

- **H16: La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar:**

Acorde los tres especialistas entrevistados consideran que el costo del aplicativo móvil depende del equipo de trabajo para realizar el desarrollo y lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar. Incluso, al realizar los procesos se deben hacer por bloque de método de pago, bloque de mapeo y entre otras, ya que el tiempo de demora se encuentra en la complejidad y cantidad de desarrolladores o programadores de software que se usen para realizar la app On Task. Por ende, un tiempo de demora aproximado es de 3 meses para que esté finalizado el aplicativo móvil. Sin embargo, si se tuviera los conocimientos de informática no costaría nada, pero si se contrata a un personal el precio de su servicio para diseñar la app es de 3000 a 4000 soles sin contar las demás variables que se usan al crear el aplicativo móvil. Es más, dos de los entrevistados recomiendan usar el lenguaje de programación de software tipo C. Por eso, los tres entrevistados determinan que una cotización aproximada es de 10000 a 15000 soles, ya que esta estaría totalmente equipada y acabada.

- **H17: La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar:**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran un poco más complejo realizar una página Web, ya que depende del lenguaje de programación de software que se use, por ejemplo, uno de ellos usaría Python, donde el tiempo de demora para crear una página web con lo básico y esencial son de unos 2 o 3 meses. Sin embargo, los otros entrevistados consideran que hay varios tipos de programaciones como HTML, CSS y Javascript, donde el tiempo de demora es menor a los 3 meses dependiendo de la cantidad de información que se incluya dentro de la página web. Por eso, los tres entrevistados determinan que una cotización aproximada es de 7000 a 9000 soles.

6.1.1.6. Aprendizaje de las validaciones:

De acuerdo con el resultado obtenido con las entrevistas realizadas a los Ingenieros de Software; en primer lugar, se ha podido validar que es necesario implementar otros métodos de pago para que así las personas puedan tener diferentes formas de cancelar el servicio y no resulte un limitante solo usar tarjetas de débito/crédito. En segundo lugar, se optará por usar un proveedor de mapa como Google Maps, agregando enlaces externos para pasar directamente a la página web de las tiendas y ver sus ofertas/promociones del día. En tercer lugar, se ha decidido primero publicar la app en la tienda de Google Play debido a la facilidad y rapidez que tiene para incluir un aplicativo dentro de su tienda virtual con la finalidad de que en un futuro App Store se contacte con nosotros cuando se haga conocida la app debido a la aceptación del público sin pasar por

todas las restricciones que te pone. Por último, la aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software Tipo C, ya que se adecua al perfil del servicio que se propone brindar. Mientras que la página web contará con un lenguaje de programación de software JavaScript, ya que no necesita compilación; es decir, los navegadores leen el código, ejecutan las acciones indicadas y son idóneas para crear páginas web.

6.1.1.7. Sustentación de la validación:

Tabla 68

Entrevista a Ingenieros de Software

Entrevista a Ingenieros de Software

Buenas noches _____, el día de hoy te voy a presentar la app móvil On Task, la cual consiste en refacciones y servicios de limpieza en el hogar. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a la aplicación móvil en base a la implementación de proveedores, algoritmos, mantenimiento y entre otras. Por ello, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que es egresado de la carrera de Ingeniería de Software y la información recolectada será utilizada con fines académicos.

1. ¿Crees que sería adecuado implementar diversos medios de pago o solo con tarjeta?
 2. ¿Sería muy difícil o costoso implementar el método de pago?
 3. ¿Se podrá implementar proveedores de mapas como Google Maps, Navteq, Teletlas y OpenStreetMap donde se puede ver las tiendas (Ferreterías) cercanas? ¿Qué otra
-

información podríamos implementar en esas tiendas cercanas (Ferreterías)? Por ejemplo: Deliverys, ofertas, etc

4. ¿Cuánto costaría implementar este tipo de aplicación móvil? ¿Cuánto se demora en realizar el diseño?
5. ¿Cuánto costaría implementar una página web para la app?
6. ¿Aceptaría desarrollar o hacer un mantenimiento a la app? ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesto a darle mantenimiento?
7. ¿Se podría implementar algoritmos o estadísticas del servicio donde se muestran las interacciones que tienen los especialistas con los clientes?
8. ¿La aplicación se podría mostrar en Google Play y en App Store? ¿Cuánto se demorarán en aparecer en la tienda de cada app? ¿Necesitamos alguna aprobación antes de publicar la app?

Fuente: Elaboración Propia

Enlaces de las entrevistas realizadas a los expertos:

Entrevista 1: Aldo Zenozan (Ingeniero de Software)

Link:

<https://youtu.be/HkG6qEbHrtM>

Entrevista 2: Juan Mishiyama (Ingeniero de Software)

Link:

<https://youtu.be/JE4jBNyPC6s>

Entrevista 3: Piero Quiroz (Ingeniero de Software)

Link: https://youtu.be/r6_72goeFfk

6.1.2. Segunda parte del experimento Entrevista a Ingenieros

6.1.2.1. Objetivo del Experimento:

Este experimento tiene como objetivo principal validar el desarrollo de nuestra plataforma y mantenimiento. Asimismo, validar el acceso a los canales que han sido propuestos para otorgar facilidades a los clientes potenciales.

6.1.2.2. Objetivos Específicos

Canales

- H1: Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten usar efectivo (Visa, MasterCard, etc).
- H2: Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione (Google Map)
- H12: La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store).

Costos

- H4: Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App.

Recursos Claves

- H6: Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen.

- H16: La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
- H17: La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.

6.1.2.3. Diseño y desarrollo del experimento:

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por realizar entrevistas a 3 egresados de la carrera de Ingeniería de Software. Asimismo, para la realización de las entrevistas se ha optado por la plataforma de videoconferencias Zoom. Además, respecto a la fecha y hora de realización de dichas entrevistas, se ha seleccionado 3 horarios durante el día (Entrevista 1: 12:00 pm - 1:00 pm, Entrevista 2: 1:30 pm - 2:30 pm y Entrevista 3: 3:00 pm - 4:00 pm) durante el día 30 de enero del 2022.

Entrevista a Ingenieros:

Estas entrevistas están dirigidas para los ingenieros, en total serán 3, a quienes en esta segunda parte del experimento se presentará el proveedor de mapa donde se implementará enlaces externos que nos muestren la página de la tienda y se considerará escoger como primera opción a la tienda virtual Google Play debido a la facilidad de aceptar nuevas apps. Adicionalmente, se consultará sobre el mantenimiento (protección contra los malware), algoritmos y lenguaje de programación de software “C” y Python para la app móvil y la página web respectivamente que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar. Además, sobre el motor de

la base de datos y la complejidad de desarrollo tanto para la app móvil y la página web. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a las hipótesis anteriormente mencionadas, mediante el conocimiento de los ingenieros en estos temas.

Canales:

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de canales se han realizado las siguientes preguntas.

Hipótesis 1:

- **Pregunta 1:** ¿Crees que sería adecuado implementar diversos medios de pago o solo con tarjeta?
- **Pregunta 2:** ¿Sería muy difícil o costoso implementar el método de pago?

Tabla 69

Hipótesis 1 Canales

Hipótesis	Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc).
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).

Métrica	N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de pago/Total de entrevistas a los expertos.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados consideran necesario trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc)

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 2:

- **Pregunta 3:** ¿Consideras necesario implementar enlaces externos que nos muestren la página de la tienda y sus ofertas?

Tabla 70

Hipótesis 2 Canales

Hipótesis	Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione.
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App/Total de entrevistas a expertos.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 12:

- **Pregunta 4:** ¿Estás de acuerdo con que la aplicación se encuentre primero en Google Play antes que en App Store debido a la facilidad que nos ofrece la tienda de Google?

Tabla 71

Hipótesis 12 Canales

Hipótesis	La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store).
Cuadrantes que valida	Canales.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de expertos que validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales/Total de entrevistas a los expertos.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Estructura de Costos:

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de costos se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 4:

- **Pregunta 5:** ¿Crees que se deba poner en funcionamiento una protección contra Malware? ¿Qué protección sería la indicada? ¿Cuánto costaría? ¿Cada cuánto tiempo se renovará dicha protección para mantener seguro el aplicativo móvil?

Tabla 72

Hipótesis 4 Estructura de Costos

Hipótesis	Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App
Cuadrantes que valida	Estructura de Costos.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que acepten el desarrollo y mantenimiento periódico que de la app/Total de entrevistas a expertos que desarrollan y realizan mantenimiento de apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de nuestros expertos entrevistados aceptan y realizan mantenimiento periódico de la App On Task.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Recursos Claves:

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de recursos claves se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 6:

- **Pregunta 6:** Aparte del sistema de puntuación en base a las estrellas ¿Consideramos necesario implementar una caja de comentarios para cada técnico como si fuera el perfil de una red social donde se muestre el trato antes, durante y después del servicio?

Tabla 73

Hipótesis 6 Recursos Claves

Hipótesis	Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que estén dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de nuestros expertos entrevistados están dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción de la App On Task.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 16:

- **Pregunta 7:** ¿Crees adecuado ejecutar un lenguaje de programación de software “C” para el aplicativo móvil? si su respuesta es Sí ¿Por qué? y si su respuesta es No ¿Cuál nos recomendaría?
- **Pregunta 9:** ¿Qué motor de base de datos debería usar?
- **Pregunta 10:** ¿Qué software considera más complejo el de la aplicación móvil o el de la página web?

Tabla 74

Hipótesis 16 Recursos Claves

Hipótesis	La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil

Fuente: Elaboración propia, 2022

Hipótesis 17:

- **Pregunta 8:** ¿Cuál crees que es el lenguaje de programación de software más adecuado para nuestra página web Python, HTML, CSS o JavaScript? ¿Por qué?

- **Pregunta 9:** ¿Qué motor de base de datos debería usar?
- **Pregunta 10:** ¿Qué software considera más complejo el de la aplicación móvil o el de la página web?

Tabla 75

Hipótesis 17 Recursos Claves

Hipótesis	La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Ingenieros).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web/Total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web

Fuente: Elaboración propia, 2022

Bitácora de Actividades:

Tabla 76

Bitácora de Actividades Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
------------------	--------------	-------------------

Desarrollo de las preguntas para las entrevistas.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una guía de preguntas para las entrevistas a expertos (Ingeniería). 	<ul style="list-style-type: none"> - Se elaboró un listado de preguntas a realizar para validar las hipótesis planteadas.
Coordinaciones previas a las entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de entrevistados. - Explicar detalles de la entrevista a los expertos. - Confirmar disponibilidad de los expertos para agendar reunión en la fecha programada. - Envío de enlace de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cledmir Tejada, Jean Marko Aguirre y Flavio Savedra. - Las entrevistas se realizarán en horarios establecidos por el experto, donde las reuniones no tomarán más de 60 minutos. - Entrevista realizada mediante la plataforma de Zoom.
Mostrar estructura de la aplicación a los expertos	<ul style="list-style-type: none"> - Enviar link del prototipo de la aplicación a los entrevistados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los entrevistados observaron con detalle el prototipo.
Organización de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar la información obtenida en las entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Con las entrevistas realizadas obtuvimos resultados, sugerencias

-
- Analizar la de mejora y información obtenida aprendizajes para la por los expertos. aplicación On-Task.
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

6.1.2.4. Resultados:

Tabla 77

Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación con facilidad de uso y acceso. - El chat de interacción dentro de la app móvil entre el usuario y técnico es de gran ayuda, pues no se comparte número de celular personal y da seguridad. - Inicio rápido con Facebook para facilitar las cosas al momento de registrarse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer la interfaz más distintiva entre el usuario y el técnico. - Cambiar algunas tonalidades dentro del app como colores más pasteles. - Considerar poner la función de registrarse mediante una cuenta de iOS.
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas

-
- ¿Han pensado en implementar un moderador que monitoree los comentarios ofensivos?
 - ¿Saben que tipo de motor base de datos usar?
- Implementar otro método de registro como Apple ID para obtener más información de la persona.
 - Contratar un Ingeniero especializado en ciberseguridad.
 - Proteger la app mediante programas como Clouds Services
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 78

Tabla de Resultados Experimento 1 (Ingenieros) de Validación de Modelo de Negocio

		Métrica	-N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de pago: 3
			-N.º total de entrevista a los expertos: 3
Entrevista a expertos (Ingeniería)	H1	Criterio	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados consideran necesario trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc).
			3/3 x 100 = 100% (Éxito)
	H2	Métrica	-N.º de expertos que validan que sí se puede contar con un proveedor de mapa para nuestra App: 3

		-N.º total de entrevistas a expertos: 3
	Criterio de éxito	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados consideran necesario trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten solo el uso de tarjetas (Visa, MasterCard, etc). 3/3 x 100 = 100% (Éxito)
	Métrica	-N.º de expertos que validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales: 3 -N.º total de entrevistas a los expertos: 3
H12	Criterio de éxito	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los expertos entrevistados validan que la aplicación sí puede estar disponible en las tiendas virtuales: 3/3 x 100 = 100% (Éxito)
	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que acepten el desarrollo y mantenimiento periódico que de la app: 3 -N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan y realizan mantenimiento de apps móviles: 3
H4	Criterio de éxito	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de nuestros expertos entrevistados aceptan y realizan mantenimiento periódico de la App On Task. 3/3 x 100 = 100% (Éxito)
	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que estén dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción: 3

		-N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3
H6	Criterio de éxito	-Del 100% de las entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de nuestros expertos entrevistados están dispuestos a realizar el algoritmo para la interacción de la App On Task. 3/3 x 100 = 100% (Éxito)
	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil: 2
H16		-N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3
	Criterio de éxito	-Del 100% de entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para el aplicativo móvil 2/3 x 100 = 66.67% (Éxito)
	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web: 3
H17		-N.º total de entrevistas a expertos que desarrollan apps móviles: 3
	Criterio de éxito	-Del 100% de entrevistas realizadas a los expertos, más del 60% de los entrevistados recomiendan un tipo de lenguaje de programación de software para la página web. 3/3 x 100 = 100% (Éxito)

Fuente. Elaboración propia, 2022

6.1.2.5. Análisis e Interpretación de los resultados:

Canales

- **H1: Podremos trabajar con un proveedor de pago para que los clientes eviten usar efectivo (Visa, MasterCard, etc):**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran necesario otros métodos de pago independientemente de la tarjeta de débito/crédito, ya que es un limitante y no permite que otras personas puedan pagar en efectivo o realizar una transferencia bancaria con la finalidad de cancelar el servicio. En otras palabras, consideran adecuado y necesario incluir otros tipos de pago como cancelar en efectivo o mediante códigos de pagos, pues algunas personas no cuentan con tarjeta. Asimismo, no consideran complicado implementar otro método de pago, pues un programador y desarrollador lo podrían realizar al instante.

- **H2: Podremos trabajar con los proveedores de mapas que se necesitan para que la aplicación funcione:**

Acorde los tres especialistas entrevistados si es buena idea crear enlaces externos para pasar directamente a la página web de las tiendas y ver sus ofertas, ya que el link creado enviará de manera directa a los expertos o usuarios hacia la página de la tienda (Ferretería o Sodimac Homecenter) evitando que salgan de la aplicación y busquen en el navegador de Google el producto específico en la tienda. Esto se debe a que los usuarios quieren cerciorarse o verificar más cosas dentro de la tienda.

- **H12: La aplicación estará disponible en las tiendas virtuales (Google Play y Apple Store):**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software recomiendan primero publicar la app en la tienda de Google Play, ya que es mucho más rápido y barato. Por eso, es una muy buena alternativa para empezar y posteriormente anunciar la aplicación en App Store en base a los usuarios que se obtengan y las diferentes nuevas versiones realizadas. Esto se debe a que en App Store se debe pagar una licencia de 100 dólares anuales como desarrollador a parte de los servicios que se consumen dentro de Apple.

Estructura de Costos

- **H4: Se podrá desarrollar y realizar un mantenimiento periódico de la App:**

Acorde los tres especialistas entrevistados consideran importante incluir la protección contra los Malware, es más, señalan que es necesario tener dentro de la empresa a un especialista en ciberseguridad, ya que al principio si puedes proteger la app mediante programas como Clouds Services (Microsoft Azure, Google Cloud Platform y Amazon Web Services), pero siempre surgen nuevas vulnerabilidades debido a que la tecnología está en constante cambio y los hackers siempre están al acecho. Asimismo, contratar un Ingeniero especializado en ciberseguridad está entre 5000 soles mensuales aproximadamente. Asimismo, dentro de los Clouds Services como Google Cloud Platform o Amazon Web Services hay planes que te protegen contra hackers

encriptando la información recibida y otorgada en la nube; incluso, se puede escoger entre un plan mensual o anual de \$104 o \$1250 respectivamente las cuales ofrecen una capacidad de 1000 GB. Sin embargo, Microsoft Azure cobra entre \$14 a \$16 al mes el cual ofrece una capacidad de 500 MB. Por ello, nuestros entrevistados consideran primero pagar planes de Clouds Services y en un futuro si la aplicación capta más usuarios y genera más rentabilidad contratar a un Ingeniero de Ciberseguridad.

Recursos Claves

- **H6: Se contará con una plataforma y algoritmo que permita que los usuarios y especialistas interactúen:**

Según los tres especialistas en Ingeniería de Software si consideran beneficioso implementar dentro de la caja de comentarios para cada técnico como fue el trato antes, durante y después del servicio evaluado mediante encuestas de satisfacción (emojis de caritas), ya que sería un plus para el aplicativo móvil. Es más, si se implementa dicha opción se debe tener una verificación de usuario o un moderador que monitoree los comentarios ofensivos y elimine cuentas ficticias que hacen spam.

- **H16: La aplicación móvil contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar:**

Acorde los tres especialistas entrevistados consideran optar por la aplicación híbrida (desarrollar una sola aplicación y se puede publicar

tanto en Android o iOS (Flutter o React Native)) en vez de la nativa (desarrollar una aplicación para Android (Kotlin o Java) y otra para iOS (Objective-C o Swift). Sin embargo, dos de los entrevistados recomendaron usar como Backend el *.NET Core (C#)*, Motor base de datos el *MySQL (Relacional)* y Frontend el *Flutter*. Mientras que otro nos recomendó el uso de Backend el *Express JS (Node JS)*, Motor de Base de Datos el *MySQL* y Frontend el *React Native*. Esto se debe a la comodidad que tiene cada uno al momento de usar una programación de software y realizar una app móvil. Asimismo, los 3 entrevistados consideran que la aplicación lo pueden acabar entre 3 a 6 meses dependiendo de cuantos ingenieros realicen la app; por eso, se saca un presupuesto a invertir aproximadamente de 14000 a 27000 soles para el aplicativo móvil On Task.

- **H17: La página web contará con un lenguaje de programación de software que se adecue al perfil del servicio que se propone brindar:**
Según los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran optar por el uso de Backend el *.NET Core (C#)*, Motor base de datos el *MySQL (Relacional)* y Frontend el *Angular*. Esto se debe a que se puede compartir información mediante el mismo motor de base de datos de la app móvil con la finalidad de evitar invertir dinero cambiando la Base de datos o el Backend, pues esto se puede unir y facilitar la creación de una página web. Asimismo, los 3 entrevistados consideran que la aplicación lo pueden acabar en menos de 3 meses; por eso, se saca un presupuesto a invertir aproximadamente de 2500 soles por cada mes que se demore

el ingeniero en crear la página web generando un total de 7500 soles por 3 meses. Además, acorde los tres especialistas en Ingeniería de Software consideran que no existe complejidad al crear una aplicación móvil o el de la página web. Sin embargo, uno de ellos considera tedioso crear una app móvil debido a que la pantalla del celular es más pequeña que la de una PC o laptop.

6.1.2.6. Aprendizaje de las validaciones:

De acuerdo al resultado obtenido con las entrevistas realizadas a los Ingenieros de Software; en primer lugar, se ha podido validar que si es buena idea crear enlaces externos para pasar directamente a la página web de las tiendas y ver sus ofertas, ya que el link creado enviará de manera directa a los expertos o usuarios hacia la página de la tienda (Ferretería o Sodimac Homecenter) evitando que salgan de la aplicación y busquen en el navegador de Google el producto específico en la tienda. En segundo lugar, se optará por primero publicar la app en la tienda de Google Play, ya que es mucho más rápido y barato. Por eso, es una muy buena alternativa para empezar y posteriormente anunciar la aplicación en App Store en base a los usuarios que se obtengan. En tercer lugar, si puedes proteger la app mediante programas como Clouds Services (Microsoft Azure, Google Cloud Platform y Amazon Web Services), ya que dentro de los Clouds Services hay planes que te protegen contra hackers encriptando la información recibida y otorgada en la nube. En cuarto lugar, si consideran beneficioso implementar dentro de la caja de comentarios para cada técnico como fue el trato antes, durante y después

del servicio junto a ello implementando una verificación de usuario o un moderador que monitoree los comentarios ofensivos y spam. Por último, para la aplicación móvil se optará por la aplicación híbrida, ya que se va usar como Backend el *.NET Core (C#)*, Motor base de datos el *MySQL (Relacional)* y Frontend el *Flutter* con un presupuesto de 14000 a 27000 soles. Mientras que la página web se optará por el uso de Backend el *.NET Core (C#)*, Motor base de datos el *MySQL (Relacional)* y Frontend el *Angular* con un presupuesto de 7500 soles. Además, consideran que no existe complejidad al crear una aplicación móvil o el de la página web.

6.1.2.7. Sustentación de la validación:

Tabla 79

Entrevista a Ingenieros de Software

Entrevista a Ingenieros de Software

Buenas tardes _____, el día de hoy te voy a presentar la app móvil On Task, la cual consiste en refacciones y servicios de limpieza en el hogar. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a la aplicación móvil en base a la implementación de proveedores, algoritmos, mantenimiento, tipos de programaciones de software y entre otros. Por ello, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que es egresado de la carrera de Ingeniería de Software y la información recolectada será utilizada con fines académicos.

-
1. ¿Crees que sería adecuado implementar diversos medios de pago o solo con tarjeta?
 2. ¿Sería muy difícil o costoso implementar el método de pago?
-

-
3. ¿Consideras necesario implementar enlaces externos que nos muestren la página de la tienda y sus ofertas?
 4. ¿Estás de acuerdo con que la aplicación se encuentre primero en Google Play antes que en App Store debido a la facilidad que nos ofrece la tienda de Google?
 5. ¿Crees que se deba poner en funcionamiento una protección contra Malware? ¿Qué protección sería la indicada? ¿Cuánto costaría? ¿Cada cuánto tiempo se renovará dicha protección para mantener seguro el aplicativo móvil?
 6. Aparte del sistema de puntuación en base a las estrellas ¿Consideramos necesario implementar una caja de comentarios para cada técnico como si fuera el perfil de una red social donde se muestre el trato antes, durante y después del servicio?
 7. ¿Crees adecuado ejecutar un lenguaje de programación de software “C” para el aplicativo móvil? si su respuesta es Sí ¿Por qué? y si su respuesta es No, ¿Cuál nos recomendaría?
 8. ¿Cuál crees que es el lenguaje de programación de software más adecuado para nuestra página web Python, HTML, CSS o Javascript? ¿Por qué?
 9. ¿Qué motor de base de datos debería usar?
 10. ¿Qué software considera más complejo el de la aplicación móvil o el de la página web?

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Enlaces de las entrevistas realizadas a los expertos

Entrevista 1: Cledmir Tejada

Link: <https://youtu.be/NRhh9K8DcXY>

(Ingeniero de Software)

Entrevista 2: Jean Marko Aguirre

Link: <https://youtu.be/BEVE-3wF138>

(Ingeniero de Software)

Entrevista 3: Flavio Savedra

Link: https://youtu.be/F_qjta0Je1A

(Ingeniero de Software)

6.1.3. Primera parte del Experimento Entrevista a Marketing

6.1.3.1. Objetivo del Experimento:

Este experimento tiene como objetivo principal validar que el diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager. Asimismo, validar un presupuesto que se destine a la publicidad mediante páginas web, Google ads, paneles, etc.

6.1.3.2. Objetivos Específicos:

Partners Clave y Recursos Clave

- H3: El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager

Estructura de Costes

- H18: Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad.

6.1.3.3. Diseño y desarrollo del experimento:

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por realizar entrevista a 3 egresados de Marketing y Administración. Asimismo, para la realización de las entrevistas se ha usado la plataforma de videoconferencias Zoom, se ha seleccionado 3 horarios durante el día (Entrevista 1: 10:00 am - 11:00 am, Entrevista 2: 11:30 pm - 12:30 pm y Entrevista 3: 1:00 pm - 2:00 pm) durante el día 26 de enero del 2022

Entrevista a Marketeros:

Estas entrevistas están dirigidas para los marketeros, en total serán 3, a quienes se presentará el diseño gráfico implementado del mock-up para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager. Asimismo, informarnos mediante qué tipos de publicidad se promocionará la app móvil con la finalidad de conocer el presupuesto destinado a los anuncios de páginas web, google ads y entre otras. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a las hipótesis anteriormente mencionadas, mediante el conocimiento de los marketeros en estos temas.

Partners Clave y Recursos Clave

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de partners clave y recursos clave se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 3

- **Pregunta 3:** ¿El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto? ¿Será necesario implementar un diseñador gráfico o Community Manager? ¿Estarías dispuesto a trabajar con nosotros?
- **Pregunta 4:** ¿Consideras que el diseño implementado del mock-up es adecuado para el proyecto en base al criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager?
- **Pregunta 5:** ¿Crees que será necesario mayor personal para la publicidad? ¿Cuántos Community Manager serían necesarios?

Tabla 80

Hipótesis 3 Partners Clave y Recursos Clave

Hipótesis	El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager.
Cuadrantes que valida	Partners Clave y Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Publicidad).
Métrica	N.º de expertos entrevistados que consideran adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager/Total de entrevistas realizadas.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que si es adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Estructura de Costes

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de costos se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 18

- **Pregunta 1:** ¿Cuánto crees que sea necesario destinar de presupuesto para el marketing de la aplicación? ¿Con 1000 soles se podría realizar la publicidad para nuestro aplicativo móvil?
- **Pregunta 2:** ¿Cuál crees que sería el presupuesto para la publicidad?

Tabla 81

Hipótesis 18 Estructura de Costos

Hipótesis	Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad.
Cuadrantes que valida	Estructura de Costos
Método	Entrevistas a expertos (Marketing).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que han presupuestado alrededor de dicho monto/Total de entrevistados a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados aceptaron el presupuesto de dicho monto.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

a. Bitácora de Actividades

Tabla 82*Bitácora de Actividades Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio*

Actividad	Tarea	Resultados
Desarrollo de las preguntas para las entrevistas.	<ul style="list-style-type: none">Realizar una guía de preguntas para las entrevistas a expertos (Marketing).	<ul style="list-style-type: none">Se elaboró un listado de preguntas a realizar para validar las hipótesis planteadas.
Coordinaciones previas a las entrevistas	<ul style="list-style-type: none">Lista de entrevistados.Explicar detalles de la entrevista a los expertos.Confirmar disponibilidad de los expertos para agendar reunión en la fecha programada.Envío de enlace de comunicación.	<ul style="list-style-type: none">Alexandra Valencia, Kimberly Arroyo y Diego CuevaLas entrevistas se realizarán en horarios establecidos por el experto, donde las reuniones no tomarán más de 60 minutos.Entrevista realizada mediante la plataforma de Zoom.
Mostrar estructura de la aplicación a los expertos	<ul style="list-style-type: none">Enviar link del prototipo de la aplicación a los entrevistados.	<ul style="list-style-type: none">Los entrevistados observaron con detalle el prototipo.
Organización de la información	<ul style="list-style-type: none">Recopilar la información obtenida en las entrevistas.	<ul style="list-style-type: none">Con las entrevistas realizadas obtuvimos resultados, sugerencias de

-
- Analizar la información obtenida por los expertos. mejora y aprendizajes para la aplicación On-Task.
-

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.1.3.4. Resultados:

Tabla 83

Tabla de la Malla Receptora Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación es innovadora, interactiva y muy fácil de usar • La app a la vista del usuario es atractiva. • La app genera mayor confianza para los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una gama de colores más variada • Al momento de iniciar sesión tener una imagen relacionada con lo que trata la app • Implementar un servicio de respuestas rápidas. (Número de teléfono)
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se deberá sólo ofrecer publicidad a través de las redes sociales? • ¿Deberíamos contratar mayor personal para que se encarguen de cada red social? 	<ul style="list-style-type: none"> • Comenzar a hacer publicidad en Lima y poco a poco expandiendonos a todo el Perú. • Implementar publicidad en Navegador • Implementar un Community Manager

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 84*Tabla de Resultados Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio*

Entrevista a expertos (Marketing)	H3	Métrica	-N.º de expertos entrevistados que consideran adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager: 2 -Nº total de entrevistas realizadas: 3
		Criterio de éxito	-Más del 60% de los expertos entrevistados validan que si es adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager. $2/3 \times 100 = 66.67\%$ (Éxito)
	H18	Métrica	-N.º de entrevistas a expertos que han presupuestado alrededor de dicho monto: 0 -Nº total de entrevistados a expertos que desarrollan apps móviles: 3
		Criterio de éxito	-Más del 60% de los entrevistados aceptaron el presupuesto de dicho monto. $0/3 \times 100 = 0\%$ (No Éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.1.3.5. Análisis e Interpretación de los resultados:

Partners Clave y Recursos Clave:

- **H3: El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager:**

Según los tres entrevistados de Marketing, consideran que el diseño implementado del mock-up, es casi el adecuado para el proyecto, ya que será mejor implementar unos colores pasteles diferentes para el perfil del técnico y del usuario. Esto se debe a que al tener cierta similitud causa confusión. Asimismo, para la implementación de Diseñador Gráfico o Community Manager dos de nuestros entrevistados dijeron que sería adecuado implementar un Community Manager por cada red social (Facebook e Instagram) y otro para los anuncios de los navegadores, ya que al tener una gran cantidad de mensajes sería adecuado poner a un personal en cada red social para que no haya confusión. Es más, uno de nuestros entrevistados nos dijo que nosotros podemos encargarnos de la publicidad, ya que recién estamos comenzando y no se recibirá muchos mensajes de información. Además, se va a optar por implementar mayor personal conforme la aplicación vaya fidelizando más clientes.

Estructura de Costos:

- **H18: Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad:**

Acorde los tres especialistas entrevistados, se considera que si sería óptimo implementar 1000 soles siempre y cuando la app móvil tenga bastantes usuarios y lleve buen tiempo en el mercado. Sin embargo, se recomienda tener un presupuesto en base a la publicidad que desees realizar, ya que es óptimo invertir por lo menos el 10% del capital hacia la publicidad online, ya que esta presenta un mayor alcance y es de menor costo que la publicidad tradicional.

6.1.3.6. Aprendizaje de las validaciones:

De acuerdo al resultado obtenido con las entrevistas realizadas a los del área de Marketing; en primer lugar, se ha podido validar que es adecuado implementar colores diferentes para el perfil del técnico y del usuario. Asimismo, utilizar una sola paleta de colores para que el cliente pueda identificar y asociar la marca con dichos colores. En segundo lugar, se recomienda implementar un Community Manager por cada red social (Facebook e Instagram) y otro para los anuncios de los navegadores. Por último, es óptimo invertir por lo menos el 10% del capital hacia la publicidad online, ya que esta presenta un mayor alcance y es de menor costo que la publicidad tradicional. Es preciso mencionar, que antes de invertir por completo se debe analizar las métricas y resultados con anuncios de prueba.

6.1.3.7. Sustentación de la validación:

Tabla 85

Entrevista a especialistas en el área de Marketing

Entrevista a especialistas en el área de Marketing

Buenos días _____, el día de hoy te voy a presentar la app móvil On Task, la cual consiste en refacciones y servicios de limpieza en el hogar. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a la aplicación móvil en base a la implementación de publicidad adecuada para nuestra aplicación y analizar el presupuesto que se destina. Por ello, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que es egresado de la carrera de Marketing y Administración y la información recolectada será utilizada con fines académicos.

-
1. ¿Cuánto crees que sea necesario destinar de presupuesto para el marketing de la aplicación? ¿Con 1000 soles se podría realizar la publicidad para nuestro aplicativo móvil?
 2. ¿Cuál crees que sería el presupuesto para la publicidad?
 3. ¿Será necesario implementar un diseñador gráfico o Community Manager? ¿Estarías dispuesto a trabajar con nosotros?
 4. ¿Consideras que el diseño implementado del mock- up es adecuado para el proyecto en base al criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager?
 5. ¿Crees que será necesario mayor personal para la publicidad? ¿Cuántos Community Manager serían necesarios?

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Enlaces de las entrevistas realizadas a los expertos

Entrevista 1: Alexandra Valencia (Marketing y Administración)	<i>Link:</i> https://youtu.be/NQFFRn_5Gt8
Entrevista 2: Kimberly Arroyo (Marketing y Administración)	<i>Link:</i> https://youtu.be/S1tEddpV4r8
Entrevista 3: Diego Cueva (Marketing y Administración)	<i>Link:</i> https://youtu.be/r1q-63HAI9s

6.1.4. Segunda Parte del Experimento Entrevista a Marketing

6.1.4.1. Objetivo del Experimento:

Este experimento tiene como objetivo principal validar que el diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager. Asimismo, validar un presupuesto que se destine a la publicidad mediante páginas web, google ads, paneles, etc.

6.1.4.2. Objetivos Específicos:

Partners Clave y Recursos Clave

- H3: El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager

Estructura de Costes

- H18: Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad

6.1.4.3. Diseño y desarrollo del experimento:

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por realizar entrevista a 3 egresados de Marketing y Administración. Asimismo, para la realización de las entrevistas se ha usado la plataforma de videoconferencias Zoom, se ha seleccionado 3 horarios durante el día (Entrevista 1: 2:00 pm - 3:00 pm, Entrevista 2: 3:30 pm - 4:30 pm y Entrevista 3: 5:00 pm - 6:00 pm) durante el día 30 de Enero del 2022.

Entrevista a Marketeros:

Estas entrevistas están dirigidas para los marketeros, en total serán 3, a quienes en esta segunda parte del experimento se considerará implementar un Community Manager por cada red social (Facebook e Instagram) y otro para los anuncios de los navegadores con la finalidad de conseguir tips para hacer la aplicación móvil más atractiva a la vista de los usuarios. Asimismo, consultar si es adecuado realizar publicidad orgánica dentro de apps de entretenimiento (TikTok, juegos, etc). Además, se consultará sobre sacar publicidad en Google Analytics (SEM o SEO) con la finalidad de aprovechar los micromomentos. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a las hipótesis anteriormente

mencionadas, mediante el conocimiento de los marketeros en estos temas.

Partners Clave y Recursos Clave

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de partners clave y recursos clave se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 3

- **Pregunta 1:** ¿Consideras que con dos community manager tendremos mayor efectividad al momento de realizar la publicidad? ¿Qué tipo de publicidad recomiendas factible para nuestro aplicativo?
- **Pregunta 2:** ¿Consideras que el diseño implementado del mock- up es adecuado para el proyecto en base al criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager

Tabla 86

Hipótesis 3 Partners Clave y Recursos Clave

Hipótesis	El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager.
Cuadrantes que valida	Partners Clave y Recursos Clave.
Método	Entrevistas a expertos (Publicidad).

Métrica	N.º de expertos entrevistados que consideran adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager/Total de entrevistas realizadas.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los expertos entrevistados validan que si es adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Estructura de Costes

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de costos se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 18

- **Pregunta 3:** ¿Crees que para nuestra aplicación sería adecuado implementar publicidad dentro de una app de entretenimiento (TikTok, juegos, etc)? ¿Cuánta efectividad tendrá nuestra app?
- **Pregunta 4:** ¿Cuánto cobras por realizar una publicidad? ¿Cuánto cuesta tu servicio en el área de marketing (sueldo) y qué actividades realizas?
- **Pregunta 5:** ¿Consideras necesario sacar publicidad en Google Analytics? Si es Sí, ¿Cuál crees que sería mejor SEM o SEO para posicionarnos? Si es No, ¿Por qué?
- **Pregunta 6:** ¿Crees que si nos posicionamos de forma SEM, las personas aprovecharán el micromomento para averiguar más sobre nuestro servicio de la app on task?

- **Pregunta 7:** ¿Consideras necesario invertir más en ese tipo de publicidad mediante Google Analytics o solo es necesario mediante páginas web? ¿Por qué?
- **Pregunta 8:** ¿Nos recomiendas invertir en todo este tipo de publicidad más de 1000 soles?

Tabla 87

Hipótesis 18 Estructura de Costos

Hipótesis	Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad.
Cuadrantes que valida	Estructura de Costos
Método	Entrevistas a expertos (Marketing).
Métrica	N.º de entrevistas a expertos que han presupuestado alrededor de dicho monto/Total de entrevistados a expertos que desarrollan apps móviles.
Criterio de Éxito	Más del 60% de los entrevistados aceptaron el presupuesto de dicho monto.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 88

Bitácora de Actividades Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
------------------	--------------	-------------------

Desarrollo de las preguntas para las entrevistas.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una guía de preguntas para las entrevistas a expertos (Marketing). 	<ul style="list-style-type: none"> Se elaboró un listado de preguntas a realizar para validar las hipótesis planteadas.
Coordinaciones previas a las entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> Lista de entrevistados. Explicar detalles de la entrevista a los expertos. Confirmar disponibilidad de los expertos para agendar reunión en la fecha programada. Envío de enlace de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Nathaly Valencia, Antonella Romero y Mary Puma Las entrevistas se realizarán en horarios establecidos por el experto, donde las reuniones no tomarán más de 60 minutos. Entrevista realizada mediante la plataforma de Zoom.
Mostrar estructura de la aplicación a los expertos	<ul style="list-style-type: none"> Enviar link del prototipo de la aplicación a los entrevistados. 	<ul style="list-style-type: none"> Los entrevistados observaron con detalle el prototipo.
Organización de la información	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar la información obtenida en las entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> Con las entrevistas realizadas obtuvimos resultados, sugerencias de mejora y aprendizajes para la aplicación On-Task.

- Analizar la información obtenida por los expertos.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.1.4.4. Resultados:

Tabla 89

Malla Receptora Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación es fácil de utilizar. • Con la aplicación es más fácil encontrar a un refaccionista del hogar. • La aplicación es muy innovadora y útil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ver testimonios de otros clientes. • Reforzar la finalidad de la aplicación para que así los clientes no lo sientan monótono.
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se deberá implementar publicidad en Tik Tok? • ¿Se deberá realizar publicidad orgánica? • ¿Nos deberíamos dirigir a un público joven? 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar videos o fotos de referencia. • Implementar la publicidad en SEM para poder centrarnos en el público al que nos dirigimos. • Implementar videos cortos o post en carrusel

-
- ¿Deberíamos tercerizar la publicidad?
-

Fuente. Elaboración Propia

Tabla 90

Resultados Experimento 1 (Marketing) de Validación de Modelo de Negocio

Entrevista a expertos (Marketing)	H3	<p>Métrica -N.º de expertos entrevistados que consideran adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager: 1</p> <p>-Nº total de entrevistas realizadas: 3</p>
	<p>Criterio de éxito -Más del 60% de los expertos entrevistados validan que si es adecuado implementar el diseño gráfico del mock-up según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager.</p> <p style="text-align: center;">$2/3 \times 100 = 66.67\%$ (Éxito)</p>	
	H18	<p>Métrica -N.º de entrevistas a expertos que han presupuestado alrededor de dicho monto: 3</p> <p>-Nº total de entrevistados a expertos que desarrollan apps móviles: 3</p>
	<p>Criterio de éxito -Más del 60% de los entrevistados aceptaron el presupuesto de dicho monto.</p>	

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.1.4.5. Análisis e Interpretación:

Partners Clave y Recursos Clave:

- **H3: El diseño gráfico implementado del mock-up es adecuado para la propuesta del proyecto según el criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager:**

Según los tres entrevistados de Marketing, consideran que el diseño implementado del mock-up, es casi el adecuado para el proyecto, ya que será mejor implementar unos colores pasteles diferentes para el perfil del técnico y del usuario. Esto se debe a que al tener cierta similitud en su menú causa confusión y no hay diferenciación entre ellos. Por un lado, una de nuestras entrevistadas nos mencionó que deberíamos trabajar con un Community Manager, ya que él sabrá cómo tratar a los clientes y llamar su atención. Por otro lado, dos de nuestras entrevistadas nos dijeron que no será necesario porque somos una empresa que recién estamos comenzando y no sería algo indispensable. Una de las entrevistadas nos comentó que para el tipo de emprendimiento que tenemos, mayormente funciona el boca a boca de los clientes.

Estructura de Costos:

- **H18: Tendremos un presupuesto estimado de 1000 soles destinados a publicidad.**

Dos de nuestras entrevistadas nos mencionaron que sería bueno trabajar con Google Analytics, ya que te muestra el perfil de un cliente potencial, palabras claves, etc. También, las publicaciones que realizamos van destinadas al grupo de clientes que está interesado en tu producto. Una de ellas nos dijo que podríamos utilizar el método de publicidad orgánica en TikTok, ya que está en tendencia y nos ayudará a hacernos más conocidos entre las apps. Es más, una de las entrevistadas nos dijo que para nuestro emprendimiento era necesario hacer anuncios por Google Analytics, pues cree que no sería suficiente realizar solo publicidad en redes sociales. Además, nos recomienda concentrarnos en la funcionalidad de la app para que los clientes puedan entender cómo utilizarla. Por último, las tres entrevistadas concuerdan que se necesitará gastar alrededor de 1000 soles para realizar una buena publicidad en la aplicación On-Task.

6.1.4.6. Aprendizaje de las validaciones:

Con la información recolectada, llegamos a la conclusión de trabajar con un solo Community Manager que se pueda centrar en las redes sociales, ya que somos una empresa que recién está comenzando y debemos introducir mayor esfuerzo en la publicidad, para así poder ser conocidos. Asimismo, se va a optar por implementar el mock-up, pero se debe mejorar los colores pasteles tanto para el perfil técnico y del usuario para crear diferenciación entre ellos. Además, respecto al SEO nos recomienda hacer publicidad a través de la red social TikTok, además de las ya propuestas (Instagram y Facebook) y optimizar nuestra página web para una mejor ubicación en el buscador y aprovechar los

micromomentos. Por otro lado, respecto al SEM, es importante invertir en la tecnología de la página para que el algoritmo del buscador nos beneficie y se podría considerar el pago para una mejor posición en Google. Esto a parte de los anuncios publicitarios en las redes sociales tradicionales como Facebook e Instagram. Finalmente, el monto que se destinará a gastar solo en redes sociales para la publicidad será de 1000 soles.

6.1.4.7. Sustentación de la validación:

Tabla 91

Entrevista a especialistas en el área de Marketing

Entrevista a especialistas en el área de Marketing

Buenos tardes _____, el día de hoy te voy a presentar la app móvil On Task, la cual consiste en refacciones y servicios de limpieza en el hogar. Le saluda _____ y soy estudiante de la carrera _____ de la UPC. En esta ocasión estamos realizando una investigación con relación a la aplicación móvil en base a la implementación de publicidad adecuada para nuestra aplicación y analizar el presupuesto que se destina. Por ello, sería de mucho agrado su participación y su sincera respuesta, ya que es egresado de la carrera de Marketing y Administración y la información recolectada será utilizada con fines académicos.

-
1. ¿Consideras que con dos community manager tendremos mayor efectividad al momento de realizar la publicidad? ¿Qué tipo de publicidad recomiendas factible para nuestro aplicativo?
-

-
2. ¿Consideras que el diseño implementado del mock- up es adecuado para el proyecto en base al criterio del Diseñador Gráfico/Community Manager
 3. ¿Crees que para nuestra aplicación sería adecuado implementar publicidad dentro de una app de entretenimiento (TikTok, juegos, etc)? ¿Cuánta efectividad tendrá nuestra app?
 4. ¿Cuánto cobras por realizar una publicidad? ¿Cuánto cuesta tu servicio en el área de marketing (sueldo) y qué actividades realizas?
 5. ¿Consideras necesario sacar publicidad en Google Analytics? Si es Sí, ¿Cuál crees que sería mejor SEM o SEO para posicionarnos? Si es No, ¿Por qué?
 6. ¿Crees que si nos posicionamos de forma SEM, las personas aprovecharán el micromomento para averiguar más sobre nuestro servicio de la app on task?
 7. ¿Consideras necesario invertir más en ese tipo de publicidad mediante Google Analytics o solo es necesario mediante páginas web? ¿Por qué?
 8. ¿Nos recomiendas invertir en todo este tipo de publicidad más de 1000 soles?
-

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Enlaces de las entrevistas realizadas a los expertos

Entrevista 1: Nathaly Valencia

Link: <https://youtu.be/k4Bw87goSYs>

(Marketing y Administración)

Entrevista 2: Antonella Romero

Link: https://youtu.be/PAbX_apXcuc

(Marketing y Administración)

Entrevista 3: Mary Puma

Link: <https://youtu.be/Hj-AMxd1S-c>

6.2. Experimento 2: Anuncios

6.2.1. Primera Parte del Experimento Anuncio 1

6.2.1.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes del interés que existe del cliente 1 (usuarios) por utilizar la aplicación móvil propuesta. Asimismo, al ser este un experimento realizado a través de la red social Instagram, nos permitirá evaluar el alcance que existe hacia este mismo cliente.

6.2.1.2. Objetivos Específicos

Propuesta de valor

- H 9 : Existen usuarios interesados en utilizar la aplicación.

Segmento de clientes

- H14: Los usuarios propuestos (Personas entre 18 a 45 años) necesitan frecuentemente servicios de limpieza y refacciones de personal con experiencia y confiables. (Segmento de clientes)

6.2.1.3. Diseño y desarrollo

Este anuncio estará dirigido hacia nuestro cliente 1 (usuarios) y será publicitado en la red social Instagram el día 29 de enero del 2021.

Anuncio 1:

Este anuncio está dirigido a captar la atención de nuestro cliente 1 (usuarios) por lo que el diseño de este lleva información referente a este mismo. Es decir, se explica en líneas breves e imágenes la utilidad y beneficios que obtendrán los usuarios al descargar la aplicación. Asimismo, se aplica una frase de llamada a acción para que el usuario haga clic al anuncio y se le direcciona al perfil de On Task. En base a esto, se podrá validar si existe el interés hacia nuestra aplicación (Hipótesis 9) y si este interés pertenece realmente al perfil del usuario propuesto (Hipótesis 14).

Tabla 92

Hipótesis 9 del modelo de negocio

Hipótesis	Existen personas interesadas en utilizar la aplicación.
Cuadrantes que valida	Propuesta de Valor.
Método	Anuncios
Métrica	N.º de personas que le han hecho clic al anuncio / N.º personas que han visualizado el anuncio.

Criterio de Éxito	Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % le han hecho clic al anuncio.
--------------------------	---

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 93

Hipótesis 14 del modelo de negocio

Hipótesis	Los usuarios entre 18 y 45 años son los que están más interesados en adquirir nuestro servicio.
------------------	---

Cuadrantes que valida	Segmento de Clientes.
------------------------------	-----------------------

Método	Anuncio.
---------------	----------

Métrica	N.º de personas que le han hecho click al anuncio / N.º personas entre 18 y 45 años que han visualizado el anuncio.
----------------	---

Criterio de Éxito	Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % son las personas entre 18 y 45 años quienes le han hecho clic al anuncio.
--------------------------	---

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Bitácora de actividades

Tabla 94

Tabla de Bitácora de actividades Experimento 2 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Creación de las redes sociales	-Creación de las cuentas de Instagram	-Cuenta de Instagram: On Task 2021
Creación de los posts	-Anuncios en Instagram	-Dar a conocer la aplicación On-task y los servicios que brinda para atraer a clientes potenciales (usuarios).
Organizar fechas de los posts a publicar	-Programar los días en los que los posts serán publicados de acuerdo a los horarios con tráfico alto de las redes sociales.	-Se optó por realizar los anuncios durante 1 día, el cuál fue el 29 de enero del 2022.
Difusión de post	-Buscar plataformas para la difusión de anuncios.	-Se ha optado por usar la plataforma de Instagram y Facebook para la publicación de los anuncios respectivos.

		-Interacción de los usuarios con nuestras redes sociales
Recolección de información	-Recolectar la información obtenida tanto de usuarios como de especialistas.	-A través de las interacciones de los usuarios con nuestros anuncios, se podrá recolectar información valiosa para nuestro proyecto.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.1.4. Resultados

Tabla 95

Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	-Nº de personas que le han hecho click al anuncio: 151 -Nº personas que han visualizado el anuncio: 461
Anuncio 1	H9 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % le han hecho click al anuncio. 33% (Éxito)
	Métrica	-N.º de personas que le han hecho click al anuncio: 151 -N.º personas entre 18 y 45 años que han visualizado el anuncio: 410
	H14 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % son personas entre 18 y 45 años que han hecho click al anuncio. 37% (Éxito)

6.2.1.5. Análisis e Interpretación

- **H9: Existen personas interesadas en utilizar la aplicación:**

Respecto a la hipótesis 9, se logró cumplir con el criterio de éxito con un 33%, el cual supera al 30% previamente establecido. Con el porcentaje que obtuvimos, se puede decir que sí existen personas que se encuentran interesadas en utilizar la aplicación On-task. Este experimento nos permite obtener datos estadísticos, en dónde se puede observar la interacción que tuvieron los usuarios con el anuncio. Estas interacciones pueden incluir acciones como "Me gusta" comentarios, respuestas en la publicación, veces que se guardó o compartió el anuncio. Asimismo, de clics en el anuncio y visitas al perfil. Estas métricas reflejan el interés del usuario en el aplicativo. Cabe añadir que, a través del anuncio, el cual los redirecciona al perfil de Instagram de On-task, los usuarios podrán visualizar la página del prototipo de la aplicación de On-task. Ello con la finalidad de que el usuario interactúe con ella y obtenga una mayor visión de lo que On-task ofrece.

- **H14: Los usuarios propuestos (Personas entre 18 a 45 años) necesitan frecuentemente servicios de limpieza y refacciones de personal con experiencia y confiables:**

Por último, tenemos la hipótesis 14, en dónde obtuvimos éxito. Esto debido a que se logró obtener un porcentaje mayor al propuesto de 30%. Es así que se puede interpretar como que el segmento establecido requiere frecuentemente de nuestros servicios integrales del hogar con especialistas

confiables y de experiencia. Los anuncios publicados permitían a los usuarios hacer clics a la dirección del negocio de On-task. De tal manera, ello nos ayudó a medir el nivel de interés que requieren los servicios integrales del hogar. Los usuarios no solo visualizaban el anuncio publicado, sino también les permitía visitar el perfil de Instagram de On-task, en dónde tenemos diversos posts publicados, aparte de los que son de paga; y medios de comunicación que nos permiten tener un mayor contacto con nuestros clientes potenciales. Cabe mencionar que nuestro público objetivo que obtuvo mayor interacción con nuestro anuncio fue del sexo masculino con un 60,6% mayor en comparación al de las mujeres que fue de un 38,8%. En dónde el rango de edad de acuerdo a nuestro segmento establecido que obtuvo una mayor impresión en nuestro anuncio fue el de 18- 24 años de edad.

6.2.1.6. Aprendizaje de las validaciones

- De acuerdo al desarrollo de los experimentos previamente expuestos, las redes sociales confirman la validación de las hipótesis planteadas (H9,H14). Estos experimentos fueron medidos a través de las interacciones con nuestros anuncios, comentarios, reacciones que mostraban el interés por obtener un mayor alcance de la información respecto a la aplicación On-task.
- Asimismo, se pudo concluir que se debe brindar en las siguientes publicaciones, información más detallada de nuestro proyecto, tales como publicitar información concisa, sobre los servicios, brindar beneficios y el diferencial del proyecto, ello a fin de mejorar la

comunicación con nuestros posibles usuarios y poder concretar la intención de compra.

- Cabe mencionar que gracias al experimento se logró contar con estadísticas más detalladas en cuanto a nuestro segmento de usuarios. Como se mencionó anteriormente, nuestro público objetivo fue reducido en un rango de 18 a 24 años de edad con un 52,7%. Lo cual quiere decir que nuestro público objetivo interesado en nuestro proyecto es un público más joven al que considerábamos anteriormente. Esto se tomará en consideración para la segunda prueba del anuncio mejorado.

6.2.1.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 13

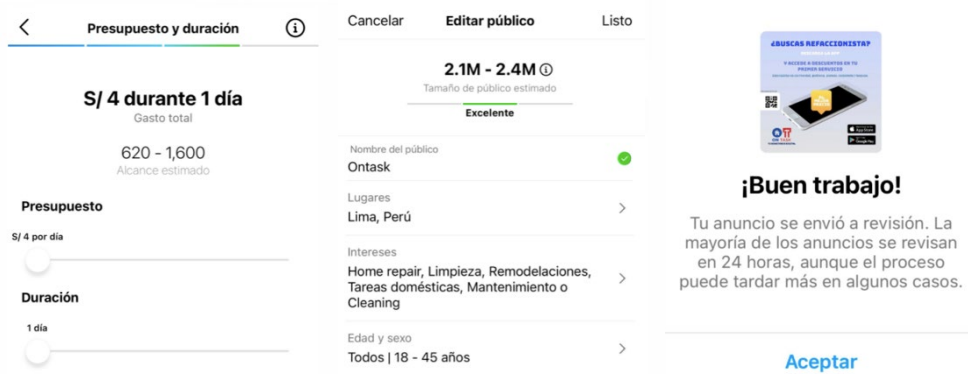
Imagen del anuncio publicado



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 14

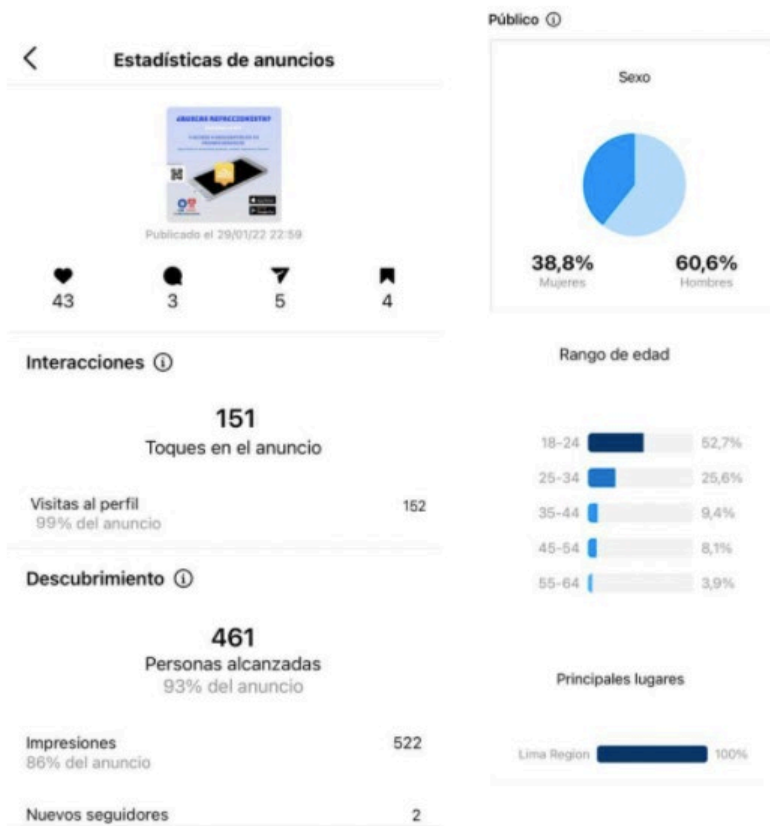
Imagen del sustento del pago del anuncio 1 (parte 1)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 15

Imagen de los resultados



Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.2. Segunda Parte del Experimento Anuncio 1

6.2.2.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes del interés que existe del cliente 1 (usuarios) por utilizar la aplicación móvil propuesta. Asimismo, al ser este un experimento realizado a través de la red social Instagram, nos permitirá evaluar el alcance que existe hacia este mismo cliente.

6.2.2.2. Objetivos Específicos

Propuesta de valor

- H 9: Existen usuarios interesados en utilizar la aplicación.

Segmento de clientes

- H14: Los usuarios propuestos (Personas entre 18 a 45 años) necesitan frecuentemente servicios de limpieza y refacciones de personal con experiencia y confiables.

6.2.2.3. Diseño y desarrollo

Este anuncio estará dirigido hacia nuestro cliente 1 (usuarios) y será publicitado en la red social Instagram el día 01 de enero del 2021.

Anuncio 1:

Este anuncio está dirigido a captar la atención de nuestro cliente 1 (usuarios) por lo que el diseño de este lleva información referente a este

mismo. Es así que de acuerdo a los aprendizajes obtenidos de la primera parte del anuncio 1, se implementó cambios en cuanto al diseño, gama de colores y tipografía. Ello con el fin de poder llamar la atención de nuestro público objetivo. Asimismo, se implementó frases de llamada a acción para que el usuario haga click al anuncio y se le direcciona al perfil de On Task. Cabe mencionar que se añadió información concisa en el anuncio sobre los servicios y beneficios que obtendrán los usuarios al descargar la aplicación On-task. Por último, se realizaron cambios en la segmentación de edad de nuestro público objetivo de 18 a 34 años de edad. En base a ello, se podrá validar si existe el interés hacia nuestra aplicación (Hipótesis 9) y si este interés pertenece realmente al perfil del usuario propuesto (Hipótesis 14).

Tabla 96

Hipótesis 9 del modelo de negocio

Hipótesis	Existen personas interesadas en utilizar la aplicación.
Cuadrantes que valida	Propuesta de Valor.
Método	Anuncios

Métrica	N.º de personas que le han hecho click al anuncio / N.º personas que han visualizado el anuncio.
Criterio de Éxito	Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 60 % le han hecho click al anuncio.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 97

Hipótesis 14 del modelo de negocio

Hipótesis	Los usuarios entre 18 y 45 años son los que están más interesados en adquirir nuestro servicio.
Cuadrantes que valida	Segmento de Clientes.
Método	Anuncio.
Métrica	N.º de personas que le han hecho click al anuncio / N.º personas entre 18 y 45 años que han visualizado el anuncio.

Criterio de Éxito	Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 60 % son las personas entre 18 y 45 años quienes le han hecho click al anuncio.
--------------------------	--

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 98

Bitácora de actividades Experimento 2 (Parte 2) de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los cambios que realizarán en el Anuncio 1 dirigido a los usuarios	Benchmarking de anuncios similares al rubro de negocio.	Para los cambios realizados al anuncio 1, se tomó en consideración referencias de nuestros principales competidores definidos anteriormente y a negocios con rubro similar al nuestro.
	Selección de cambios a implementar en el Anuncio 1	<ul style="list-style-type: none"> • El anuncio tendrá un diseño minimalista. • En cuanto a la gama de colores, se optó por utilizar el color azul que es característico del logo On-task. • Se mantendrán los medios de descarga. • Cambios en las frases publicitarias.

- Se mantendrá el botón de llamada a la acción.
- Se añadió la portada de la aplicación, en dónde aparece el slogan de On-task, lo cual permite al usuario familiarizarse con la marca.

Creación del Anuncio 1: Usuarios	Determinar plataforma en la que se realizará el diseño del anuncio	Se ha optado por utilizar Canva, el cual ofrece herramientas para crear diseños atractivos para el usuario.
Difusión del Anuncio 1	Determinar las fechas a publicar Determinar la plataforma digital en la cual se realizará la difusión.	Se ha seleccionado la fecha de la publicación del anuncio. • Segunda Parte: 01 de enero de 2022, con una duración de 24 horas. Se ha optado por la red social de Instagram.
Recolección de datos	Recolectar la información obtenida de los anuncios.	Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.2.4. Resultados

Tabla 99

Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	-N.º de personas que le han hecho click al anuncio: 170
		-N.º personas que han visualizado el anuncio: 474
Anuncio	H9 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % le han hecho click al anuncio:
1		36% (Éxito)
	Métrica	-N.º de personas que le han hecho click al anuncio: 170
		-N.º personas entre 18 y 45 años que han visualizado el anuncio: 419
	H14 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30 % son personas entre 18 y 45 años que han hecho click al anuncio:
		41% (Éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.2.5. Análisis e Interpretación

- **H9: Existen personas interesadas en utilizar la aplicación:**

Respecto a la hipótesis 9, se logró cumplir con el criterio de éxito con un 36%, el cual supera al 30% establecido previamente. Con dicho porcentaje se puede reafirmar el interés de las personas en descargar la aplicación On-task. Este experimento nos ayudó a contar con datos

estadísticos más precisos, en dónde se puede observar la interacción que tuvieron los usuarios con el anuncio. Con respecto del anuncio 1 (parte 1) se pudo observar que los cambios realizados con respecto al diseño ayudaron para que el usuario se sienta atraído e identificado por nuestra aplicación.

- **H14: Los usuarios propuestos (Personas entre 18 a 45 años) necesitan frecuentemente servicios de limpieza y refacciones de personal con experiencia y confiables:**

Por último, tenemos la hipótesis 14, en dónde obtuvimos éxito. Gracias a las modificaciones realizadas, se logró obtener un porcentaje mayor al propuesto de 41%. Dicho resultado se puede interpretar como que el segmento establecido requiere frecuentemente de nuestros servicios integrales del hogar con especialistas confiables y de experiencia. Los anuncios publicados permitían a los usuarios hacer clics a la dirección del negocio de On-task. De tal manera, ello nos ayudó a medir el nivel de interés de los clientes potenciales. Los usuarios no solo visualizaban el anuncio publicado en el feed, sino también les permitía visitar la página del prototipo de la aplicación de On-task, así como el perfil de instagram dónde tenemos diversos posts publicados, aparte de los que son de paga y medios de comunicación que nos permiten tener un mayor contacto con nuestros clientes potenciales. Respecto al segmento de edad de nuestros usuarios, pudimos reafirmar que existe una mayor cantidad de usuarios jóvenes interesados en nuestro proyecto.

6.2.2.6. Aprendizaje de las validaciones:

- De acuerdo al desarrollo de las mejoras del experimento previamente expuesto, las redes sociales confirman la validación de las hipótesis planteadas (H9, H14), los cuales fueron medidos a través de las interacciones con nuestros anuncios. En donde se obtuvo mayor interacción respecto al anuncio 1 (parte1). Estos se basan en comentarios, reacciones, "Me gusta", clics, lo cual muestran el interés de los usuarios por obtener un mayor alcance de la información respecto a la aplicación On-Task.
- De igual manera nos sirvió para validar nuestro segmento, el cual está enfocado en un público joven de 18 a 34 años de edad, el cual obtuvo un porcentaje mayor de 79,3%, respecto al rango de 35 a 44 con un 9,1%.

6.2.2.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 16

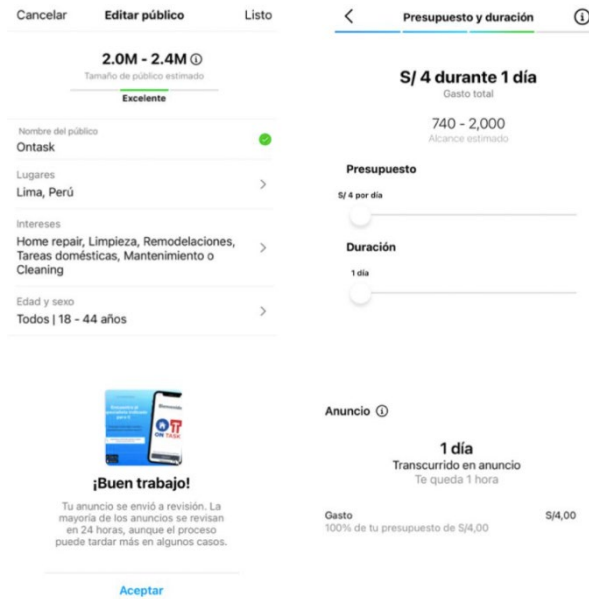
Imagen del anuncio 1 publicado



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 17

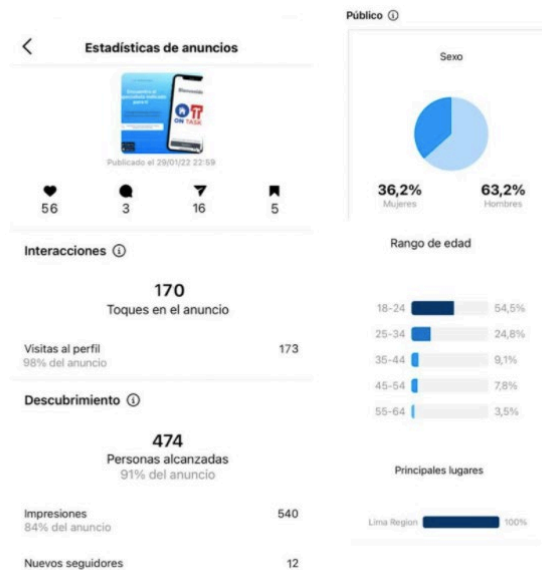
Imagen del sustento del pago de anuncio 1 (parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 18

Resultados del Anuncio 1 (Parte 2)



6.2.3. Primera Parte del Experimento Anuncio 2

6.2.3.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes del interés que existe del cliente 2 (especialistas) por utilizar la aplicación móvil propuesta. Asimismo, al ser este un experimento realizado a través de la red social Instagram, nos permitirá evaluar el alcance que existe hacia este mismo cliente.

6.2.3.2. Objetivos Específicos:

Propuesta de valor

- H8: Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación.

6.2.3.3. Diseño y desarrollo

Este anuncio estará dirigido hacia nuestro cliente 1 (usuarios) y será publicitado en la red social Instagram el día 30 de enero del 2021.

Anuncio 2

Este anuncio está dirigido a captar la atención de nuestro cliente 2 (especialistas) por lo que el diseño de este lleva información referente a este mismo. Es decir, se explica en líneas breves e imágenes la utilidad y

beneficios que obtendrán los especialistas al descargar la aplicación. Asimismo, se aplica una frase de llamada a acción para que el especialista haga click al anuncio y se le direcciona al perfil de On Task. En base a esto, se podrá validar si existe el interés hacia nuestra aplicación (Hipótesis 8).

Tabla 100

Hipótesis 8 del modelo de negocio propuesta de valor

Hipótesis	Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación.
Cuadrantes que valida	Propuesta de Valor.
Método	Anuncios.
Métrica	N.º de personas que han hecho clic al anuncio / Número de personas que han visualizado el anuncio
Criterio de Éxito	Del 100% de las visualizaciones de los anuncios, más del 30 % han hecho clic en el anuncio.

Bitácora de actividades

Tabla 101

Bitácora de actividades Experimento 2 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los datos que se requieren para validar las hipótesis 8	<ul style="list-style-type: none"> Benchmarking de anuncios similares al rubro de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Se ha tomado como referencia a nuestros competidores directos e indirectos definidos anteriormente.
Creación de los posts	<ul style="list-style-type: none"> Post publicitario en Instagram de la aplicación dirigido a los especialistas 	<ul style="list-style-type: none"> Familiarizar a los especialistas y conocer el interés sobre la nueva aplicación On-task.
Organizar fechas de los posts a publicar	<ul style="list-style-type: none"> Programar los días en los que el post será publicado de acuerdo a los horarios con tráfico alto de las redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a ello, se programó publicar el anuncio el día 30 de enero del 2022.
Difusión de post	<ul style="list-style-type: none"> Buscar plataformas para la difusión de anuncios. 	<ul style="list-style-type: none"> Se ha optado por usar la plataforma de Instagram para la publicación del respectivo anuncio.

- Recolección de información**
- Recolectar la información obtenida de los especialistas.
 - A través de las interacciones de los especialistas con nuestro anuncio, se podrá recolectar información valiosa que permitirá validar la hipótesis 8.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.3.4. Resultados

Tabla 102

Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	-Nº de personas que le han hecho click al anuncio: 160 -Nº personas que han visualizado el anuncio: 515
Anuncio 2	H8 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30% le han hecho click al anuncio. 31% (Éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.3.5. Análisis e Interpretación

- **H8: Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación:**

En cuanto a los especialistas, gracias al experimento realizado se pudo obtener éxito, con un 31%. Lo cual quiere decir que existe un porcentaje de especialistas que se encuentran interesados en contar con un ingreso adicional a lo usual al emplear la aplicación On-Task. Para ello, se contó con un anuncio en la red de Instagram en donde gracias a las frases publicitarias y al botón call to action, se logró tener interacción por parte de los especialistas con nuestro anuncio. Asimismo, con este canal se puede redireccionar a los especialistas a nuestra página web, en donde contamos con una landing page, en donde los técnicos pueden registrarse y obtener mayor información sobre los ingresos aproximados, beneficios y las comisiones a cobrar de la aplicación.

6.2.3.6. Aprendizaje de las validaciones

- Respecto a los anuncios dirigidos a los especialistas se logró validar la hipótesis 8 propuesta en el proyecto. Sin embargo, se optará por la mejora de nuestro formato y diseño de los anuncios, para obtener un mayor alcance, interacción e interés por parte de los especialistas.
- Asimismo, se logró determinar que se debería hacer mayor énfasis en que la aplicación les brindará un beneficio monetario adicional. Así también información detallada acerca de las comisiones por servicio, y beneficios al utilizar el aplicativo. De tal forma poder lograr una mejor validación de la hipótesis 8.
- La interacción con el usuario por medio del anuncio fue baja a comparación del Anuncio 1 dirigido a Usuarios; por lo que se debe

pivotar el contenido (imagen del anuncio) para que sea del agrado de los clientes 2 (especialistas).

- Por último, se debe establecer una paleta de colores y estilos que identifiquen a la marca (Branding).

6.2.3.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 19

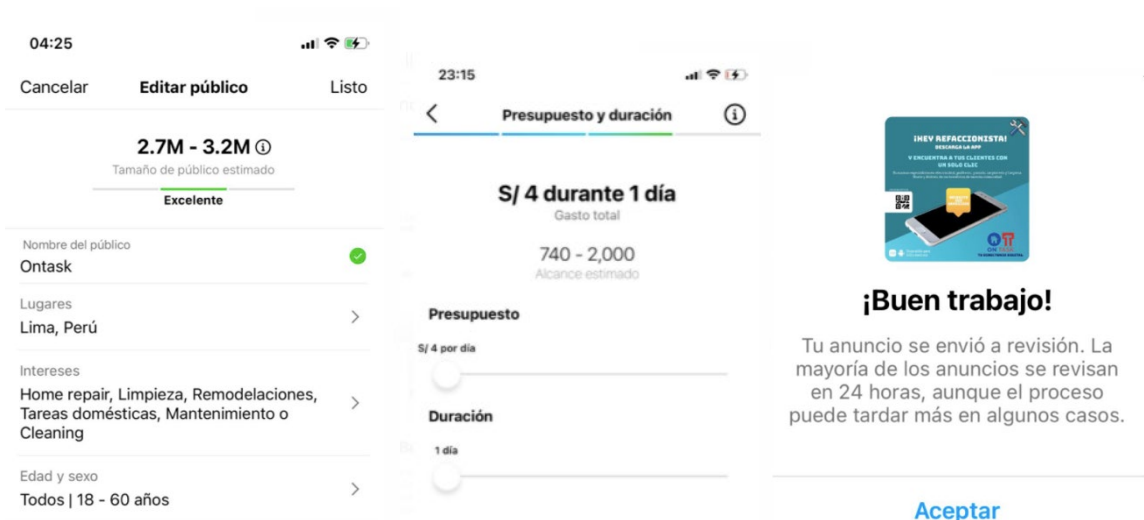
Imagen de anuncio 2 publicado



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 20

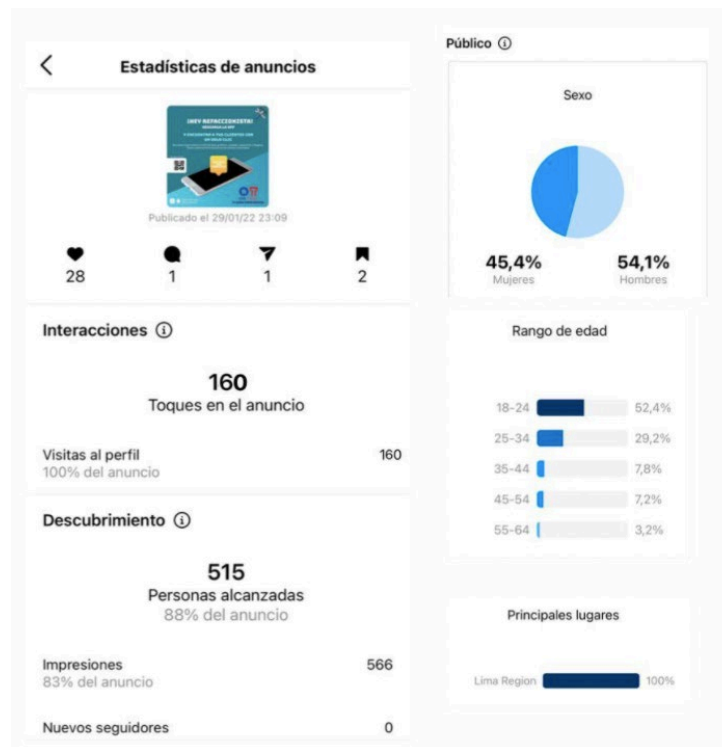
Sustento del pago del anuncio 2



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 21

Resultados del Anuncio 2 (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.4. Segunda Parte del Experimento Anuncio 2

6.2.4.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes del interés que existe del cliente 2 (especialistas) por utilizar la aplicación móvil propuesta. Asimismo, al ser este un experimento realizado a través de la red social Instagram, nos permitirá evaluar el alcance que existe hacia este mismo cliente.

6.2.4.2. Objetivos Específicos:

Propuesta de valor

- H8: Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación.

6.2.4.3. Diseño y desarrollo

Este anuncio estará dirigido hacia nuestro cliente 1 (usuarios) y será publicitado en la red social Instagram el día 01 de enero del 2021.

Anuncio 2

En cuanto al Anuncio 2, el cual está dirigido a captar la atención de nuestro cliente 2 (especialistas), se ha optado por implementar mejoras en el anuncio, con la finalidad de obtener mejores resultados para la validación de la hipótesis 8. Es decir, se añadió información concisa acerca de la utilidad, comisiones y beneficios que los especialistas obtendrán al descargar la aplicación On-Task. Asimismo, se utiliza una frase de llamada a acción para que el especialista haga clic al anuncio y se le dirija al perfil de On Task. En cuanto a la paleta de colores se optó por utilizar tonos azules, ello con el fin de que el especialista se familiarice e identifique con la marca On-Task.

Tabla 103*Hipótesis 8 del modelo de negocio propuesta de valor*

Hipótesis	Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación.
Cuadrantes que valida	Propuesta de Valor.
Método	Anuncios.
Métrica	N.º de personas que han hecho clic al anuncio / Número de personas que han visualizado el anuncio
Criterio de Éxito	Del 100% de las visualizaciones de los anuncios, más del 60 % han hecho clic en el anuncio.

*Fuente. Elaboración Propia, 2022***Tabla 104***Bitácora de actividades Experimento 2 (Parte 2) de Validación de Modelo de Negocio*

 Actividad	Tarea	Resultados
-------------------	--------------	-------------------

Determinar los cambios que se realizarán en el Anuncio 1 dirigido a los usuarios Benchmarking de Para los cambios realizados al anuncio 1, se tomaron en consideración referencias de nuestros principales competidores definidos anteriormente y a negocios con rubro similar al nuestro.

Selección de cambios a implementar en el Anuncio 1

- El anuncio tendrá un diseño minimalista.
- En cuanto a la gama de colores, se optó por utilizar el color azul que es característico del logo On-task.
- Se mantendrán los medios de descarga.
- Cambios en las frases publicitarias.
- Se mantendrá el botón de llamada a la acción.

Creación del Anuncio 1: Usuarios Determinar la plataforma en la que se realizará el diseño del anuncio Se ha optado por utilizar Canva, el cual ofrece herramientas para crear diseños atractivos para el usuario.

Difusión del Anuncio 1 Determinar las fechas a publicar Se ha seleccionado la fecha de la publicación del anuncio.

- Segunda Parte: 31 de enero de 2022, con una duración de 24 horas.

Determinar la Se ha optado por la red social de Instagram.
 plataforma digital en
 la cual se realizará la
 difusión.

Recolección de datos Recolectar la Separar los datos por hipótesis para luego
 información obtenida analizarlos.
 de los anuncios.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.4.4. Resultados

Tabla 105

Resultados Experimento 2 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	-Nº de personas que le han hecho clic al anuncio: 160 -Nº personas que han visualizado el anuncio: 511
Anuncio 2	H8 Criterio de éxito	-Del 100% de personas que han visualizado el anuncio, más del 30% le han hecho clic al anuncio. <p style="text-align: center;">31% (Éxito)</p>

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.4.5. Análisis e Interpretación

- **H8: Los especialistas estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación:**

En cuanto a los especialistas, gracias al experimento realizado se pudo obtener éxito, ya que se superó el porcentaje establecido del 30, con un de 31% de especialistas que se encuentran interesados en contar con un ingreso adicional a lo usual al emplear la aplicación On-Task. Como se puede observar, el porcentaje de éxito se mantuvo con respecto a la primera parte del experimento, sin embargo, se obtuvo una mayor interacción con el anuncio. Esto se logra medir a través de los toques/ clics al anuncio y visitas al perfil, en dónde se obtuvo 180 clics. Lo cual corrobora el interés por parte del cliente 2 de obtener mayor información sobre los ingresos aproximados, beneficios y las comisiones a cobrar de la aplicación.

6.2.4.6. Aprendizaje de las validaciones

- Con las mejoras realizadas con respecto al diseño del anuncio, si bien no se obtuvo un mayor alcance con respecto a la primera parte del Anuncio 1, se ha logrado una mayor interacción por parte de los especialistas con el anuncio, logrando así validar de mejor manera la hipótesis 8.
- En adición, después de haber desarrollado las modificaciones necesarias respecto al segmento del cliente 2, se pudo obtener información actualizada. En dónde el rango de edades que obtuvo mayor actividad con el anuncio fue el de 18- 24 y el 25-34 años de edad con un 52,8% y 32,4% respectivamente.

6.2.4.7. Sustentación de Validación

Figura 22

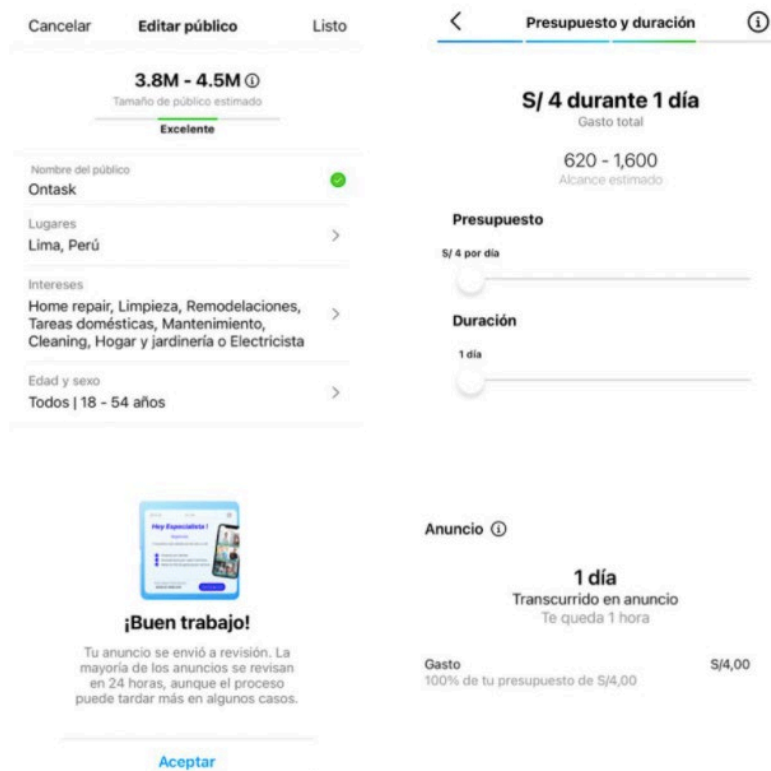
Imagen de anuncio 2 (mejora) publicado



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 23

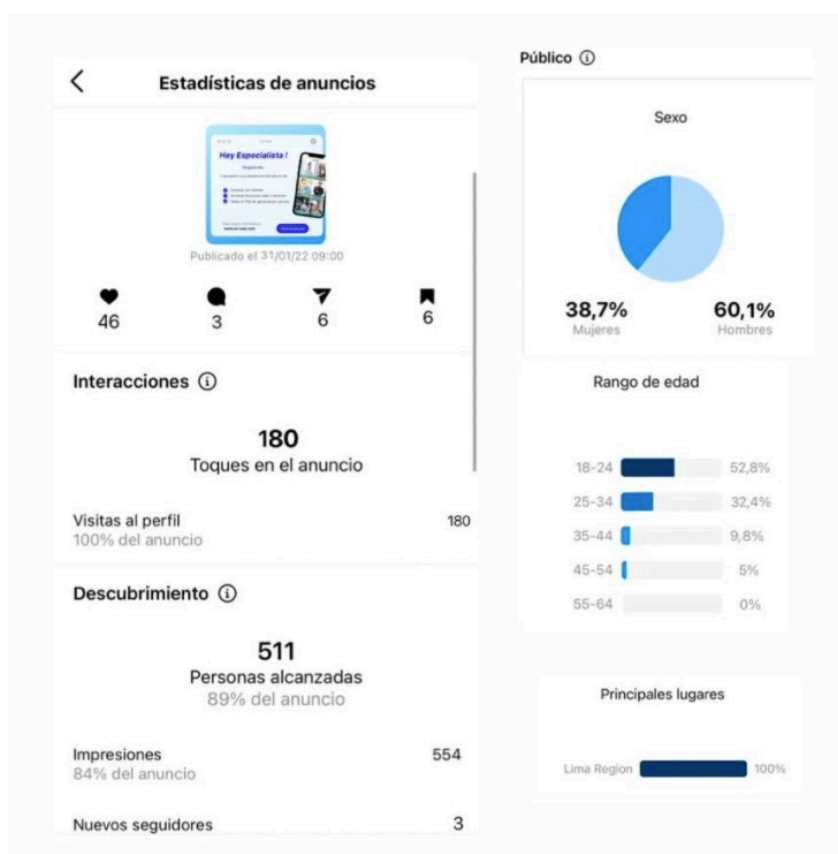
Sustento del pago del anuncio 2 (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 24

Resultados del Anuncio 2 (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.5. Primera Parte del Experimento Landing Page 1

6.2.5.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el acceso al recurso y actividad clave que refiere al reclutamiento del personal. El cual es necesario para que el cliente 1, los usuarios, pueda adquirir los servicios del cliente 2, especialistas.

6.2.5.2. Objetivos Específicos:

Recursos Claves

- H7: Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.

6.2.5.3. Diseño y desarrollo

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por diseñar un anuncio de Landing Page para el reclutamiento del personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager). Para la primera parte del experimento se ha optado por difundir el Landing Page a través de la plataforma digital Facebook. Además, durante un periodo de tiempo de 1 día para la primera parte del experimento (29 de enero del 2022).

- **Landing de Page 1:**

Está dirigido para el Reclutamiento del Personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) por lo que se espera que nos permita validar la Hipótesis 7, la cual pertenece al cuadrante de Recursos Claves. Por otro lado, respecto al formato, consta de 6 casillas para completar (nombre, apellidos, email, teléfono, puesto al que aplica y enlace de CV). Asimismo, se visualiza textualmente, en la pieza, que los puestos que se requieren son los de programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager (Visualizar imagen N°). Entonces, cada registro

que se almacene en nuestra base de datos de Wix se asumirá como una persona realmente interesada en ser reclutada por el proyecto.

Tabla 106

Hipótesis 7 Recursos Clave

Hipótesis	Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Landing Page
Métrica	N.º de personas que se registran (envío de cv) en el Landing Page / N.º de personas que le han hecho clic al anuncio del landing page
Criterio de Éxito	Del 100% de las personas que le han hecho clic, al menos el 30% se registren (envío de cv) en el Landing Page.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 107

Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
------------------	--------------	-------------------

<p>Determinar los datos que se requieren para validar las hipótesis mencionadas.</p>	<p>Benchmarking de Landing Page similares.</p>	<p>Se ha tomado como referencia a nuestros principales competidores definidos en puntos anteriores.</p>
	<p>Selección de los datos a implementar en el.</p>	<p>Landing Page 1 (Reclutamiento del personal): Datos personales, datos de contacto y CV.</p>
<p>Creación de dos Landing Pages</p>	<p>Buscar plataforma para crear los Landing Pages.</p>	<p>Se elige la plataforma Wix para la creación de la página Web y Landing Pages.</p>
<p>• Landing Page 1: Reclutamiento del personal</p>	<p>Determinar interfaz (arquitectura y diseño de interacción del prototipo)</p>	<p>Se ha optado por una pestaña, en el menú principal de la página, llamada trabaja con nosotros. En esta se encuentra el Landing Pages.</p>
<p>Difusión de Landing Page</p>	<p>Determinar las fechas a publicar</p>	<p>Se han seleccionado las fechas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Primera Parte: sábado 29 de enero del 2022 <p>Durante un periodo de 1 día</p>
	<p>Determinar la plataforma digital en la cual se realizará la difusión.</p>	<p>Se ha optado por la red social Facebook</p>

Recolección de datos	Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos	La base de datos se visualizará en la plataforma Wix.
-----------------------------	--	---

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.5.4. Resultados

Tabla 108

Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

Landing de Page 1	Métrica	-N.º de personas que se registran (envío de cv) en el Landing Page: 19
	H7	-N.º de personas que le han dado clic al anuncio del Landing Page: 45
Page 1	Criterio de éxito	-Del 100% de las personas que le han hecho clic, al menos el 30% se registren (envío de cv) en el Landing Page. 42 % (Éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.5.5. Análisis

- **H7: Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%.

Es decir, se obtuvo 42%, lo cual se interpreta como el porcentaje

existente de personas que están interesadas en ser reclutadas para unirse a las áreas de administración y ventas de nuestro proyecto. Asimismo, el experimento nos permite medir el nivel de interés ya que no solo visualizaron y le dieron clic al anuncio del Landing Page, sino que se tomaron el tiempo de completar el formato y descargar su CV. Esto para ser próximamente contactados. Además, este experimento nos permite obtener una base de datos que deberá ser filtrado para consecuentemente entrevistar a los participantes que cumplen de forma exacta con el perfil.

6.2.5.6. Aprendizajes

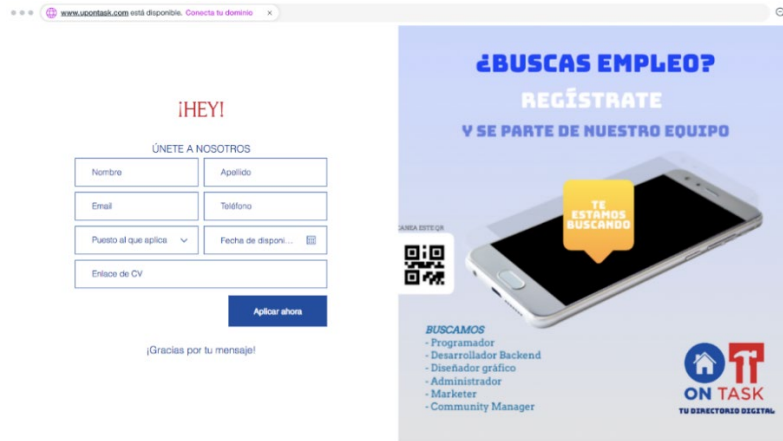
Landing Page 1:

De acuerdo al resultado, se ha podido validar que es posible reclutar personal (programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) para hacer posible nuestro negocio (Hipótesis 7). Sin embargo, esto no nos asegura que cada registrado vaya a cumplir con el perfil específico que estamos buscando. Por tanto, si bien un formulario con menos campos reduce la fricción no nos asegura obtener leads que son de nuestro real interés. Entonces, para no añadir más campos, se optará por especificar los requisitos de tiempo de experiencia y cantidad de idiomas como parte del texto de descripción del landing page.

6.2.5.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 25

Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 26

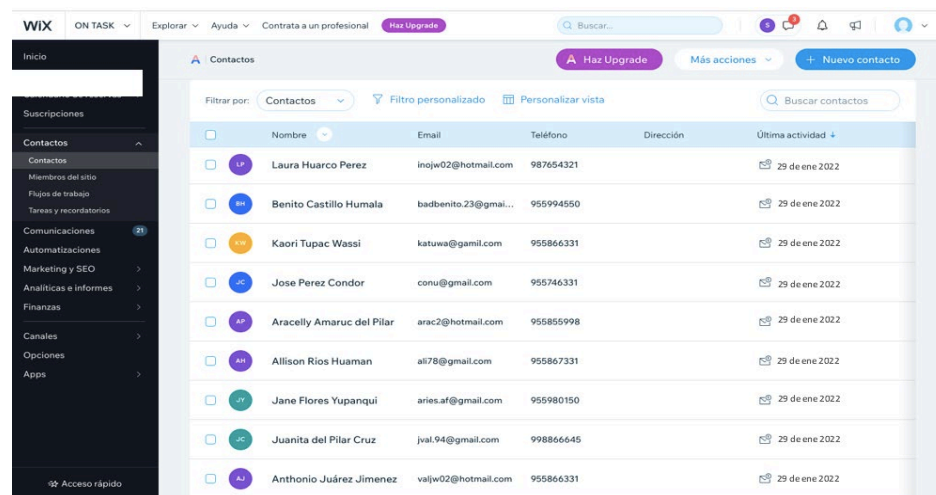
Resultados de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 27

Base de datos de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1)



The screenshot shows a Wix CRM interface with a contact list. The table contains the following data:

Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
Laura Huarco Perez	inojw02@hotmail.com	987654321		29 de ene 2022
Benito Castillo Humala	badbenito.23@gmail...	955994550		29 de ene 2022
Kaori Tupac Wassi	katuwa@gamil.com	955866331		29 de ene 2022
Jose Perez Condor	conu@gmail.com	955746331		29 de ene 2022
Aracelly Amaruc del Pilar	arac2@hotmail.com	955855998		29 de ene 2022
Allison Rios Huaman	all78@gmail.com	955867331		29 de ene 2022
Jane Flores Yupanqui	aries.af@gmail.com	955980150		29 de ene 2022
Juanita del Pilar Cruz	jval.94@gmail.com	998866645		29 de ene 2022
Antonio Juárez Jimenez	valljw02@hotmail.com	955866331		29 de ene 2022

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.6. Segunda Parte del Experimento Landing Page 1

6.2.6.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el acceso al recurso y actividad clave que refiere al reclutamiento de personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager). El cual es necesario para que el cliente 1, los usuarios, pueda adquirir los servicios del cliente 2, especialistas.

6.2.6.2. Objetivos Específicos:

Recursos Clave

- H7: Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.

6.2.6.3. Diseño y desarrollo

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por diseñar dos anuncios de Landing Page para el reclutamiento del personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager). Para la primera parte del experimento se ha optado por difundir ambos Landing Page a través de la plataforma digital Facebook. Además, durante un periodo de tiempo de 1 día para esta segunda parte del experimento. (31 de enero del 2022)

- **Landing de Page 1:**

Está dirigido para el Reclutamiento del Personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) por lo que se espera que nos permita validar la Hipótesis 7, la cual pertenece al cuadrante de Recursos Claves.

Por otro lado, respecto al formato de esta segunda parte del experimento, se mantienen las 6 casillas para completar (nombre, apellidos, email, teléfono, puesto al que aplica y enlace de CV) y se agregan 2 casillas más (tiempo de experiencia y cantidad de idiomas que domina). Esto como parte de un filtro más específico. Asimismo, se visualiza textualmente, en la pieza, que los puestos que se requieren son los de programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager. Entonces, cada registro que se almacene en nuestra base de datos de Wix se asumirá como una persona realmente interesada en ser reclutada por el proyecto.

Tabla 109*Hipótesis 7 Recursos Clave*

Hipótesis	Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.
Cuadrantes que valida	Recursos Clave.
Método	Landing Page
Métrica	N.º de personas que se registran (envío de cv) en el Landing Page / N.º de personas que le han hecho clic al anuncio del landing page
Criterio de Éxito	Del 100% de las personas que le han hecho clic, al menos el 30% se registren (envío de CV) en el Landing Page.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 110*Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio*

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los cambios que se realizarán en el Landing Page 1	Benchmarking de Landing Page similares	Se ha tomado como referencia a nuestros principales competidores definidos en puntos anteriores y a otros con objetivos similares.

Selección de los datos a implementar en el personal):

Landing Page 1 Se mantienen los datos personales, datos de contacto y CV.

Se agrega descripción de años de experiencia e idiomas.

Creación Landing Page 1: Reclutamiento del personal Buscar plataforma para crear el Landing Pages. Se elige la plataforma Wix para la creación de la página Web y Landing Pages.

Determinar interfaz (arquitectura y diseño de interacción del prototipo) Se ha optado por crear una pestaña, en el menú principal de la página, llamada trabaja con nosotros. En esta se encuentra el Landing Page.

Difusión de Landing Page Determinar las fechas a publicar Se han seleccionado las fechas

- Segunda Parte: lunes 31 de enero del 2022

Durante un periodo de 1 día

Determinar la plataforma digital en la cual se realizará la difusión. Se ha optado por la red social Facebook

Recolección de datos Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos La base de datos se visualizará en la plataforma Wix.

6.2.6.4. Resultados

Tabla 111

Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

Landing de Page 1	Métrica	-N.º de personas que se registran (envío de cv) en el Landing Page: 15
		-N.º de personas que le han dado clic al anuncio del Landing Page: 33
H7	Criterio de éxito	-Del 100% de las personas que le han hecho clic, al menos el 30% se registren (envío de cv) en el Landing Page. $15/33 \times 100 = 46 \% \text{ (Éxito)}$

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.6.5. Análisis

- **H7: Se contará con un personal (Programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) interesado en el negocio.**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%. Es decir, se obtuvo 46%, lo cual se interpreta como el porcentaje existente de personas que están interesadas en ser reclutadas para unirse como programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager de nuestro proyecto.

Asimismo, el experimento nos permite medir el nivel de interés ya que no solo visualizaron y le dieron clic al anuncio del Landing Page sino que se tomaron el tiempo de completar el formato y descargar su CV. Esto para ser próximamente contactados. Además, este experimento nos permite obtener una base de datos que deberá ser filtrado para consecuentemente entrevistar a los participantes que cumplen de forma exacta con el perfil.

6.2.6.6. Aprendizajes

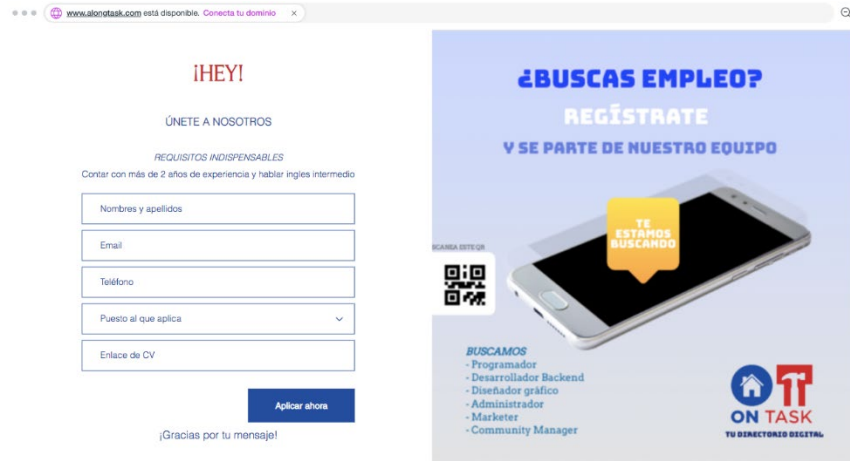
Landing Page 1:

De acuerdo al resultado, se ha podido validar que es posible reclutar personal (programador, desarrollador, diseñador gráfico, administrador, marketing y community manager) para hacer posible nuestro negocio (Hipótesis 7). Además, a pesar de agregar mayores requisitos el interés se mantiene ya que no solo se le hace clic al anuncio del landing page, sino que se completa del formulario. Por otro lado, se puede apreciar que para esta segunda parte se obtuvo una cantidad menor de clics, pese a haber mantenido el mismo anuncio para completar el landing page. Sin embargo, de ese total de clic se obtuvieron mayores registros. Esto podría estar relacionado al día en el que se realizó cada experimento. Es decir, que exista un mayor alcance de personas activas, con el perfil que busca el anuncio, los días domingos en comparación con los días lunes.

6.2.6.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 28

Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 29

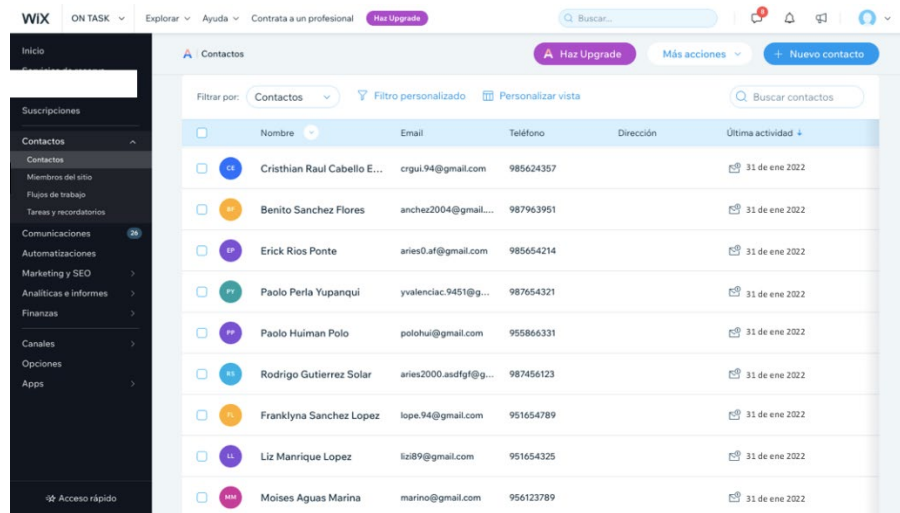
Resultados de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 30

Base de datos de Anuncio de Landing Page 1 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2)



The screenshot shows a Wix CRM interface with a contact list. The table contains the following data:

	Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
<input type="checkbox"/>	Cristhian Raul Cabello E...	crqui.94@gmail.com	985624357		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Benito Sanchez Flores	anchez2004@gmail...	987963951		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Erick Rios Ponte	aries0.af@gmail.com	985654214		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Paolo Perla Yupanqui	yvalenciac.9451@g...	987654321		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Paolo Huiman Polo	polohui@gmail.com	955866331		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Rodrigo Gutierrez Solar	aries2000.asdfg@g...	987456123		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Franklyna Sanchez Lopez	lope.94@gmail.com	951654789		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Liz Manrique Lopez	liz89@gmail.com	951654325		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	Moises Aguas Marina	marino@gmail.com	956123789		31 de ene 2022

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.7. Primero Parte del Experimento Landing Page 2

6.2.7.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el acceso al recurso y actividad clave que refiere al reclutamiento de especialistas. El cual es necesario para que el cliente 1, los usuarios, pueda adquirir los servicios del cliente 2, especialistas.

6.2.7.2. Objetivos Específicos:

Actividades Clave

- H5: Reclutaremos a los especialistas interesados en brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza.

Flujo de Ingresos

- H15: Los especialistas estarán de acuerdo a recibir el 70% de ganancias del servicio

6.2.7.3. Diseño y desarrollo

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por diseñar dos anuncios de Landing Page para el reclutamiento de Especialistas (Cliente 2) respectivamente. Para la primera parte del experimento se ha optado por difundir el Landing Page a través de la plataforma digital Facebook. Además, durante un periodo de tiempo de 1 día para la primera parte del experimento (29 de enero del 2022)

- **Landing de Page 2:**

Está dirigido para el Reclutamiento de los Especialistas por lo que se espera que nos permita validar las Hipótesis 5 y 15. Las cuales pertenecen a los cuadrantes de Actividades Clave y Flujo de Ingresos respectivamente.

Por otro lado, respecto al diseño del formato, consta de 6 casillas para completar (nombre, apellidos, email, teléfono, servicio a ofrecer y detalle de experiencia). Es preciso mencionar que la casilla Servicio a Ofrecer consta de los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza por lo que el formulario sólo podrá ser completado por aquellos que estén interesados en ofrecer dichos servicios. Entonces, con esta información recaudada se pretende validar la Hipótesis 5. Por tanto, el registro de esta información, pretende validar la hipótesis 5. Por otro lado, se visualiza en el anuncio del Landing Page información textual relacionada a los beneficios y porcentajes de ganancia (70% de ganancia por servicio) que obtendrá el especialista al hacer uso de la App. Esto nos permitirá validar la

Hipótesis 15 ya que se asumirá que aquellos que se registraron están de acuerdo con dicha información.

Tabla 112

Hipótesis 5 Actividades Clave

Hipótesis	Reclutaremos a los especialistas interesados en brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra App. (Actividades Clave)
Cuadrantes que valida	Actividades Clave.
Método	Landing Page
Métrica	N.º de especialistas que se registran en el Landing Page / N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page
Criterio de Éxito	Del 100% de visualizaciones del anuncio del Landing Page , más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 113

Hipótesis 15 Flujo de Ingresos

Hipótesis	H15: Los especialistas estarán de acuerdo a recibir el 70% de ganancias del servicio (Flujo de Ingresos)
Cuadrantes que valida	Flujo de Ingresos

Método	Landing Page.
Métrica	N.º de especialistas que se registran en el Landing Page / N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page
Criterio de Éxito	Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page , más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 114

Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los datos que se requieren para validar las hipótesis mencionadas.	Benchmarking de Landing Page similares. Selección de los datos a implementar en el.	Se ha tomado como referencia a nuestros principales competidores definidos en puntos anteriores. Landing Page 2 (Reclutamiento de especialistas) : Datos personales, datos de contacto y servicios en los cuales están interesados participar.
Creación de Landing Page 2: Reclutamiento del especialista	Buscar plataforma para crear Landing Page.	Se elige la plataforma Wix para la creación de la página Web y Landing Pages.

Determinar interfaz (arquitectura y diseño de interacción del prototipo) Se ha optado por crear la pestaña, en el menú principal de la página, llamada especialistas. En estas se encuentra el Landing Page.

Difusión de Landing Page
 2 Determinar las fechas a publicar Se han seleccionado las fechas:

- Primera Parte: lunes 29 de enero del 2022 Durante un periodo de 1 día

Determinar la plataforma digital en la cual se realizará la difusión. Se ha optado por la red social Facebook

Recolección de datos Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos La base de datos se visualizará en la plataforma Wix.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.7.4. Resultados

Tabla 115

Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

Métrica	-N.º de especialistas que se registran en el Landing Page:
H5	23
	-N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page: 57

Landing de Page 2	Criterio de éxito	-Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page, más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page	23/ 57 x 100 = 41% (éxito)
	Métrica	-N.º de especialistas que se registran en el Landing Page	23
H15		-N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page	57
	Criterio de éxito	-Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page, más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page	23/ 57 x 100 = 41% (éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.7.5. Análisis

- **H5: Reclutaremos a los especialistas interesados en brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra App:**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%. Es decir, se obtuvo 41%, lo cual se interpreta como el porcentaje de personas que son especialistas y están interesadas en ser reclutadas para brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra aplicación móvil.

- **H15: Los especialistas estarán de acuerdo a recibir el 70% de ganancias por servicio:**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%. Es decir, se obtuvo 41%, que representa a las personas que han visualizado la información sobre los beneficios y porcentaje de ganancias por servicio y al estar de acuerdo e interesados se registraron en el Landing Page.

6.2.7.6. Aprendizajes

De acuerdo al resultado, se ha podido validar que es posible reclutar especialistas que no solo cumplen con el perfil propuesto de servicio (electricidad, gasfitería, pintado, carpintería o limpieza del hogar) (Hipótesis 5) sino que son aquellos que están de acuerdo e interesados en los beneficios y porcentaje de ganancia por servicio que propone el proyecto. Sin embargo, para la segunda parte del experimento, se plantea cambiar la hipótesis referente a la modalidad de ingresos (Hipótesis 15). Esto con el objetivo de realizar una comparativa entre cuál modalidad de ingresos tiene mayor aceptación. Entonces la Hipótesis 15 se planteará como los especialistas estarán de acuerdo en pagar una suscripción mensual de 9 soles por utilizar la aplicación móvil (Flujo de Ingresos)

6.2.7.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 31

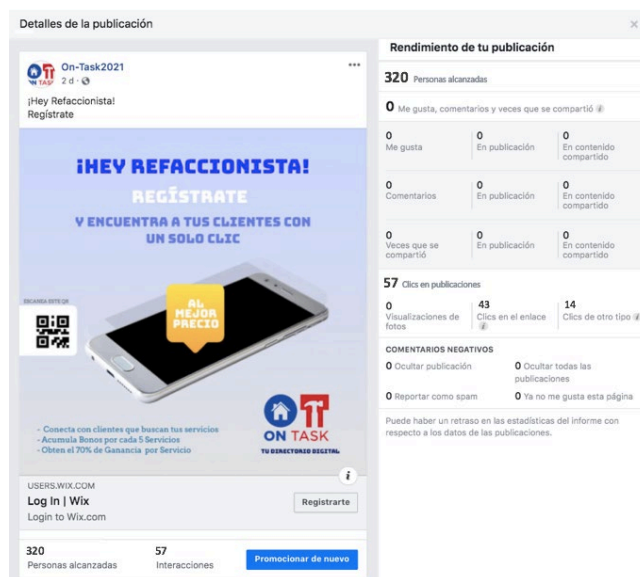
Landing Page 2 para el Reclutamiento de Refaccionistas (Parte 1)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 32

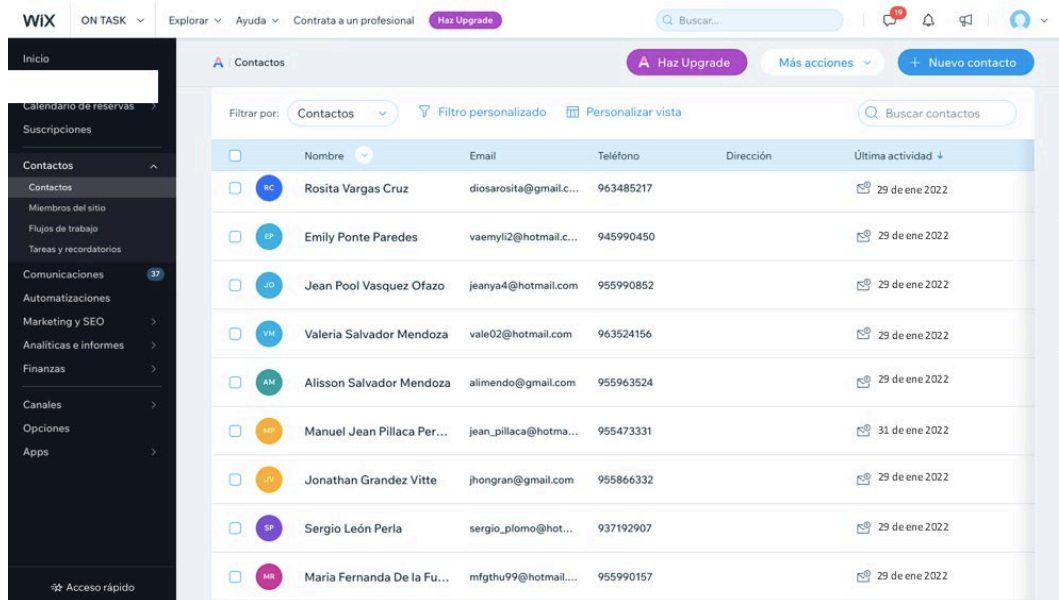
Resultados de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 33

Base de datos de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 1)



The screenshot shows a Wix CRM interface with a contact list. The table contains the following data:

	Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
<input type="checkbox"/>	RC Rosita Vargas Cruz	diosarosita@gmail.c...	963485217		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	EP Emily Ponte Paredes	vaemyl2@hotmail.c...	945990450		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	JO Jean Pool Vasquez Ofazo	jeanya4@hotmail.com	955990852		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	VM Valeria Salvador Mendoza	vale02@hotmail.com	963524156		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	AM Alisson Salvador Mendoza	alimendo@gmail.com	955963524		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	MP Manuel Jean Pillaca Per...	jean_pillaca@hotma...	955473331		31 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	JV Jonathan Grandez Vitte	jhongran@gmail.com	955866332		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	SP Sergio León Perla	sergio_plomo@hot...	937192907		29 de ene 2022
<input type="checkbox"/>	MR Maria Fernanda De la Fu...	mfgthu99@hotmail...	955990157		29 de ene 2022

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.8. Segunda Parte del Experimento Landing Page 2

6.2.8.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el acceso al recurso y actividad clave que refiere al reclutamiento de especialistas. El cual es necesario para que el cliente 1, los usuarios, puedan adquirir los servicios del cliente 2, especialistas.

6.2.8.2. Objetivos Específicos:

Actividades Clave

- H5: Reclutaremos a los especialistas necesarios que cumplan con el perfil determinado.

Flujo de Ingresos

- H15: Los especialistas estarán de acuerdo en pagar una suscripción mensual de 9 soles por utilizar la aplicación móvil

6.2.8.3. Diseño y desarrollo

Para el desarrollo de este experimento se ha optado por diseñar un anuncio de Landing Page para el reclutamiento Especialistas (Cliente 2). Se ha optado por difundir el Landing Page a través de la plataforma digital Facebook. Además, durante un periodo de tiempo de 1 día para esta segunda parte del experimento. (31 de enero del 2022)

- **Landing Page 2:**

Está dirigido para el Reclutamiento de los Especialistas por lo que se espera que nos permita validar las Hipótesis 5 y 15. Las cuales pertenecen a los cuadrantes de Actividades Clave y Flujo de Ingresos respectivamente.

Por otro lado, respecto al diseño del formato, consta de 6 casillas para completar (nombre, apellidos, email, teléfono, servicio a ofrecer y detalle de experiencia). Es preciso mencionar que la casilla Servicio a Ofrecer consta de los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza por lo que el formulario sólo podrá ser completado por aquellos que estén interesados en ofrecer dichos servicios. Entonces, con esta información recaudada se pretende validar la Hipótesis 5. Por tanto, el registro de esta información, pretende validar la hipótesis 5. Por otro lado, se visualiza en el anuncio del Landing Page información textual

relacionada a los beneficios y, a diferencia de la primera parte del experimento, la membresía que se debe pagar por hacer uso de la App. Esto nos permitirá validar la Hipótesis 15 ya que se asumirá que aquellos que se registraron están de acuerdo con dicha información.

Tabla 116

Hipótesis 5 Actividades Clave

Hipótesis	Reclutaremos a los especialistas interesados en brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra App. (Actividades Clave)
Cuadrantes que valida	Actividades Clave.
Método	Landing Page
Métrica	N.º de especialistas que se registran en el Landing Page / N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page
Criterio de Éxito	Del 100% de visualizaciones del anuncio del Landing Page , más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 117

Hipótesis 15 Flujo de Ingresos

Hipótesis	H15: Los especialistas estarán de acuerdo en pagar una suscripción mensual de 9 soles por utilizar la aplicación móvil (Flujo de Ingresos)
------------------	--

Cuadrantes que valida	Flujo de Ingresos
Método	Landing Page.
Métrica	N.º de especialistas que se registran en el Landing Page / N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page
Criterio de Éxito	Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page, más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 118

Bitácora de actividades Experimento 3 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los cambios que se realizarán en el Landing Page 2	Benchmarking de Landing Page similares.	Se ha tomado como referencia a nuestros principales competidores definidos en puntos anteriores y a otros con objetivos similares.
	Selección de los datos a implementar en el Landing Page 2	Landing Page 2 (Reclutamiento de especialistas): Se mantienen datos personales, datos de contacto y servicios en los cuales están interesados participar.

		Se cambia la información de ingresos, decir, se menciona la membresía mensual
Creación de Landing Page2 (Reclutamiento del especialista)	Buscar plataforma para crear el Landing Page.	Se elige la plataforma Wix para la creación de la página Web y Landing Pages.
	Determinar interfaz (arquitectura y diseño de interacción del prototipo)	Se ha optado por crear una pestaña, en el menú principal de la página, llamada especialistas. En estas se encuentran los Landing Page 2.
Difusión de Landing Page 2	Determinar las fechas a publicar	Se han seleccionado las fechas <ul style="list-style-type: none"> • Segunda Parte: 31 de Enero del 2022 Durante un periodo de 1 día
	Determinar la plataforma digital en la cual se realizará la difusión.	Se ha optado por la red social Facebook
Recolección de datos	Separar los datos por hipótesis para analizarlos	La base de datos se visualizará en la plataforma Wix.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.8.4. Resultados

Tabla 119

Resultados Experimento 3 (Parte 1) de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	-N.º de especialistas que se registran en el Landing Page 25
	H5	-N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page 63
Landing de Page 2	Criterio de éxito	-Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page , más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page
		$25/ 63 \times 100 = 42\%$ (éxito)
	Métrica	-N.º de especialistas que se registran en el Landing Page 25
	H15	-N.º de visualizaciones del anuncio del Landing Page 63
	Criterio de éxito	-Del 100% de visualizaciones del anuncio Landing Page , más del 30 % son especialistas que se registran en el Landing Page.
		$25/ 63 \times 100 = 42\%$ (éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.2.8.5. Análisis

- **H5: Reclutaremos a los especialistas interesados en brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra App:**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%. Es decir, se obtuvo 42%, lo cual se interpreta como el porcentaje de personas que son especialistas y están interesadas en ser reclutadas para brindar los servicios de gasfitería, electricidad, carpintería, pintado y limpieza a través de nuestra aplicación móvil.

- **H15: Los especialistas estarán de acuerdo a recibir el 70% de ganancias por servicio**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto, podemos determinar que la hipótesis ha sido validada ya que se obtuvo un resultado mayor a 30%. Es decir, se obtuvo 42%, que representa a las personas que han visualizado la información sobre los beneficios y membresía mensual y que al estar de acuerdo e interesados se registraron en el Landing Page.

6.2.8.6. Aprendizajes

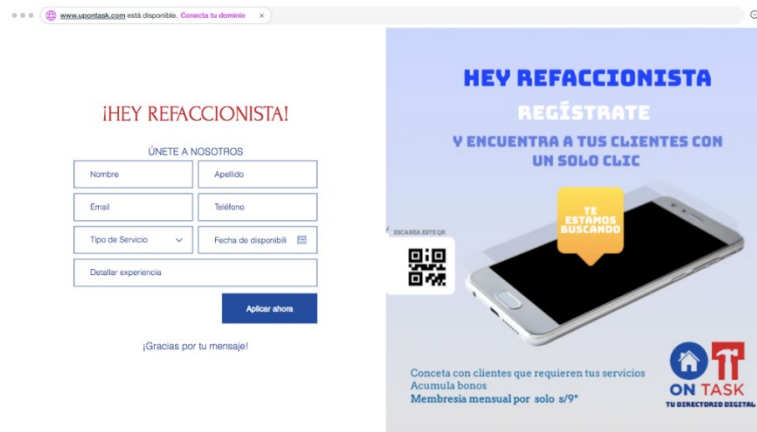
De acuerdo al resultado, se ha podido validar que es posible reclutar especialistas que no solo cumplen con el perfil propuesto de servicio (electricidad, gasfitería, pintado, carpintería o limpieza del hogar) (Hipótesis 5) sino que son aquellos que están de acuerdo e interesados en los beneficios y membresías mensuales de s/9 que propone el proyecto. Entonces, en comparación a la primera parte del experimento, podemos concluir que la información de membresías mensuales tiene 1% más de aceptación en comparación de las ganancias del 70% por servicio. Se

estima que esto se deba a que si el especialista recibe más de un cliente obtendría más ganancias ya que solo estaría realizando un pago al mes.

6.2.8.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Figura 34

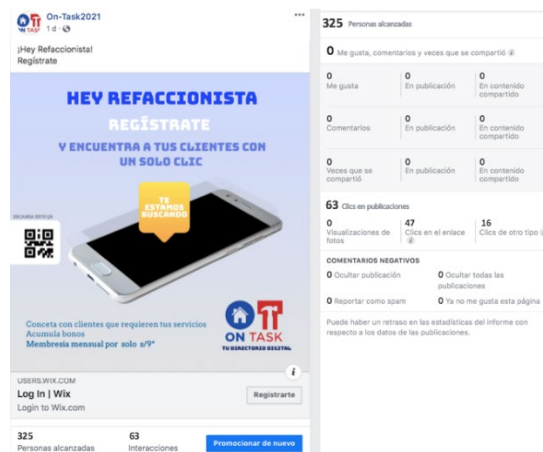
Landing Page 2 para el Reclutamiento de Refaccionistas (Parte2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 35

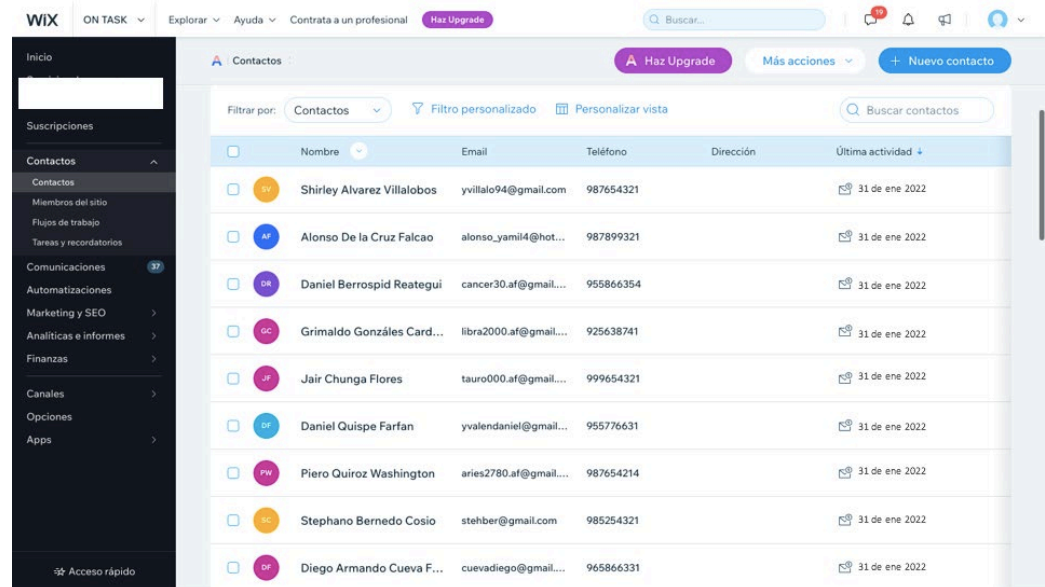
Resultados de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 36

Base de datos de Anuncio de Landing Page 2 para el Reclutamiento del Personal (Parte 2)



Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.3. Experimento 4: Focus Group

6.3.1. Primera parte del Experimento Focus Group 1

6.3.1.1. Objetivo del Experimento:

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el nivel de aprobación e interés de los usuarios con respecto a incorporar promociones y descuentos, al igual que al sistema de atención al cliente que ofrece la app.

6.3.1.2. Objetivos Específicos

Relación con los clientes

- H10: Los usuarios, se encuentran interesados en las promociones y descuentos que puede brindar la app.

- H11: Los usuarios, encuentran gran valor en la buena atención al cliente que puede brindar la app.

6.3.1.3. Diseño y desarrollo

Este experimento se desarrollará mediante un focus group, en el cual, se contará con los usuarios que contratan los servicios de refacción, limpieza, etc, para conocer el nivel de interés que tienen sobre las promociones, descuentos, y el servicio al cliente que la app ofrecerá a cada uno de ellos. Para el focus group, se tendrán a 4 de clientes 1, usuarios, seleccionados según el target de la app y se llevará a cabo el día 29 de enero del 2022.

Focus:

Este focus está dirigido para los usuarios, cliente 1, en total serán 4, a los cuales se les presentarán los descuentos y promociones que On Task está ofreciendo por su lanzamiento. Adicionalmente, se les mostrará el funcionamiento del servicio al cliente, el cual cuenta con post venta, servicio técnico y un chatbot que ayudaran a resolver cualquier duda o consulta de los clientes. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a la hipótesis 10, sobre el interés de los usuarios en estos temas.

Relación con los clientes:

Para la validación de las hipótesis pertenecientes al cuadrante de canales se han realizado las siguientes preguntas:

Hipótesis 10:

- **Pregunta 4:** ¿Qué tan importante es para ustedes que la app brinde promociones y descuentos?
- **Pregunta 5:** ¿Se encuentra interesado en alguno de los descuentos y promociones que On Task presenta por su lanzamiento?
- **Pregunta 6:** ¿Cuál le pareció más atractivo para el lanzamiento?
- **Pregunta 7:** ¿Qué otras le parecen interesantes para ofrecer?

Tabla 120

Hipótesis 10 Relación con los Clientes

Hipótesis	Los usuarios se encuentran interesados en que la aplicación brinde promociones, descuentos.
Cuadrantes que valida	Relación con los clientes.
Método	Focus group
Métrica	N.º de usuarios que se encuentran satisfechos, con obtener promociones, descuentos/Total usuarios que participan del focus group.
Criterio de Éxito	Más del 60% de usuarios deben encontrarse satisfechos, con los beneficios que ofrece la app.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Hipótesis 11:

- **Pregunta 2:** ¿Qué tan importante es para usted el servicio al cliente dentro de una app?
- **Pregunta 3:** ¿Considera que el sistema de servicio al cliente que brinda la app es adecuado?
- **Pregunta 8:** De lo visto dentro de la presentación, recomendaría el uso de la app a amigos y familiares

Tabla 121

Hipótesis 11 Relación con los Clientes

Hipótesis	Los usuarios consideran que la app implementa un buen sistema de atención al cliente.
Cuadrantes que valida	Relación con los clientes.
Método	Focus group
Métrica	N.º de usuarios que se encuentran satisfechos, la atención al cliente/Total usuarios que participan del focus group.
Criterio de Éxito	Más del 50% de usuarios deben encontrarse satisfechos, con los beneficios que ofrece la app.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 122

Bitácora de actividades Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los datos que se requieren para validar la hipótesis mencionada.	Seleccionar clientes que vayan de acuerdo al target de la app	Se seleccionaron clientes 1 para el experimento que cumplen con los requisitos del público objetivo.
	Focus group de clientes 1 para conocer su perspectiva de lo que ofrece la app	Se ha formado un grupo de 4 clientes 1 para poder validar nuestros supuestos
Elaboración de material para el focus group	Se presentará la información sobre las promociones y descuentos que ofrece la app	Se elabora un power point con los datos de las primeras promociones
	Se explica el funcionamiento del servicio de atención al cliente.	Se muestra dentro de la app el funcionamiento y los pasos para la atención al cliente.
Focus group	Determinar la fecha del focus group	Se realizará el focus group con los clientes 1 de On Task, el día 29/01 a las 8 p.m. hrs

	Determinar la plataforma de video llamada	Se ha optado por usar Zoom para realizar la reunión ya que permite grabar con libertad.
Recolección de datos	Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos	Se recolectó la información del video que salga del focus group y se analizaran los datos contra las hipótesis.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.3.1.4. Resultados

Tabla 123

Malla Receptora Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> • En el focus group, se ha conseguido el éxito esperado. • Conseguimos la aceptación de los clientes objetivos, sobre los descuentos, promociones y el servicio de atención al cliente. • Los descuentos por el primer servicio son importantes para ganar más clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se podría tener a más clientes si se realizan las promociones y descuentos los días domingos. • Se podría implementar mayor beneficio para la calidad del servicio y comunicación de la app si en los especialistas se puede ver el promedio de cobro por trabajo realizado.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sería interesante agregar un sistema de puntos para poder ganar cupones de descuentos.
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuántas veces al mes se lanzan descuentos y promociones? • ¿Cómo me contacto si quiero realizar algún reclamo? • ¿El servicio post venta tendrá número telefónico? 	<ul style="list-style-type: none"> • Se pueden implementar descuentos por traer nuevos clientes a la app. • Se puede promocionar por medio de publicidad los descuentos en paginas de tiendas que vendan refacciones. (Sodimac, Promart, etc)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 124

Resultados Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio

	Métrica	- N.º de usuarios dentro del focus group: 4 -N.º de usuarios que se encuentran interesados en las promociones, descuentos: 4
Focus 1	Criterio de éxito H10	-Del 100% de usuarios entrevistados en el focus se obtuvo que el 100% de ellos se encuentran interesados con los descuentos y promociones que ofrece la app. 4/4 x 100 = 100% (Éxito)
	H11 Métrica	- N.º de usuarios dentro del focus group: 4

-N.º de usuarios que encuentran importante la buena atención al cliente: 3

Criterio de éxito -Del total de usuarios que participaron dentro del focus group, 4 consideran que hay un buen sistema de atención al cliente.
 $3/4 \times 100 = 75\%$ (Éxito)

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.3.1.5. Análisis

- **H10: Los usuarios están interesados en que la aplicación brinde promociones y descuentos.**

De acuerdo al criterio de éxito propuesto en el trabajo, se ha podido determinar con el focus group que la hipótesis se valida como correcta, ya que más del 60% está interesado en los descuentos y promociones que brinda On Task, Al contar con un 100% de aprobación por parte de los clientes 1, usuarios, se puede decir que la app cuenta con descuentos y promociones atractivas.

- **H11: Los usuarios consideran que la app debería implementar un sistema de atención al cliente.**

Con los resultados obtenidos del focus group, se puede determinar que se ha cumplido con el criterio de éxito y se puede validar la hipótesis. Por lo que se aprueba el sistema de servicio al cliente de On Task, ya que el 76% de los usuarios que participaron, consideran que la app brinda un buen sistema de atención al cliente y este les parece fácil de usar.

6.3.1.6. Aprendizajes

Los usuarios se encuentran muy interesados en los descuentos y promociones dentro de la app, por lo que periódicamente se irán poniendo para poder atraer y fidelizar a los clientes, para mantener así satisfechos y contentos a nuestros usuarios con la app. Asimismo, se pueden poner más promociones y descuentos los días domingos donde los usuarios tienen más tiempo para realizar las reparaciones del hogar. Por otro lado, la idea de un sistema de servicio al cliente que en la app es bueno, sin embargo, se debe mantener un seguimiento constante que permitirá tener un servicio de calidad siempre, ya que este punto tiene un gran valor para los usuarios. De igual forma, el seguimiento nos permitirá tener un feedback de los fallos que puedan haber dentro de la app y seguir con la mejora constante del nivel de servicio. De igual forma, se puede implementar para asegurar que tengan mejor selección de los especialistas, rangos de precios en promedio y se considera que las recomendaciones ayudarían mucho a que puedan encontrar más rápido a un especialista.

6.3.1.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Tabla 125

Preguntas Experimento 4 (Usuarios) Validación de Modelo de Negocio

Introducción: Buenas noches, soy _____. Les agradezco por su disposición en la colaboración para el presente focus group, en el cual les presentaremos nuestro proyecto.

On Task es una app móvil que ayuda a los usuarios a encontrar los especialistas adecuados

para solucionar problemas de refacción y/o tareas del hogar que surgen en el día a día. Por lo que le pedimos, sus más sinceras respuestas para poder validar correctamente nuestros supuestos para el presente proyecto.

Antes de empezar presentando la app, podrían cada uno presentarse para conocerlos un poco, por favor pueden decirnos su nombre, edad y a que se dedican.

Preguntas:

1. Presentar app
2. ¿Qué tan importante es para usted el servicio al cliente dentro de una app?
3. ¿Considera que el sistema de servicio al cliente que brinda la app es adecuado?
4. ¿Que tan importante es para ustedes que la app brinda promociones y descuentos?
5. ¿Se encuentra interesado en alguno de los descuentos y promociones que On Task presenta por su lanzamiento?
6. ¿Cuál le pareció más atractivo para el lanzamiento?
7. ¿Qué otras le parecen interesantes para ofrecer?
8. De lo visto dentro de la presentación, recomendaría el uso de la app a amigos y familiares

Link: <https://youtu.be/xEMF2Hto74E>

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.3.2. Segunda Parte del Experimento Focus Group

6.3.2.1. Objetivo

El objetivo general de este experimento es obtener evidencias suficientes que comprueben el nivel de aprobación e interés de los usuarios con respecto a incorporar promociones y descuentos, al igual que al sistema de atención al cliente que ofrece la app.

6.3.2.2. Objetivos Específicos

Relación con los clientes

- H10: Los usuarios, se encuentran interesados en las promociones y descuentos que puede brindar la app.
- H11: Los usuarios consideran que la app debería implementar un sistema de atención al cliente.

6.3.2.3. Diseño y desarrollo

Este experimento se desarrollará mediante un focus group, en el cual, se contará con los usuarios que contratan los servicios de refacción, limpieza, etc, para conocer el nivel de interés que tienen sobre las promociones, descuentos, y el servicio al cliente que la app ofrecerá a cada uno de ellos. Para el focus group, se tendrán a 4 de clientes 1, usuarios, seleccionados según el target de la app y se llevará a cabo el día 31 de enero del 2022.

Focus:

Este focus está dirigido para los usuarios, cliente 1, en total serán 4, a los cuales se les presentarán los descuentos y promociones que On Task está ofreciendo por su lanzamiento. Adicionalmente, se les mostrará el funcionamiento del servicio al cliente, el cual cuenta con post venta, servicio técnico y un chatbot; es más, se presentarán promociones y descuentos los días domingos donde los usuarios tienen más tiempo para realizar las reparaciones del hogar. Esta propuesta nos ayuda a dar respuesta a la hipótesis 10, sobre el interés de los usuarios en estos temas.

Hipótesis 10:

- **Pregunta 5:** ¿Qué tan importante es para ustedes que la app brinde promociones y descuentos?
- **Pregunta 6:** On Task presenta estos descuentos y promociones
- **Pregunta 7:** ¿Considera que estos descuentos y promociones le serían de utilidad al momento de usar la app?
- **Pregunta 8:** Se ha validado que las promociones se lancen los días domingos, le parece que le traería mayor beneficios a que sea en días de semana?
- **Pregunta 9:** Se ha implementado que se les vaya sumando puntos por uso de la app que al final les brinda un descuento cada vez mayor mientras más veces se use ¿Lo consideras adecuado?
- **Pregunta 10:** Si la app saliera al mercado, ¿la usaría? ¿Qué tanto influiría en usted los descuentos, promociones y el sistema de atención al cliente que brinda la app en su decisión?

Tabla 126

Hipótesis 10 Relación con los Clientes

Hipótesis	Los usuarios se encuentran interesados en que la aplicación brinde promociones, descuentos.
Cuadrantes que valida	Relación con los clientes.
Método	Focus group
Métrica	N.º de usuarios que se encuentran satisfechos, con obtener promociones, descuentos/Total usuarios que participan del focus group.
Criterio de Éxito	Más del 60% de usuarios deben encontrarse satisfechos, con los beneficios que ofrece la app.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Hipótesis 11:

- **Pregunta 2:** ¿Qué tan importante es para usted el servicio al cliente dentro de una app?
- **Pregunta 3:** ¿Considera que el sistema de servicio al cliente que propone brindar la app es adecuado?
- **Pregunta 4:** ¿Les parece que las modificaciones le agregaron más valor ?

Tabla 127*Hipótesis 11 Relación con los Clientes*

Hipótesis	Los usuarios consideran que la app debería implementar un sistema de atención al cliente.
Cuadrantes que valida	Relación con los clientes.
Método	Focus group
Métrica	N.º de usuarios que se encuentran satisfechos, la atención al cliente/Total usuarios que participan del focus group.
Criterio de Éxito	Más del 50% de usuarios deben encontrarse satisfechos, con los beneficios que ofrece la app.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 128*Bitácora de actividades Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio*

Actividad	Tarea	Resultados
Determinar los datos que se requieren para	Seleccionar clientes que vayan de acuerdo al target de la app	Se seleccionaron clientes 1 para el experimento que cumplen con los requisitos del público objetivo.

validar la hipótesis mencionada.	Focus group de clientes 1 para conocer su perspectiva de lo que ofrece la app	Se ha formado un grupo de 4 clientes 1 para poder validar nuestros supuestos
Elaboración de material para el focus group	Se presentará la información sobre las promociones y descuentos que ofrece la app	Se elabora un power point con los datos de las primeras promociones
	Se explica el funcionamiento del servicio de atención al cliente.	Se muestra dentro de la app el funcionamiento y los pasos para la atención al cliente.
Focus group	Determinar la fecha del focus group	Se realizará el focus group con los clientes 1 de On Task, el día 29/01 a las 8 p.m. hrs
	Determinar la plataforma de video llamada	Se ha optado por usar Zoom para realizar la reunión ya que permite grabar con libertad.
Recolección de datos	Separar los datos por hipótesis para luego analizarlos	Se recolectará la información del video que salga del focus group y se analizarán los datos contra las hipótesis.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

6.3.2.4. Resultados

Tabla 129

Malla Receptora Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none">• Es una aplicación que ayuda a los clientes, ya que hay empresas que no tienen ese tipo de servicios.• Es un aplicativo útil.• Nos puede ayudar a diferentes cosas del hogar.	<ul style="list-style-type: none">• Los técnicos deberían trabajar los domingos.• Establecer descuentos los días de semana.
Nuevas preguntas	Nuevas Ideas
<ul style="list-style-type: none">• ¿Se debería incentivar a los especialistas a trabajar los domingos?• ¿Sería adecuado establecer una oferta más de un día?• ¿Se deberá implementar un bono a los especialistas que trabajan fines de semana o feriados?	<ul style="list-style-type: none">• Implementar un libro de reclamaciones• Establecer oferta los fines de semana, no solo domingos.

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Tabla 130*Resultados Experimento 4 de Validación de Modelo de Negocio*

	Métrica	- N.º de usuarios dentro del focus group: 4 -N.º de usuarios que se encuentran interesados en las promociones, descuentos: 4
	H10	
Focus	Criterio de éxito	-Del 100% de usuarios entrevistados en el focus se obtuvo que el 100% de ellos se encuentran interesados con los descuentos y promociones que ofrece la app.
1		$4/4 \times 100 = 100\%$ (Éxito)
	Métrica	- N.º de usuarios dentro del focus group: 4 -N.º de usuarios que encuentran importante la buena atención al cliente: 4
	H11	
	Criterio de éxito	-Del total de usuarios que participaron dentro del focus group, 4 consideran que hay un buen sistema de atención al cliente.
		$4/4 \times 100 = 100\%$ (Éxito)

*Fuente. Elaboración Propia, 2022***6.3.2.5. Análisis**

- **H10: Los usuarios están interesados en que la aplicación brinde promociones y descuentos:**

Con los resultados que obtenemos de Focus Group, podemos ver como ha obtenido un 100% de éxito con las mejoras incorporadas, ya que el usuario se vio más satisfecho en esta presentación. Algunos comentarios que nos dejaron los entrevistados tiene relación al día

que se está programando como descuento, que son los domingos. Para algunos de ellos fue un buen comienzo de descuentos, hasta dijeron que deberíamos implementarlo los días de semana, pero una persona no se vio tan convencida, ya que es un día donde los especialistas prefieren no trabajar y si trabajan cobran mucho más. En conclusión, se deberá analizar los días que se asignen como descuentos para que pueda favorecer a ambas partes.

- **H11: Los usuarios consideran que la app debería implementar un sistema de atención al cliente:**

Con respecto a esta hipótesis las personas se encuentran contentas con las mejoras dadas, y opina que está mucho mejor implementado. Lo que nos comentan los usuarios es que es muy importante tener esta comunicación de atención al cliente, porque depende mucho de como te toman de prioridad, ya que hay algunas compañías que no tienen una buena atención con el cliente. Por otro lado, nos recomendaron implementar el libro de reclamaciones, algo que no habíamos tomado en cuenta y lo podremos aplicar.

6.3.2.6. Aprendizajes

Respecto a los descuentos por ser nuevo cliente, es una excelente idea y atraería mucho más al usuario para que pueda probar nuestra aplicación. Por otro lado, implementaremos un libro de reclamaciones para los usuarios con respecto a la app, para que de esta forma nosotros como empresa podamos mejorar dichas quejas escritas.

6.3.2.7. Sustentación de la validación (enlaces, videos, audios, etc)

Tabla 131

Preguntas de Focus Group

Introducción: Buenas tardes, soy _____ les agradezco por su disposición en la colaboración para el presente focus group, en el cual les presentaremos nuestro proyecto. On Task es una app móvil que ayuda a los usuarios a encontrar los especialistas adecuados para solucionar problemas de refacción y/o tareas del hogar que surgen en el día a día. Por lo que le pedimos, sus más sinceras respuestas.

Antes de empezar presentando la app, podrían cada uno presentarse para conocerlos un poco, por favor puede decirnos su nombre, edad y a que se dedican.

Preguntas:

1. Presentar app
 2. ¿Qué tan importante es para usted el servicio al cliente dentro de una app?
 3. ¿Considera que el sistema de servicio al cliente que brinda la app es adecuado?
 4. ¿Les parece que las modificaciones le agregaron más valor?
 5. ¿Qué tan importante es para ustedes que la app brinda promociones y descuentos?
 6. On Task presenta estos descuentos y promociones.
 7. ¿Considera que estos descuentos y promociones le serían de utilidad al momento de usar la app?
 8. ¿Se ha validado que las promociones se lancen los días domingos, le parece que le traería mayores beneficios a que sea en días de semana?
 9. Se ha implementado que se les vaya sumando puntos por uso de la app que al final les brinda un descuento cada vez mayor mientras más veces se use ¿Lo consideras adecuado?
-

10. Si la app saliera al mercado, ¿la usaría? ¿Qué tanto influiría en usted los descuentos, promociones y el sistema de atención al cliente que brinda la app en su decisión?

Link: <https://youtu.be/a4jCloAXnck>

Fuente. Elaboración Propia, 2022

7. PLAN CONCIERGE

7.1. Experimento 1: Anuncios (Especialistas)

7.1.1. Primer Parte del Experimento De Anuncios (Especialistas)

7.1.1.1. Objetivo

Definir el precio de venta final de la App que nos permita tener por lo menos 5 personas interesadas en un periodo de 4 días.

7.1.1.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Precio**

La Estrategia de Marketing propuesta plantea definir el precio final de la aplicación. Para aquello se ha considerado lo siguiente:

Tabla 132

Precios de la competencia directa e indirecta

	Helpers	Timbrit	Ayfix (Latinoamérica)
Competidores	(Perú)	(Latinoamérica)	

Tipo de monetización	Comisión 17%-20% por servicio cobrada a los especialistas	Membresía mensual cobrada a los especialistas -Chile: 9% del sueldo mínimo mensual (2022)	Membresía mensual cobrada a los especialistas -Colombia: 7% del sueldo mínimo mensual (2021) -México: 9% del sueldo mínimo mensual (2021)
----------------------	---	--	---

Respecto al competidor directo e indirecto se puede observar que existen dos modalidades de monetización (Comisión y Membresía) por lo que será necesario identificar la modalidad de mayor interés. Asimismo, para establecer los porcentajes y/o precios se utilizará la Estrategia de Precios de tipo Penetración. Es decir, precios por debajo de la competencia ya que se planea ganar mayor participación en el mercado en un corto periodo de tiempo.

- **MVP y Prototipos**

- **Comisión (Anuncio 1 vs Anuncio 2):**

Se diseñarán dos anuncios publicitarios dirigidos a los especialistas. Ambos tendrán información referente al porcentaje de ganancias por comisión. Asimismo, una llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task. Además, los porcentajes que se establecerán, para cada anuncio, serán menores que los que presentan

los competidores. Es decir, para el Anuncio 1 se propone 15% y para el Anuncio 2, 13% de comisión por servicio.

Membresía mensual (Anuncio 3 vs Anuncio 4):

Se diseñarán dos anuncios publicitarios dirigidos a los especialistas. Ambos tendrán información referente a la membresía mensual por suscripción. Asimismo, una llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task. Además, los precios de las membresías mensuales, para cada anuncio, serán menores que los que presentan los competidores. Es decir, para el Anuncio 3 se propone S/ 37 y para el Anuncio 4, S/ 27. Ambos precios representan el 4% y 3% del sueldo mínimo mensual de Perú en el 2021.

Es preciso mencionar que dichos anuncios serán publicitados a través de la red social Instagram ya que es el canal en el cual se obtuvo mayores resultados de interacciones a través del Experimento 2 (Anuncios) del MVP.

- **Presupuesto**

Tabla 132

Tabla 132. Presupuesto Experimento 1(Primera parte) Concierge

Tabla 133*Presupuesto Experimento 1 (Primera parte) Concierge*

Estrategia	Tipo	Actividad/ Táctica	Tipo	Requerimiento para actividad	Periodo	Costo por día	Costo Total
Penetración de Mercado		Anuncio 1					
	Pull	(comisión)	TTL	Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00
		Anuncio 2					
	Pull	(comisión)	TTL	Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00
		Anuncio 3 (membresía mensual)		TTL			
	Pull			Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00
		Anuncio 3 (membresía mensual)					
	Pull			Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00

*Fuente: Elaboración propia, 2022***Tabla 134***Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge*

Métrica	N° de interacciones/ N° visualizaciones
Criterio del Éxito	N° de interacciones > 5
Fechas	07/02/2022 al 10/02/2022

Fuente: *Elaboración propia, 2022*

- **Bitácora de actividades**

Tabla 135

Bitácora de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge

Actividad	Tarea	Resultados
Elaboración de anuncios	-Creación de anuncio con comisión de 15% -Creación de anuncio con comisión 13% -Creación de anuncio con suscripción a S/. 37 -Creación de anuncio con suscripción a S/.27	-Cuatro anuncios ofreciendo ingresar a On Task. Dos anuncios ofreciendo pago por comisión, una de 15% y otro a 13%. Los otros dos anuncios, ofreciendo pagos mensuales por S/.37 y otros por S/.27
Agendar fechas de salida del anuncio	-Programar la duración de los anuncios	-Cada anuncio saldrá por el periodo de cuatro días seguidos por Instagram.
Difusión de anuncio	-Se lanzarán los cuatro anuncios al mismo tiempo	- Los cuatro anuncios saldrán del 7/02/2022 al 10/02/2022
Recolección de información	-Recolectar las intenciones y consultas de compra por la suscripción	-A través de los mensajes recibidos por Instagram a partir de los anuncios se podrá se podrá medir cuál opción es más atractiva para

los técnicos y determinar el método de monetización de la app.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.1.1.3. Resultados

Tabla 136

Resultados Anuncios Especialistas (Primera parte) Concierge

Producto/Día	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Total	Crecimiento
Anuncio 1						
Comisión 15%	0	0	0	1	1	0%
Anuncio 2						
Comisión 13%	0	1	1	0	2	0%
Anuncio 3						
Membresía mensual S/.37	0	1	2	1	4	13%
Anuncio 4						
Membresía mensual S/.27	1	2	4	3	10	44%
Total	1	4	7	5	17	112%

Fuente: Elaboración propia, 2022

El anuncio que obtuvo mayor interés de los clientes potenciales es el Anuncio 4, el cual presenta información respecto a la membresía mensual de menor precio.

7.1.1.4. Análisis

- **Comisión (Anuncio 1 vs Anuncio 2):**

Respecto a los anuncios de comisión, se puede apreciar que el Anuncio 2 (comisión 13%) obtuvo el doble de interacción que el Anuncio 1 (comisión 15%). Esto se debe a que el Anuncio 1 recibió la interacción de una sola persona. Por tanto, se concluye que, respecto al método de monetización por comisión, el porcentaje que posee mayor interés es el 13% (Anuncio 2). Es decir, por la utilización de la aplicación, el especialista ganará, del monto total del servicio, el 78% y cederá el 13% a la aplicación.

- **Membresía mensual (Anuncio 3 vs Anuncio 4):**

Respecto a los anuncios de cobro por membresía mensual, el Anuncio 4 (S/ 27 por mes) obtuvo un 31% más de interacción que el Anuncio 3 (S/ 37 por mes). Por tanto, se concluye que, respecto al método de monetización por membresía mensual, el precio que posee mayor interés es el de S/ 27 (Anuncio 4). Es decir, para utilizar la aplicación, el especialista deberá pagar previamente la suma mensual de S/ 27.

Entonces, realizando el comparativo total de los 4 anuncios publicitados, se puede concluir que del total de interacciones obtenidas 14 (100%), los anuncios referentes al método de monetización de membresía mensual (Anuncio 3 y Anuncio 4) representan el 57% de interacciones obtenidas. Es decir, dicha modalidad presenta mayor interés que el cobro por comisión hacia los especialistas. Del mismo modo, del 100% de interacciones obtenidas, el Anuncio 4 obtuvo el 44% y el restante se reparte entre los demás

anuncios (Anuncio 1, Anuncio 2 y Anuncio 3). En otras palabras, el Anuncio 4 (S/ 27 por mes) es el anuncio que obtuvo el mayor interés del total publicitado. Por tanto, de acuerdo a los resultados, se opta por monetizar la aplicación a través del método de membresía mensual a un precio de S/ 27.

7.1.1.5. Aprendizajes

- Se ha podido fijar un precio que cumple con el objetivo de obtener un número mayor a 5 interacciones durante el periodo de 4 días. El cual es de S/ 27 mensuales.
- Por las propuestas de los clientes y para tener una mayor oferta en nuestra cartera, se incorporarán los pagos por membresía por paquetes. Esto puede resultar más conveniente para algunos clientes ya que resultaría más económico.

7.1.1.6. Sustentación de la validación

- **Anuncios de Comisión**

Figura 37

Anuncio 1 de Comisión



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 38

Anuncio 2 de Comisión



Fuente. Elaboración Propia, 2022

- **Resultados de Anuncio 1**

Figura 39

Interacción N° 1 de Anuncio 2

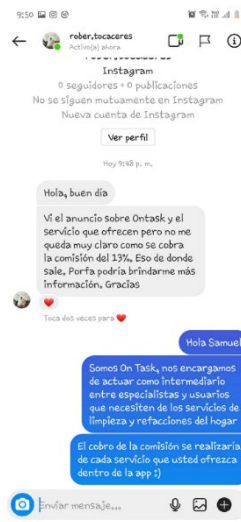


Fuente: Instagram On Task

- Resultados de Anuncio 2

Figura 40

Interacción N° 1 de Anuncio 2 de Comisión



Fuente: Instagram On Task

Figura 41

Interacción N° 2 de Anuncio 2 de Comisión



Fuente: Instagram On Task

- **Anuncios de Membresía Mensual**

Figura 42

Anuncio 3 de Membresía Mensual



Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 43

Membresía Mensual



Fuente: Elaboración Propia, 2022

- **Resultados de Anuncio 3**

Figura 44

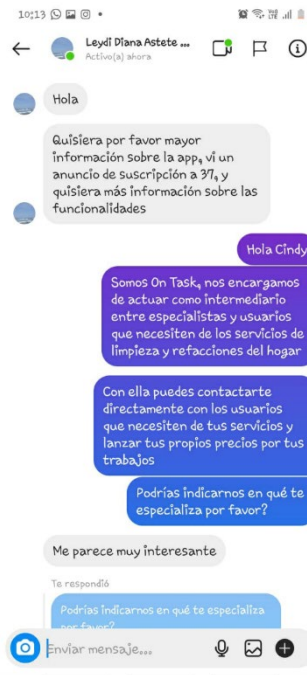
Interacción N° 1 de Anuncio 3 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 45

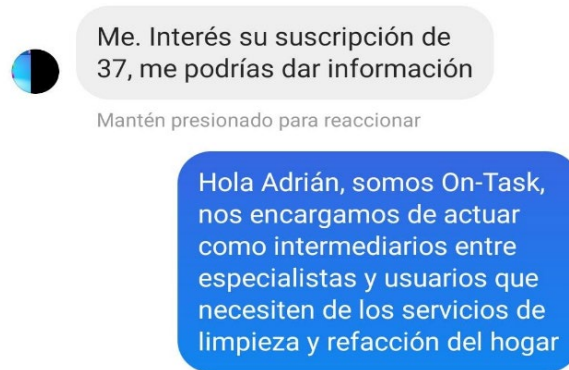
Interacción N° 2 de Anuncio 3 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 46

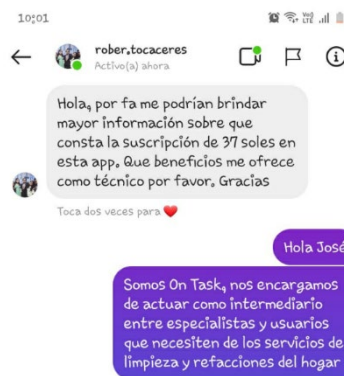
Interacción N° 3 de Anuncio 3 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 47

Interacción N° 4 de Anuncio 3 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

- **Resultados de Anuncio 4**

Figura 48

Interacción N° 1 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 49

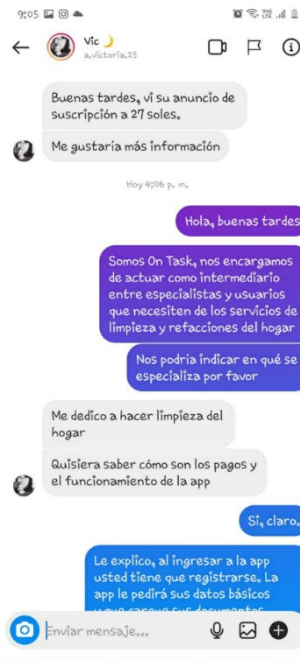
Interacción N° 2 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 50

Interacción N° 3 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 51

Interacción N° 4 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 52

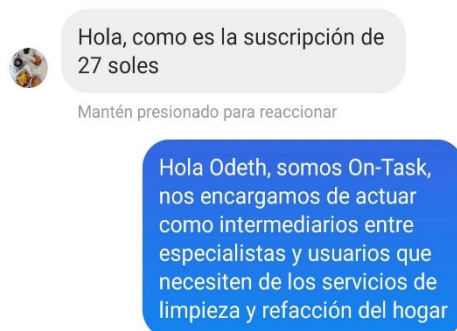
Interacción N° 5 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

Figura 53

Interacción N° 6 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task

7.1.2. Segunda Parte del experimento Anuncios (Especialistas)

7.1.2.1. Objetivo

Definir el precio de venta final de la App que nos permita tener por lo menos 5 personas interesadas en un periodo de 4 días.

7.1.2.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Precio**

La Estrategia de Marketing propuesta plantea definir el precio final de la aplicación. Para aquello se ha considerado lo siguiente:

Tabla 137

Precios y paquetes de la competencia directa e indirecta

Competidores	Helpers (Perú)	Timbrit (Latinoamérica)	Ayfix (Latinoamérica)
Tipo de monetización	Comisión 17%- 20% por servicio cobrada a los especialistas	Membresía mensual cobrada a los especialistas -Chile: 9% del sueldo mínimo mensual (2022)	Membresía mensual cobrada a los especialistas -Colombia: 7% del sueldo mínimo mensual (2021) -México: 9% del sueldo mínimo mensual (2021)
	No presenta paquetes de pago	No presenta paquetes de pago	No presenta paquetes de pago

Fuente: Elaboración propia, 2022

Se aplicará la Estrategia de Precios por Paquetes ya que se fijará un precio total a pagar por adquirir una suscripción mayor a un mes, de manera que su montaje será menor que la suma de los precios por una membresía mensual. Cabe mencionar que, para los experimentos, se ha considerado una membresía bimestral ya que al ser un proyecto nuevo se estima que exista una disposición reducida para pagar por más meses. Luego, para establecer los precios, se plantea la Estrategia de Precios de tipo Penetración. Es decir, precios por debajo de la competencia para ganar mayor participación en el mercado en un corto periodo de tiempo.

Sin embargo, al no encontrar la oferta en la competencia, se propone una reducción de no mayor a S/ 10 en consideración a los costos e ingresos que se espera recibir.

- **MVP y Prototipos**

Membresía bimestral (Anuncio 1 vs Anuncio 2)

Se diseñarán dos anuncios publicitarios dirigidos a los especialistas. Ambos tendrán información referente a la membresía mensual por suscripción. Asimismo, una llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task. Entonces, para el Anuncio 1 se propone S/ 50 y para el Anuncio 2, S/ 45. Ambos precios se reducen en S/ 5 y S/ 10 respectivamente de la suma de los precios por una membresía mensual.

- **Presupuesto**

Tabla 138

Presupuesto Experimento 1 (Segunda parte) Concierge

Estrategia	Tipo	Actividad/		Requerimiento		Costo		C.T.
		Táctica	Tipo	para actividad	Periodo	por día		
Penetración de Mercado	Pull	Anuncio 1		Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00	
		(membresía bimestral)	TTL					
Mercado	Pull	Anuncio 2		Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00	
		(membresía bimestral)	TTL					

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 139

Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge

Métrica	Nº de interacciones/ Nº visualizaciones
Criterio del Éxito	Nº de interacciones > 5
Fechas	12/02/2022 al 15/02/2022

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 140

Bitácora de actividades Experimento 1 (Segunda parte) Concierge

Actividad	Tarea	Resultados
Elaboración de anuncios	-Creación de anuncio ofreciendo suscripción bimestral a S/ 50. -Creación de anuncio ofreciendo suscripción bimestral a S/ 45.	<ul style="list-style-type: none"> • Dos anuncios ofreciendo suscripción a On Task bimestral, el primero será de S/ 50 y el segundo a S/ 45.
Agendar de salida del anuncio	-Programar la duración de los anuncios	-Cada anuncio saldrá por el periodo de cuatro días seguidos por Instagram

Difusión de anuncio	-Se lanzará ambos anuncios al mismo tiempo	- Los anuncios saldrán desde el 12/02/2022 al 15/02/2022
Recolección de información	-Recolectar las intenciones y consultas de compra por la suscripción	-A través de los mensajes recibidos por Instagram a partir de los anuncios se podrá determinar cual precio bimestral cuenta con mayor intención de compra.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.1.2.3. Resultados

Tabla 141

Resultados Anuncio 1 vs Anuncio 2 Experimento 1 (Segunda parte) Concierge

Producto/Día	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Total	Crecimiento
Anuncio 1						
Membresía bimestral S/ 50	0	0	0	1	1	0%
Anuncio 2						
Membresía bimestral S/ 45	0	0	1	2	3	25%
Total	0	0	1	3	4	75%

Fuente: Elaboración propia, 2022

El anuncio que obtuvo mayor interés de los clientes potenciales es el Anuncio 2, el cual presenta información respecto a la membresía bimestral con menor precio.

7.1.2.4. Análisis

- **Membresía bimestral (Anuncio 1 vs Anuncio 2)**

Respecto a los anuncios de membresía bimestral, se puede apreciar que el Anuncio 2 (S/ 45 por bimestre) obtuvo el doble de interacción que el Anuncio 1 (S/ 50 por bimestre). Esto se debe a que el Anuncio 1 recibió la interacción de una sola persona. Por tanto, se concluye que la membresía semestral con mayor interés es de S/45 (Anuncio 2), el cual representa una reducción de S/ 10 respectivamente de la suma que saldría por una membresía mensual. Sin embargo, esta no cumple con el objetivo planteado ya que no supera la cantidad de 5 interacciones durante el periodo de 4 días.

7.1.2.5. Aprendizajes

- Se ha podido identificar que no existe el suficiente interés por los paquetes de membresía bimestral.
- Se observa que aquellas personas que han realizado interacción con nuestros anuncios no son necesariamente los especialistas sino el entorno. Esto quiere decir que existen distintos agentes que intervienen en el proceso de compra. Por ejemplo, el rol de iniciador e influenciador sería el de un familiar o amigo y el decisor, comprador y usuario el especialista. Sin embargo, no se descarta el proceso de compra que incluye un solo agente, el especialista.

7.1.2.6. Sustentación de la validación

- **Anuncios de Membresía Bimestra**

Figura 54

Anuncio 1 de Membresía Bimestral



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 55

Anuncio 2 de Membresía Bimestral

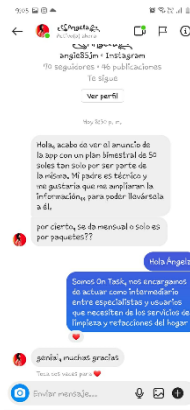


Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Resultados de Anuncio 1**

Figura 56

Interacción de Anuncio 1 de Membresía



Fuente: Instagram On Task, 2022

- **Resultados de Anuncio 2**

Figura 57

Interacción N° 1 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 58

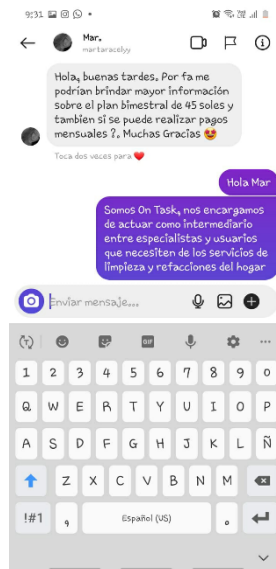
Interacción N° 2 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram OnTask, 2022

Figura 59

Interacción N° 3 de Anuncio 4 de Membresía



Fuente: Instagram On Task, 2022

7.2. Experimento 2: Anuncios en Instagram (Usuarios)

7.2.1. Primera Parte

7.2.1.1. Objetivo

Obtener un lead mayor a 10 personas interesadas en el servicio de On Task durante un periodo de 4 días.

7.2.1.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Promoción**

La estrategia de marketing que se propone es la de Promoción ya que permite obtener resultados en un corto periodo de tiempo. Es decir, generar ventas y atraer la atención de los clientes (Usuarios) hacia la aplicación. Esto se debe a que dicha estrategia incluye incentivos como descuentos de precios, concursos y sorteos de premios autoliquidables y exhibiciones especiales. Por tanto, se planea integrar dicha estrategia en anuncios publicitarios de redes sociales ya que son de gran alcance a nuestro público objetivo, bajo costo y fáciles de usar.

- **MVP y Prototipos**

Descuento (Anuncio 1):

Se diseñará un anuncio publicitario dirigido a los usuarios. Tendrá llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task y presentará información referente a la promoción. El incentivo propuesto para este anuncio es de descuento (10% en el primer servicio).

Es preciso mencionar que el anuncio será publicitado a través de la red social Instagram ya que es el canal en el cual se obtuvo mayores resultados de interacciones a través del Experimento 2 (Anuncios) del MVP.

- **Presupuesto**

Tabla 142

Presupuesto Experimento 2 (Primera parte) Concierge

Estrategia	Actividad/		Requerimiento para		Costo	Costo	
	Tipo	Táctica	Tipo	actividad	Periodo	por día	Total
Promoción							
			TTL				
	Pull	Anuncio 1		Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 143

Métrica de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge

Métrica	Nº de interacciones/ Nº visualizaciones
Criterio del Éxito	Nº de interacciones > 10
Fechas	11/02/2022 al 14/02/2022

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Bitácora de actividades**

Tabla 144

Bitácora de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge

Actividad	Tarea	Resultados
Elaboración de anuncios	-Creación de anuncio ofreciendo descuento del 10%	-Anuncio dirigido a los usuarios con descuento de 10%.
Agendar fechas de salida del anuncio	-Programar la duración de los anuncios	-El anuncio saldrá por el periodo de cuatro días seguidos por Instagram
Difusión de anuncio	-Se lanzará el anuncio	-El anuncio saldrá desde el 11/02/2022 al 14/02/2022
Recolección de información	-Recolectar las intenciones y consultas de uso del servicio.	-A través de los mensajes recibidos por Instagram a partir del anuncio se podrá medir la intención de uso del servicio por parte de los usuarios.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.2.1.3. Resultados

Tabla 145

Resultados Anuncio 1 Descuento del 10% Experimento 2 (Primera parte) Concierge

Producto/Día	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Total	Crecimiento
Anuncio 1 (Descuento del 10%)	2	2	4	2	10	13%
Total	2	2	4	2	10	13%

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.2.1.4. Análisis

- **Anuncio 1**

Se ha podido verificar que no existe el suficiente interés por el Anuncio 1 ya que se obtuvo como resultado una interacción menor (10) al objetivo propuesto (15). Sin embargo, se puede identificar que desde el día 1 existen interacciones.

7.2.1.5. Aprendizaje

- Las promociones de descuento no incentivan lo suficiente el interés de los clientes usuarios. Sin embargo, se ha podido determinar que con ellos podría haber un crecimiento del 13 % para los siguientes periodos.
- Existen mayores usuarios (10) que especialistas interesados (7) en utilizar la aplicación. Es decir, que la demanda es mayor que la

oferta. Esto podría resultar beneficioso para los especialistas ya que podrían realizar el servicio de refacción a más de un usuario.

- A través de los resultados, se ha identificado que para el proceso de compra, por parte de los usuarios, existe un solo agente.
- Se tomará en cuenta otra forma de incentivo promocional para realizar una comparativa de efectividad.

7.2.1.6. Sustentación de la validación

- Anuncio 1

Figura 60

Anuncio 1 del 10% de descuento

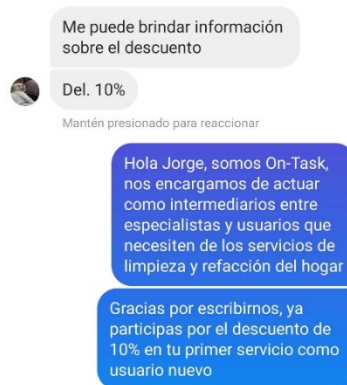


Fuente: Elaboración propia, 2022

- Resultados

Figura 61

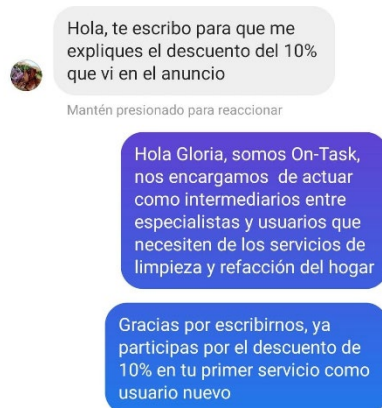
Interacción N° 1 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 62

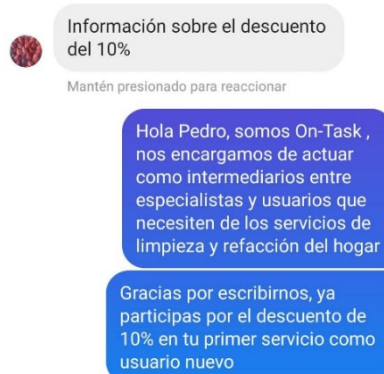
Interacción N° 2 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 63

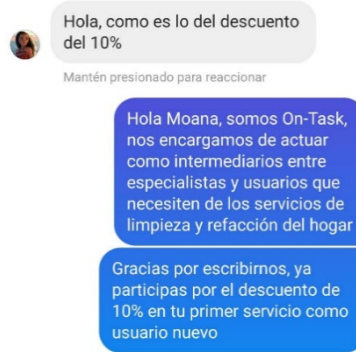
Interacción N° 3 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 64

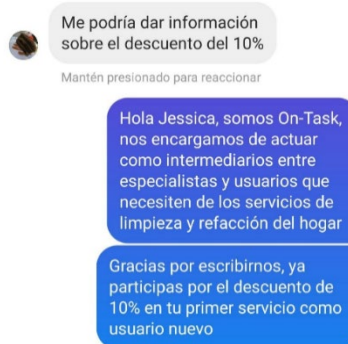
Interacción N° 4 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task

Figura 65

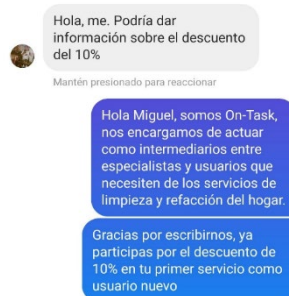
Interacción N° 5 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 66

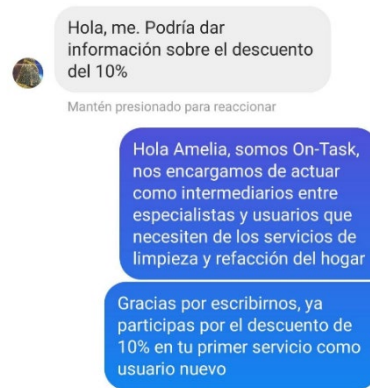
Interacción N° 6 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 67

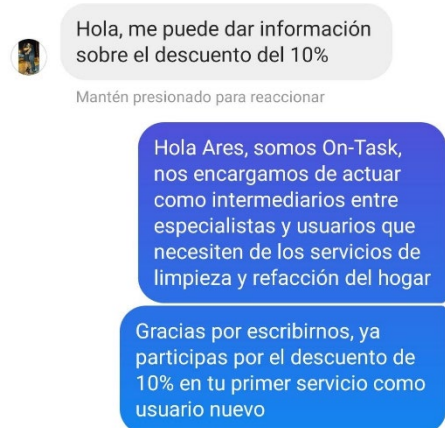
Interacción N° 7 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 68

Interacción N° 8 Anuncio 1 (10% de desc.)



Fuente: Instagram On Task, 2022

7.2.2. Segunda Parte

7.2.2.1. Objetivo

Obtener un lead mayor a 10 personas interesadas en el servicio de On Task durante un periodo de 4 días.

7.2.2.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Promoción**

La estrategia de marketing que se propone es la de Promoción ya que permite obtener resultados en un corto periodo de tiempo. Es decir, generar ventas y atraer la atención de los clientes (Usuarios) hacia la aplicación. Esto se debe a que dicha estrategia incluye incentivos como descuentos de precios, concursos y sorteos de premios autoliquidables y exhibiciones especiales. Por tanto, se planea integrar dicha estrategia en anuncios publicitarios de redes sociales ya que son de gran alcance a nuestro público objetivo, bajo costo y fáciles de usar.

- **MVP y Prototipos**

- Sorteo (Anuncio 2):**

Se diseñará un anuncio publicitario dirigido a los usuarios. Tendrá llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task y presentará información referente al sorteo. El incentivo propuesto para este anuncio es un sorteo de un servicio gratuito para las personas que hayan adquirido al menos un servicio a través de la aplicación.

Es preciso mencionar que el anuncio será publicitado a través de la red social Instagram ya que es el canal en el cual se obtuvo mayores resultados de interacciones a través del Experimento 2 (Anuncios) del MVP.

- **Presupuesto**

Tabla 146*Presupuesto Experimento 2 (Segunda parte) Concierge*

Estrategia	Actividad/		Requerimiento para		Costo	Costo	
	Tipo	Táctica	Tipo	actividad	Periodo	por día	Total
Promoción							
	Pull	Anuncio 2	TTL	Pago por visibilidad	4 días	S/.4,00	S/.16,00

*Fuente: Elaboración propia, 2022***Tabla 147***Métrica de actividades Experimento 1 (Primera parte) Concierge*

Métrica	N° de interacciones/ N° visualizaciones
Criterio del Éxito	N° de interacciones > 10
Fechas	13/02/2022 al 16/02/2022

*Fuente: Elaboración propia, 2022***Tabla 148***Bitácora de actividades Experimento 2 (Primera parte) Concierge*

Actividad	Tarea	Resultados
-----------	-------	------------

Determinar premio sorteo del	El sorteo será de un ganador y se llevará un servicio gratis	El anuncio del sorteo llegará a los potenciales clientes y participan
Elaboración de anuncio sorteo del	-Creación de anuncio de sorteo para un servicio gratuito.	-Anuncio dirigido a los usuarios, con un sorteo para servicio gratuito.
Agendar fechas de salida del anuncio	-Programar vigencia de inscripciones para sorteo	-Las inscripciones para el sorteo estarán vigentes por 4 días seguidos.
Creación de términos y condiciones	Se implementará en letras y chiquitas del anuncio los términos y condiciones.	En los términos y condiciones está incluido el costo límite que se pagará por el servicio.
Difusión del anuncio sorteo del	-Se lanzará el anuncio para el sorteo del servicio	-El anuncio del sorteo saldrá desde el 13/02/2022 al 16/02/2022
Recolección de información	-Recolectar las intenciones y consultas de uso del servicio.	-A través de los mensajes recibidos por Instagram a partir del anuncio del sorteo se podrá medir la intención de uso del servicio por parte de los usuarios.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.2.2.3. Resultados

Tabla 149

Resultados Anuncio 2 Sorteo de servicio gratuito Experimento 2 (Segunda parte) Concierge

Producto/Día	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Total	Crecimiento
Anuncio 2						
(Sorteo)	2	4	6	2	15	21%
Total	2	4	6	2	15	21%

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.2.2.4. Análisis

- **Anuncio 2**

Se ha podido verificar que existe un interés por el Anuncio 2 ya que se obtuvo como resultado una interacción mayor (15) al objetivo propuesto (10). Asimismo, se puede identificar que desde el día 1 existen interacciones por lo que el incentivo del descuento, aplicado al anuncio, ha sido efectivo.

Entonces, realizando la comparativa de los resultados entre el Anuncio 1 (descuento) y Anuncio 2 (sorteo), se determina que la promoción dirigida a los usuarios será la del sorteo del 10% en el primer servicio (Anuncio 2).

7.2.2.5. Aprendizaje

- Los sorteos incentivan el interés de los clientes usuarios, por lo que se ha podido determinar que con ellos podría haber un crecimiento del 21 % para los siguientes periodos.
- Existen mayores usuarios (15) que especialistas interesados (7) en utilizar la aplicación. Es decir, que la demanda es mayor que la oferta. Esto podría resultar beneficioso para los especialistas ya que podrían realizar el servicio de refacción a más de un usuario.
- A través de los resultados, se ha identificado que, para el proceso de compra, por parte de los usuarios, existe un solo agente.

7.2.2.6. Sustentación de la validación

- **Anuncio 2**

Figura 69

Anuncio 2 de Sorteo

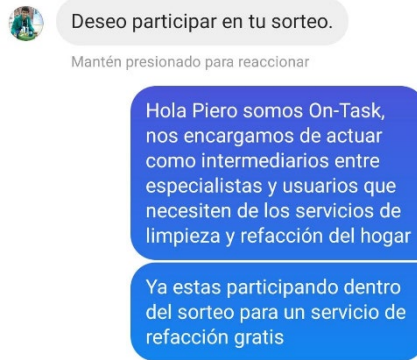


Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Resultados**

Figura 70

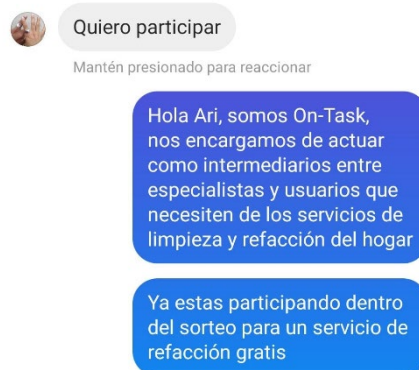
Interacción N° 1 de Anuncio 2 sorteo



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 71

Interacción N° 2 de Anuncio 2 sorteo



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 72

Interacción N° 3 de Anuncio 2 sorteo



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 73

Interacción N° 4 de Anuncio 2 sorteo



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura 74

Interacción N° 5 de Anuncio 2 sorteo



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 75

Interacción N° 6 de Anuncio 2 sorteo



7.3. Experimento 3: Simulación de Venta de Servicio

7.3.1. Primera Parte

7.3.1.1. Objetivo:

- Con los anuncios publicados se logrará al menos una suscripción mensual (especialista) y concretar un servicio de refacción (usuario) durante un periodo de 4 días.

7.3.1.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Plaza**

Se plantea utilizar canales de distribución propios. Es decir, vender el servicio directamente desde el aplicativo móvil ya que nos permitirá obtener una sensibilidad inmediata de la reacción de los clientes. Sin embargo, debido a que On Task aún es un prototipo, se asumirá como punto de venta a Instagram. Es preciso mencionar que se optará por dicha red social ya que es la que obtuvo mayores interacciones como resultado del Experimento 2 (Anuncios) del MVP.

- **Estrategia de Marketing Mix**

Para cumplir el objetivo propuesto (Ventas), se ha tomado en cuenta las 4Ps: Servicio (Producto), Precio, Promoción y Plaza, las cuales han sido validadas individualmente en los Experimentos 1 y 2 del Concierge. Esto se debe a que dicho proceso nos permitirá identificar cómo se consume o aprovecha el servicio. Además, comprobar si el

proceso de prestación de servicios se adapta al negocio para obtener ingresos.

- **MVP y Prototipos**

Membresía mensual S/27 (Anuncio 1):

Dirigido a especialistas. Presenta información referente a la membresía mensual por suscripción. Asimismo, una llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task. Además, el precio de la membresía mensual (S/ 27) es menor a los que presentan los competidores ya que representa el 3% del sueldo mínimo mensual de Perú en el 2021.

Sorteo (Anuncio 2):

Dirigido a los usuarios. Tendrá llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task y presentará información referente al sorteo. Es decir, un servicio de refacción gratuito para aquellos que hayan adquirido un primer servicio.

- **Presupuesto**

Tabla 150

Presupuesto Experimento 3 (Primera parte) Concierge

Estrategia	Tipo	Actividad/	Requerimiento para		Costo	Costo
		Táctica	Tipo	actividad	Periodo	por día
Mixta		Anuncio 1	TTL			S/. 16.00
	Pull	especialista		Pago por visibilidad	4 días	S/. 4.00

	Anuncio 2	TTL			S/. 16.00
Pull	Usuarios	Pago por visibilidad	4 días	S/.4.00	

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 151

Métrica de actividades Experimento 3 (Primera parte) Concierge

Métrica	N° de suscripciones mensuales/ N° Interacciones
	N° de servicios de refacciones concretados/ N° Interacciones
Criterio del Éxito	N° de suscripciones mensuales > 0
	N° de servicios de refacciones concretados > 0
Fechas	14/02/2022 al 17/02/2022

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 152

Bitácora de actividades Experimento 3 (Primera parte) Concierge

Actividad	Tarea	Resultados
Lanzar los anuncios para captar el interés de los clientes.	-Publicar anuncio para atraer clientes a la app. -Publicar anuncio reclutando especialistas.	Se lanzarán los dos anuncios con la información sobre la app para llamar la atención de ambos clientes (usuario y especialistas)

Fechas de salida de los anuncios	-Ambos anuncios saldrán por 4 días seguidos.	-Los anuncios estarán disponibles del 14/02/2022 al 17/02/2022
Se reciben las solicitudes de pedidos	-Se recibe la solicitud de suscripción del especialista. -Se recibe la solicitud de servicio del usuario.	-Se brindará toda la información de la app con respecto a especialista y cobro de suscripciones. - Se informará los usos de la app y su funcionamiento en el apartado de usuarios.
Generación solicitud	-Se le realiza una pequeña encuesta al especialista y se le envía el QR o número de Yape para el pago de suscripción -Se recibe solicitud de servicio de parte del usuario.	-Se evalúa la información brindada por el especialista. - Se realiza cobro por suscripción. -Se ingresa al especialista en base de datos - Se pone la solicitud en una base de datos.
Realizar match entre especialista y usuario	-Se buscará entre las solicitudes de especialistas y usuarios para hacer match con las necesidades de servicio.	-Se encontrará al especialista adecuado para la solicitud de servicio del usuario.
Contactar a usuario con especialista	-Se solicita al usuario sus datos y número telefónico.	-Se le entregará el número de contacto y nombre del usuario al especialista

	- Se solicita al especialista para que puedan comunicarse sus datos y número directamente telefónico.	
Cotización	-El usuario le comenta el servicio que desea. -El usuario y el especialista llegan a una posible cotización	-El especialista genera una cotización de en promedio cuanto podría salir el servicio y el usuario tiene la oportunidad de aceptar o no.
Coordinación de cita para el servicio	-Aceptada la propuesta del posible precio coordinan cita.	- Se acuerda fecha y hora en la que se dará el servicio.
-Recolección de evidencia	-El especialista presentará boleta de cobro por servicios. -El usuario presentará una foto del trabajo realizado y el pago por servicio.	-Se genera evidencia e información sobre el uso de la app
Evaluación de satisfacción del servicio	-Se le entrega una encuesta NPS a los usuarios. -Se le entrega una encuesta NPS a los especialistas.	-Se tendrá la percepción del usuario sobre el servicio del especialista y On Task y se le otorgará la oportunidad de participar en el sorteo por un servicio gratis.

-Se tendrá la percepción de especialistas sobre el servicio de On Task.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.3.1.3. Resultados

Tabla 153

Interacciones del Experimento 3 (Primera parte) Concierge

Producto	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Total
Anuncio 1 (Especialistas)	0	1	2	1	4
Anuncio 2 (Usuario)	1	0	1	2	3
Total	1	1	3	3	7

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 154

Resultados del objetivo Experimento 3 (Primera parte) Concierge

Producto	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4
Anuncio 1 (Especialistas suscritos)	0	1	0	0

Anuncio 2	0	0	0	0
(Usuarios que participan en el sorteo)				
Total	0	1	0	0

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.3.1.4. Análisis

El objetivo propuesto no ha sido cumplido ya que solo se obtuvo 1 suscripción mensual de S/27 por parte de un especialista, mas no se concretó ningún servicio de refacción. Esto a pesar de que más de un usuario se contactó para pedir información desde el primer día. Es decir, usuarios que escribieron al Instagram de On Task y se les proporcionó el número del especialista suscrito. Entonces, se estima que si bien hay un interés por parte del usuario por adquirir el servicio de refacción a través de la aplicación, no todos han contactado al especialista o, si lo han contactado, no consideran que el especialista se adecue a sus necesidades.

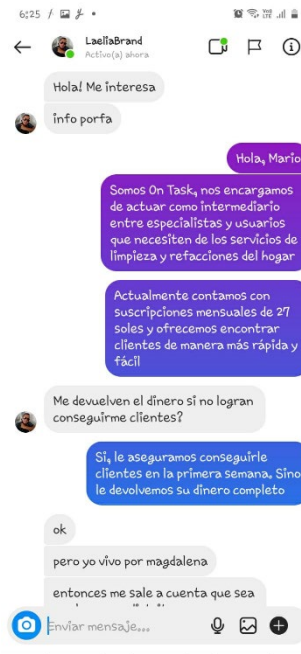
7.3.1.5. Aprendizaje

- Se propone extender el periodo del experimento a 8 días, ya que, en el día 3, el especialista suscrito nos mencionó que había acordado la cotización con un usuario. Es decir, asistir al domicilio del usuario para evaluar la refacción y si fuese posible realizar el servicio el mismo día.

7.3.1.6. Sustentación de la validación

Figura 76

Interacción con especialista



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 77

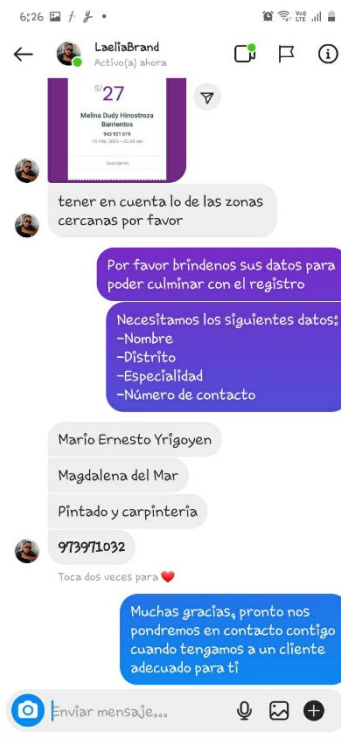
Interacción con especialista



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 78

Interacción con especialista



Fuente: Instagram On Task, 2022

7.3.2. Segunda Parte

7.3.2.1. Objetivo:

- Con los anuncios publicados se logrará al menos una suscripción mensual (especialista) y concretar un servicio de refacción (usuario) durante un periodo de 4 días.

7.3.2.2. Diseño y desarrollo de los experimentos (Plan de Marketing)

- **Estrategia de Marketing: Plaza**

Se plantea utilizar canales de distribución propios. Es decir, vender el servicio directamente desde el aplicativo móvil ya que nos permitirá obtener una sensibilidad inmediata de la reacción de los clientes. Sin embargo, debido a que On Task aún es un prototipo, se asumirá como punto de venta a Instagram. Es preciso mencionar que se optará por dicha red social ya que es la que obtuvo mayores interacciones como resultado del Experimento 2 (Anuncios) del MVP.

- **Estrategía de Marketing Mix**

Para cumplir el objetivo propuesto (Ventas), se ha tomado en cuenta las 4Ps: Servicio (Producto), Precio, Promoción y Plaza, las cuales han sido validadas individualmente en los Experimentos 1 y 2 del Concierge. Esto se debe a que dicho proceso nos permitirá identificar cómo se consume o aprovecha el servicio. Además, comprobar si el proceso de prestación de servicios se adapta al negocio para obtener ingresos.

- **MVP y Prototipos**

- **Membresía mensual S/27 (Anuncio 1):**

- Dirigido a especialistas. Presenta información referente a la membresía mensual por suscripción. Asimismo, una llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task. Además, el precio de la membresía mensual (S/ 27) es menor a los que presentan los competidores ya que representa el 3% del sueldo mínimo mensual de Perú en el 2021.

- **Sorteo (Anuncio 2):**

- Dirigido a los usuarios. Tendrá llamada a la acción al clic, el cual los direccionará al chat de On Task y presentará información referente al

sorteo. Es decir, un servicio de refacción gratuito para aquellos que hayan adquirido un primer servicio.

- **Presupuesto**

Tabla 155

Presupuesto Experimento 3 (Segundo parte) Concierge

Estrategia	Tipo	Actividad/ Táctica	Tipo	Requerimiento para actividad	Periodo	Costo por día	Costo Total
Mixta	Pull	Anuncio 1 Especialista	TTL	Pago por visibilidad	4 días	S/. 4.00	S/. 16.00
	Pull	Anuncio 2 Usuarios	TTL	Pago por visibilidad	4 días	S/.4.00	S/. 16.00

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 156

Bitácora de actividades Experimento 3 (Segunda parte) Concierge

Actividad	Tarea	Resultados
Lanzar los anuncios para captar el interés de los clientes.	-Publicar anuncio para atraer clientes a la app. -Publicar anuncio reclutando especialistas.	Se lanzarán los dos anuncios con la información sobre la app para llamar la atención de ambos clientes (usuario y especialistas)
Fechas de salida de los anuncios	-Ambos anuncios saldrán por 4 días seguidos adicionales.	-Los anuncios estarán disponibles del 18/02/2022 al 22/02/2022

Se reciben las solicitudes de pedidos	<p>-Se recibe la solicitud de suscripción del especialista.</p> <p>-Se recibe la solicitud de servicio del usuario.</p>	<p>-Se brindará toda la información de la app con respecto a especialista y cobro de suscripciones.</p> <p>- Se informará los usos de la app y su funcionamiento en el apartado de usuarios.</p>
Generación solicitud	<p>-Se le realiza una pequeña encuesta al especialista y se le envía el QR o número de Yape para el pago de suscripción</p> <p>-Se recibe solicitud de servicio de parte del usuario.</p>	<p>-Se evalúa la información brindada por el especialista.</p> <p>- Se realiza cobro por suscripción.</p> <p>-Se ingresa al especialista en base de datos</p> <p>- Se pone la solicitud en una base de datos.</p>
Realizar match entre especialista y usuario	<p>-Se buscará entre las solicitudes de especialistas y usuarios para hacer match con las necesidades de servicio.</p>	<p>-Se encontrará al especialista adecuado para la solicitud de servicio del usuario.</p>
Contactar a usuario con especialista	<p>-Se solicita al usuario sus datos y número telefónico.</p> <p>- Se solicita al especialista sus datos y número telefónico.</p>	<p>-Se le entregará el número de contacto y nombre del usuario al especialista para que puedan comunicarse directamente.</p>
Cotización	<p>-El usuario le comenta el servicio que desea.</p>	<p>-El especialista genera una cotización de en promedio cuanto</p>

	-El usuario y el especialista llegan a una posible cotización	podria salir el servicio y el usuario tiene la oportunidad de aceptar o no.
Coordinación de cita para el servicio	-Aceptada la propuesta del posible precio coordinan cita.	- Se acuerda fecha y hora en la que se dará el servicio.
Recolección de evidencia	-El especialista presentará boleta de cobro por servicios. -El usuario presentará una foto del trabajo realizado y el pago por servicio.	-Se genera evidencia e información sobre el uso de la app

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.3.2.3. Resultados

Tabla 157

Resultados Interacciones Experimento 3 (Segunda parte) Concierge

Producto	Primera parte				Segunda parte (+4 días)				Total	Crecimiento
	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7	Día 8		
Anuncio 1 (Especialitas)	0	1	2	1	1	2	4	4	15	25%
Anuncio 2 (Usuarios)	1	0	1	2	4	3	2	1	14	12%

Total	1	1	3	3	5	5	6	5	29	45%
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-----

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 158

Resultados del objetivo Experimento 3 (Segunda parte) Concierge

Producto	Primera parte				Segunda parte (+4 días)			
	Día	Día	Día	Día	Día	Día	Día	Día
	1	2	3	4	5	6	7	8
Anuncio 1 (Especialistas suscritos)	1	0	0	0	0	0	0	0
Anuncio 2 (Usuarios que participan en el sorteo)	0	0	0	0	1	0	0	0
Total	1	0	0	0	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.3.2.4. Análisis

- Se puede validar que ambos anuncios, en conjunto, han cumplido el propósito. Esto se debe a que el objetivo ha sido cumplido ya que se obtuvo 1 suscripción mensual de S/27 por parte de un especialista y se concretó 1 servicio de refacción. Asimismo, se logró que el usuario nos envíe las evidencias de los pagos realizados al especialista para

poder participar en el sorteo (Anuncio 2). Es decir, que no solo existe el interés por obtener el servicio de refacción a través de la aplicación sino por la promoción.

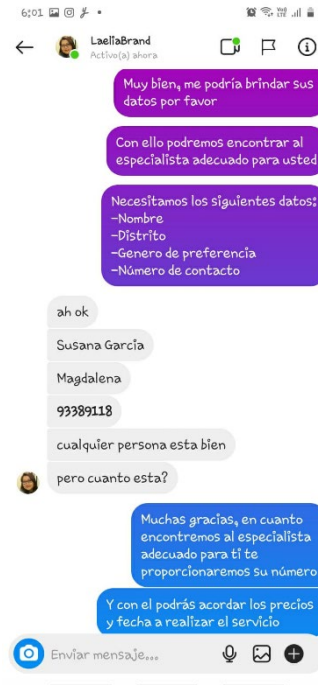
7.3.2.5. Aprendizaje

- Se requiere de la suscripción de más de un especialista para que el cliente pueda evaluar entre más opciones y encuentre así aquel que se adecue a sus necesidades. Entonces, de esta manera, el experimento podría asemejarse aún más al funcionamiento que plantea brindar la App. Por tanto, se estima que se requiere de un mayor presupuesto en la publicidad de los anuncios para obtener un mayor alcance de especialistas y usuarios. También, un periodo más extenso de prueba ya que el proceso de cotización no siempre es inmediato. Es decir, se necesita coordinar una fecha de disponibilidad por parte del usuario y especialista. Asimismo, esto no garantiza que el usuario acepte el precio que se establezca en la cotización.

7.3.2.6. Sustentación de la validación

Figura 79

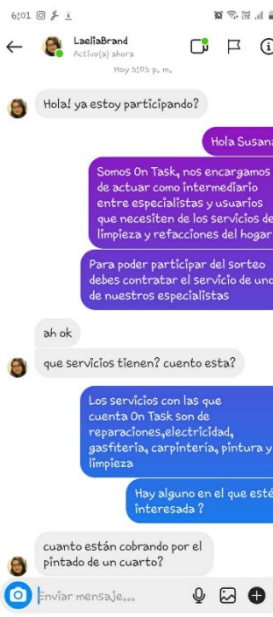
Interacción con usuario



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 80

Interacción con usuario



Fuente: Instagram On Task, 2022

Figura 81

Interacción con usuario



Fuente: Instagram On Task, 2022

7.4. Estrategia de fidelización

El servicio que ofrece On-Task actúa como un intermediario entre los usuarios y los especialistas. Facilitando, de esta forma, la búsqueda y comunicación entre ellos mediante servicios personalizados y satisfactorios.

7.4.1. Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes

7.4.1.1. Segmentación Cliente 1 (Usuarios)

- Geográfico

Tabla 159*Segmentación Geográfica del Usuario*

País	Perú
Ciudad	Lima Metropolitana
Distritos	Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel) Zona 7 (Miraflores, San Isidro, La Molina)

*Fuente: Elaboración propia, 2022***Tabla 160***Distribución de Zonas por NSE de Lima Metropolitana 2020*

Zona	NSE A	NSE B
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	16,8%	46,7%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, La Molina)	33%	45,3%

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Demográfico**

Tabla 161*Segmentación Demográfica del Usuario*

Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	18 – 45 años

NSE (Nivel Socioeconómico) A y B

Estado Civil Solteros, Casados, Convivientes, con o sin hijos

Ingresos S/. 2,500 - S/. 7,500

Fuente: Elaboración propia, 2022

Se han seleccionado los niveles socioeconómicos A, B, ya que son los niveles que presentan un mayor poder adquisitivo para realizar compras de productos/ servicios. Del mismo modo, se seleccionó la zona 6 y 7, debido a que en esas zonas se encuentra el mayor porcentaje de población limeña que pertenece a dicho niveles socioeconómicos (CPI, 2019).

- **Psicográficas**

Tabla 162

Segmentación Psicográfica del Usuario

Estilo de vida	Características
Sofisticados	<ul style="list-style-type: none">• Ocupación: Cargos en empresas importantes (nivel alto) por lo que presentan tiempos ajustados.• ¿Cómo son?: Abiertos al mundo y a la globalización.• ¿Qué compran?: Les atraen los productos innovadores (que hagan “la vida más fácil”) y los nuevos medios de comunicación y compra.
Modernas	<ul style="list-style-type: none">• Ocupación: Trabajan de forma independiente o en empleos de nivel medio o bajo. El trabajo les permite "darse su lugar" dentro del hogar.

-
- ¿Cómo son?: Tienen como convicción la realización fuera de las labores domésticas.
 - ¿Qué compran?: Les interesan los productos que ofrezcan reducir el tiempo y esfuerzo en las labores del hogar y que eviten hacerlas sentir solamente «amas de casa».
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Conductual**

Tabla 163

Segmentación Conductual del Usuario

Segmento	Características
Ocasión	Cada vez que se requiera de una refacción en las categorías de electricidad, gasfitería, pintura, carpintería y limpieza.
Beneficios	<p>Encontrar a un refaccionista de acuerdo las necesidades específicas de cada usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amplio catálogo de refaccionistas. • Filtros de ubicación, calificación, experiencia y género. • Discriminación de precios a través de cotizaciones. • Garantía de servicio del aplicativo. Asociación a los atributos de la marca (Reconocimiento).

-
- Garantía de servicio del aplicativo.
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.4.1.2. Segmentación Cliente 2 (Especialistas)

- Geográfico

Tabla 164

Segmentación Geográfica del Especialista

País	Perú
Ciudad	Lima Metropolitana
Distritos	Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras) Zona 3 (San Juan de Lurigancho) Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria) Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 165

Distribución de Zonas por NSE de Lima Metropolitana 2020

Zona	NSE C
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	43.1%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	49.8%

Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria) 44.2%

Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel) 30.7%

Fuente: APEIM (2020), Elaboración propia

- **Demográfico**

Tabla 166

Segmentación Demográfica del Especialista

Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	24 – 45 años
NSE (Nivel Socioeconómico)	C
Estado Civil	Solteros, Casados, Convivientes, con o sin hijos
Ingresos	S/. 950 - S/. 2,500

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Psicográficas**

Tabla 167

Segmentación Psicográfica del Especialista

Estilo de vida	Características
Progresistas	<ul style="list-style-type: none">• Ocupación: En su mayoría son obreros o empresarios emprendedores (formales e informales). Tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible.

-
- ¿Cómo son?: Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre en busca de oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos.
-

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Conductual**

Tabla 168

Segmentación Conductual del Especialista

Segmento	Características
Ocasión	<ul style="list-style-type: none"> • Cada vez que se requiera de ingresos adicionales.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos adicionales (Mayor alcance a clientes potenciales). • Independencia laboral (Horarios propios). • Asociación a los atributos de la marca (Reconocimiento). • Garantía de servicio del aplicativo.

Fuente: Elaboración propia, 2022

7.4.1.3. NPS

El NPS es el sistema de medición de satisfacción y lealtad que se basa en una pregunta que es enviada a los clientes para saber si recomendarían el

servicio o producto, cuya medición se clasifica del 0 al 10. Con ello, se puede identificar si hay retractores o promotores de la marca, es decir si son leales y se encuentran satisfechos con lo que se ofrece. El NPS es de suma importancia, ya que sus resultados pueden convertirse en una poderosa herramienta de difusión de la cultura del cliente. Es por ello, que se realizó una NPS para cada uno de los clientes de On Task, tanto usuarios como especialistas, con lo que se medirá la lealtad y satisfacción.

- **NPS Usuarios**

Se ha podido obtener que el usuario se encuentra satisfecho con el servicio del técnico que On Task le proporcionó y es por ello que lo volvería a llamar, ya que considera que tenía experiencia y realizó un buen trabajo. Por otro lado, el cliente 1 si recomendaría a sus amigos y familiares porque le pareció una forma rápida de conseguir un especialista y fue una muy buena experiencia. Teniendo así a nuestro primer cliente promotor de On Task que nos ayudará a impulsar la app.

Encuesta NPS Usuario

¡Hola! Somos On-Task, una aplicación móvil que cuenta con servicios que van dirigidos a personas que carecen de tiempo y experiencia/conocimientos para realizar tareas del hogar como refacciones de electrodomésticos, aparatos tecnológicos, limpieza entre otros relacionados.

Por medio de esta encuesta, buscamos conocer un poco más sobre tu experiencia luego de usar On Task y con tu ayuda poder mejorar día a día

Los datos obtenidos en esta encuesta son de carácter confidencial y se utilizarán únicamente para la elaboración de este trabajo académico

¡Muchas gracias por tu colaboración !

-
1. ¿Con cuánta probabilidad volvería a llamar al mismo especialista?
 2. Cuéntanos por favor, la razón de tu respuesta anterior
 3. ¿Qué tan probable es que recomiendes On Task a tus amigos o familiares?
 4. Cuéntanos por favor, la razón de tu respuesta anterior
 5. ¿Cómo podemos mejorar su experiencia?

Link de la Encuesta de Satisfacción

(Usuario) : https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScMjQ0pB_hLLmdIsIs-u-5UJi4W_TfgrtzDBPtpEQFIXf_5ow/viewform?usp=sf_link

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **NPS Especialistas**

Con la realización del NPS se ha podido obtener que este se encuentra satisfecho con los servicios que ofrece On Task como intermediario, ya que lo recomendaría a sus compañeros para que también puedan incrementar su número de clientes. Comenta que valora mucho el

hecho de que se les da más visibilidad y que su experiencia ha sido muy buena.

Encuesta NPS Especialistas

¡Hola! Somos On-Task, una aplicación móvil que cuenta con servicios que van dirigidos a personas que carecen de tiempo y experiencia/conocimientos para realizar tareas del hogar como refacciones de electrodomésticos, aparatos tecnológicos, limpieza entre otros relacionados.

Por medio de esta encuesta, buscamos conocer un poco más sobre tu experiencia luego de usar On Task y con tu ayuda poder mejorar día a día

Los datos obtenidos en esta encuesta son de carácter confidencial y se utilizarán únicamente para la elaboración de este trabajo académico

¡Muchas gracias por tu colaboración !

-
1. ¿Qué tan probable es que recomiendes On Task ?
 2. Cuéntanos por favor, la razón de tu respuesta anterior
 3. ¿Cómo podemos mejorar su experiencia?

Link de la Encuesta de Satisfacción (Especialista):

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScdYFnzhcm3Tzwgt70ZSa-nul-TjhcUy2pe6GwR5ktWVLsk5w/viewform?usp=sf_link

Fuente: *Elaboración propia, 2022*

7.4.2. Brindar una vivencia superior

Tabla 169

Servicio superior cliente 1 (usuarios)

Atención al cliente	Se ha determinado que con la venta realizada se ha logrado identificar la satisfacción del usuario con nuestra atención brindada. Ello debido a que recibió una respuesta rápida a sus requerimientos e información detallada de los servicios a ofrecer.
Accesibilidad	Al usuario le pareció sencillo y rápido el registro al aplicativo. Asimismo, le pareció buena la disponibilidad de la aplicación en las plataformas de Google Play y App Store. Respecto al costo del servicio que realizó el especialista, el usuario consideró adecuado, ya que la aplicación facilita y ahorra tiempo en la búsqueda de especialista.
Información	El usuario contó con información detallada del uso, beneficios y variedad de servicios que brinda la aplicación. Asimismo, la información se encuentra al alcance de todos los clientes en nuestras plataformas virtuales.
Marketing	Gracias a los anuncios publicados pudimos obtener mayor alcance de clientes interesados en los servicios de On-Task, en dónde se mencionó el descuento del 10% por primer servicio, se brindó información concreta del

uso, y otros beneficios que ofrece la app. Lo cual atrajo al usuario y nos ayudó a poder concretar la venta del servicio.

Diseño Al usuario le pareció que la aplicación cuenta con una interfaz amigable e intuitiva. Los anuncios llamativos con un diseño minimalista y que identifica con la marca.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 170

Servicio superior cliente 2 (especialista)

Atención al cliente Se ha determinado que con la venta realizada se ha logrado identificar la satisfacción del especialista con nuestra atención brindada. Esto, debido a que recibió una respuesta rápida a sus dudas e información sobre la suscripción y beneficios que obtendrá al utilizar el aplicativo.

Accesibilidad Respecto al registro en la aplicación al especialista le pareció algo tedioso, pero necesario para validar la seguridad del servicio.

Asimismo, le pareció buena la disponibilidad de la aplicación en las plataformas de Google Play y App Store.

En cuanto, al costo de la suscripción consideró que es accesible y compensa los beneficios e ingresos que recibiría al usar el aplicativo.

Información El especialista obtuvo información detallada de la funcionalidad y beneficios de la app tanto en los anuncios, posts en redes y en la atención al cliente.

Marketing Gracias a los anuncios publicados pudimos obtener mayor alcance de especialistas interesados en los servicios de On-Task, en dónde se brindó información concreta del uso, beneficio y conectividad con más usuarios. Lo cual atrajo al especialista y pudimos concretar el servicio.

Diseño Al usuario le pareció que la aplicación cuenta con una interfaz amigable e intuitiva. Los anuncios llamativos con un diseño minimalista y que identifica con la marca.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Como ya se ha planteado anteriormente en nuestra propuesta de valor se pretende asegurar que esta se está logrando cumplir. Por ello se ha propuesto implementar una encuesta de satisfacción al cliente para el usuario después de haberse realizado el servicio y para el especialista mensualmente. De esta forma podremos cumplir y anticiparnos a los problemas o requerimientos de los clientes.

7.4.3. Identificación con la marca

- **Posicionamiento**

Tabla 171

Posicionamiento

Declaración del posicionamiento Para los usuarios que requieran de los servicios de electricidad, gasfitería, pintura, carpintería o limpieza, On Task es una App en la cual podrás encontrar al especialista que mejor se acomode a tus

necesidades ya que a diferencia de los competidores cuenta con diversos filtros de búsqueda y permite que el usuario se contacte con el especialista o que sean los especialistas quienes se contacten con él/ella a través de una publicación.

Estrategia del posicionamiento	Basado en los beneficios
	Con la estrategia de posicionamiento por beneficios se plantea posicionar nuestro servicio en la mente de nuestros clientes, tanto a los usuarios como a los especialistas, destacando los beneficios que se obtiene al usar la aplicación On-Task. Además de cubrir la necesidad de nuestros clientes (usuarios) al adquirir el servicio, ofrecemos beneficios complementarios que nos permiten estar en la mente de nuestro público objetivo. En cuanto al cliente 1, se ofrece acceso gratuito a la aplicación, descuentos por primer servicio, atención al cliente 24/7, entre otros. Respecto a los especialistas, le ofrecemos una suscripción a precios más bajos que la competencia, bonificaciones, acceso a una cartera de clientes más amplia y más.

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Naming**

El nombre de nuestro proyecto es On Task, este nombre fue escogido porque queríamos que las personas se identifiquen con nuestra aplicación de manera rápida y fácil de recordar. Por ello, se pensó en la palabra "On Task", que en inglés significa "en tarea" lo cual hace que los consumidores relacionen al escuchar el nombre con actividades o tareas que se encuentran en proceso.

- **Logo**

Respecto al logo de On Task, este contiene una casa dentro de la letra "O", lo cual ayudará al consumidor relacionar esta imagen con su hogar, su zona segura. Por otro lado, la letra "T" posee una herramienta dentro de ella, lo cual transmite a primera vista lo que buscamos ofrecer con nuestros servicios integrales para el hogar que son la limpieza, la gasfitería, electricidad, entre otros. Esto nos permitirá identificar la identidad de la marca de manera inmediata.

- **Color**

Con respecto a la paleta de color, utilizamos el color azul porque refleja seguridad, independencia y confianza, transmitiendo así al usuario protección y estabilidad que se relaciona con el sentimiento de estar dentro de nuestro hogar. Mientras que el color rojo transmite poder y fuerza por lo que lo relacionamos con el trabajo. Es por ello que está ligado a los especialistas, que demuestran constantemente su energía, esfuerzo y empeño en cada uno de sus servicios brindados.

7.4.4. Desarrollo de comunidades

- **Online Engagement**

En On-Task, contamos con un "Foro" en la aplicación, en dónde los clientes pueden compartir sus experiencias a través de comentarios y fotos, conocimientos, dudas y apreciaciones con otros clientes que forman parte de la comunidad de On-Task. En cuanto, la comunidad que va dirigida a los usuarios, esta les permite socializar e interactuar con otros usuarios, ayudarse entre sí y recomendar el servicio o a los especialistas. Ello contribuye a la mejora del servicio, ya que contamos con la percepción del usuario respecto al funcionamiento de la aplicación y los servicios brindados por los

especialistas. Respecto a los especialistas, en el foro, ellos podrán comprar su conocimiento, experiencias de los servicios realizados en el aplicativo, recomendaciones de clientes. De esta forma, sentirán que los otros especialistas son sus colegas de trabajo, formando así un sentido de pertenencia hacia On-Task. Cabe añadir que respecto a los usuarios, con la finalidad de que estos cuenten con un sentido de pertenencia, ofrecemos artículos informativos acerca de servicios básicos del hogar tales como artículos de limpieza. Estos son ofrecidos de manera gratuita y se actualizan cada mes a fin de que el usuario mantenga el interés en nuestra aplicación. Asimismo, para nuestros especialistas contamos con artículos informativos sobre las diversas áreas de trabajo (limpieza, gasfitería, electricidad) que los ayudará a aprender o complementar sus conocimientos.

7.4.5. Evaluar estrategia

Para poder medir la salud financiera de la empresa se realiza el cálculo del costo de adquisición de clientes, con esto se puede obtener cuanto es lo que nos está costando captar a nuestros clientes y permite evaluar si las estrategias planteadas para ello están funcionando adecuadamente o no.

7.4.5.1. Costo de adquisicion (Usuarios)

El costo de adquisición que On Task posee por cada cliente es de S/.0.76, aportando S/. 120 en gastos de publicidad mensual, logrando captar a 158 de potenciales clientes, a través de anuncios y publicaciones en la página de instagram. Es por ello, que se puede decir que, las estrategias planteadas son adecuadas, ya que los costos de adquisición no son muy elevados

7.4.5.2. Costo de adquisicion (Especialistas)

Realizando la medición para saber el costo de adquisición de los especialistas se ha podido obtener que para captar a un especialista, este tendría un costo de S/.1.6 para On Task. Calculado con un gasto de S/. 120 en marketing y ventas, y obteniendo 75 nuevos clientes interesados al mes. Con ello, podemos ver que el costo de adquisición es bajo y no implica riesgo para la empresa.

Tabla 172

Costo de adquisición de clientes Especialistas y usuarios

Categoría	Especialista Usuario	
Gastos de Venta y Marketing	120	120
Nuevo cliente	75	158
Costo de Adquisicion de cliente	1,6	0,76

Fuente: Elaboración propia, 2022

8. PLAN FINANCIERO

8.1. Pronóstico de Ventas (Ingresos)

Para el pronóstico de ventas se ha tomado como referencia las interacciones obtenidas en Experimento 3 del Concierge. Es decir, se asumirá como venta (suscripción mensual de S/27) cada interacción. Del mismo modo, se consideran los 8 días del experimento como una semana.

Tabla 173*Resultados Interacciones Experimento 3 (Segunda parte) Concierge*

Producto	Primera parte				Segunda parte (+4 días)				Total	Crecimiento
	Día	Día	Día	Día	Día	Día	Día	Día		
	1	2	3	4	5	6	7	8		
Anuncio 1 (Especialitas)	0	1	2	1	1	2	4	4	15	25%
Anuncio 2 (Usuarios)	1	0	1	2	4	3	2	1	14	12%
Total	1	1	3	3	5	5	6	5	29	45%

*Fuente: Elaboración propia, 2022***8.1.1. Mensual**

Para el pronóstico mensual, si una semana consta de 15 ventas (interacciones) se asumirá que durante un mes se obtendrá 60 ventas (interacciones). Esto se tomará como base para el Mes 1. Luego, para el crecimiento mensual se tomará como tasa de crecimiento promedio 25%.

Tabla 174*Pronóstico de Ventas Unidades del año 1*

Servicio	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Membresía	60	75	94	117	146	183	229	286	358	447	559	698
Mensual												

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 175

Pronóstico de Ventas Precio del año 1

Servicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Membresía	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
Mensual												

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 176

Pronóstico de Ventas Soles del año 1

Servicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Membresía	1,620	2,025	2,531	3,164	3,955	4,944	6,180	7,725	9,656	12,070	15,087	18,859
Mensual												

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.1.2. Anual

Según Gestión (2021), Duilio Botetano, gerente de Atentus Perú, mencionó que debido a la pandemia el uso de aplicativos móviles de servicio a domicilio incrementó más del 100%. Esto ha significado una nueva tendencia. Por tanto, se espera que para los siguientes años el incremento de su demanda sea entre el

30% y 50%. Por tanto, al ser On Task un aplicativo de servicio a domicilio y se considerará tasas de crecimientos entre dicho rango.

Tabla 177

Pronóstico de Ventas Soles Anuales

Pronóstico de Ventas - En soles					
Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Membresía Mensual	87,816	118,552	165,973	240,661	360,991

Incremento anual por operación				
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
35%	40%	45%	50%	

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 178

El IGV de Ventas Soles Anuales

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV por Membresía Mensual	15,807	21,339	29,875	43,319	64,978

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.2. Presupuesto de Producción

8.2.1. Mensual

Mantenimiento de la computadora:

Según Ayuda a domicilio (2022), el mantenimiento del Software de una Laptop cuesta alrededor de S/.90, esto consta de desinstalación de programas que hace más lenta la carga, eliminación de Malwares (virus, gusanos, troyanos, etc),

actualización de Sistema operativo, actualización de Bios entre otros. Por lo que al poseer 2 laptops Macbooks Air Apple, el mantenimiento, no costará 180 soles cada año.

Servicios Básicos:

Según Enel (2022), servicio básico de luz, señala que si el uso es mínimo de la luz se deberá pagar S/.120. Asimismo, acorde Sedapal (2022), servicio básico de agua, indica que el uso mínimo del agua es S/.80 debido al alcantarillado. Por ello, se pagarán S/.200 mensuales por los servicios básicos.

Internet y Telefonía (Movistar):

Se incorporará un plan Dúo (Internet y Telefonía) de 150 Mbps con instalación gratuita, Módem Smart WiFi, llamadas ilimitadas a Fijos Movistar más 100 minutos a otros operadores y 200 Mbps de velocidad los 3 primeros meses lo cual tiene un precio de S/.150.90 mensuales con Movistar.

Tabla 179

Costo de Producción Mensual

Descripción	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Mantenimiento de Macbooks Air - Apple	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios Básicos	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Actualización de la app	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Internet y Telefonía (Movistar)	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151
Total	531	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 180

Costo de Producción Con IGV Mensual

	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Presupuesto de Producción con IGV	531	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351
IGV	81	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Total Presupuesto Producción sin IGV	450	297	297	297	297	297	297	297	297	297	297	297

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.2.2. Anual

Actualización de la App:

Acorde Tangram Consulting (2022), señala que el gasto de mantenimiento de una aplicación varía entre un 15% y un 20% de su costo inicial, ya que las aplicaciones están sometidas a numerosas actualizaciones, mejoras y correcciones a lo largo de su vida. Por lo que, en el proyecto se empleará el 15%, debido a que el costo del aplicativo supera los 20,000 soles. Además, se desarrollará una actualización de la App en el año 4 para añadir nuevas

tendencias, ya que en el Estado de Resultados Integrales las ventas tienen un aumento significativo con respecto a los años anteriores.

Tabla 181

Costo de Producción Anual

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de Macbooks Air - Apple	180	180	180	180	180
Servicios Básicos	2,400	2,436	2,473	2,510	2,547
Actualización de la app	0	0	0	3,075	0
Internet y Telefonía (Movistar)	1,812	1,812	1,812	1,812	1,812
Total	4,392	4,428	4,465	7,577	4,539

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 182

Costo de Producción Con IGV Anual

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto de Producción con IGV	4,392	4,428	4,465	7,577	4,539
IGV	670	675	681	1,156	692
Total Presupuesto Producción sin IGV	3,722	3,753	3,784	6,421	3,847

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.3. Inversión

8.3.1. Activos Fijos

8.3.1.1. Activos Tangibles:

- **Escritorios:**

Se comprará un Escritorio Pepe 100x58x75 Blanco, el cual cuesta S/.200 en Sodimac. Dicho ítem será destinado para gestionar operaciones dentro de la empresa On Task.

- **Macbooks Air Apple:**

Según Ripley (2022), indica que la Macbook Air 13.3" Apple equipada con el Chip M1 cuesta S/.4,500. Dicho ítem podrá administrar los servicios realizados entre los especialistas y clientes, crear anuncios digitales y entre otros.

Tabla 183

Detalle de Activos Tangibles

Descripción	Cantidad	Valor	Subtotal	IGV	Precio
Escritorios	2	169	339	61	400
Macbooks Air - Apple	2	3,814	7,627	1,373	9,000
Total			7,966	1,434	9,400

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Depreciación:**

Según Gerencie.com (2022), señala que la depreciación de escritorios y laptops es de 10% y 20% respectivamente. Por ello, se determina que su vida útil es de 10 y 5 años para los escritorios y laptops correspondientemente.

Tabla 184*Depreciación de Activos Tangibles*

Descripción	Subtotal Depreciación		Vida	Depreciación	Depreciación
			Útil	Anual	Mensual
Escritorios	339	10%	10	34	3
Macbooks Air - Apple	7,627	20%	5	1,525	127
Total	7,966			1,559	130

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.3.1.2. Activos Intangibles

- **Aplicativo Móvil:**

Respecto al costo del desarrollo del aplicativo móvil se ha tomado como referencia el monto de S/.20,500 acorde al entrevistado Flavio Savedra (Ingeniero de Software), el cual fue entrevistado al inicio de la investigación.

- **Registro IOs y Android:**

Según GoodBarber (2022), menciona que Google Play es la plataforma principal para distribuir una aplicación de Android, ya que la cuota de inscripción es un pago único de \$25. Mientras que el proceso de enviar una aplicación a la App Store es un poco complejo y requiere una preparación completa. Por ello, su cuota de inscripción es de \$99 cada año. Además, acorde a Jet Perú (2022), menciona que el tipo de cambio de venta del dólar es de 3.75.

- **Software de Seguridad:**

Según Azure (2022), indica que el Microsoft Defender para App Service cuesta \$14.60 mensuales. Dicho monto será multiplicado por el tipo de cambio de dólar dando como resultado final \$175.20 al año. De esta manera, el sistema de seguridad Microsoft Defender protege los recursos tanto de Azure como locales o de otras nubes con sus capacidades de seguridad mejorada. El monto expresado en moneda peruana es de S/. 657.

Tabla 185

Detalle de Activos Intangibles

Descripción	Cantidad	Valor	Subtotal	IGV	Precio
Aplicativo Móvil	1	17,373	17,373	3,127	20,500
Registro en iOS	1	315	315	57	371
Registro en Android	1	79	79	14	94
Software de Seguridad	1	557	557	100	657
Gastos Pre - Operativos					
Total			18,324	3,298	21,622
Total Activos Fijos			26,290	4,732	31,022

Fuente: Elaboración propia, 2022

- **Amortización:**

Según Gerencie.com (2022), señala que la amortización de software es de 10%. Por ello, se determina que su vida útil es 10 años para los softwares que se usarán.

Tabla 186*Amortización de Activos Intangibles*

Descripción	Subtotal Amortización	%	Vida	Amortización	Amortización
			Útil	Anual	Mensual
Aplicativo Móvil	17,373	10%	10	1,737	145
Registro en iOS	315	10%	10	31	3
Registro en Android	79	10%	10	8	1
Software de Seguridad	557	10%	10	56	5
Gastos Pre - Operativos				152	13
Total	18,324			1,985	165
Total Activos Fijos	26,290			3,544	295

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.3.1.3. Gastos Pre-Operativos

- **Constitución de la empresa:**

Según Formaliza-t Perú (2022), señala que las empresas que constan de un capital total entre S/.25.001 y S/.50,000 tienen un precio de constitución de 840 soles. Por tanto, se asume dicho precio ya que nuestro capital social es de 41,851 soles. Dicho monto se halla mediante la suma de los activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo.

- **Alquiler de Cloud Service:**

Según Tarifas.Net (2022), indica que Amazon Cloud Drive ofrece un servicio mediante la tienda online Amazon que consiste básicamente

en almacenamiento en la nube, la cual cuesta \$59.88 al año por 1TB de almacenamiento. Es preciso mencionar que se optó por programas como Clouds Services ya que encriptan la información recibida y suele ser más económico que contratar un ingeniero de ciberseguridad.

- **Licencia de Funcionamiento:**

Se investigó que la Licencia de Funcionamiento y Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones (ITSE) en el distrito Lima, tiene un costo de S/.176 y S/.127. Esto se debe a que el negocio tiene una clasificación de bajo riesgo, ya que se plantea mantener un R.U.C. activo y habido, acorde a gob.pe (2022).

- **Gastos de Marketing y Publicidad:**

Respecto a los Gastos de Marketing y Publicidad se ha considerado la suma total del presupuesto de S/64 implementado para realizar el Experimento 2 (Anuncios) y Experimento 3 (Landing Page) del MVP. Asimismo, el presupuesto S/192 invertido en los Experimentos 1, 2 y 3 (Anuncios) del Concierge. Es decir, se considera la suma total de S/256 invertido en la publicidad de los anuncios utilizados para el desarrollo del presente trabajo.

- **INDECOPI**

Acorde gob.pe (2022), se menciona que realizar una cotización para el registro en Indecopi mediante la página web del sitio, donde se consultó si el nombre “On Task” estaba disponible y sí lo está. Por ello, el registro de la marca y el logo, tiene un precio de 534.99 soles.

Tabla 187*Detalle de Gastos Pre-Operativos*

Descripción	Valor	Venta	IGV	Total
Constitución de la empresa	712	128		840
Alquiler de Cloud Service	190	34		225
Licencia de Funcionamiento	257	46		303
Gastos de Marketing y Publicidad en Redes Sociales	217	39		256
INDECOPI	453	82		535
Total	1,829	329		2,159
Amortización de Gastos Pre - Operativos	12*			152

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.4. Planilla de Personal

8.4.1. Detalle de Planilla

Según SUNAT (2022), la empresa On Task estará registrada como microempresa ya que contaremos con menos de 10 trabajadores. Por lo tanto, no contaremos con compensación por tiempo y gratificaciones. Del mismo modo, sólo se contará con el seguro de Essalud y Vacaciones pagadas. Estos dos derechos juntos tienen un 1.1 % y se le aumentará la remuneración del trabajador.

Tabla 188*Cuadro de Descuentos por Régimen*

Escoger régimen laboral			
	Régimen	Microempresa	
Categoría	General	Microempresa	Pequeña
Vacaciones	1.0000	0.5000	0.5000
CTS	0.5000	0.0000	0.2500
Gratificaciones	1.0900	0.0000	0.5450
Essalud	0.0900	0.0900	0.0900

Fuente: Elaboración propia, 2022

Por otro lado, respecto a las remuneraciones, el sueldo promedio mensual de un Administrador es de S/ 2500, mientras que la remuneración promedio mensual del Community Manager, Social Media Manager y Técnico son de S/ 1300 según Computrabajo (2021). Con respecto al Personal de Servicio al Cliente y el Practicante de Contabilidad se aplicará la remuneración mínima vital mensual de S/ 930 para cada uno, lo cual es válido según Infomercado (2021).

Tabla 189*Detalle de Personal Año 1*

Año 1									
	Cantidad	Remuneración Básica por Mes	Subtotal	Nº Trabajadores	Remuneración Básica Mensual	Essalud Mes	Gratificación Anual	CTS Anual	Total Planilla
Administrador	1	2,500	2,500	1	2,500	225	0	0	32,700

Comunnity Manager	1	1,300	1,300	1	1,300	117	0	0	17,004
Personal de Servicio al Cliente	1	930	930	1	930	84	0	0	12,164
Técnico	1	1,300	1,300	1	1,300	117	0	0	17,004
Practicante de Contabilidad	1	930	930	0	0	0	0	0	0
Social Media Manager	1	1,300	1,300	0	0	0	0	0	0
Total			8,260		6,030	543	0	0	78,872

Fuente: Elaboración propia, 2022

Es preciso mencionar que el Administrador, Comunnity Manager, Personal de Servicio al Cliente y Tecnico estarán preentes los próximos 5 años, mientras que el Practicante de Contabilidad y Social Media Manager se contratará a partir del año 4.

Tabla 190

Detalle de Remuneración de Personal Anual

	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Cantidad Personal	Cantidad Personal	Cantidad Personal	Cantidad Personal	Total Planilla	Total Planilla	Total Planilla	Total Planilla
Administrador	1	1	1	1	32,700	32,700	32,700	32,700
Comunnity Manager	1	1	1	1	17,004	17,004	17,004	17,004
Personal de Servicio al Cliente	1	1	1	1	12,164	12,164	12,164	12,164
Técnico	1	1	1	1	17,004	17,004	17,004	17,004
Practicante de Contabilidad	0	0	1	1	0	0	12,164	12,164
Social Media Manager	0	0	1	1	0	0	17,004	17,004
Total					78,872	78,872	108,041	108,041

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.4.2. Planilla Mensual

En la siguiente tabla se muestra el uso de porcentajes de Essalud del cuadro 188 en meses del año 1.

Tabla 191

Planilla Mensual Del Año 1

	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Remuneración	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030	6,030
Básica												
Essalud	543	543	543	543	543	543	543	543	543	543	543	543
CTS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gratificación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573	6,573

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.4.3. Planilla Anual

Finalmente, se observa la utilización de los porcentajes de Essalud y Vacaciones (cuando le corresponda), en la remuneración de los empleados para los cinco años proyectados.

Tabla 192

Planilla Anual

Plantilla de Trabajadores					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Básica	72,360	72,360	72,360	98,317	98,317
Essalud	6,512	6,512	6,512	9,724	9,724

CTS	0	0	0	0	0
Gratificación	0	0	0	0	0
Total	78,872	78,872	78,872	108,041	108,041

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.5. Gastos Administrativos y Ventas

8.5.1. Mensual

- **Publicidad en Redes Sociales:**

Debido a que se cuenta con 2 tipos de clientes se destinará 2 Anuncios para la captación de cada uno. El presupuesto diario destinado por anuncio será de S/4 ya que es este el monto con el que se ha trabajado en los experimentos. Por tanto, en un mes se invertirá la suma total de 240 por red social (Instagram y Facebook).

- **Internet y Telefonía (Movistar):**

Según Movistar Empresas (2022), señala que el plan Dúo (Internet y Telefonía) de 150 Mbps con instalación gratuita, Módem Smart WiFi, llamadas ilimitadas a Fijos Movistar más 100 minutos a otros operadores y 200 Mbps de velocidad los 3 primeros meses tiene un precio de 150.90 soles mensuales.

- **Registro IOs y Android:**

Según GoodBarber (2022), menciona que Google Play es la plataforma principal para distribuir una aplicación de Android, ya que la cuota de inscripción es un pago único de \$25. Mientras que el proceso de enviar una aplicación a la App Store es un poco complejo y requiere una preparación completa. Por ello, su cuota de inscripción es de \$99.

Además, acorde a Jet Perú (2022), menciona que el tipo de cambio de venta del dólar es de 3.75.

- **Servidor en la Nube:**

Según Tarifas.Net (2022), indica que Amazon Cloud Drive ofrece un servicio mediante la tienda online Amazon que consiste básicamente en almacenamiento en la nube, la cual cuesta \$59.88 al año por 1TB de almacenamiento.

Tabla 193

Gastos de Administración y Ventas Mensual Del Año 1

	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
Categoría	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Publicidad en Redes Sociales	407	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203
Internet y Telefonía	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151	151
Registro en iOS & Android	394	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler de Cloud Service	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
Total Gastos afectos a IGV	1,142	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545
IGV	174	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
Total Gastos sin IGV	968	462	462	462	462	462	462	462	462	462	462	462
Total Gastos												
Administrativos y Ventas	968	462	462	462	462	462	462	462	462	462	462	462
sin IGV												

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.5.2. Anual

En el presente cuadro se muestran los gastos administrativos y de ventas que se generan desde el primer año hasta el quinto año.

Tabla 194

Gastos de Administración y Ventas Anual

Gastos de Administración y Ventas					
Categoría	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad en Redes Sociales	2,644	2,644	2,644	2,644	2,644
Internet y Telefonía	1,812	1,812	1,812	1,812	1,812
Registro en iOS & Android	394	315	315	315	315
Alquiler de Cloud Service	2,284	2,284	2,284	2,284	2,284
Total Gastos afectos a IGV	7,134	7,054	7,054	7,054	7,054
IGV	1,088	1,076	1,076	1,076	1,076
Total Gastos sin IGV	6,046	5,978	5,978	5,978	5,978
Total Gastos Administrativos y Ventas sin IGV	6,046	5,978	5,978	5,978	5,978

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.6. Flujo de Caja de Efectivo

8.6.1. Mensual

En el siguiente cuadro se muestra la proyección mensual del Año 1, en donde se encuentran los diversos conceptos financieros que afectan al flujo de caja. Asimismo, se observa que hay pérdida durante los primeros once meses y a partir del mes doce se genera ganancia.

Tabla 195

Flujo de Caja de Efectivo Mensual Del Año 1

	Flujo de caja												
	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas		1,620	2,025	2,531	3,164	3,955	4,944	6,180	7,725	9,656	12,070	15,087	18,859
Costo de producción		-450	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297
Utilidad Bruta		1,170	1,728	2,234	2,867	3,658	4,646	5,882	7,427	9,358	11,772	14,790	18,562
Personal de Administración y Ventas		-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573	-6,573
Gastos Administrativos y Ventas		-968	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462
Depreciación y Amortización de Intangibles		-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295
Utilidad Operativa (EBIT)		-6,666	-5,602	-5,096	-4,463	-3,672	-2,683	-1,447	98	2,029	4,443	7,460	11,232
Impuesto a la Renta													
Depreciación y Amortización de Intangibles		295	295	295	295	295	295	295	295	295	295	295	295
Flujo de Caja Operativo		-6,371	-5,307	-4,801	-4,168	-3,377	-2,388	-1,152	393	2,324	4,738	7,756	11,528
Activo Fijo	-31,022												
Gastos Preoperativos	-1,829												
Capital de Trabajo	-9,000	-2,250	-2,813	-3,516	-4,395	-5,493	-6,866	-8,583	-10,729	-13,411	-16,764	-20,955	49,889
Ingreso por Crédito Fiscal IGV de Activos Fijos		36	228	319	433	575	753	976	1,254	0	0	0	0
Flujo de Caja Libre Disponible (FCLD)	-41,851	-8,584	-7,891	-7,997	-8,129	-8,295	-8,501	-8,759	-9,082	-11,087	-12,026	-13,199	61,416
Prestamo Obtenido	0												
Amortización de la deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés de la Deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Escudo fiscal de Intereses (EFI)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Neto del Inversionista (FCN)	-41,851	-8,584	-7,891	-7,997	-8,129	-8,295	-8,501	-8,759	-9,082	-11,087	-12,026	-13,199	61,416

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.6.2. Anual

En este cuadro se observa que, en el año 0, tenemos un monto negativo, ya que son gastos preoperativos, activos fijos y capital trabajo neto que se requieren previo a la apertura de la app. Además, hemos visto que las ventas aumentan en 35%, 40%, 45% y 50% con respecto al año anterior durante la proyección de 5 años, según Gestión (2021). También, vemos que nuestro flujo de caja del primer año es negativo, esto se debe a que nuestra aplicación recién ha salido al mercado y se está haciendo conocida poco a poco. Asimismo, durante el año 1 se generan ganancias, pero no tantas como para obtener utilidad positiva durante ese año, ya que resultó negativo. Sin embargo, desde el año 2 al año 5 se han generado flujo de caja positivo. Esto generó que nuestra empresa sea rentable, ya que tendremos un VAN positivo.

Tabla 196*Flujo de Caja de Efectivo Anual*

	Flujo de caja					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		87,816	118,552	165,973	240,661	360,991
Costo de producción		-3,722	-3,753	-3,784	-6,421	-3,847
Utilidad Bruta		84,094	114,800	162,190	234,240	357,144
Personal de Administración y Ventas		-78,872	-78,872	-78,872	-108,041	-108,041
Gastos Administrativos y Ventas		-6,046	-5,978	-5,978	-5,978	-5,978
Depreciación y Amortización de Intangibles		-3,544	-3,544	-3,544	-3,544	-3,544
Utilidad Operativa (EBIT)		-4,368	26,405	73,795	116,677	239,581
Impuesto a la Renta			7,789	21,769	34,420	70,677
Depreciación y Amortización de Intangibles		3,544	3,544	3,544	3,544	3,544
Flujo de Caja Operativo		-824	22,160	55,569	85,801	172,449
Activo Fijo	-31,022					
Gastos Preoperativos	-1,829					
Capital de Trabajo	-9,000	-45,885	-4,860	-7,655	-12,332	79,732
Ingreso por Crédito Fiscal IGV de Activos Fijos		4,574	0	0	0	0
Flujo de Caja Libre Disponible (FCLD)	-41,851	-42,135	17,300	47,915	73,469	252,181
Prestamo Obtenido	0					
Amortización de la deuda		0	0	0	0	0
Interés de la Deuda		0	0	0	0	0
Escudo fiscal de Intereses (EFI)		0	0	0	0	0
Flujo de Caja Neto del Inversionista (FCN)	-41,851	-42,135	17,300	47,915	73,469	252,181

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.7. Flujo de IGV

8.7.1. Mensual

En este cuadro se presentan todos los ingresos, egresos, activos y entre otros que son afectados con el 18% del impuesto general a las ventas.

Tabla 197*Flujo del IGV Mensual Del Año 1*

IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas Realizadas		292	365	456	570	712	890	1,112	1,390	1,738	2,173	2,716	3,395
IGV Compras Realizadas	5,061	255	137	137	137	137	137	137	137	137	137	137	137

IGV por Pagar sin Crédito Fiscal Aplicación Crédito Fiscal		36	228	319	433	575	753	976	1,254	1,601	2,036	2,579	3,258
Saldo Crédito Fiscal	5,061	5,025	4,797	4,478	4,045	3,470	2,717	1,741	487	0	0	0	0
Pago IGV		0	0	0	0	0	0	0	0	1,601	2,036	2,579	3,258

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.7.2. Anual

Como se observa el único que ha tenido crédito fiscal durante la proyección es el año 1, porque la empresa On Task estará afiliada al NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) hasta el mes 8, ya que en el mes 9 los ingresos superan el monto de 8,000 soles mensuales. Por ello, según la Norma en la Categoría 2 sólo se abonará 50 soles mensuales. Asimismo, posterior a esta fecha cambiaremos al RER (Régimen de Renta Especial) en donde se empezará a pagar IGV y Renta por 1.5%.

Tabla 198

Flujo del IGV Anual

IGV	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV Ventas Realizadas		15,807	21,339	29,875	43,319	64,978
IGV Compras Realizadas	5,061	1,758	1,752	1,757	2,232	1,769
IGV por Pagar sin Crédito Fiscal		14,049	19,588	28,118	41,087	63,210
Aplicación Crédito Fiscal		4,574	0	0	0	0
Saldo Crédito Fiscal	5,061	0	0	0	0	0
Pago IGV		9,475	19,588	28,118	41,087	63,210

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.8. Indicadores Financieros

8.8.1. Capital de Trabajo Neto

En el presente cuadro se muestra el Capital de Trabajo Inicial, la cual se genera de los 5 accionistas que aportan 1,800 soles generando un total de 9,000 soles. Asimismo, se halló el porcentaje mensual y anual de capital de trabajo adicional, los cuales son 556% y 10% respectivamente.

Tabla 199

Detalle de Capital de Trabajo Neto

Capital de Trabajo Inicial	9,000
Capital de Trabajo Adicional (Capital de Trab. Inicial / Ventas mes 1)	556%
Capital de Trabajo Adicional (Capital de Trab. Inicial / Año 1)	10%

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.8.2. Tasa Interna de Retorno

Los cálculos realizados muestran una TIR (Tasa Interna de Retorno) 49.80%, el cual es mayor a nuestro COK de 30.41%. Esto demuestra que nuestro proyecto es rentable.

Tabla 200

Detalle de Tasa Interna de Retorno

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto del Inversionista	-S/ 41,851	-S/ 42,135	S/ 17,300	S/ 47,915	S/ 73,469	S/ 252,181

TIR FCNI	49.80%
-----------------	---------------

Fuente: Elaboración propia (2022)

8.8.3. Valor Actual Neto

Con un Valor Actual Neto de 49,887 soles se demuestra que la aplicación On-Task es una empresa en donde se puede invertir.

Tabla 201

Detalle de Valor Actual Neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto del Inversionista	-S/ 41,851	-S/ 32,455	S/ 24,123	S/ 54,739	S/ 100,857	S/ 279,569

VAN Flujo de Caja Neto del Inversionista	S/ 49,887
---	------------------

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.8.4. COK

Según Damoradan (2021), nos brinda porcentajes y el monto a aplicar al giro del negocio, el cual es una aplicación de refacciones del hogar para poder hallar nuestro costo de oportunidad, como se muestra en el siguiente cálculo

Tabla 202

Cálculo del COK

Costo Capital Propio (COK)	
Tasa libre de Riesgo (Rf)	6.28%
Beta Desapalancamiento (β)	0.91
Rentabilidad Mercado (Rm)	16.98%
Prima Riesgo de Mercado (Rm-Rf)	10.70%
Riesgo País (Op)	14.39%

Total Costo Capital Propio (COK)

30.41%

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.8.5. WACC

Tenemos un total de inversión de 41,851 soles, la cual solo será financiada por los accionistas. Por ello, se tomará el mismo porcentaje del costo de oportunidad, ya que no tenemos financiamiento de terceros. Además, se muestra el cuadro de aportaciones de capital, en donde se muestra un mayor porcentaje de aportación por parte de los integrantes de nuestro grupo.

Tabla 203

Cálculo del WACC

Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)				
	Participación S/.	Participación %	Costo %	WACC
Financiamiento Terceros	0	0%	0%	0%
Financiamiento Accionistas	41,851	100.00%	30.41%	30.41%
Inversión Total	41,851	100.00%		30.41%
<hr/>				
Total Costo Promedio Ponderado del				
Capital (WACC)	30.41%			

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 204*Aporte de Capital*

	Número de Accionistas	Monto	% Acciones
Aporte Grupal		33,181	78.66%
Accionista 1		1,800	4.27%
Accionista 2		1,800	4.27%
Accionista 3		1,800	4.27%
Accionista 4		1,800	4.27%
Accionista 5		1,800	4.27%
Total		42,181	100.00%

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.8.6. Punto de Equilibrio

Para obtener el Punto de Equilibrio se recolectó la información de costos fijos, costos variables e ingresos, para así poder calcularlo y obtener dichos porcentajes anualmente.

Tabla 205*Punto de Equilibrio En Soles*

	Punto de Equilibrio				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	4,392	4,428	4,465	7,577	4,539
Costos Variables	84,918	84,851	84,851	114,019	114,019
Ingresos	87,816	118,552	165,973	240,661	360,991
Punto de Equilibrio Soles	151.53%	13.14%	5.50%	5.98%	1.84%

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.9. Estado de Resultados

8.9.1. Mensual

En el siguiente cuadro se muestran los egresos e ingresos durante los meses del primer año. Esto permite observar qué efecto se ha generado durante los primeros meses y como los accionistas de la empresa han recibido la aplicación financieramente.

Tabla 206

Estado de Resultado Mensual Del Año 1

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	1,620	2,025	2,531	3,164	3,955	4,944	6,180	7,725	9,656	12,070	15,087	18,859
Costo de producción	-450	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297	-297
Utilidad Bruta	1,170	1,728	2,234	2,867	3,658	4,646	5,882	7,427	9,358	11,772	14,790	18,562
Personal de Administración y Ventas	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766	-5,766
Gastos Administrativos y Ventas	-968	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462	-462
Depreciación y Amortización de Intangible	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295	-295
Utilidad Operativa	-5,859	-4,796	-4,289	-3,656	-2,865	-1,877	-641	904	2,835	5,249	8,267	12,039
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes del Impuesto	-5,859	-4,796	-4,289	-3,656	-2,865	-1,877	-641	904	2,835	5,249	8,267	12,039
Impuesto a la Renta												
Utilidad Neta	-5,859	-4,796	-4,289	-3,656	-2,865	-1,877	-641	904	2,835	5,249	8,267	12,039

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.9.2. Anual

En este cuadro se ha analizado el Estado de Resultados Integrales anualmente, donde se observa que hemos tenido una Utilidad negativa en el primer año. Mientras que la Utilidad positiva fue a partir del año 2 hasta el año 5, es decir que tendremos beneficios económicos futuros.

Tabla 207*Estado de Resultado Anual*

Estado de Resultados Integrales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	87,816	118,552	165,973	240,661	360,991
Costo de producción	-3,722	-3,753	-3,784	-6,421	-3,847
Utilidad Bruta	84,094	114,800	162,190	234,240	357,144
Personal de Administración y Ventas	-78,872	-78,872	-78,872	-108,041	-108,041
Gastos Administrativos y Ventas	-6,046	-5,978	-5,978	-5,978	-5,978
Depreciación y Amortización de Intangibles	-3,544	-3,544	-3,544	-3,544	-3,544
Utilidad Operativa	-4,368	26,405	73,795	116,677	239,581
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
Utilidad Antes del Impuesto	-4,368	26,405	73,795	116,677	239,581
Impuesto a la Renta	0	-396	-1,107	-1,750	-3,594
Utilidad Neta	-4,368	26,009	72,688	114,927	235,988

*Fuente: Elaboración propia, 2022***8.10. Financiamiento**

El Financiamiento que se utilizará para On-Task será 100% de inversión de los 5 integrantes que conforman el equipo de proyecto, ya que no podremos financiar con ningún banco porque somos una empresa nueva y no tenemos un historial crediticio. El aporte de capital de cada integrante está conformado por S/ 1800 en efectivo, el cual tiene un monto total de S/9000. Se muestra con mayor detalle en el siguiente cuadro.

Tabla 208

Capital de Trabajo Inicial

Número de Accionistas	Monto
Accionista 1	1,800
Accionista 2	1,800
Accionista 3	1,800
Accionista 4	1,800
Accionista 5	1,800
Total Capital de Trabajo Inicial	9,000

Fuente: Elaboración propia, 2022

Por lo tanto, tendremos apoyo de personas que nos brinden dinero, contactos, conocimientos para la empresa; estos son los Inversionistas Ángel, el cual quieren invertir en el proyecto y nos puedan ayudar a cumplir las metas en menos tiempo. Esto se debe a que nuestro proyecto de On-Task es viable con un VAN de 100,936 soles, TIR de 51.19% y un COK de 30.41%. Además, a los Inversionistas Ángel que decidan apoyarnos le ofreceremos 15% de nuestras acciones más un viaje Tropical todo pagado, con la condición que tengan un aporte de 32,521 soles.

9. Conclusiones y Recomendaciones

- Respecto a las entrevistas que se realizaron para validar la idea de negocio se puede concluir que la gran mayoría de usuarios consideran que On-Task y una aplicación

novedosa y necesaria. Esto debido a que consideran no contar con suficiente información y confianza de empresas que brinden servicios afines en el mercado.

- Asimismo, se logró destacar la importancia del aplicativo móvil y redes sociales como canales fundamentales para tener una mejor llegada al público objetivo.
- Se concluye que gracias a la estrategia de promoción y fidelización a través de la red social de Instagram se logró obtener de manera satisfactoria las intenciones de compra de los potenciales clientes.
- Se puede concluir que el proyecto es viable con un Valor Actual Neto de S/.100,936. Asimismo, se proyectan ganancias desde el primer año de funcionamiento del aplicativo On-Task.
- Se recomienda innovar constantemente las estrategias publicitarias en las redes sociales, específicamente en Instagram, ya que es el medio dónde obtuvimos mayor interacción, debido a que esta red nos permitirá medir y captar a nuestros potenciales clientes para posteriormente llegar a una fidelización satisfactoria y duradera en el tiempo.

10. BIBLIOGRAFÍA

Apeim (La Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados). (2020). *Niveles Socioeconómicos 2020*. Lima: Sunedu. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

Arellano.(2019). Los seis Estilos de Vida. *Arellano*. Recuperado de <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/> [Consulta: 20 de febrero de 2022].

Ayuda a Domicilio (s.f). *Servicio técnico de computadoras en Lima*. Ayuda a Domicilio. Recuperado de: <https://www.ayudaadomicilio.pe/precios-de-servicio-tecnico-de-computadoras/> [Consulta: 13 de febrero de 2022].

Azure (2022) *Precios de Security Center*. Microsoft Azure. Recuperado de: <https://azure.microsoft.com/es-es/pricing/details/defender-for-cloud/> [Consulta: 15 de febrero de 2022].

Christian, A. (2019) *Tarifas de Amazon Drive 2022*. Tarifas.net. Recuperado de: <https://tarifas.net/tarifas-de-amazon-drive-2019/> [Consulta: 20 de febrero de 2022].

Computrabajo (2022). *Salario de Administrador en Perú*. Recuperado de: <https://www.computrabajo.com.pe/salarios/administrador> [Consulta: 11 de febrero de 2022].

El Comercio.(2022). Sueldo mínimo en Chile: cuál es el nuevo monto y desde cuándo se pagará. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/respuestas/sueldo-minimo-en-chile-de-cuanto-sera-el-nuevo-monto-y-cuando-entra-en-vigencia-ministerio-de-hacienda-ministerio->

[del-trabajo-y-prevision-social-ingreso-minimo-mensual-2022-revtli-noticia/#:~:text=Cabe%20se%20alar%20que%20el%20nuevo,el%20pr%20ximo%20cobro%20del%20trabajador](#) [Consulta: 18 de febrero de 2022].

Enel (2018) *Entregamos mucho más que energía*. Enel. Recuperado de: <https://www.enel.pe/es/empresas.html> [Consulta: 13 de febrero de 2022].

Formaliza-tperu. (2022) *Constituye tu negocio*. Formaliza-tperu. Recuperado de: <https://www.formaliza-tperu.org/constitucionenlinea/> [Consulta: 13 de febrero de 2022].

Gestión. (2022). *Se elevará hasta 50% el número de apps web para el e-commerce*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/en-2022-se-elevaria-hasta-en-50-numero-de-apps-y-paginas-web-para-el-e-commerce-noticia/#:~:text=El%20crecimiento%20del%20comercio%20electr%C3%B3nico,de%20plata formas%20y%20aplicaciones%20digitales>. [Consulta: 17 de febrero de 2022].

Gerencie (2019). *Activos intangibles*. Gerencie. Recuperado de: https://www.gerencie.com/activos-intangibles.html#Activos_intangibles_NIIFdecreto_2649 [Consulta: 14 de febrero de 2022].

Gerencie (2019). *Vida útil de los activos fijos o depreciables*. Gerencie. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/vida-util-de-los-activos-fijos.html> [Consulta: 15 de febrero de 2022]

Gob.pe. (2021) *Registrar una marca*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio> [Consulta: 14 de febrero de 2022].

Gob.pe. (2021) *Obtener Licencia de Funcionamiento en el distrito de La Victoria - Lima*
Recuperado de: <https://www.gob.pe/7482-obtener-licencia-de-funcionamiento-en-el-distrito-de-la-victoria-lima> [Consulta: 20 de febrero de 2022].

Jet Perú. (2018) *Nosotros*. Jet Perú. Recuperado de: <https://www.jetperu.com.pe/> [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Latorre, G.(2018). Encuestas NPS: nuestra experiencia, errores comunes y por qué hemos decidido dejar de usarlas. *Cuentica*. Recuperado de <https://cuentica.com/blog/encuestas-nps-experiencia-errores-comunes-y-por-que-hemos-dejado-de-usarlas/> [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Morete, J. (2022). *Salario mínimo 2022: ¿después de cuántos años se incrementaría el sueldo en Perú?*. Infomercado. Recuperado: <https://infomercado.pe/salario-minimo-2022-despues-de-cuantos-anos-se-incrementaria-el-sueldo-en-peru/#:~:text=Sueldo%20m%C3%ADnimo%202022%20Per%C3%BA%3A%20%C2%BFa,exviceministro%20de%20Empleo%20Fernando%20Cuadros>. [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Quiroa, M. (2021). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-conductual.html> [Consulta: 8 de febrero de 2022].

Ripley (s.f) *Inicio*. Ripley. Recuperado de: <https://simple.ripley.com.pe/> [Consulta: 18 de febrero de 2022].

Russo, A. *CAC: Qué es el Costo de Adquisición del Cliente, cómo calcularlo y reducirlo*. Recuperado de: [https://www.rdstation.com/es/blog/costo-de-adquisicion-del-cliente/#:~:text=El%20costo%20de%20adquisici%C3%B3n%20del%20cliente%20\(CAC\)%20es%20el%20resultado,Indicaciones%20y%20networking](https://www.rdstation.com/es/blog/costo-de-adquisicion-del-cliente/#:~:text=El%20costo%20de%20adquisici%C3%B3n%20del%20cliente%20(CAC)%20es%20el%20resultado,Indicaciones%20y%20networking). [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Sedapal. (2020), *Inicio*. Sedapal. Recuperado de: <https://www.sedapal.com.pe/> [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Movistar.(s.f) *Productos digitales*. Movistar. Recuperado de: <https://movistarempresas.pe/negocios-duo> [Consulta: 20 de febrero de 2022].


Sunat (s.f) *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html> [Consulta: 19 de febrero de 2022].

Tangram Consulting. (2020) *Cuánto cuesta mantener una aplicación móvil*. Tangram Consulting. Recuperado de: <https://tangramconsulting.es/noticias/cuanto-cuesta-mantener-una-app> [Consulta: 16 de febrero de 2022].

11. ANEXOS

Figura 82


Buyer Person del cliente 1 (Usuario)

 <p>Francisco Perez</p>		<p>PERSONALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajador. • Digital. • Sin experiencia en refacciones del hogar. • Práctico. • Perseverante. 	<p>PUESTO DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajador Dependiente. • Trabajador Independiente.
<p>EDAD 29 años</p>	<p>HOBBIES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades del hogar. • Atento a sus actividades del trabajo o universidad. • Le gusta invertir en reparaciones para su hogar. • Le interesa la aprender. 		
<p>LOCALIDAD Lima Metropolitana</p>	<p>METAS Y OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir un técnico de confianza para las refacciones del hogar. • Tener diversas herramientas para reparar cosas básicas de la casa. 		
<p>NIVEL DE ESTUDIO Educación Superior</p>	<p>HERRAMIENTAS QUE USA EN EL TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones de videoconferencia como Microsoft Teams, Google Meet, Skype, etc. • Outlook. • Google Drive. • Microsoft Excel. 		
<p>NIVEL SOCIOECONOMICO A y B</p>	<p>RETOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprender actividades del hogar. • Poner en práctica los videos instructivos visualizados en YouTube. • Tener un especialista de confianza . • Mantener su casa en buen estado. • No lastimarse cuando realiza una refacción en casa. 		
<p>REDES SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • WhatsApp 	<p>PAIN POINTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • No conseguir especialistas. • No tener herramientas en casa como tornillos, martillo, etc. • Posibles elevados costos de los especialistas. • Que el técnico nunca lleguen a la cita u hora pactada. • Miedo a ser contagiados. 		

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Figura 83

Figura 37. Buyer Person del cliente 2 (Especialista)

 <p>Lucas Sánchez</p>		<p>PERSONALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajador. • Digital. • Experto en refacciones del hogar. • Desempeñoso. • Perseverante. 	<p>PUESTO DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajador Dependiente. • Trabajador Independiente.
<p>EDAD 34 años</p>	<p>HOBBIES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar refacciones del hogar con alta experiencia. • Realizar un trabajo seguro, duradero y en corto tiempo. • Especialista en electricidad y gasfitería. • Excelente comunicación y respeto con el cliente. • Publica sus anuncios en las redes sociales. 		
<p>LOCALIDAD Lima Metropolitana</p>	<p>METAS Y OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demostrar su calidad de trabajo para tener mayor cartera de clientes • Realizar un buen trabajo en el hogar del cliente con un precio razonable. 		
<p>NIVEL DE ESTUDIO Técnico Superior</p>	<p>HERRAMIENTAS QUE USA EN EL TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, LinkedIn). • Extensiones Eléctricas • La cinta aislante. • Martillo, tuercas, clavos y entre otras. 		
<p>NIVEL SOCIOECONOMICO A y B</p>	<p>RETOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualizar constantemente su información personal en las paginas web. • Dirigirse a lugares demasiado lejos o perderse en el camino. • Tener un cliente fidelizado con su servicio . • Dejar el problema arreglado y en buen estado. 		
<p>REDES SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • WhatsApp • LinkedIn 	<p>PAIN POINTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • No conseguir clientes. • Que los clientes paguen menos de lo acordado • Que el cliente cancele su servicio cuando esta en su domicilio. • Miedo a ser contagiados. 		

Fuente. Elaboración Propia, 2022

Link del aplicativo con las mejoras aplicadas:

<https://marvelapp.com/prototype/ca5j8d8/screen/79886327>