

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



DESARROLLO DE IDEA DE NEGOCIO “TECNIHOGAR”

PROGRAMA AVANZADO PARA LA FORMACION EMPRESARIAL

ANA BEATRIZ LOZANO MEJÍA
LAURA DANIELA MONTAÑA ZARTA
SARA JUDITH MORENO PATERNOSTRO

BOGOTÁ D.C

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



DESARROLLO DE IDEA DE NEGOCIO “TECNIHOGAR”

PROGRAMA AVANZADO PARA LA FORMACION EMPRESARIAL

ANA BEATRIZ LOZANO MEJÍA
LAURA DANIELA MONTAÑA ZARTA
SARA JUDITH MORENO PATERNOSTRO

ANDRES DANIEL ROJAS

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

2016

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Justificación	3
1.3 Objetivos	4
2. METODOLOGÍA	5
3. PROCESO DE FILTRADO DE IDEAS	5
3.1. Explicación de las alternativas.....	5
3.1.1. Explicación aplicación Planea tu rumba.....	5
3.1.2. Explicación aplicación de servicios de reparación para el hogar.....	8
3.1.3. Explicación aplicación Wedding Planner.....	11
3.2. Elección de la alternativa.....	14
3.2.1. Posicionamiento estratégico de la aplicación al lanzar.....	15
3.2.2. Definición de la ventaja a desarrollar.....	16
3.3. Análisis de las fuerzas de Porter	17
3.3.1. Amenazas de nuevos entrantes o jugadores.....	17
3.3.2. Poder de negociación de los compradores.....	18
3.3.3. Amenaza de servicios sustitutos.....	19
3.3.4. Poder de negociación de los proveedores.....	20
3.3.5. Determinantes de rivalidad en la industria.....	21
3.3.6. Conclusión general de fuerzas de Porter.....	22
3.4. Análisis del impacto de la meta-mercado	22
3.4.1. Político.....	22
3.4.2. Económico.....	23
3.4.3. Social.....	23
3.4.4. Tecnológico.....	24
3.4.5. Ambiental.....	24
4. PRUEBA DE CONCEPTO	25
4.1. Método de investigación.....	25

4.2.	Objetivos.....	25
4.3.	Prueba de concepto para usuarios.....	26
4.3.1.	Modelo de Encuesta.....	26
4.3.2.	Tabulación y análisis de resultados.....	31
4.3.3.	Conclusiones.....	48
4.4.	Prueba de conceto para proveedores.....	49
4.4.1.	Modelo de Encuesta.....	49
4.4.2.	Tabulación y Hallazgos.....	51
4.5.	Conclusiones.....	56
5.	CANVAS PARA GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO.....	58
5.1.	Segmentos de mercado.....	58
5.2.	Propuesta de valor.....	59
5.3.	Canales de comercialización.....	61
5.4.	Relaciones con los clientes.....	64
5.5.	Fuentes de ingresos.....	67
5.6.	Recursos clave.....	68
5.7.	Actividades clave.....	68
5.8.	Asociaciones clave.....	70
5.9.	Estructura de costos.....	71
6.	MODELO FINANCIERO.....	71
6.1.	Ingresos.....	72
6.2.	Costos.....	76
6.3.	Estado de pérdidas y ganancias.....	79
6.3.1.	Supuestos.....	80
6.4.	Propuesta para el inversionista.....	83
7.	OPORTUNIDADES A FUTURO.....	84
8.	CONCLUSIONES.....	84
9.	REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Valoración de la alternativa Planea tu rumba	6
Tabla 2 Valoración de la alternativa TecniHogar.....	9
Tabla 3 Valoración de la alternativa Wedding Planner	11
Tabla 4 Matriz para valoración de oportunidades.....	14
Tabla 5 Amenaza de nuevos entrantes.....	17
Tabla 6 Poder de negociación de compradores.....	18
Tabla 7 Amenaza de productos sustitutos.....	19
Tabla 8 Poder de negociación de los proveedores.	20
Tabla 9 Determinantes de rivalidad en la industria	21
Tabla 10 Calificación integral de la industria.	22
Tabla 11. Costos fijos y variables para el funcionamiento de TecniHogar.	71
Tabla 12. Estimación de la demanda	73
Tabla 13. Estimación de la demanda año 1.....	73
Tabla 14. Estimación de la demanda año 2.....	74
Tabla 15. Estimación de la demanda año 3.....	75
Tabla 16. Estimación de la demanda año 4.....	75
Tabla 17. Estimación de la demanda año 5.....	76
Tabla 18. Costos de desarrollo y actualización de aplicación.	76
Tabla 19. Costos de constitucion de TecniHogar.	77
Tabla 20. Gastos en nómina.....	77
Tabla 21. Gastos en publicidad.....	78
Tabla 22. Otros costos.....	78
Tabla 23. Total de costos para lanzamiento de TenciHogar.....	79
Tabla 24. PYG a 5 años y VNA.....	80
Tabla 25. Tabla de amortización.....	83

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Disposición de descarga.....	31
Ilustración 2. Motivos de no descarga de la aplicación.	32
Ilustración 3. Descarga Vs Motivo de descarga.....	33
Ilustración 4. Facilidad de contratar servicios de reparación y asistencia de hogar.	34
Ilustración 5. Edad de los encuestados.	35
Ilustración 6. Disposición de descarga vs edad.	35
Ilustración 7. Género de los encuestados.....	36
Ilustración 8. Disposición de descarga vs género.	36
Ilustración 9. Disposición de descarga vs nivel socioeconómico.	37
Ilustración 10. Persona que contrata servicios del hogar.....	38
Ilustración 11. Personas encuestadas quienes tienen Smartphone.....	39
Ilustración 12. Personas quienes recomendarían la aplicación.	39
Ilustración 13. Aspecto que más llamó la atención de la aplicación.	40
Ilustración 14. Concepto de la aplicación.	40
Ilustración 15. Innovación de la aplicación.	41
Ilustración 16. Servicios complementarios y sustitutos.....	42
Ilustración 17. Uso de los servicios vs medio por donde se contratan estos servicios.	43
Ilustración 18. Funcionalidades de la aplicación.	44
Ilustración 19. Disposición de cambiar de método de búsqueda.	44
Ilustración 20. Formas de pago.....	45
Ilustración 21. Servicios adicionales.....	46
Ilustración 22. Frecuencia de contratación de los servicios.....	46
Ilustración 23. Servicios que más contratan.	47
Ilustración 24. Disposición de trabajar por medio de la aplicación.	52
Ilustración 25. Disposición de pago del 15% por servicio prestado.	52
Ilustración 26. Servicios que más prestan.....	53
Ilustración 27. Frecuencia de prestación de servicios.....	53
Ilustración 28. Claridad del concepto de la aplicación.	54

Ilustración 29. Aspectos más llamativos de la aplicación.....	54
Ilustración 30. Innovación de la aplicación.	55
Ilustración 31. Beneficios que se esperan.	55
Ilustración 32. Medios de pago.	56
Ilustración 33. Modelo Canvas para TecniHogar.	58
Ilustración 34. Logo TechniHogar y compatibilidad con AppStore y Google Play.	62
Ilustración 35. Página Web	63
Ilustración 36. Perfil en Instagram y Facebook.	63
Ilustración 37. Volantes para publicidad a proveedores.	64
Ilustración 38. Promociones en Facebook y libretas.	65
Ilustración 39. Tarjetas para descargas de la aplicación.	66
Ilustración 40. Dotación para proveedores.	67
Ilustración 41. Aplicación TecniHogar.....	69
Ilustración 42. Precios por servicios.	72

RESUMEN

La asistencia y reparación del hogar es un servicio fundamental que cualquier persona puede llegar a necesitar ante cualquier emergencia o necesidad. En Colombia la presentación de estos servicios ha venido presentando inconvenientes, debido a que las personas no encuentran fácil la manera de contactar y contratar a un técnico que les ofrezca confianza y seguridad. Igualmente los precios varían mucho, ya que juegan con la necesidad y cara del cliente y por lo tanto cada día se evidencian más inconformidades por parte de las personas.

En el sector se evidencia claramente un problema, el cual debe ser atendido y es por ese motivo que se desarrollara una nueva idea de negocio que consiste en la implementación de una aplicación móvil que brinda a usuarios una alternativa innovadora para solicitar y contratar servicios técnicos para la asistencia del hogar, y así mismo a los técnicos se les ofrece una oportunidad diferente para incrementar sus servicios diarios y beneficios.

TecniHogar es la aplicación móvil más fácil y amigable de manejar para los usuarios y prestadores de servicios, conecta a los clientes con los técnicos de una manera rápida y fácil.

El proyecto se llevó a cabo por medio de una investigación cuantitativa, complementada a nivel analítico y comprensivo con cada una de las respuestas encontradas en las encuestas que se realizaron tanto a personas como a técnicos.

De esta manera se pudo concluir que con la aplicación de TecniHogar usuarios y técnicos obtendrán un servicio más fácil, rápido, confiable y seguro que finalmente cambiara la forma de consumo y prestación de estos servicios

Palabras claves: Aplicación, técnicos, asistencia, hogar, usuarios, innovador, TecniHogar, fácil, seguro, confiable, rápido.

ABSTRACT

Home assistance and repair is a vital service that anyone can come to need in any emergency or moment. In Colombia the presentation of these services has been presenting drawbacks, because people do not find it easy to contact and hire a technician who offers confidence and security. Also the prices vary a lot, since they play with the necessity and face the client and therefore every day they are evidenced more nonconformities on the part of the people.

In the sector it is clearly evident a problem, which must be taken care of and that is why a new business idea is developed, which consists in the implementation of a mobile application that provides users with an innovative alternative to request and contract technical services for The assistance of the home, and also the technicians are offered a different opportunity to increase their daily services and benefits.

TecniHogar is the easiest and most friendly mobile application to handle for users and service providers, it connects the clients with the technicians in a fast and easy way. The project was carried out by means of a quantitative research, supplemented at an analytical and comprehensive level with each one of the answers found in the encounters that were made both to people and to technicians. In this way it was possible to conclude that with the application of

TecniHogar users and technicians will obtain an easier, faster, reliable and secure service that will finally change the way of consumption and delivery of these services

Key Words: Application, technicians, assistance, home, users, innovative, TecniHogar, easy, safe, reliable, fast.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad la prestación de servicio de asistencia y reparación del hogar en Colombia se encuentra muy deteriorada, debido a la falta de credibilidad y confianza por parte de los clientes; las personas están inconformes porque no hay precios establecidos en el mercado, los precios varían dependiendo de la necesidad y la cara del cliente. Igualmente se ha vuelto muy inseguro pedir este servicio, ya que existen casos donde se han presentado situaciones que han atentado con la seguridad de un hogar. Además, pedir el servicio muchas veces toma mucho tiempo, debido a que se busca contratar la mejor opción y la que más brinde seguridad o en su defecto buscar referencias para contratarlo por ese medio. No obstante, la calidad del servicio y las garantías no funcionan de la manera adecuada, estos servicios no respaldan al cliente lo cual genera mayor insatisfacción.

Por otro lado, el sector presenta una alta demanda pues hay muchos hogares que necesitan asistencia ante cualquier emergencia o necesidad pero por los factores nombrados anteriormente este sector se encuentra mal atendido. Por estos motivos, se crea la aplicación TecniHogar, una aplicación dedicada a solucionar los problemas de asistencia y reparación del hogar.

TecniHogar revolucionara la forma de pedir asistencia y reparación del hogar ante cualquier emergencia o necesidad, será la manera más fácil y segura de pedir el servicio. Garantizamos un servicio de calidad y con garantía.

1.2 Justificación

El presente trabajo se realiza con el fin de realizar un estudio general de la viabilidad de lanzamiento de un modelo de negocio llamado TecniHogar. El estudio hecho en el trabajo se lleva a cabo debido a que se detectó que existen falencias en la forma como se contratan y se prestan los servicios de reparación y asistencia del hogar en Colombia. De igual forma no existen

alternativas confiables ni eficaces para pedir los servicios lo que hace que haya una posibilidad de introducir al mercado una nueva alternativa para contrata los servicios del hogar.

Con TecniHogar se pretende revolucionar la forma como se contratan los servicios y se busca cambiar los hábitos de los usuarios incentivando a las personas a pedir los servicios de una manera más fácil y rápida. De igual forma, debido a que el modelo de negocio se centra en una aplicación, se pretende estar a la vanguardia con la tecnología creando un market-place para unir a usuarios con proveedores.

1.3 Objetivos

Generales

El siguiente trabajo de grado se enfatiza en proponer un nuevo modelo de negocio dirigido a dos agentes muy importantes los cuales son usuarios y técnicos profesionales que deseen innovar en los hábitos de prestación y solicitud de los servicios del hogar.

Específicos

- Identificar los aspectos más relevantes para el desarrollo de la aplicación como lo son la segmentación de nuestros futuros clientes y técnicos.
- Determinar la necesidad de cliente y proveedor con el fin de diseñar una propuesta de valor acorde y puntual.
- Diseñar y crear las ventajas y posicionamiento del modelo de negocio.
- Elaborar el análisis de las fuerzas de Porter con el fin de conocer más a fondo el negocio.
- Elaborar las pruebas necesarias para el análisis de clientes y proveedores por medio del método cuantitativo realizando encuesta, las cuales serán 150 para usuarios y 50 para proveedores.
- Implantar estrategias de comunicación y fidelización para clientes y proveedores.
- Diseñar un modelo financiero para tener con claridad la posible inversión, gastos y respectivos ingresos

2. METODOLOGÍA

Se usará el proceso de filtrado de ideas en donde se evaluarán tres propuestas de negocio y se escogerá una, la cual desarrollará en el presente trabajo. Se aplicarán técnicas cuantitativas para realizar una prueba del concepto y medir el nivel de aceptación de la propuesta por parte de los clientes. De igual forma se desarrollará un CANVAS con el objetivo de generar un modelo de negocio y finalmente se propondrá un modelo financiero. Todo lo anterior se realizará con el fin de desplegar un modelo de negocio viable y adaptable al mercado colombiano que permita involucrar todos los conceptos y teorías expuestas en el curso “innovación en marketing y gerencia de producto”.

3. PROCESO DE FILTRADO DE IDEAS

3.1. Explicación de las alternativas.

Se expondrán a continuación tres alternativas de negocio las cuales son aplicaciones móviles.

3.1.1. Explicación aplicación Planea tu rumba.

Planea tu rumba es una aplicación que permite integrar diferentes servicios que se necesitan para programar una salida a una fiesta, desde la reserva de una mesa hasta servicio de transporte. Se trata de una idea que quiere brindar a las personas una forma fácil y divertida de organizar y planear una rumba con la confianza y la facilidad que se necesita para que las personas puedan vivir una mejor experiencia.

La aplicación tendrá principalmente estos servicios:

- Reservas: por medio de un localizador y un mapa se podrán visualizar los sitios disponibles para ir de fiesta dependiendo de la preferencia de la persona, ya sea por sector, tipo de música y servicios. De igual forma al seleccionar un lugar, se podrá hacer una reservación con el fin de evitar filas y boletas agotadas. La reservación incluye todos los servicios que dispone el lugar para sus clientes.

- Servicios dentro del lugar: cuando las personas ya hayan hecho su reservación y se encuentren dentro del lugar, se prestará el servicio de domicilio de las bebidas que van a consumir, esto con el fin de evitar el desplazamiento dentro del lugar. También se ofrecerá el servicio de reservas de un casillero para guardar los objetos personales de las personas.

Planea tu rumba, está disponible para Android y iOS, no tendrá ningún costo la descarga para los usuarios debido a que se obtendrán ganancias por los servicios prestados. Se pretende tener convenios con los sitios de fiesta y las empresas de transporte para que expandan su negocio y logren llegar a más clientes.

Tabla 1
Valoración de la alternativa Planea tu rumba

Planea tu rumba	Calificación	Observación
Nivel de innovación	5	La aplicación tiene un nivel medio de innovación ya que es una solución fácil y rápida que permite integrar diferentes servicios para hacer una experiencia única. Ofrece diferentes servicios en una sola aplicación, sin embargo se podrían hacer separadamente, pero la diferenciación de la aplicación está en la facilitación de cada uno de estos.
Tamaño de oportunidad	5	Media. Se podría ingresar y ofrecer la propuesta a la asociación de bares en

		<p>Colombia quienes están conformados por los 74 bares más concurridos y conocidos por los colombianos. Debido a que esta asociación solo afilia a bares establecidos legalmente y que cumplan con todas las normatividades de la ley, se estará brindando un servicio seguro a los clientes quienes usen la aplicación.</p> <p>Actualmente existen 2193 clubes sociales en donde la mayor concentración se encuentra en: Chapinero, Teusaquillo, Santa Fe y Usaquén con un 41,9% (AsoBares, 2016).</p>
<p>Nivel de competencia en el mercado</p>	<p>10</p>	<p>Baja. Actualmente en Colombia existen aplicaciones para encontrar las mejores fiestas como lo son: Octopus App, Rumbapp y Rumbeado App. Existen aplicaciones sustitutas que permiten ver eventos y lugares en las ciudades como lo es Cívico, Plan B y Viva Bogotá. Se puede evidenciar que si existen aplicaciones que permite dar una información detallada de los bares y discotecas, sin embargo, reserva tu rumba propone una forma integrada de no solo encontrar un lugar para ir sino para vivir la mejor experiencia dentro del lugar.</p>

Tiempo de implementación y lanzamiento	2	Alto. Para lograr que esta aplicación funcione se necesita de un tiempo considerable ya que se tendría que disponer de una gran base de datos con todos los lugares y sitios nocturnos en el país. Además se necesitaría agregar a cada sitio el menú y hacer una plataforma para poder pedir y reservar.
Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado	5	Las barreras de entrada son medias ya que existen aplicaciones que ofrecen el servicio, sin embargo la aplicación va más allá de solo ofrecer una lista de los sitios en Colombia. Así mismo es necesario contar con una muy buena programación de la aplicación ya que contiene diferentes servicios y es necesario que esté debidamente hecha para cada uno de los servicios que ofrece. El grado de programación debe ser alto.
Total	5,8	

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Explicación aplicación de servicios de reparación para el hogar.

La aplicación TecniHogar, es una herramienta que te permite acceder fácilmente a varios tipos de servicios esenciales las 24 horas. Es una aplicación móvil a la que cualquier persona puede ingresar y solicitar un servicio en el instante que presente un imprevisto, una emergencia o

alguna necesidad en el hogar. Resuelve cualquier problema o emergencia que se pueda presentar en cuestión de asistencia y reparación de tu hogar.

Los servicios que tiene incluidos son:

- Plomería
- Eléctrico
- Pintura
- Cerrajería
- Lavado de alfombras y cortinas
- Mantenimiento de electrodomésticos
- Instalaciones

En ella estará discriminado los servicios por pestañas para tomar lo solicitud inmediatamente. El recibo se genera cuando se pida el servicio, pues este dependerá del día, la hora y lo que se vaya hacer.

La aplicación es compatible con Android y iOS, no tiene ningún costo la descarga, ya que obtiene las ganancias de los servicios prestados.

Por otro lado, se va buscar establecer relaciones con los lugares que ya prestan este servicio para que expandan su negocio y logren llegar a otros clientes.

Principalmente lo que se quiere hacer es facilitar a las personas para que pidan con rapidez el servicio que necesite, sin tener que buscar en un directorio o el internet, pues con la aplicación solo es pedir y llega al instante el servicio.

Tabla 2
Valoración de la alternativa TecniHogar.

Toderos	Calificación	Observación
Nivel de innovación	5	El nivel de innovación es medio, ya que es un servicio que reúne varios tipos de soluciones del hogar. Este facilita a las personas encontrar lo que necesite en el momento que lo requiera.

Tamaño de oportunidad	5	<p>El tamaño de la oportunidad es medio alta, ya que 53.583.664 usuarios tienen un Smartphone y de los cuales 25.785.262 cuentan internet móvil (Velasquez, 2015). Año a año estas cifras se incrementan sustancialmente. Este servicio es una necesidad que tienen todos los hogares y ante accidentes la solución se tiene a la mano.</p> <p>De igual forma es posible evidenciar que los siniestros del hogar son muy frecuentes y que el 34% de ellos son causados por daños de agua y el 9,5% por daños eléctricos (Mantenimiento, 2016).</p>
Nivel de competencia en el mercado	5	<p>La competencia es media, pues a nivel nacional se encuentran muchos sitios que prestan estos servicios varios. La idea es contactarlos, consolidar una base de datos y contar con esos lugares para prestar el servicio con facilidad. Sin embargo actualmente no existe una aplicación que preste este tipo de servicios.</p>
Tiempo de implementación y lanzamiento	10	<p>El tiempo requerido para el lanzamiento de la aplicación sería alto debido a que se debe realizar una</p>

		plataforma completa y bien desarrollada.
Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado	2	La barrera de entrada al mercado es alta, debido a que es un sector con un alto hacinamiento. Por otro lado, no requiere de una alta inversión para incursionar en este negocio.
Total	5	

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Explicación aplicación Wedding Planner.

Wedding Planner es una aplicación que combina una serie de categorías para la organización de fiestas de matrimonio, principalmente busca acomodarse al gusto de consumidor mediante la elección de lugar, género de música, gusto gastronómico, etc., re direccionando de esta forma y según su elección a los lugares y contactos adecuados a la idea de reunión logrando así que la fiesta que está por realizarse sea tan perfecta como lo se sueña.

Wedding Planner, estará disponible para Android y IOS y no tendrá ningún costo al momento de la descarga ya que las ganancias generadas por la aplicación serán por medio de la conexión de las empresas prestadoras de servicios.

Tabla 3
Valoración de la alternativa Wedding Planner

App Wedding Planner	Valoración	Observación
Nivel de innovación	5	Es unos productos con un nivel de innovación medio ya que por más de que en el mercado de las Apps no se

		encuentra algo tan completo como esta si se pueden evidenciar en páginas web.
Tamaño de oportunidad	2	<p>El tamaño es medio bajo ya que las personas en Colombia han perdido el espíritu de una fiesta de matrimonio, también según The Economist Colombia ocupa el primer lugar de los países donde la gente menos se casa ya que solo son 1,7 matrimonios por cada mil habitantes (Gossaín, 2013).</p> <p>Otra razón por la que el tamaño de oportunidad es bajo es porque las personas que quieren realizar una boda prefieren tomar el tiempo necesario para hacerlo con una persona que esté al lado de ellos asesorándolos.</p>
Nivel de competencia en el mercado	5	<p>La competencia en aplicaciones es media ya que no existe algo tan elaborado como esta idea, las aplicaciones que existen con la idea de Wedding son Mi boba, diseña tu boda, our Wedding Planer, Wedding organiser, My Wedding Diary, Noeeva, etc. Todas estas aplicaciones ayudan en diferentes aspectos a las novias para sus bodas y muchas de estas son gratuitas.</p>

<p>Tiempo de implementación y lanzamiento.</p>	<p>2</p>	<p>El tiempo de implementación es muy alto, ya que se debe crear una base de datos de mucha variedad de casas de eventos, música, gastronomía, etc. Todo esto hace que la planificación de la app sea muy larga aparte de crear una aplicación dinámica en la que el cliente tiene la opción de elegir sus gustos y así mismo dar una idea.</p>
<p>Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado.</p>	<p>5</p>	<p>La barrera de entrada es media ya que podemos evidenciar que existen muchas aplicaciones y sitios web que sirven el mismo servicio, pero quizás en nuestra aplicación el problema sería realizar los convenios con las diferentes casas de eventos, músicos y restaurantes.</p>
<p>Total</p>	<p>3,95</p>	

Fuente: Elaboración propia

Este tipo de aplicaciones (Marketplace) son hoy en día de las que más generan ganancias porque permite relacionar a vendedores y compradores para efectuar una transacción comercial, asegurando de esta un desarrollo en mejores condiciones. No se necesita de recursos propios ni físicos.

Por último, se quiere cambiar la forma de cómo se contratan estos servicios puesto que normalmente son muy informales y difíciles de conseguir cuando se necesitan. Se pretende ofrecer el valor de la disponibilidad, innovación y calidad. Del mismo modo, se quiere ofrecer a las personas una nueva alternativa para contratar estos servicios diferentes de la competencia, facilitándoles el proceso de contratación y la forma de pago.

3.2.1. Posicionamiento estratégico de la aplicación al lanzar.

TecniHogar tiene un posicionamiento estratégico enfocada a un segmento, es decir, tiene como objetivo estratégico un solo segmento con una ventaja estratégica de exclusividad percibida por el cliente.

El segmento se reduce a personas que tienen Smartphone e internet, según la revista Semana las cifras revelan que 53.583.664 usuarios tienen un Smartphone de los cuales 25.785.262 cuentan internet móvil en Colombia. Con esto se puede evidenciar que una gran parte de la población colombiana tiene acceso a este medio y el uso de las aplicaciones cada vez es más frecuente y aceptado por las personas.

La estrategia se dirige a una parte de la población de estratos 4, 5,6 quienes son personas que cuentan con los recursos para adquirir un Smartphone y están más familiarizados con el uso de las aplicaciones. De igual forma, estas personas percibirán la calidad del servicio, ya que TecniHogar contratará personal capacitado y se brindará entrenamiento para prestar un servicio profesional y confiable.

El perfil del usuario de TecniHogar son personas mayores de 18 años hasta 45 años que utilicen Smartphone, jóvenes independientes y padres de familia.

3.2.2. Definición de la ventaja a desarrollar

La ventaja que se va a desarrollar para esta aplicación será una ventaja comparativa, esto debido a que puede ser fácil de imitar en cuestión de tiempo y no tiene barreras de entrada altas ya que TecniHogar, requiere menos tiempo de implementación e inversión al ser un Market Place.

La ventaja que tiene es que será un servicio nuevo en el mercado, ya que en Colombia no existe una aplicación que facilite al cliente a encontrar un todero a la mano, esto significa que seremos pioneros en el sector de servicios generales lo que generará una fidelización de los clientes al ser los primeros en el mercado.

TecniHogar busca conectarse al cliente con las nuevas tendencias de comunicación como lo es una aplicación móvil, donde se puede desarrollar una exclusividad y disponibilidad eficaz cuando el cliente requiera necesidades de servicios generales en el hogar. Estas tendencias han cambiado la forma de buscar un servicio, anteriormente se realizaba por un directorio o llamadas lo cual tomaba mucho tiempo y a veces no se tiene la disponibilidad para ciertas horas. Por estas razones se decide crear un servicio que esté ligado a las tendencias de hoy en día con el fin de crear una forma diferente del servicio que normalmente se presta.

Por otro lado, la competencia de TecniHogar son: la aplicación Cerrajeros 24 horas, sin embargo esta solo está disponible para Android y sus servicios se limitan a solo cerrajería; Iguanafix y Hogar reparación, las cuales no se encuentran disponibles para Colombia, no permiten el pago el efectivo y no prestan el servicio 24 horas como lo hace TecniHogar ofrece más servicios que las anteriores aplicaciones mencionadas.

3.3. Análisis de las fuerzas de Porter

3.3.1. Amenazas de nuevos entrantes o jugadores.

Tabla 5

Amenaza de nuevos entrantes

1. Amenaza de nuevos entrantes o jugadores			
	SI (+)	N/A	NO (-)
1. ¿Tienen las empresas grandes alguna ventaja de costo o desempeño en el segmento de industria?	X		
2. ¿Existen productos con atributos diferenciadores controlados exclusivamente por uno o pocos competidores			X
3. ¿Hay identidades de marca bien definidas en la industria?	X		
4. ¿Deben sus clientes incurrir en algún costo de cambio significativo ("switching costs") al cambiar de proveedor?			X
5. ¿Es necesario contar con mucho capital para entrar a la industria?			X
6. ¿Los bienes de capital que utilizan son particularmente costosos?			X
7. ¿El recién llegado ("newcomer") a la industria encuentra dificultades para conseguir acceso a canales de distribución?		X	
8. ¿La experiencia adquirida sirve para bajar continuamente sus costos?			X
9. ¿Cree que el recién llegado tendrá problemas para acceder a los recursos humanos cualificados, insumos o proveedores necesarios?			X
10. ¿Tiene su producto o servicio alguna característica diferenciada que le genere una ventaja de costos?	X		
11. ¿Hay alguna licencia, requisito administrativo o seguro de riesgo que sean difíciles de obtener?			X
12. ¿Debería un recién llegado a la industria temer maniobras de retaliación?		X	

Fuente: Elaboración propia

La amenaza de nuevos jugadores en la industria es alta porque es un servicio que no es diferenciado y puede haber la posibilidad de que otros jugadores puedan entrar fácilmente a la industria. Igualmente para entrar a este mercado no se requiere mucho capital ni hay problemas para acceder a los recursos que se necesitan.

Sin embargo, cabe resaltar que el servicio que se está prestando en TecniHogar es nuevo en Colombia y una vez se lance al mercado la aplicación se espera que tenga muy buena acogida por ser pionero en el mercado. Actualmente existen centros de servicios técnicos especializados en el mercado pero la idea de negocio de TecniHogar es unificar todos estos servicios en una sola aplicación con el fin de generar una ventaja de costos y brindando un servicio de calidad y confiable.

3.3.2. Poder de negociación de los compradores.

Tabla 6
Poder de negociación de compradores

2. Poder de negociación de los compradores			
	SI (+)	N/A	NO(+)
1. ¿Hay muchos compradores en relación al número de empresas en la industria?	X		
2. ¿Tiene muchos clientes, con compras individuales relativamente pequeñas?	X		
3. ¿Debe el cliente incurrir en costos significativos de cambio al reemplazar proveedores?			X
4. ¿Necesita el comprador mucha información crítica para tomar decisiones?			X
5. ¿Necesita el comprador información adicional?			X
6. ¿Qué tan fácil sería para el cliente integrarse hacia atrás?			X
7. ¿Son sus clientes altamente sensibles al precio?	X		
8. ¿Tiene su producto atributos diferenciados? ¿Tiene una identidad de marca claramente establecida en la mirada del consumidor?	X		
9. ¿Los negocios de sus clientes son rentables?	X		
10. ¿Ofrece incentivos a quienes toman decisiones?	X		

Fuente: Elaboración propia

El poder de negociación de los compradores es alta debido a que existe mucha oferta en el mercado de servicios generales lo que les da el poder de cambiar fácilmente de proveedor del servicio sabiendo que estos son sensibles al precio porque no existe un precio estándar para este tipo de servicios ya que varían dependiendo de la empresa y ubicación.

Sin embargo, las necesidades que cualquier hogar requiere son frecuentes, ya que muchos de estos demandan mantenimientos continuos, donde los usuarios se ven en la obligación de solicitar de estos servicios, un ejemplo de esto es que los refrigeradores necesitan un mantenimiento trimestral, una lavadora cada dos años y un aire acondicionado cada tres o cuatro meses.

Los compradores de TecniHogar serán las personas que requieran un servicio técnico para el hogar.

3.3.3. Amenaza de servicios sustitutos.

Tabla 7

Amenaza de productos sustitutos

3. Amenaza de productos sustitutos			
	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Los productos sustitutos tienen limitaciones de desempeño, no compensadas completamente por su precio más bajo, o tienen ventajas de desempeño no justificadas por su precio más alto.	X		
2. ¿Debe el cliente incurrir en costos de cambio al elegir un producto sustituto?	X		
3. No existe ningún sustituto para su producto.			X
4. Es improbable que su cliente sustituya su producto.			X

Fuente: Elaboración propia

La amenaza del servicio de todo lo son los tutoriales de Youtube, en redes sociales o blogs donde indican cómo arreglar electrodomésticos, como pintar paredes, como destapar un baño o incluso el lavaplatos. Igualmente como abrir puertas o tips de jardinería, hasta cómo arreglar daños eléctricos. También están las personas que no necesariamente es su trabajo que saben o son curiosos en las distintas áreas y son capaces de enfrentarse a hacer todo tipos de arreglos por lo que no necesitan de un servicio especializado.

De modo similar, un sustituto de la aplicación sería los buscadores como las páginas amarillas o incluso los directorios y el internet.

Por esta razón la amenaza de productos sustitutos es media, ya que existen muchos servicios que pueden reemplazarlo como hay otros servicios que requieren de una mayor atención y especialización. Por otro lado, hay personas que prefieren un trabajo es garantizado y que sea permanente.

3.3.4. Poder de negociación de los proveedores.

Tabla 8

Poder de negociación de los proveedores.

4. Poder de negociación de los proveedores			
	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Mis insumos (materiales, RRHH, servicios, tecnología, etc.) son commodities estándares, no diferenciados o particularmente escasos.			X
2. Puedo cambiar de proveedores en forma rápida y a bajo costo.	X		
3. Mis proveedores tendrían mucho dificultad para ingresar en mi negocio, o mis clientes tendrían dificultades para integrarse hacia atrás e internalizar mi negocio.	X		
4. Puedo sustituir insumos fácilmente.	X		
5. Tengo a mi alcance un abanico de proveedores potenciales.		X	
6. Mi negocio es importante para mis proveedores.	X		
7. El costo de mis insumos tiene un peso significativo sobre mis costos generales.	X		

Fuente: Elaboración propia

Para TecniHogar, los proveedores son las personas especializadas en servicios técnicos, las cuales serán contratadas por medio de la aplicación para prestar el servicio al cliente final.

El poder de negociación de los proveedores es baja, ya que se puede cambiar de proveedores fácilmente sin que este cambio afecte la productividad y desarrollo de la empresa en cuanto a costos. Así pues estas personas no tendrán mucha dificultad para ingresar al negocio, solo se requiere un nivel de profesionalismo y experiencia que será analizado por medio del grupo de trabajo de la aplicación.

TecniHogar, le brinda al proveedor un trabajo certificado y le permite encontrar su trabajo gracias a nuestra aplicación lo cual significa que el negocio será importante para ellos.

3.3.5. Determinantes de rivalidad en la industria.

Tabla 9

Determinantes de rivalidad en la industria

<i>5. Determinantes de rivalidad en la industria</i>	SI (+)	N/A	NO(-)
1. La industria crece rápidamente.			X
2. La industria no es cíclica	X		
3. Los costos fijos del negocio son una porción relativamente baja de los costos totales.	X		
4. Hay diferencias significativas de producto e identidades de marca entre los competidores.			X
5. Los competidores tienden estar más diversificados que especializados ("niche players").	X		
6. No sería difícil abandonar este negocio porque no existen activos altamente especializados, ni compromisos contractuales o de otro tipo de largo plazo.	X		
7. Mis clientes incurrirían en costos significativos si cambian mis productos por los de un competidor.			X
8. Mi producto es complejo y para utilizarlo mi cliente debe desarrollar una comprensión detallada.			X
9. Mis competidores tienen aproximadamente el mismo tamaño que mi organización			X

Fuente: Elaboración propia

Los competidores directos de TecniHogar son empresas de electrodomésticos las cuales brindan servicios post-venta en cuanto a mantenimiento e instalación de los artículos. De igual forma, existen cantidades de ferreterías, cerrajerías y casas de mantenimiento que ofrecen el servicio, sin embargo son poco formales y no garantizan la calidad que TecniHogar podrá ofrecer.

Se puede evidenciar que la rivalidad en la industria es alta, ya que existen muchos competidores quienes ofrecen el mismo servicio, no hay diferencias significativas en las identidades de marca entre los competidores. Sin embargo la rivalidad en la industria de aplicaciones para contratar servicios generales es baja, debido a que en Colombia no existe ninguna aplicación que ofrezca este servicio ni similar, no obstante al lanzar la aplicación al mercado cabe la posibilidad de que el mercado responda y trate de imitar la idea.

3.3.6. Conclusión general de fuerzas de Porter.

Tabla 10

Calificación integral de la industria.

6. Calificación Integral de la industria			
	Favorable	Moderado	Desfavorable
1. Amenaza de nuevos entrantes.			X
2. Poder de negociación de compradores.			X
3. Amenaza de productos sustitutos.		X	
4. Poder de negociación de proveedores	X		
5. Determinantes de rivalidad en la industria.	X		

Fuente: Elaboración propia

En conclusión podemos evidenciar que las barreras de entrada no son altas, por lo tanto esto genera una amenaza de nuevos entrantes ya que existen muchos factores que facilitan la creación de este tipo de negocios lo que resulta un mercado atractivo ya que incursionar en el mercado es relativamente fácil. Debido a esto existe el sector presenta un nivel de competencia alto lo que genera a los compradores tener el poder de negociación.

Además, los servicios sustitutos presentan un nivel moderado debido a que estos no brindan la misma calidad del servicio ni la confianza. La estrategia a desarrollar nos brinda un poder de proveedores bajo ya que este servicio le brinda a ellos una estabilidad laboral a los trabajadores y el negocio es importante para ellos.

3.4. Análisis del impacto de la meta-mercado

3.4.1. Político.

Con la gran acogida que ha tenido la tecnología y las aplicaciones móviles, la propiedad intelectual y los derechos de autor han sido aspectos necesarios para tomar medidas y crear leyes que protejan las obras de los emprendedores digitales. En Colombia existen 4 normas relevantes que protegen la Propiedad intelectual de software como lo son:

- Decisión Andina 486 de 2000
- Decisión Andina 351 de 1993
- Ley 23 de 1982
- Ley 1450 del 16 de junio de 2011

Las definiciones legales de la Decisión Andina consideran a un autor como titular originario a quien se le asignan los derechos de la aplicación. También protege el derecho autor sin embargo no se patenta como tal.

Es importante tener en cuenta que las ideas de negocios no son protegidas por derecho de autor o propiedad industrial. Solo se protegen si la aplicación está registrada en la Superintendencia de industria y Comercio. Se debe tener contratos relacionados con softwares como: licencias de uso y protección de propiedad intelectual.

3.4.2. Económico.

Una aplicación tiene muchos costos a la hora de desarrollarla tales como los costos de la implementación, instalación, promoción, servicios legales, seguridad informática, trabajadores y lo más dispendioso la constitución de la empresa. Por otro lado, conseguir todos los recursos para el desarrollo e implementación son dos variables que requieren de dinero como de tiempo para asegurar su éxito.

Para poder desarrollar el proyecto y que tenga éxito hay que buscar un microcrédito, para poder financiar el proyecto y para esto se debe conocer perfectamente la idea para ser convincentes y convencer al público de que si es viable.

3.4.3. Social.

El panorama social ha incrementado ya que la venta de tecnologías ha aumentado, más créditos más posibilidades de compra. Las aplicaciones facilitan las formas de vida y las formas

como se están realizando las compras y los servicios. Acortan el tiempo ya que facilita distintos procesos y resuelven problemas reales, deficiencias y los huecos en la sociedad.

La cultura de uso de aplicaciones se está expandiendo ya que cada vez más los empresarios quienes les apuestan a desarrollar las aplicaciones móviles gracias a su gran acogida en el mercado.

Hay que tener en cuenta que hay restricciones como lo son que la aplicación debe ser lo suficientemente atractiva y funcional para que los usuarios puedan descargarla, la única fórmula para combinar ambos factores es que debe solucionar problemas críticos de la sociedad.

3.4.4. Tecnológico.

Hoy en día, las personas están cambiando su estilo de vida por una vida conectada al internet que puede ofrecer beneficios derivados de los diferentes servicios online que día a día han aumentado y han experimentado una acogida mejor por parte del usuario; El avance tecnológico de los celulares e internet se ha convertido en una tendencia mundial, en efecto, cada vez más personas están usando internet, sin importar la edad.

Estas tendencias, se ven reflejadas en las cifras totales que están en aumento, por ejemplo, en Colombia según el ministerio TIC 8 de cada 10 personas están usando el internet y el mayor incremento en dichas cifras a aumentó significativamente en los estratos 1 y 2 con un crecimiento del 17%.

El sector de aplicaciones en Colombia presenta altas oportunidades con el fin de satisfacer necesidades de los usuarios a través.

3.4.5. Ambiental.

Los daños ambientales generados por las aplicaciones móviles son mínimas ya que es un servicio que no requiere de recursos naturales, sin embargo se requiere de una oficina para realizar todas las operaciones administrativas lo que generará gastos en luz y agua.

4. PRUEBA DE CONCEPTO

4.1. Método de investigación

La investigación de la aceptación de la aplicación Tecnihogar por parte de los usuarios y de los proveedores va a ser desarrollada bajo el método cuantitativo. Esta, examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística. El objetivo de las técnicas cuantitativas es medir el tamaño, la intensidad de un atributo, de una relación de una variable y además validar estadísticamente una relación, una hipótesis y elaborar un pronóstico, normalmente son de muestras de gran tamaño con preguntas cerradas y directas (García, Pena, & Rodríguez, 2007).

La prueba implementada para recolectar la información deseada fue por medio de las encuestas, ya que es una de las técnicas cuantitativas de mayor aplicación en la investigación de la mercadotecnia, estas encuestas se pueden hacer personales, por medio de telefonía fijo o móvil, correo tradicional y redes sociales (Ulloa, 2005).

4.2. Objetivos

- Intención de descarga de la aplicación
- Determinar si el segmento al que se dirige Toderos App tiene intención de descargar la aplicación
- Determinar si el concepto de TecniHogar es claro para la muestra poblacional y los proveedores
- Identificar el nivel de diferenciación e innovación percibidas por los clientes y proveedores.
- Establecer cuáles son los servicios complementarios y sustitutos de Toderos App en la industria
- Reconocer si las personas y proveedores realmente encuentran útil la aplicación
- Conocer la necesidad de las personas frente a estos servicios

- Identificar si los futuros técnicos de TecniHogar están dispuestos a pagar el 15% a la aplicación por su uso.
- Identificar cual es el servicio que más prestan los proveedores

4.3. Prueba de concepto para usuarios

4.3.1. Modelo de Encuesta.

Para este caso, se realizaron encuestas por medio de la página de internet la cual se encuentra en el siguiente link: <https://encuestapafe.typeform.com/to/IM7u15>.

Preguntas:

1. Tienes Smartphone.

- Si
- No

Si tu respuesta es no has finalizado esta encuesta, Gracias.

2. Edad

- 18-25
- 26-35
- 36-46
- +45

3. Género

- femenino
- masculino

4. Nivel socio económico

- 3
- 4
- 5
- 6

5. Cuando se presenta un daño o problemática en su casa, ¿usa un servicio a domicilio especializado tal como plomero, cerrajero, electricista entre otro?

- Si
- No

6. ¿Por qué medio contrata estos servicios?

- Páginas amarillas
- Internet
- Ferreterías de barrio
- Referidos
- otros _____

7. ¿Cuál es el servicio que más contrata? Escoja por favor las 3 que más usa

- Plomería
- Cerrajería
- Electricista
- Albañiles
- Pintores
- Mantenimiento general de electrodomésticos (nevera, lavadora, aires, calentadores etc.)
- Gasista

8. Con base a la respuesta anterior, ¿Con qué frecuencia los utiliza?

- 1 vez al mes
- Cada semestre

- Una vez al año
- Otro _____

9. En su casa, ¿Quién es la persona que se encarga de contratar estos servicios?

- Papá
- Mamá
- Hermanos
- Usted
- Otros _____

10. ¿Se le hace fácil encontrar estos servicios?

- Si
- No

Concepto de la aplicación:

TecniHogar es una aplicación de descarga gratuita, creada para gestionar y solucionar las necesidades y problemáticas que puedan presentarse en cuestión de asistencia y reparación del hogar de una forma rápida y segura las 24 horas del día. Los servicios que se pueden contratar son:

- Plomería
- Eléctrico
- Pintura
- Lavado de alfombras y cortinas
- Cerrajería
- Mantenimiento general de electrodomésticos
- Instalaciones

El servicio cuenta con un grupo de profesionales especializados, aprobados y certificados por la empresa con el fin de brindar calidad, seguridad y transparencia en precios. Después del servicio, el usuario podrá calificar al profesional que lo atendió, garantizando a otros usuarios la confiabilidad que se necesita.

11. ¿Es claro el concepto del servicio que se ofrece en la aplicación?

- Si
- No

12. ¿Cuál fue el aspecto que más le llamó la atención de esta aplicación? Marque más de una

- Facilidad
- Innovación
- Rapidez
- Confianza

13. ¿Que otro servicio le gustaría encontrar dentro de la aplicación? Marque una.

- Ferretería
- Domicilios de Repuestos
- Jardinería
- Limpieza de colchones, alfombras y cortinas
- Carpintería

14. ¿Qué tan innovador le parece la aplicación en una escala de 1 a 5?

	1	2	3	4	5	
Poco innovador						Muy innovador

15. ¿Conoce alguna aplicación que ofrece este servicio?

- Si. Cual? _____
- No

16. ¿Estaría dispuesto a descargar esta aplicación?

- Si
- No

17. ¿Cuál sería el motivo por el cual no descargaría la aplicación?

Si tu respuesta fue no, has terminado la encuesta, muchas gracias. Puedes enviar el formulario.

18. ¿Cuál es el mayor motivo por el cual usted descargaría esta aplicación?

- Cubre una necesidad
- Mayor facilidad para contratar estos servicios
- Brinda mayor confianza
- Servicio de calidad

19. ¿Qué funcionalidades espera encontrar en el servicio que ofrece Toderos App? Marque dos opciones.

- Rapidez
- Facilidad
- Seguridad
- Precio
- Calidad
- Servicio 24 horas

20. ¿Cómo preferiría pagar por los servicios prestados?

- Efectivo
- Por medio de la aplicación
- Datafono

21. ¿Qué tan dispuesto estaría de cambiar su método de búsqueda de servicios y reparación para el hogar a esta nueva alternativa?

Nada Dispuesto	Poco dispuesto	Dispuesto	Muy dispuesto

22. ¿Usted recomendaría esta aplicación?

- Si. A quién? _____
- No

4.3.2. Tabulación y análisis de resultados.

Para lograr la investigación cuantitativa se realizó una encuesta en línea a 162 personas, los resultados fueron los siguientes:

- Intención de compra

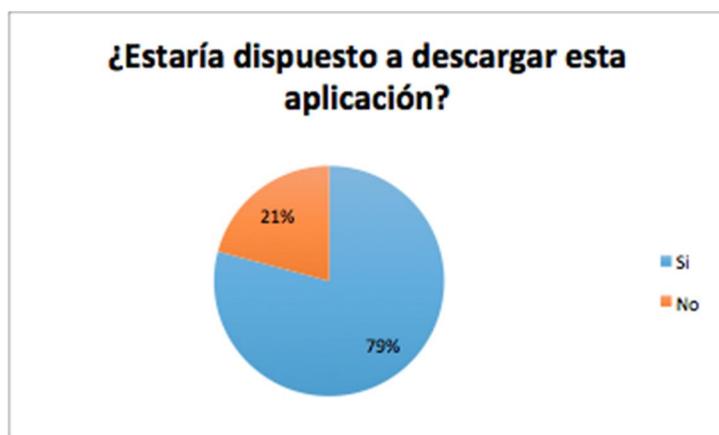


Ilustración 1. Disposición de descarga.

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 2. Motivos de no descarga de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

Del total de las personas encuestadas 128 personas están dispuestos a descargar la aplicación y el 34 no estarían dispuestos. Sin embargo en la encuesta se quiso encontrar motivos por los cuales las personas no la descargarían, los resultados muestran que la mayor parte de las personas encuestadas no tienen ningún motivo para no descargarla. Otro motivo es que la aplicación no pueda funcionar bien en términos de rapidez, facilidad y servicio.

- Descargar la aplicación Vs Mayor motivo por el cual usted descargaría esta aplicación.

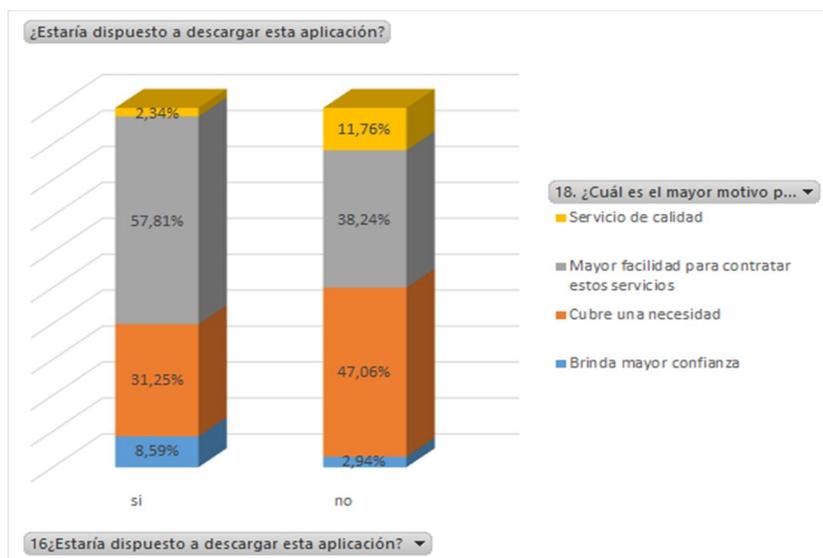


Ilustración 3. Descarga Vs Motivo de descarga.

Fuente: Elaboración Propia

Se puede evidenciar que la mayor razón por la cual las personas descargarían la aplicación es que encontrarán en ella una mayor facilidad para contratar estos servicios. De igual forma las personas que no estarían dispuestas a descargar la aplicación afirman que esta puede cubrir una necesidad del mercado de servicios de mantenimiento. Con estos resultados se puede llegar a la conclusión de que las personas no están totalmente satisfechas con el servicio brindado hoy en día y que con esta aplicación podría llegar a ser más eficiente la contratación de estos.

- Facilidad de contratar servicios generales



Ilustración 4. Facilidad de contratar servicios de reparación y asistencia de hogar.

Fuente: Elaboración Propia

De las 162 personas encuestadas 120 se les hace fácil contratar el servicio mientras que a 42 personas no lo encuentran tan sencillo. En general, estos servicios se pueden encontrar en ferretería o centros especializados que ofrecen garantía de sus productos, pero con base al gráfico anterior se puede identificar que quizás haya una contradicción en las personas, porque por más de que digan que es fácil encontrar este servicio, una de la mayores razones por la cual descarga esta aplicación es porque brinda una mayor facilidad para encontrar el servicio, lo que nos da a entender que encontrar este servicio no es del todo fácil.

- Segmento de Disposición de compra

Disposición de compra Vs Edad

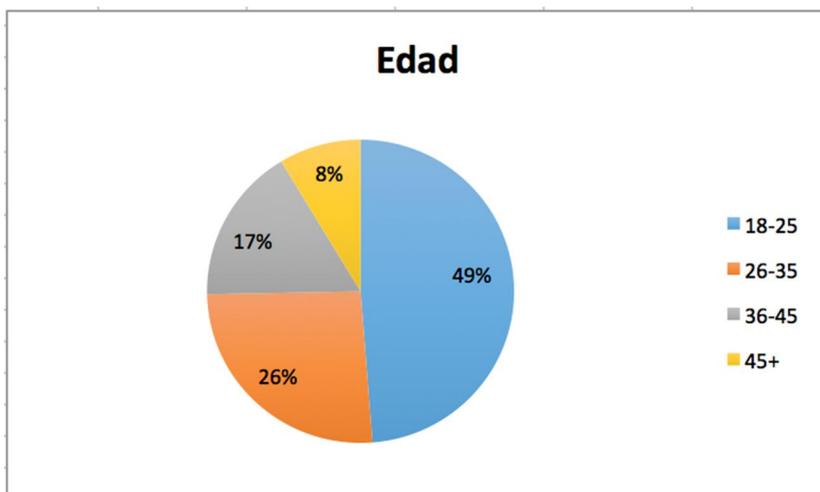


Ilustración 5. Edad de los encuestados.

Fuente: Elaboración Propia

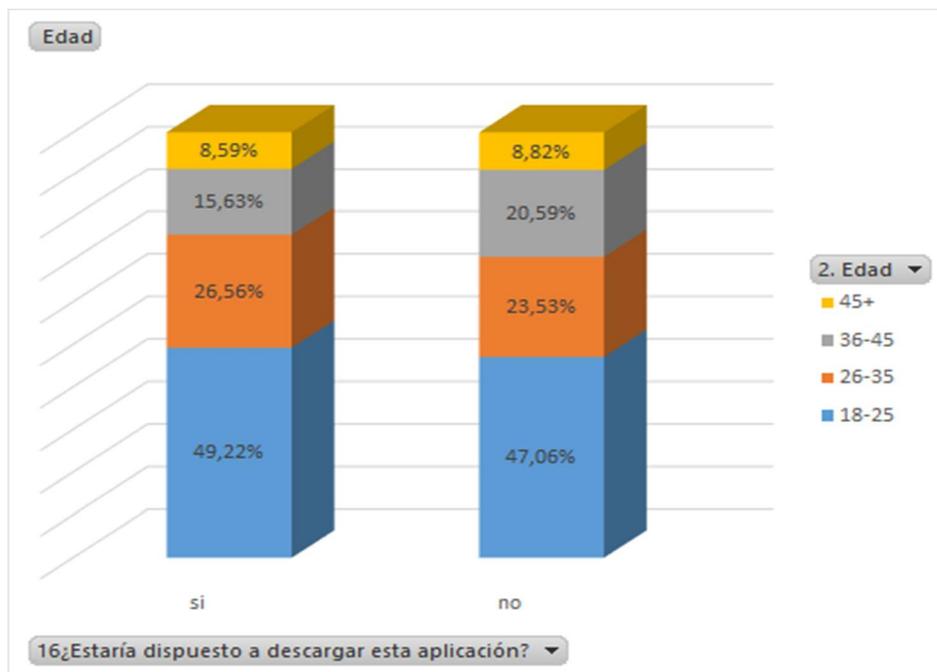


Ilustración 6. Disposición de descarga vs edad.

Fuente: Elaboración Propia

Estos resultados demuestran que las personas dispuestas y no a descargar la aplicación están en un rango de edad de 18 a 25 años seguidas de las personas entre 26 a 35 años. Con esto se puede evidenciar que nuestro segmento está mayormente dirigido a este rango de edades. Lo anterior es posible que se deba a que las personas más jóvenes están más familiarizadas con la tecnología y les es más fácil usarlas, por ende una aplicación puede ser más funcional para contratar estos servicios que una llamada telefónica.

- Disposición de compra Vs Género

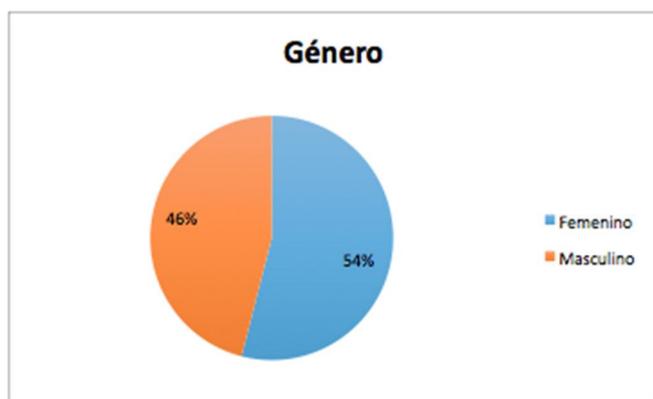


Ilustración 7. Género de los encuestados.

Fuente: Elaboración Propia

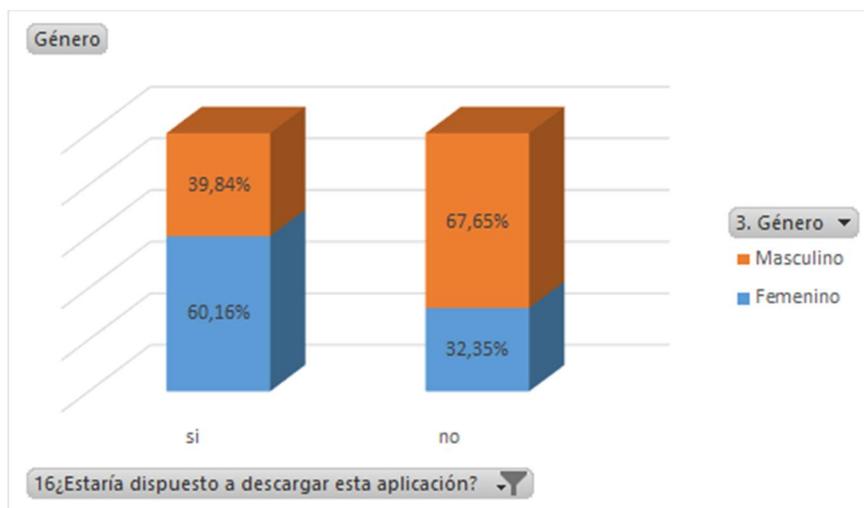


Ilustración 8. Disposición de descarga vs género.

Fuente: Elaboración Propia

De los encuestados, 88 fueron mujeres y 74 hombres, de las cuales 128 personas la descargarían y 34 personas no lo harían. Lo anterior hace razón a que 77 mujeres y 51 hombres descargarían la App, mientras que 11 mujeres y 23 hombres no lo harían. Analizando el resultado, las mujeres encuentran un interés mayor por tener la App a la mano que un hombre. La razón anterior puede ser porque las mujeres sean las que se encarguen de esta labor en el hogar o el hombre tiene las capacidades de hacer este tipo de arreglos.

- Disposición de compra vs Nivel Socioeconómico

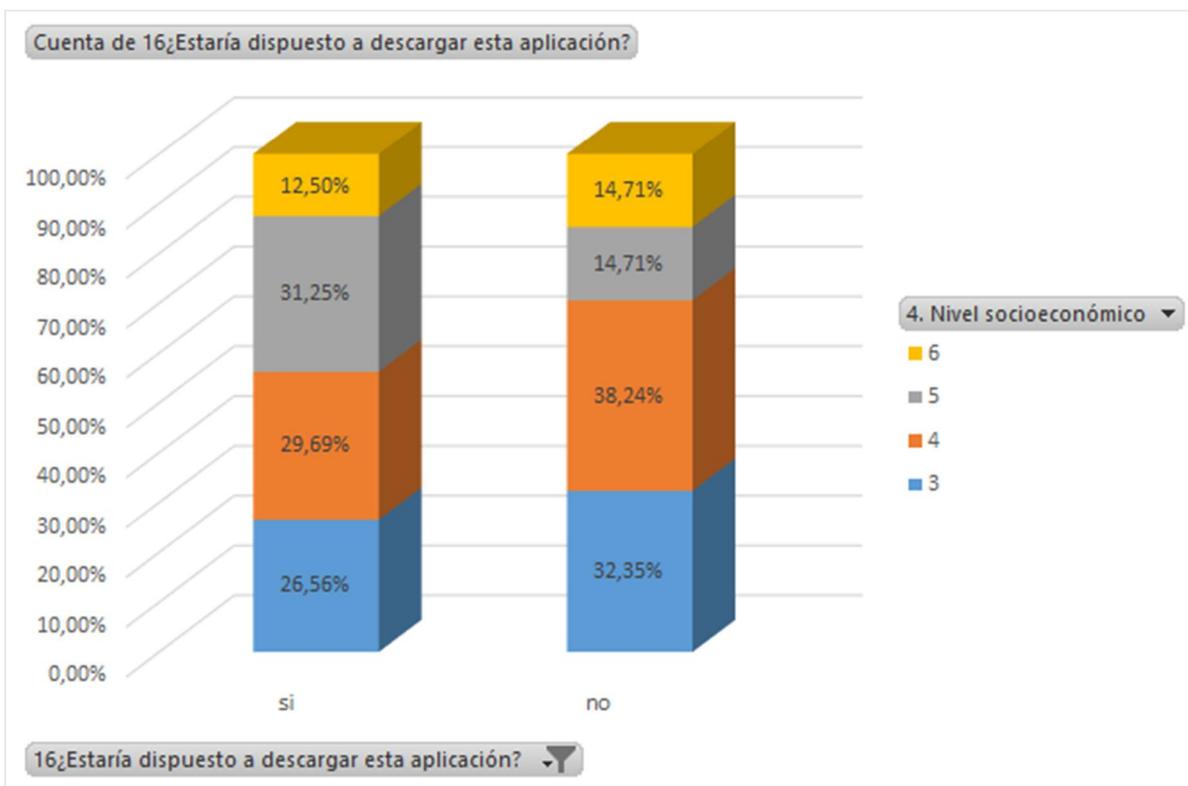


Ilustración 9. Disposición de descarga vs nivel socioeconómico.

Fuente: Elaboración Propia

En este análisis se evidencia que 51 personas que respondieron la encuesta son de estrato 4 es decir el porcentaje más alto en el análisis. Cabe resaltar, que aunque el estrato cinco no fue el volumen más alto en las encuestas, esta muestra que es el estrato que más está dispuesto a descargar la aplicación con un 31,25 %. En el caso de las personas que no estarían dispuestas a descargar la aplicación, el estrato 5 sigue siendo el que menos porcentaje tiene, lo que deja como

resultado para el estudio que en el estrato 5 se encuentra un nicho interesante para esta aplicación.

- Persona la cual contrata estos servicios en el hogar

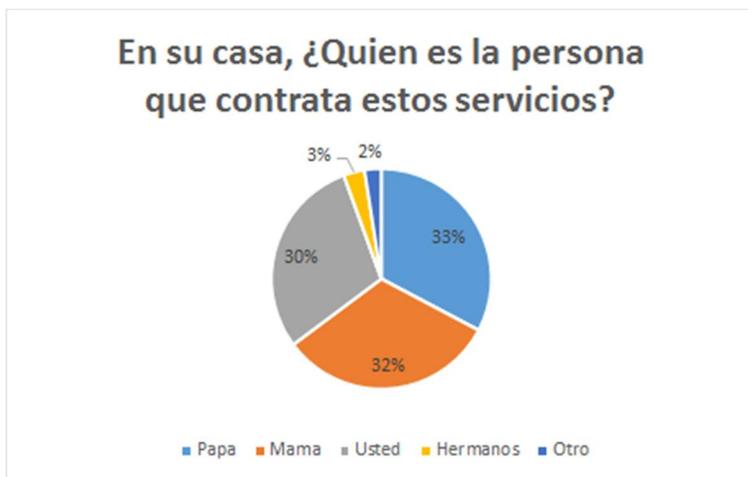


Ilustración 10. Persona que contrata servicios del hogar.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con el gráfico anterior se puede evidenciar que el 33% de las personas encuestadas respondieron que en su hogar el papá es quien se encarga de contratar estos servicios seguido de la mamá con un 32%. Con esto se puede afirmar que estos servicios normalmente los contratan los padres de familia quienes son los encargados del hogar. Para nuestra investigación esta información es relevante ya que nuestro segmento está más enfocado a personas entre 18 y 35 años sin embargo debido al resultado anterior Toderos App podría enfocarse en ampliar su segmento y buscar estrategias para que los padres de familia también utilicen y estén dispuestos a cambiar su método de búsqueda de estos servicios.

-Tener Smartphone



Ilustración 11. Personas encuestadas quienes tienen Smartphone.

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de personas encuestadas tienen un Smartphone, por lo que este no será un problema de accesibilidad, además el segmento al que se le pretende llegar tienen la posibilidad de tener este tipo de adquisiciones.

-Concepto de la App

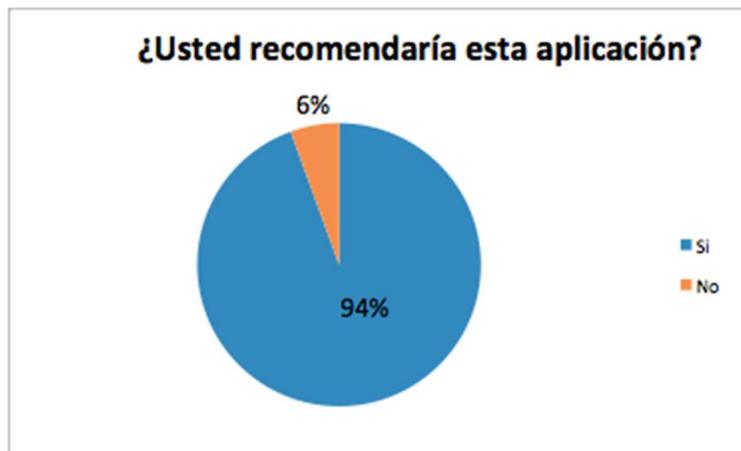


Ilustración 12. Personas quienes recomendarían la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

Una mayoría sí recomendaría la App independientemente si la descargan o no, esto puede pasar ya que hay personas que no les llama la atención tenerla por diferentes motivos pero si la

conocen y alguna persona llegara a necesitar de este servicio le daría la referencia.

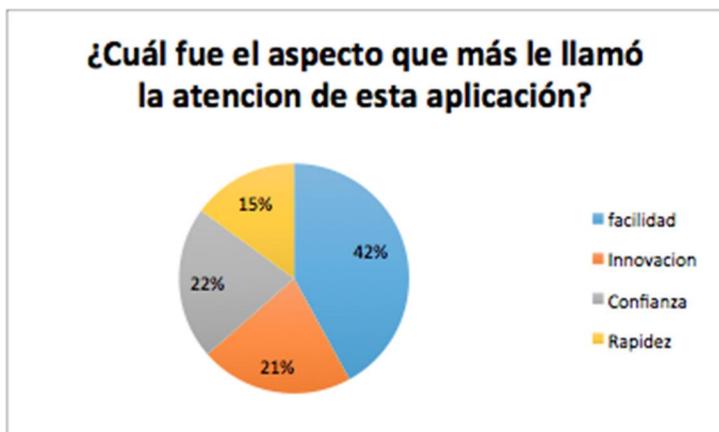


Ilustración 13. Aspecto que más llamó la atención de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al aspecto que más le llama la atención a las personas es la facilidad, esto nos da a entender que es muy importante para las personas el tiempo de búsqueda, dado que muchas veces se toma mucho tiempo encontrando algo que se adapte a la necesidad y le brinde confianza. Por otro lado, el nivel de innovación también les causa interés, dado que es un servicio que no está en el mercado. Otro poco les interesa la confianza, dado que es un servicio informal que causa dudas al contratarlo es por eso que muchas personas prefiere contratarlo por referidos.



Ilustración 14. Concepto de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

De las personas encuestadas el 98% les quedó claro el concepto de los servicios que se ofrecen en la aplicación, por lo que nos da a entender que la explicación del servicio fue muy explícita y concreta. Igualmente, es evidente revisando la encuesta que hay coherencia en los resultados.

- Nivel de innovación y diferenciación

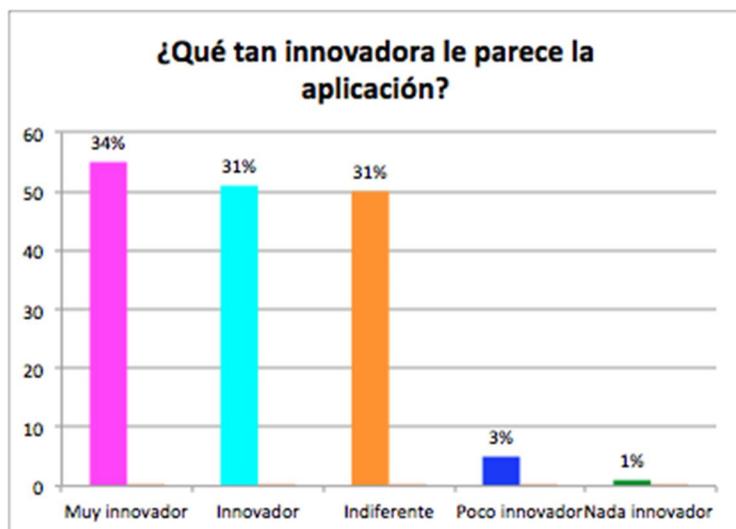


Ilustración 15. Innovación de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la gráfica anterior se evidencia que el 34% de las personas encuestadas encuentran muy innovadora Toderos App. La aplicación es novedosa ya que es una nueva propuesta en el mercado colombiano. Sin embargo, el 31% de las personas la encuentran indiferente es decir que no les parece muy innovadora ni poco innovadora. Con esto se puede entender que puede tener una gran acogida en el mercado colombiano por ser una aplicación que es innovadora y que es nueva en el país.

- Servicios complementarios y sustitutos



Ilustración 16. Servicios complementarios y sustitutos

Fuente: Elaboración Propia

Es evidente que casi el 100% de las personas no conoce algo similar o un servicio complementario que supla esta necesidad, las personas que respondieron “otro” dieron como respuesta ferreterías que en este caso no presenta exactamente el servicio en la forma que presenta la app y otra respuesta fue por medio de internet y bancos como Bancolombia que brindan este servicio como un complemento.

Esto quiere decir, que la app al ser un servicio pionera puede llegar a tener una mejor acogida cubriendo necesidades que aún no están satisfechas.

- Contratación de servicios vs medio de contratación de servicios

SI: 121 Personas 75%

NO: 41 Personas 25%

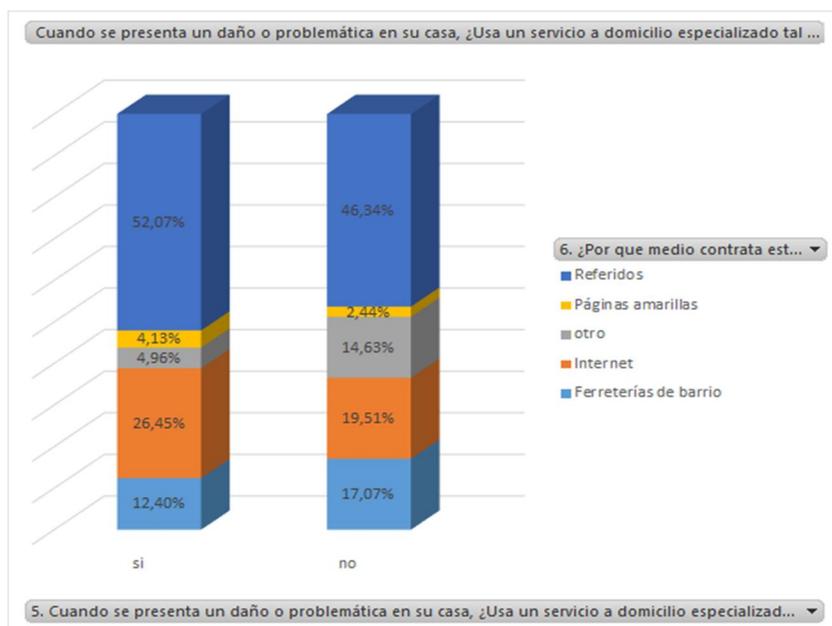


Ilustración 17. Uso de los servicios vs medio por donde se contratan estos servicios.

Fuente: Elaboración Propia.

La gráfica anterior muestra que las personas están más familiarizados al utilizar estos servicios por medio de los referidos que fueron 82 personas y lo que menos utilizan hoy en día para el contrato de los mismos son las páginas amarillas, esto deja como evidencia que el mayor competidor para la app son aquellas personas referidas y la red social que se ha formado entre ellos de una forma informal.

Cabe resaltar que otro medio que presenta un resultado significativo es el internet el cual fue votado por 40 personas que equivale al 25%, lo que evidencia que el internet también tiene una gran acogida en la búsqueda de los servicios y un punto a favor para la app.

- Utilidad de la aplicación

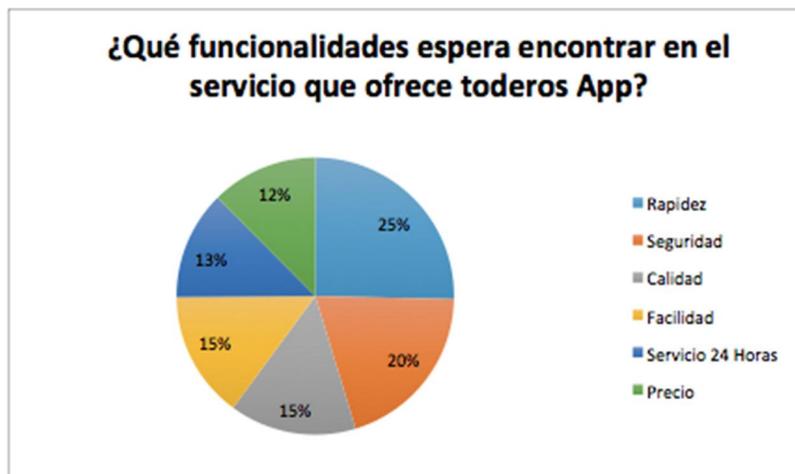


Ilustración 18. Funcionalidades de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

Cuando se preguntó las funcionalidades que quiere encontrar en la App la opción más frecuente fue rapidez con un 25%, seguido con seguridad 20%, calidad y facilidad 15%. Esta pregunta nos reitera que las personas esperan del servicio rapidez y confianza, dado que es un servicio que usualmente atiende urgencias pero igualmente se esperó que sea garantizado y seguro.

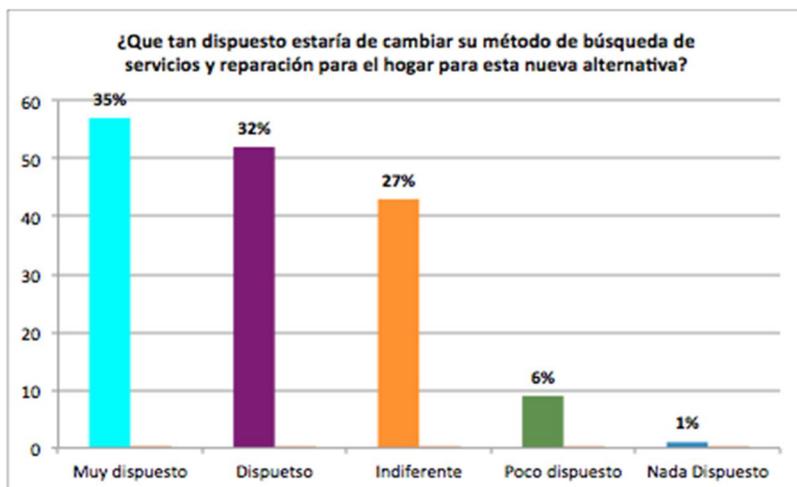


Ilustración 19. Disposición de cambiar de método de búsqueda.

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados es posible evidenciar que 67% de las personas encuestadas están dispuestas a cambiar los antiguos métodos de búsqueda tales como páginas amarillas, referidos e internet a una aplicación para contratar estos servicios ya que se les hace más fácil, rápido y seguro. Lo anterior también puede deberse a que hoy en día las el uso de las aplicaciones están teniendo una gran acogida por lo que es más fácil y cómodo para las personas.

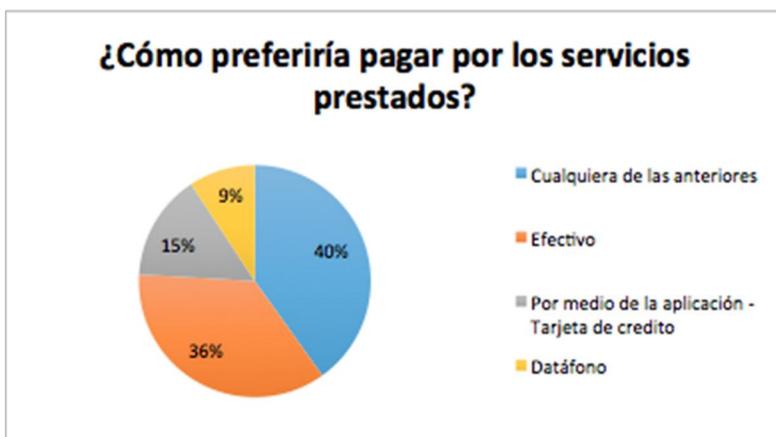


Ilustración 20. Formas de pago.

Fuente: Elaboración Propia

El 40% de las personas le es indiferente el medio de pago, pues se acomodaron a cualquiera. El 36% prefiere pagar en efectivo, esto puede ser porque aun las tarjetas no son el medio de pago más común y utilizado.

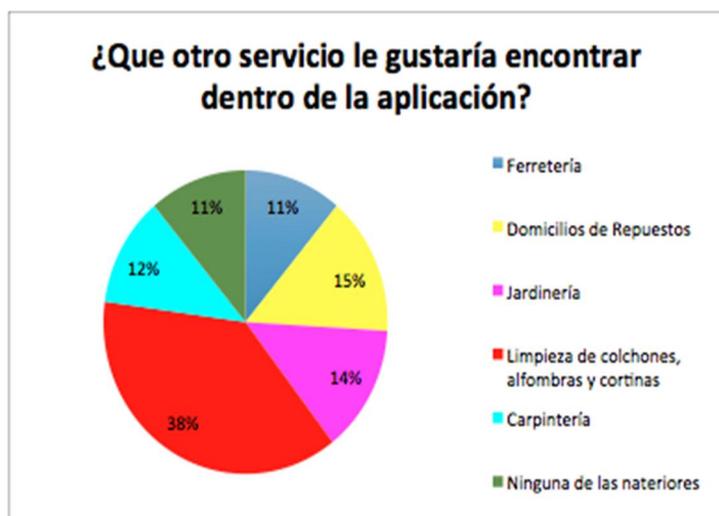


Ilustración 21. Servicios adicionales.

Fuente: Elaboración Propia

Esta pregunta ayuda a ver y analizar qué otros servicios son importantes para las personas y cuáles les gustaría tener como opción ya que quizás utilizan esos servicios en su vida y necesidades diarias. Limpieza de colchones, alfombras y cortinas fue una de las opciones más demandas para la inclusión en Todero App ya que 61 de las personas encuestadas eligieron este servicio.

- Conocer la necesidad de las personas

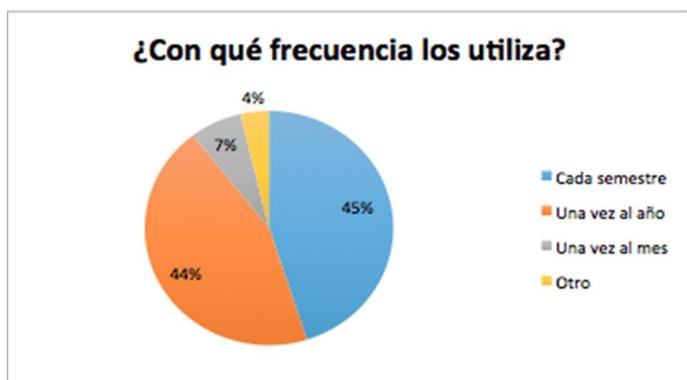


Ilustración 22. Frecuencia de contratación de los servicios.

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados, se halló que el 45% de las personas encuestadas contratan servicios de mantenimiento y reparación del hogar cada semestre, seguido de una vez al año con un 44%. Se puede analizar que la aplicación no será de uso muy frecuente, ya que las personas no contratan estos servicios todos los días. Sin embargo se debe tener en cuenta que la idea de Toderos App es poder llegarle a todos los colombianos que estén entre los estratos 4, 5 y 6, debido a que es un servicio que se necesita cobertura y volumen de usuarios para garantizar un buen número de servicios diarios.



Ilustración 23. Servicios que más contratan.

Fuente: Elaboración Propia

El servicio que se contrata con más frecuencia es mantenimiento en general de electrodomésticos con 24%, seguido de plomería 18%, electricista con 17%, electricista 17%. Lo que esta información nos indica es que estos son los servicios en que tenemos que enfocar más esfuerzos, dado que son los que con más frecuencia necesitan los hogares. Igualmente incluir el servicio de lavado de colchones, tapetes y alfombras, ya que tuvo una buena aceptación.

4.3.3. Conclusiones.

Intención de compra: El 79% de las personas encuestadas están dispuestas a descargar TecniHogar teniendo en cuenta que los que más les llama la atención de esta es la facilidad que el servicio brinda y que cubre una necesidad. Sin embargo, existen varios motivos por el cual las personas no la descargarían:

- El mayor motivo para no descargarla son las funcionalidades que esta App o el servicio pueda tener tales como: “que funcione mal, que no esté en varias ciudades, que no haya disponibilidad de servicio y rapidez”.
- Las personas no encuentran esta aplicación tan necesaria ya que la frecuencia de uso es baja y solo la descargarían cuando sea necesario.

Segmento de TecniHogar: para este análisis fue necesario integrar los resultados de intención de compra con género, edad y nivel socioeconómico para conocer el segmento a quienes la TecniHogar va dirigida. Se evidencia que las el segmento son mujeres y hombres entre 18 y 35 años con un nivel socioeconómico 3, 4, 5 y 6 con una mayor aceptación en el estrato 5.

Concepto de TecniHogar: Según los resultados de las encuestas el 98% de las personas entendieron el concepto de la aplicación y el aspecto que más les llamó la atención fue la facilidad y confianza de contratar estos servicios por medio de la aplicación. De igual forma, el 94% recomendaría TecniHogar.

Nivel de diferenciación e innovación: TecniHogar presta un servicio que actualmente se encuentra en el mercado, pero su contratación y búsqueda es diferente a todas las alternativas que se encuentran en el mercado hoy en día. Lo anterior se evidencia en que el 65% de las personas les pareció innovadora la aplicación y solo el 1% les parece nada innovador.

Servicios complementarios y sustitutos: El mercado actual no ofrece una aplicación similar a TecniHogar, por lo que sería un servicio pionero en la forma de búsqueda y contratación. La idea principal es formalizar el servicio para poder brindar facilidad, confianza y rapidez.

Los servicios sustitutos representan una amenaza, puesto que las personas actualmente buscan estos servicios por medio de referidos, internet o las mismas personas del hogar que saben o son curiosos a la hora de una urgencia.

Utilidad de la aplicación: Las personas esperan encontrar rapidez y seguridad en la aplicación, lo que es aún más importante que el precio. Por otro lado, el medio más acogido por las personas fue cualquier medio de pago, pues le es indiferente, se puede acomodar al ofrecido.

Un resultado muy positivo fue que las personas están muy dispuestas a cambiar sus métodos de búsqueda para la contratación de servicios de mantenimiento y reparación del hogar.

Necesidad de las personas: Los resultados arrojan que el servicio que más utilizado es el mantenimiento general de electrodomésticos seguido de plomería y electricista, estos se contratan una vez cada semestre o cada año.

Ajustes del producto: Después de analizar la información en el contenido de las encuestas se encontró que la App podría tener una gran acogida por la facilidad e innovación que brinda. Alguno de los cambios que habría que hacerle, es incluir el servicio de lavado de colchones, cortinas y alfombras.

4.4. Prueba de conceso para proveedores

Se hicieron entrevistas a ferrerías, cerrajerías y personas independientes.

4.4.1. Modelo de Encuesta.

1. ¿Qué tipo de servicio Presta?
 - Mantenimiento de electrodomésticos

- Cerrajero
 - Plomero
 - Pintor
 - Electricista
 - Lavado de alfombras y colchones
2. ¿Cuántas veces al día presta su servicio?
- Una vez
 - Dos veces
 - Tres o mas

Concepto de la aplicación:

TecniHogar es una aplicación de descarga gratuita, creada para gestionar y solucionar las necesidades y problemáticas que puedan presentarse en cuestión de asistencia y reparación del hogar de una forma rápida y segura las 24 horas del día. Los servicios que se pueden contratar son:

- Plomeros
- Electricistas
- Pintores
- Albañiles
- Cerrajeros
- Mantenimiento general de electrodomésticos
- Gasista

El servicio cuenta con una plataforma por medio de la aplicación que le brinda solicitudes de trabajo al instante que ingrese, recibirá trabajo de una manera fácil y rápida para ampliar su rentabilidad económica.

3. ¿Es claro el concepto de la Aplicación?
- Si
 - No
4. ¿Qué aspectos le llamo la atención de la aplicación?
- Oportunidad de trabajo

- Nueva forma de trabajo
 - Manejo de su propio horario
 - Ambiente laboral más formal
 - Seguridad
5. ¿Qué espera por parte de TecniHogar?
- Frecuencia de trabajos
 - Buen ambiente laboral
 - Seguridad social
6. ¿Qué tan innovadora le parece la aplicación?
- Muy innovadora
 - Innovadora
 - Indiferente
 - Poco Innovador
 - Nada Innovador
7. ¿Le gustaría trabajar por medio de la aplicación?
- Si
 - No
8. ¿Estaría dispuesto a pagar a la aplicación TecniHogar un 15% por cada servicio prestado?
- Si
 - No
9. ¿Cómo preferiría que le pagaran sus servicios?
- Efectivo
 - Tarjeta Crédito / Debido
 - Cualquiera de las anteriores

4.4.2. Tabulación y Hallazgos.

- Disposición de descarga Vs % de pago

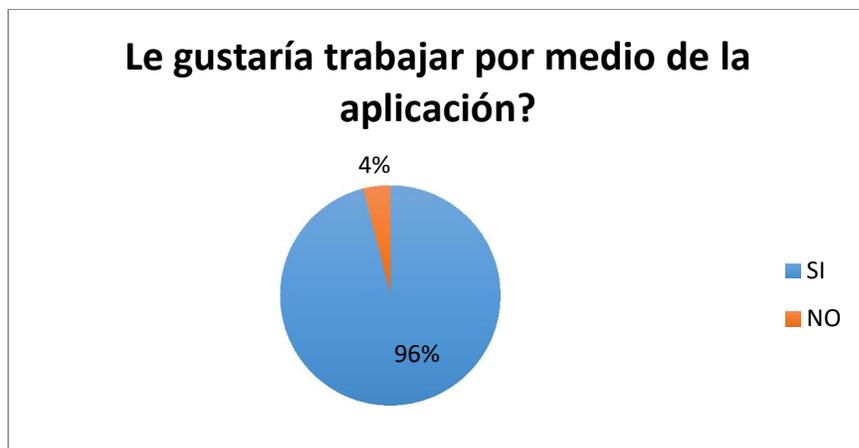


Ilustración 24. Disposición de trabajar por medio de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 25. Disposición de pago del 15% por servicio prestado.

Fuente: Elaboración Propia

De las 51 encuestas realizadas, el 96% de los técnicos afirmaron estar interesados en descargar y trabajar por medio de TecniHogar. Esto indica que hay gran aceptación por parte de los técnicos, debido a que les parece atractivo tener una fuente de ingreso extra. Igualmente, garantizando una frecuencia alta de servicios están dispuestos a pagar un 15% del total de los servicios.

- Servicio prestado Vs Frecuencia

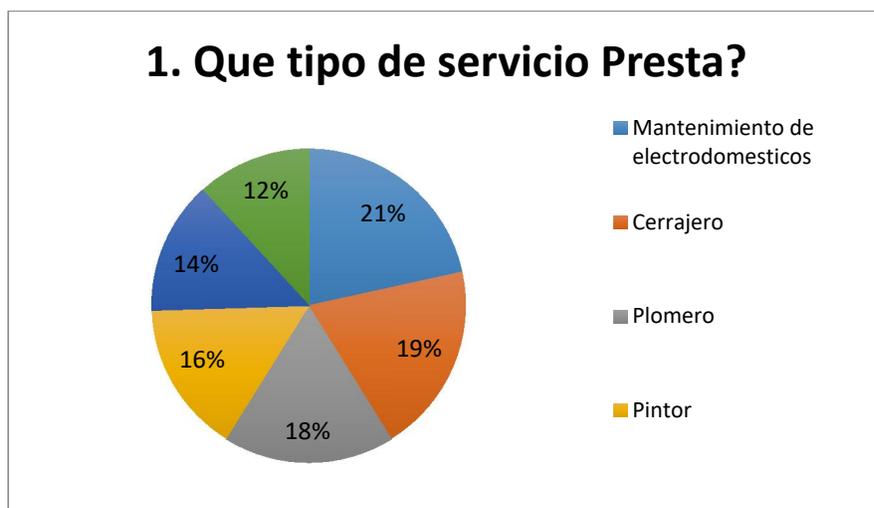


Ilustración 26. Servicios que más prestan.

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 27. Frecuencia de prestación de servicios.

Fuente: Elaboración Propia

Las entrevistas fueron realizadas a técnicos que tienen el perfil y la experiencia para ser proveedores de TechniHogar. Se identificó que los servicios que más prestan son el de mantenimiento de electrodomésticos y cerrajería. Esta información ratifica con la de los clientes que es un servicio muy solicitado por las personas. Por otro lado, se descubrió que un técnico presta en promedio dos servicios al día, un número muy bajo, lo cual con TechniHogar se puede incrementar por el reconocimiento y posicionamiento de la aplicación.

- Concepto Vs Aspectos que llamaron la atención

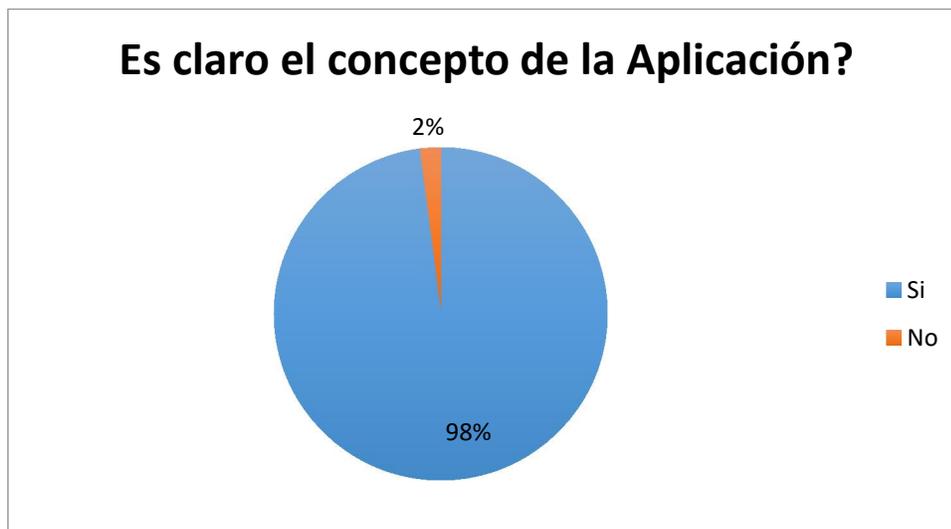


Ilustración 28. Claridad del concepto de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

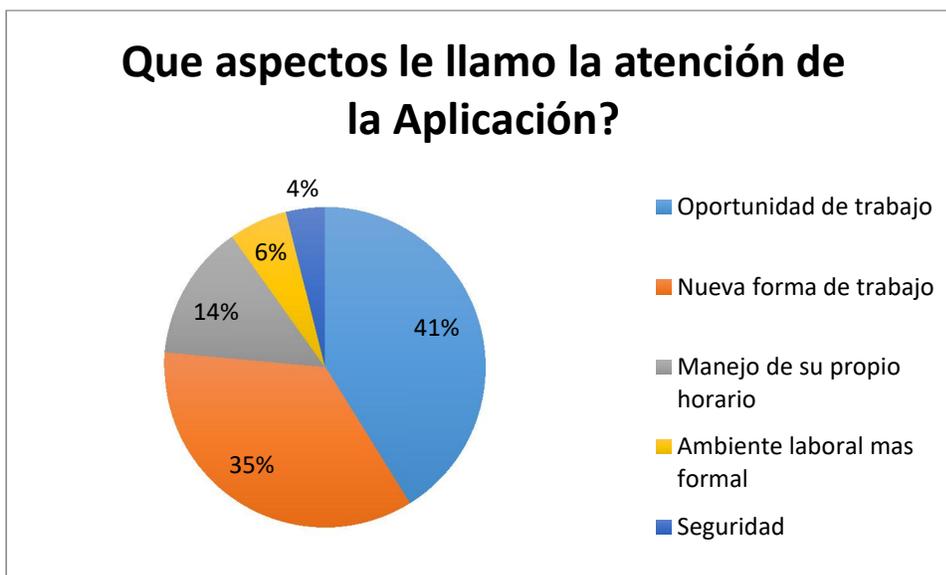


Ilustración 29. Aspectos más llamativos de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

El 98% de los encuestados le es claro el concepto de la aplicación y de la manera que se va a prestar el servicio. El aspecto que más les atrajo fue la oportunidad de trabajo y la nueva forma de tomar los servicios. Se detecta entonces que los técnicos si desean tener una nueva fuente de ingreso, debido a la baja tasa de servicios atendidos por día.

- Innovación Vs Utilidad de TecniHogar



Ilustración 30. Innovación de la aplicación.

Fuente: Elaboración Propia

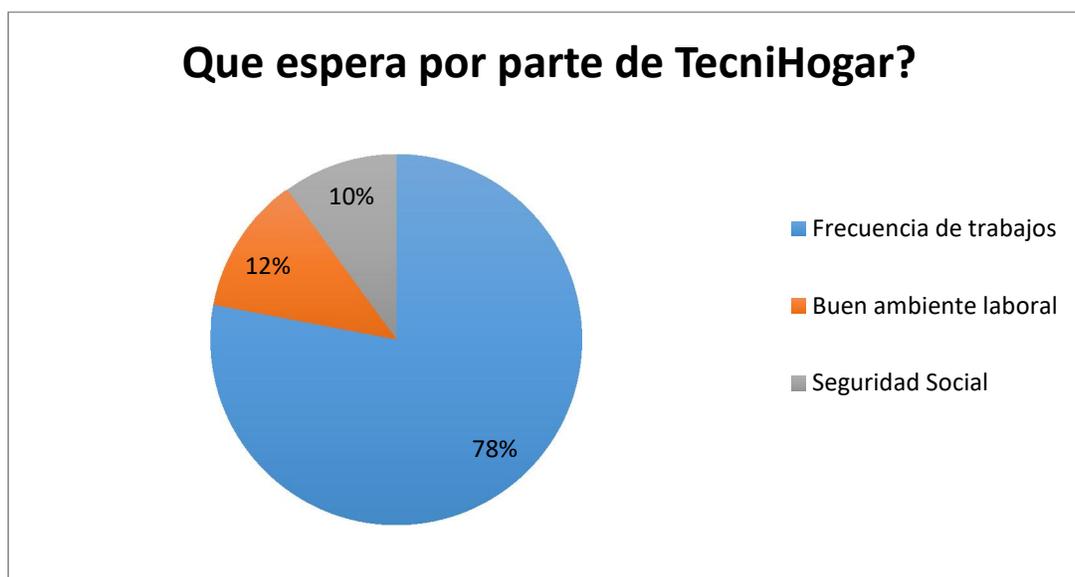


Ilustración 31. Beneficios que se esperan.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con las gráficas anteriores se evidencia que el 59% de los encuestados les parece innovadora la aplicación. Pero lo que realmente les interesa y donde se muestra el atractivo real es que el 78% les atrae aumentar sus servicios diarios para así tener una fuente ingresos mayor y segura.

- Pago de los servicios



Ilustración 32. Medios de pago.

Fuente: Elaboración Propia.

Uno de los temas más cuestionables tanto para los técnicos como para nosotras fue la forma de pago, ya que los técnicos les gusta manejar la plata en efectivo, pero por términos de control del dinero es mejor manejarlo por pago online. Sin embargo, los técnicos encontraron que existen barreras y una de ellos es que no siempre los clientes tienen el efectivo por lo que lograron ver la oportunidad. Los resultados fueron alentadores, pues existe una alta aceptación en pago en efectivo que fue el 47% de los encuestados y un 47% acepto cualquiera de los dos pagos.

4.5. Conclusiones

- Intención de Compa: El 96% de los encuestados están dispuestos a descargar y trabajar por medio de la aplicación TecniHogar teniendo en cuenta que lo que más le llama la atención y

lo más atractivo para ellos es el poder aumentar la frecuencia de sus trabajos y por ende sus ingresos.

- Segmento de TecniHogar: Nuestros posibles técnicos serán personas de 18 a 60 años que hayan trabajado en este campo y que tengan algún certificado de conocimiento y manejo del tema. Para esta segmentación no se evidencia estrato ya que no es relevante.
- Concepto de TecniHogar: Según los resultados de las 51 encuestas realizadas el 98% de las personas entendieron el concepto de la aplicación, es decir, que la explicación fue clara.
- Utilidad de la aplicación: Los técnicos determinaron que la aplicación es altamente innovadora siendo el resultado de 59% de los encuestados, también se identifica que el aspecto con mayor importancia para ellos es la frecuencia de los servicios y lo menos importante es la seguridad social siendo este un 10%.
- Aceptación de pago: Según los datos revelados por medio de las encuestas se analiza que los técnicos prefieren el efectivo siendo este un 47% de aceptación pero también existe otro 47% de técnicos que les es indiferente el método de pago ya que puede ser por medio de tarjeta o efectivo. Esto nos deja un dato relevante e importante porque una de las preocupaciones para el desarrollo de la aplicación era esta y ahora nos dimos cuenta que no es altamente significativo para ellos.

5. CANVAS PARA GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO

Key Partners Socios clave - Proveedores del servicio El poder de negociación con proveedores es alto ya que nosotros establecemos precios El socio es un competidor por que puede realizar el mismo trabajo sin la aplicación. No necesita intermediario El modelo de negocio se basa en hacer alianzas con los proveedores que son competencia. Realizar capacitaciones	Key Activities Diseño fácil , completo y útil de la app. Confidencialidad con los datos de los usuarios Realizar alianzas duraderas con el proveedor. Problemas: Poca disponibilidad de técnicos Inconformidad Soluciones Tener personal disponible Garantía Key Resources Intelectuales: - Programadores - Plataforma Humanos: - Contador - Proveedores calificados	Value Propositions Al cliente: - Facilidad - Confianza - Calidad - Rapidez - Servicios Solucionamos necesidades y problemáticas que puedan presentarse en cuestión de asistencia y reparación del hogar. Brindamos un servicio mas formal al prestado actualmente A los proveedores: Generamos trabajo a nuestro proveedores. Brindamos incentivos para trabajar con nosotros. Incentivos: Semana de garantía Revisiones gratis Domicilios gratis	Customer Relationships Tipo de relación: Relacional por cobertura Modelo de negocio - Asistencia personalizada - Servicios 24 horas - Personal calificado - Garantía Los clientes esperan: - Facilidad - Rapidez - Calidad - Seguridad Channels Contacto directo a través de la aplicación Sitio web Facebook Instagram Twitter Compatibilidad con Android Apple Contacto con proveedores: -Directo -Volantes	Customer Segments Clientes -Nuestros clientes mas importantes son hombres y mujeres entre los 18 y 35 años. Nivel socioeconómico 4, 5 y 6 con mayor aceptación del 5. - Market-Place B2C - Objetivo de crecimiento por volumen y cobertura - Creamos valor a las personas que requieran un servicio rápido de calidad y fácil de contratar. Proveedores -Personal capacitado que dese una fuente de ingresos - Personas independientes
Cost Structure Costos - Publicidad - Nomina - Desarrollo de la aplicación - Dotación - Plan de internet El recurso mas costoso es la publicidad		Revenue Streams Formas de pago -Efectivo - Tarjeta Costo por servicio: 15% Aplicación gratuita para usuarios Problema de rentabilidad es por cobertura y uso		

Ilustración 33. Modelo Canvas para TecniHogar.

Fuente: Elaboración propia

5.1. Segmentos de mercado

Creamos valor para dos clientes muy importantes: usuarios de la aplicación y proveedores del servicio (técnicos especializados). Luego de haber hecho las encuestas, fue posible identificar el grupo objetivo al cual Tecnihogar le quiere apuntar, este fue:

- Usuarios: el segmento de mercado al cual queremos llegar se compone de hombres y mujeres de estratos 4,5 y 6 entre 24 y 45 años de edad quienes usen el internet como herramienta principal para sus actividades diarias. Nuestros clientes más importantes son aquellas personas valoran el tiempo y la facilidad de las cosas

es decir, personas con un trabajo estable que necesiten de un servicio rápido, de calidad y fácil de contratar.

- Técnicos especializados: estamos buscando técnicos quienes se encuentren en una edad de 18 a 60 años de edad con las siguientes características: deben ser técnicos especializados en cualquier área en reparación y mantenimiento del hogar y personas independientes que quieran ejercer la labor y cuenten con habilidades para prestar el servicio. Technihogar se hará responsable de escoger a los mejores técnicos quienes muestren en su hoja de vida las habilidades y competencias que se requieren para así brindarles a nuestros usuarios la garantía de un personal calificado y experto en el tema.

5.2. Propuesta de valor

Propuesta de valor Clientes

- Precio: El sector de asistencia y reparación del hogar hoy en día no tiene precios establecidos, por lo que es un sector informal que depende de varios factores como lo son la evaluación del daño para ver que está comprometido y muchas veces también depende del nivel socioeconómico, porque saben que a mayor poder adquisitivo pueden cobrar más, además juegan con la necesidad de las personas.

- Novedad: Hoy en día la manera que pedimos los servicios de asistencia y reparación del hogar es muy complicada porque no confiamos en lo que hay en internet o en las páginas amarillas, a la hora de pedir el servicio buscamos respaldo, ya que se espera un servicio seguro y con garantía. La aplicación Technihogar revolucionará la forma de pedir los servicios de asistencia y reparación del hogar, brindamos facilidad al pedir los servicios, seguridad con nuestros técnicos especializados y garantía con todos los arreglos realizados.

- Calidad: A nuestros clientes les ofrecemos un servicio garantizado con técnicos especializados en cada área que se ofrece.

- Conveniencia: A nuestros clientes les solucionamos sus emergencias y necesidades de la manera más fácil y segura, por eso pedir los servicios por medio de la aplicación será la manera más oportuna de hacerlo.

- Marca/ status: Los servicios que ofrecemos no generan ningún tipo de status, debido a que los servicios que se prestan son básicos.

- Desempeño: Technihogar será la aplicación móvil a la que cualquier persona puede ingresar y pedir de inmediato el servicio a la hora que presente una emergencia o necesidad.

- Reducción de riesgo: Uno de los pilares más importantes para nosotros es brindarle a nuestros clientes seguridad en cada uno de los servicios que prestemos, ya que es una de las preocupaciones que los usuarios tienen es recurrir a un técnico que no conozcan y abrirle las puertas de sus casas.

- Reducción de costes: Establecimos precios para cada uno de los servicios que se van a ofrecer, es por eso que garantizaremos que los precios sean justos para cada uno de nuestros clientes.

- Diseño: Nos preocupamos por nuestros clientes por lo que una de las partes más importantes para nosotros es la facilidad para navegar en la aplicación, esta será fácil y amigable a la hora de pedir sus servicios.

- Customización: Nuestro cliente hace parte del proceso completo, desde que inicia con pedir el servicio hasta que califica a nuestros técnicos por el servicio prestado.

Propuesta de valor proveedores

- Precio: Para nuestros proveedores es muy difícil que los precios se estandaricen, por eso les estamos garantizando aumentar la frecuencia de servicios diarios.

- Novedad: La manera en que se abordan los servicios, en que la gente los percibe y sobre todo el ingreso extra.

- Calidad: Podrán tener su propio sello de calidad, por lo que les permitirá abarcar una mayor porción del mercado.

- Conveniencia: Garantizar mediante la aplicación un servicio de fácil, seguro y de calidad aumentara el interés de las personas por lo que cada vez tendrá más usuarios.

- Marca/ Status: Technihogar respalda a cada uno de sus técnicos, por que lograran tener un mayor reconocimiento en el mercado.

- Desempeño: La aplicación es la forma más fácil para conseguir servicios de asistencia y reparación del hogar.
- Reducción de Riesgo: Oportunidad de aumentar los ingresos teniendo un trabajo extra en el momento que se encuentren activos en la aplicación
- Reducción de costes: Establecimos precios para cada uno de los servicios que se van a ofrecer, es por eso que garantizaremos que los precios sean justos para los proveedores y que el cobro del 15% por cada servicio sea aprobado por ellos.
- Diseño: Nos preocupamos por nuestros proveedores por lo que una de las partes más importantes para nosotros es la facilidad para navegar en la aplicación, esta será fácil y amigable a la hora de realizar sus servicios.
- Customización: nuestros técnicos hacen parte fundamental del negocio para esto se ha creado una interfaz fácil de usar.

5.3. Canales de comercialización

Para lograr llegar tanto a nuestros usuarios como a nuestros proveedores se van a tener diferentes estrategias con el fin de dar a conocer TecniHogar, promover su descarga y brindar a los clientes proveedores una mejor descripción de lo que es la aplicación. El primer canal de comercialización que se tendrá será por medio de Google Play y App Store, en donde tanto los usuarios como los proveedores podrán descargar la aplicación y usarla de inmediato de forma gratuita.



Ilustración 34. Logo TechniHogar y compatibilidad con AppStore y Google Play.

Fuente: Elaboración propia

De igual forma se tendrá página en Facebook, Instaram y página web con el fin de que por medio de estas puedan descargar la aplicación y poder establecer contacto con los clientes. Por otro lado, para poder reclutar a los técnicos especializados se harán volantes con el fin de que ellos conozcan la aplicación y se motive a trabajar con TecniHogar.



Ilustración 35. Página Web

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 36. Perfil en Instagram y Facebook.

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 37. Volantes para publicidad a proveedores.

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los canales expuestos anteriormente, los más rentables son los perfiles en redes sociales ya que tienen un bajo costo y logran llegar y captar mayor cantidad de público. Sin embargo se puede decir que los demás canales tales como página web y volantes son poco costosos pero no generan tanto impacto como lo son las redes.

5.4. Relaciones con los clientes

Para TecniHogar es muy importante establecer unas buenas relaciones con los usuarios y técnicos ya que son ellos la base de nuestro negocio, es por esto que la empresa se enfoca que brindar un excelente servicio hecho por técnicos especializados y así mismo ofrecerles incentivos a nuestros proveedores para que escojan a TecniHogar como su forma de obtener ingresos. Entonces para poder ofrecer una buena relación con los usuarios y técnicos se realizarán las siguientes estrategias:

- Usuarios: por medio de las redes sociales se publicará contenido de interés para los usuarios como fotos, experiencias y descuentos en fechas especiales. Se regalaran libretas y tarjetas a las primeras 700 personas que contraten un servicio por medio de TecniHogar. Se dará el 10% de descuento a las primeras 700 personas que contraten el servicio. Con el fin de garantizar una fidelización se dará el 15% de descuento a personas que refieran a 3 personas más a descargar la aplicación y finalmente se ofrecerán revisiones gratis después del quinto servicio.



Ilustración 38. Promociones en Facebook y libretas.

Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 39. Tarjetas para descargas de la aplicación.

Fuente: Elaboración propia

-Técnicos especializados: se les garantizara un número mínimo de servicios por día, se les ofrecerá ampliar su mercado llegando a muchos hogares de la ciudad. Se le brindará un plan de datos de 2GB para que puedan acceder siempre a la aplicación en cualquier momento. Así mismo, se pagará a los proveedores semanalmente a una cuenta de banco. También se tendrán capacitaciones por Youtube para el manejo de la aplicación, manejo del dinero y servicio al cliente. Finalmente se les otorgará una dotación cada 3 meses con el fin de tener un buen código de vestimenta.



Ilustración 40. Dotación para proveedores.

Fuente: Elaboración propia

5.5. Fuentes de ingresos

TecniHogar es una aplicación de descarga gratuita tanto para clientes como para los proveedores. Según las encuestas, los clientes prefieren pagar por el servicio por medio de tarjetas (débito y crédito) y en efectivo. El servicio prestado por los técnicos tendrá un precio promedio de

\$ 120.000 pesos de los cuales cobraremos el 15% de cada uno de estos.

Los ingresos de TecniHogar, no dependen de la frecuencia de los servicios ya que las personas piden estos servicios cada 6 meses aproximadamente. Los ingresos dependen de la cobertura y el número de usuarios el cual debe incrementar progresivamente para garantizar una buena entrada de ingresos.

5.6. Recursos clave

Para concretar la propuesta de valor se necesitan los siguientes recursos:

- Recursos intelectuales: se necesitan personas con conocimientos en desarrollo aplicaciones y programación de las mismas. De igual forma se necesitan personas con conocimientos y habilidades para mercadeo digital.
- Recursos humanos: se necesita un contador, revisor fiscal, asistente contable, mercaderista y directores de la empresa. Los directores de la empresa y el asistente contable tendrán seguridad social.
- Recursos económicos: monto inicial por parte del inversionista para poner en funcionamiento la empresa desde el primer año. Se le ofrecerá al inversionista una tasa del 15% EA y se le pagará anualmente los intereses y el capital.

5.7. Actividades clave

Para poner en marcha TecniHogar es necesario del desarrollo de una aplicación fácil y completa de la interfaz. Se necesitan dos interfaces, una para usuarios y una para los proveedores debido a que las funcionalidades de cada una son distintas. A la aplicación se le harán actualizaciones periódicas para introducir mejoras y nuevas funcionalidades. La aplicación debe contener un menú, categoría de servicios, mapa de ubicación y perfil del usuario.

Descripción
TecniHogar App es la aplicación móvil a la que cualquier persona puede ingresar y solicitar un servicio en el instante que presente un imprevisto, una emergencia o alguna necesidad en el hogar.

Novedades
TecniHogar App resuelve cualquier problema o necesidad que se pueda presentar en cuestión de asistencia y reparación de tu hogar.

Información

Vendedor	TecniHogar Inc
Categoría	Compra de Servicios
Actualizado	17/11/2016
Versión	3.12
Tamaño	88,7 MB
Valoración	18+ por lo siguiente: Contratación de servicios para el hogar bajo supervisión de adulto responsable.
En Familia	Disponible
Compatibilidad	Requiere iOS 8.0 o posterior. Compatible con iPhone y iPod Touch.
Idioma	Español, Inglés.

Historial de Actualizaciones

Sitio Web del desarrollador

Políticas de privacidad

Desarrollador

© 2016, TecniHogar Inc.

Ilustración 41. Aplicación TecniHogar.

Fuente: Elaboración propia

De igual forma se requieren buenas actividades en cuanto al mercadeo y la publicidad de la aplicación para poder llegar a nuestro segmento de la mejor manera y poder garantizar la cobertura, usuarios y número de servicios que hemos estimado para cumplir con la demanda y generar ingresos.

Así mismo se necesita realizar alianzas duraderas con el personal y los técnicos especializados para poder garantizar un servicio de calidad, esto se hará por medio de las estrategias de fidelización mencionadas anteriormente.

Por otra parte, pueden presentarse problemas críticos en el proceso que pueden interferir en el buen desarrollo de las actividades y el funcionamiento del sistema. Uno de estos puede presentarse cuando el técnico desee cobrar un precio mayor al estimado. Esto se resolverá estableciendo una tabla de precio fijos establecidos por TecniHogar, así mismo todos los valores

estarán reflejados en la factura que se genera por medio de la aplicación. Otro problema latente es que se puede perder al cliente porque este toma el contacto directo con el proveedor, para solucionar esto se va a tener un monitoreo constante entre el cliente y proveedor bien sea por la aplicación y por visitas.

5.8. Asociaciones clave

Los socios clave de TecniHogar son aquellas personas y técnicos especializados que quieran trabajar con la empresa. Son ellos a quienes TecniHogar debe motivar e incentivar para que sigan trabajando con la aplicación y cada vez ofrezcan mejor su servicio. Otro socio clave es el inversionista a quien se le debe incentivar y proponer un buen retorno de la inversión y una buena promesa de valor para que pueda invertir el monto inicial con confianza.

Para los técnicos es muy difícil integrarse verticalmente ya que se necesita una inversión alta para crear una aplicación como TecniHogar, es por esto que el poder de negociación con ellos es alto. TecniHogar impone todas las reglas para que el servicio se preste y el proveedor tendrá que seguirlas para garantizarle un número de servicios al día.

5.9. Estructura de costos

Los costos están discriminados de la siguiente manera:

Tabla 11.

Costos fijos y variables para el funcionamiento de TecniHogar.

Costos	
Aplicación	\$50.250.000
Publicidad	\$139.049.333
Constitución	\$347.550
Nómina	\$82.200.000
Otros Costos	\$8.561.400
Total	\$280.408.283

Fuente: Elaboración propia

Los recursos claves más costosos para poner en funcionamiento la aplicación son: publicidad y la nómina. La publicidad corresponde al 49% de los costos para la inversión inicial y la nómina corresponde al 30% de los costos. Como se ha dicho anteriormente, para el funcionamiento de la aplicación es necesario una buena inversión en publicidad y mercadeo para garantizar un flujo de ingresos durante todos los años.

6. MODELO FINANCIERO

Para lograr cuantificar el modelo de negocio de la aplicación TecniHogar se desarrollará un modelo financiero el cual permitirá ver los ingresos, costos y utilidades de la operación en un periodo de 5 años desde 2017 a 2021.

6.1. Ingresos

Se parte de una base de precios de los servicios que TecniHogar ofrecerá al mercado, estos se encienden resumidos en la siguiente tabla.

Tabla de precios por servicio	
Mantenimiento de electrodomesticos	Valor aproximado
Nevera	\$ 80.000
Lavadora	\$ 80.000
Secadora	\$ 80.000
Calentadores	\$ 100.000
Estufas	\$ 100.000
Hornos	\$ 100.000
Licuadaora	\$ 40.000
Cerrajería	
Abrir cerradura	\$ 80.000
Cambiar cerradura dos chapas	\$ 180.000
Pintura	
Cada metro cuadrado	\$ 18.000
Lavado de colchones	
Doble	\$ 130.000
Semidoble	\$ 100.000
Sencillo	\$ 80.000
King	\$ 160.000
Lavado de alfombras	
Habitación normal	\$ 40.000
Habitación principal	\$ 50.000
Sala y comedor	\$ 100.000
Plomería	
Reparación de grifos y fugas (baños cocina)	\$ 25.000
Mantenimiento de tuberías	\$ 25.000
Destape de tuberías, sifones, lavaplatos, Sanitarios,	\$ 80.000
Instalación de grifos	\$ 25.000
Electricista	
Reparación de tomas de luz	\$ 50.000
Instalación de bombillas, tubos de luz	\$ 8.000
Instalacion de ventiladores	\$ 80.000
Reparación interruptor	\$ 50.000

Ilustración 42. Precios por servicios.

Fuente: Elaboración propia

Luego se realizó un promedio entre los servicios prestados el cual es de \$120.000 pesos, de estos obtendremos el 15% de cada uno de los servicios. Para los siguientes años el precio aumenta teniendo en cuenta la inflación.

En cuanto a la demanda, el estimado en ventas se basó en el número habitantes de estratos 4, 5 y 6 el cual es de 1'000.000 de personas aproximadamente según fuente DANE. Teniendo en cuenta que las familias tienen en promedio 4 personas, contamos con que una de estas personas se encuentre dentro de nuestro segmento. Así bien, se reduce el target a 250.000 personas. Nuestra meta es llegar al 5,5% de esta población lo que representa 13.750 usuarios que se atenderán en el primer año, con un promedio de 1.146 usuarios al mes ,es decir, 38 servicios al día, que serán prestados por 19 trabajadores teniendo en cuenta que estos realizaran 2 servicios al día. Las siguientes tablas resumen la estimación de la demanda para los siguientes años.

Tabla 12.

Estimación de la demanda

Estimación de la demanda			
HABITANTES DEE ESTRATO 4 A 6	\$ 1.000.000		
4 PERSONAS POR HOGAR	\$ 250.000		POBLACIÓN OBJETIVO
META	\$ 13.750	5,5%	
FAMILIAS A ATENDER POR MES	\$ 1.146		12
N° DE SERVICIOS AL DIA TOTAL	\$ 38		30
N° DE SERVICIOS POR TRABAJADOR AL DIA	\$ 2		
N° DE TRABAJADORES DIARIOS	\$ 19		

Fuente: Elaboración propia

El año 1 se compone de la siguiente manera: primeros 3 meses de lanzamiento donde no se realizarán servicios. Del mes 4 al 12 se realizaran 9.120 servicios.

Tabla 13.

Estimación de la demanda año 1.

AÑO 1		
MESES 1 A 3		NUMERO DE SERVICIOS
N° de servicios al día total	0	
N° de servicios por trabajador	0	
N° de trabajadores	0	
MESES 4 A 7		
N° de servicios al día total	2	
N° de servicios por trabajador	38	4560
N° de trabajadores	19	
MESES 8 A 12		
N° de servicios al día total	2	
N° de servicios por trabajador	38	4560
N° de trabajadores	19	
TOTAL DE SERVICIOS ANUAL		9.120

Fuente: Elaboración propia

A mitad del año 2, el número de servicios al día aumentará a 3 con un total de servicios anuales de 17.100.

Tabla 14.

Estimación de la demanda año 2.

AÑO 2		
MESES 1 A 6		NUMERO DE SERVICIOS
N° de servicios al día total	2	
N° de servicios por trabajador	38	6840
N° de trabajadores	19	
MESES 7 A 12		
N° de servicios al día total	3	
N° de servicios por trabajador	57	10260
N° de trabajadores	19	
TOTAL DE SERVICIOS ANUAL		17.100
CRECIMIENTO POERCENTUAL DE USUARIOS		88%

Fuente:Elaboración propia

En el año 3 aumenta a 4 servicios al día con un total de servicios anuales de 30.240.

Tabla 15.

Estimación de la demanda año 3

AÑO 3		
MESES 1 A 12		NUMERO DE SERVICIOS
N° de servicios al día total	4	
N° de servicios por trabajador	84	30240
N° de trabajadores	21	
TOTAL DE SERVICIOS ANUAL		30.240
CRECIMIENTO POERCENTUAL DE USUARIOS		77%

Fuente:Elaboración propia

En el año 4 el número de servicios al día aumentara a 5 con un total de servicios anuales de 46.800.

Tabla 16.

Estimación de la demanda año 4.

AÑO 4		
MESES 1 A 12		NUMERO DE SERVICIO
N° de servicios al día total	5	
N° de servicios por trabajador	130	46800
N° de trabajadores	26	
TOTAL DE SERVICIOS ANUAL		46.800
CRECIMIENTO POERCENTUAL DE USUARIOS		55%

Fuente:Elaboración propia

Finalmente para el año 5 se mantienen los mismos 5 servicios al día con un total de servicios anuales de 54.000.

Tabla 17.
Estimación de la demanda año 5.

AÑO 5		
MESES 1 A 12		NUMERO DE SERVICIOS
N° de servicios al dia total	5	
N° de serviciospor trabajador	150	54000
N° de trabajadores	30	
TOTAL DE SERVICIOS ANUAL		54.000
CRECIMIENTO POERCENTUAL DE USUARIOS		15%

Fuente:Elaboración propia.

6.2. Costos

Para el primer año se estiman los siguientes costos, están discriminados de la siguiente manera:

Tabla 18.
Costos de desarrollo y actualización de aplicación.

APLICACIÓN	
Costo de aplicación	\$35.250.000
Mantenimiento	\$15.000.000
Total	\$50.250.000

Fuente:Elaboración propia

Tabla 19.
Costos de constitucion de TecniHogar.

CONSTITUCIÓN	
Constitución - Cámara de Comercio y mantenimiento	\$347.550
<i>Inscripción</i>	\$4.800
<i>derechos de constitución</i>	\$36.000
<i>Rue</i>	\$36.000
<i>libro de socios</i>	\$12.000
<i>libro de accionistas</i>	\$12.000
<i>Cámara de Comercio y mantenimiento</i>	\$246.750
Total	\$347.550

Fuente:Elaboración propia

Tabla 20.
Gastos en nómina.

NÓMINA	
Gastos de personal (las 3)	\$36.000.000
Contador	\$18.000.000
Revisor fiscal	\$18.000.000
Asistente contable	\$10.200.000
Total	\$82.200.000

Fuente:Elaboración propia

Tabla 21.
Gastos en publicidad.

PUBLICIDAD	
Influenciadores	\$27.000.000
	\$100.833.333
Facebook/Adworks/Mailing	3
Revisiones gratis (700 revisiones)	\$7.000.000
Volantes	\$400.000
Material pop libretas	\$2.416.000
Capacitaciones - video	\$800.000
Página Web	\$600.000
Total	\$139.049.333
	3

Fuente:Elaboración propia

Tabla 22.
Otros costos

OTROS COSTOS	
Dotación (chaleco)	\$1.140.000
Plan de datos	\$6.498.000
Otros gastos administrativos	\$923.400
Total	\$8.561.400

Fuente:Elaboración propia

Así bien, habiendo estimado todos los costos para el lanzamiento de TecniHogar, se necesitan \$280.408.283 millones de inversión inicial.

Tabla 23.
Total de costos para lanzamiento de TenciHogar.

INVERSIÓN TOTAL	
Aplicación	\$50.250.000
Publicidad	\$139.049.333
Constitución	\$347.550
Nómina	\$82.200.000
Otros Costos	\$8.561.400
Total	\$280.408.283

Fuente:Elaboración propia

6.3. Estado de pérdidas y ganancias

Luego de haber estimado los ingresos y su comportamiento durante los 5 siguientes años y los costos que se necesitan para el funcionamiento de TecniHogar se muestra a continuación el estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 24.
PYG a 5 años

	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS OPERACIONALES					
Venta de servicios	\$ 1.231.200.000	\$ 2.144.340.000	\$ 3.962.740.320	\$ 6.408.788.958	\$ 7.727.520.532
15% sobre venta de servicios	\$ 184.680.000	\$ 321.651.000	\$ 594.411.048	\$ 961.318.344	\$ 1.159.128.080
Total Ingresos operacionales	\$ 184.680.000	\$ 321.651.000	\$ 594.411.048	\$ 961.318.344	\$ 1.159.128.080
COSTOS OPERACIONALES					
Constitución - Cámara de Comercio y mantenimiento	\$ 347.550	\$ 2.122.897	\$ 3.923.113	\$ 6.344.701	\$ 7.650.245
Mantenimiento y actualización de la plataforma	\$ 15.000.000	\$ 15.675.000	\$ 16.380.375	\$ 17.117.492	\$ 17.887.779
PUBLICIDAD	\$ 139.049.333	\$ 158.437.000	\$ 266.836.777	\$ 410.030.624	\$ 484.462.716
Influenciadores	\$ 27.000.000	\$ 28.215.000	\$ 29.484.675	\$ 30.811.485	\$ 32.198.002
Facebook/Adworks/Mailing	\$ 100.833.333	\$ 129.504.000	\$ 236.601.792	\$ 378.435.065	\$ 451.445.357
Revisiones gratis (700 revisiones)	\$ 7.000.000				
Volantes	\$ 400.000	\$ 418.000	\$ 436.810	\$ 456.466	\$ 477.007
Material pop libretas	\$ 2.416.000				
Capacitaciones - video	\$ 800.000				
Página Web	\$ 600.000	\$ 300.000	\$ 313.500	\$ 327.608	\$ 342.350
Gastos de personal (las 3)	\$ 36.000.000	\$ 37.620.000	\$ 39.312.900	\$ 41.081.981	\$ 42.930.670
Contador	\$ 18.000.000	\$ 18.810.000	\$ 19.656.450	\$ 20.540.990	\$ 21.465.335
Revisor fiscal	\$ 18.000.000	\$ 18.810.000	\$ 19.656.450	\$ 20.540.990	\$ 21.465.335
Asistente contable	\$ 10.200.000	\$ 10.659.000	\$ 11.138.655	\$ 11.639.894	\$ 12.163.690
Community Manager			\$ 18.000.000	\$ 18.810.000	\$ 19.656.450
Mercaderista			\$ 18.000.000	\$ 18.810.000	\$ 19.656.450
Dotación	\$ 60.000	\$ 62.700	\$ 65.522	\$ 68.470	\$ 71.551
Plan de datos	\$ 6.498.000	\$ 9.053.880	\$ 10.457.231	\$ 13.529.666	\$ 16.313.654
Otros gastos administrativos	\$ 923.400	\$ 1.608.255	\$ 2.972.055	\$ 4.806.592	\$ 5.795.640
Total costos operacionales	\$ 244.078.283	\$ 272.858.732	\$ 426.399.528	\$ 583.321.400	\$ 669.519.516
Utilidad operacional	-\$ 59.398.283	\$ 48.792.268	\$ 168.011.520	\$ 377.996.944	\$ 489.608.564
Reserva imprevistos	\$ -	\$ 4.879.227	\$ 16.801.152	\$ 37.799.694	\$ 48.960.856
UTILIDAD DESPUES DE RESERVAS	-\$ 59.398.283	\$ 43.913.042	\$ 151.210.368	\$ 340.197.250	\$ 440.647.708
UTILIDAD ACUMULADA DESPUES DE RESERVAS	-\$ 59.398.283	-\$ 15.485.242	\$ 135.725.126	\$ 475.922.376	\$ 916.570.083

6.3.1. Supuestos.

El comportamiento de cada uno de los costos durante todos los años se explica de la siguiente manera:

- Constitución - Cámara de Comercio y mantenimiento: 0,7% sobre el capital suscrito, \$36.000 pesos de inscripción, \$4.800 pesos del Rue, \$36.000 pesos de derecho de constitución, \$12.000 pesos por libro de socios y \$12.000 pesos por libro

de accionistas, todo esto para el primer año. Para los años siguientes se tiene en cuenta 0,0066 de los ingresos para pago de declaración de renta.

- Mantenimiento y actualización de la plataforma: Anualmente se requieren \$15.000.000 para mantener y actualizar la plataforma de la aplicación. Para los siguientes años el precio aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Influenciadores: Para el lanzamiento de la aplicación se requieren \$5.000.000 de pesos y \$2.000.0000 de pesos mensuales durante el primer año. Para los siguientes años se requieren \$2.000.000 de pesos mensual. Los precios aumentan teniendo en cuenta la inflación.
- Facebook/Adworks/Mailing: Para el lanzamiento de la aplicación se requieren \$100.833.33 de pesos y \$2.000.0000 de pesos mensuales durante el primer año. El precio por click en Facebook es de \$100 pesos y en Adworks es de \$400 pesos, los cuales se multiplicaron por la demanda de cada año. Los precios aumentan teniendo en cuenta la inflación.
- Revisiones gratis (700 revisiones): Durante el primer año de lanzamiento se regalarán 700 revisiones gratis a usuarios de la aplicación. Cada revisión tiene un costo de \$10.000 pesos que serán pagados a los trabajadores.
- Volantes: Se desea hacer 1000 volantes con el fin de atraer a los proveedores. Cada uno a 400 pesos. Para los siguientes años el precio aumentara con la inflación.
- Material POP: Durante el primer año de lanzamiento se regalará a los usuarios 1000 libretas con el logo de la aplicación. Cada una a \$2416.
- Capacitaciones (video): se realizara un video en Youtube el cual tiene un costo de \$800.000 pesos.
- Página Web: Se planea hacer una página web de la aplicación, ésta por un valor de \$600.000 pesos, sin embargo para mantener el servidor y el dominio se requieren \$300.000 pesos anuales los cuales aumentan con la inflación.
- Gastos de personal: Se tendrán tres trabajadores con un salario de \$1.000.000 de pesos mensuales incluyendo seguridad social. Para los años siguientes los salarios aumentan teniendo en cuenta la inflación.

- Contador: Se requiere un contador al cual se le pagarán \$ 1.500.000 pesos mensuales. Para los siguientes años el salario aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Revisor fiscal: Se requiere un revisor fiscal al cual se le pagarán \$1.500.000 pesos mensuales. Para los siguientes años el salario aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Asistente contable: Se contratará un asistente contable al cual se le pagará \$850.000 pesos mensuales incluyendo seguridad social. Para los años siguientes el salario aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Community Manager: a partir del tercer año se contratara un community manager al cual se le pagara \$1'500.000 pesos mensuales. Para los siguientes años el salario aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Mercaderista: a partir del tercer año se contratara un mercaderista al cual se le pagara \$1'500.000 pesos mensuales. Para los siguientes años el salario aumenta teniendo en cuenta la inflación.
- Dotación: Se dará un chaleco a cada uno de los trabajadores el cual tiene un costo de \$15.000 pesos cada 3 meses. El precio de estos aumenta para los siguientes años según la inflación.
- Plan de datos: Se le dará un plan de datos a cada uno de los trabajadores el cual tiene un costo de \$38.000 pesos mensual. El precio de estos aumenta para los siguientes años según la inflación.
- Otros gastos administrativos: Se tendrá una reserva de posibles gastos administrativos para cualquier imprevisto que se presente, esta será de 0,5% de los ingresos operacionales anuales.
- Reserva imprevistos: Se tendrá una reserva para imprevistos del 10% de la utilidad. Esta puede usarse para una póliza de seguros o para mantener un flujo de caja anual.

6.4. Propuesta para el inversionista

Debido a que se necesitan \$280.408.283 pesos para el funcionamiento de TecniHogar, se le propondrá a un inversionista, quien será la persona que aporte el capital inicial, una rentabilidad desglosada de la siguiente manera:

- Se tendrá un plazo de dos años comenzando desde el 2019 al 2020.
- Se le otorgara una tasa del 15% EA
- Los intereses se capitalizan año tras año, permitiendo que adicione al capital.

A continuación se muestra en detalle la tabla de amortización:

Tabla 25.

Tabla de amortización

AÑO	DEUDA K	AMORTIZACION K	INTERESES	VALOR CUOTA	SALDO K FIN PERIODO	PAGO SEGÚN FLUJO DE CAJA	FUENTE DE PAGO
INICIO	280.408.283				280.408.283		
2017			42.061.242	-	322.469.526		
2018			48.370.429	-	370.839.955		
Saldo Capital 2 años de Gracia					370.839.955		
2019	370.839.955	76.877.332	55.625.993	132.503.326	293.962.622	132.503.326	132.503.326
2020		293.962.622	44.094.393	338.057.016	-	338.057.016	471.295.018
2021							910.314.222
		370.839.955	99.720.387	470.560.341		470.560.341	

Fuente:Elaboración propia

El inversionista aportara \$280.408.283 pesos al inicio. Para el año 2017 no se le podrá abonar a capital ya que las utilidades no permiten cubrir la deuda, sin embargo se causan intereses y se capitalizan para el año 2018. En ese año, las utilidades del ejercicio aun no permiten cubrir la deuda pero de igual forma se causan intereses y se capitalizan para el año 2019. Para este año la deuda ya no será de \$280.408.283 pesos sino de \$370.839.955 pesos los cuales para el año 2019 se comenzarán a pagar con intereses ya que las utilidades permiten pagar la deuda. Finalmente para el año 2020 es posible cubrir toda la deuda más intereses. El inversionista obtendrá al finalizar el 2020 un \$470.560.341 pesos incluido los intereses generados durante los 4 años.

7. OPORTUNIDADES A FUTURO

TecniHogar apunta a ser la plataforma con la base más grande usuarios en asistencia del hogar en el mercado colombiano, con el fin de atraer a las grandes marcas como Homecenter, Home Sentry, Alkosto, Yumbo, Exito, KTronix , entre otras, con el fin de abarcar el mercado de mantenimiento, reparación, instalación y garantía.

8. CONCLUSIONES

Después de desarrollar el modelo de negocio y su investigación de mercadeo se puede concluir que se logró crear una nueva aplicación para resolver las necesidades de la prestación y solicitud de servicios para el hogar, creando el concepto más fácil para satisfacer las necesidades de clientes y técnicos.

El análisis minucioso que se realizó tanto para los futuros clientes como para los técnicos nos da un resultado inicial muy positivo, debido que ambos tienen distintas necesidades, pero se encuentra una gran oportunidad que se puede explotar de una manera drástica para así abarcar ese sector que se ha ido deteriorando por factores como inseguridad y dificultad a la hora de buscar o atender los servicios.

Tecnihogar tiene la solución perfecta, revolucionara la manera en que pedimos los servicios pero igualmente brindara a todas las personas respaldo y garantía, con el fin de recuperar a los clientes y lograr mantener a ese mercado satisfecho, por dicha razón, Technihogar tiene una ventaja competitiva frente a sus competidores, el portafolio de servicios es muy amplio, lo cual brinda un servicio más completo a la hora de tener necesidades extras.

Igualmente, se concluye que existe un porcentaje alto de aceptación por parte de los usuarios y proveedores, es decir, que estos dos agentes importantes en este modelo están dispuestos a descargar y utilizar la aplicación, esto debido a que la encuentran altamente innovadora. La anterior conclusión está ligada con la necesidad del usuario a la hora de solicitar un servicio

doméstico, ya que lo encuentran difícil, complicado y toma mucho tiempo. En cuanto al proveedor, la necesidad en el mercado existe porque ellos no encuentran un número alto de servicios al día lo que genera un cobro más alto en su prestación de servicio.

Los objetivos de alcance y credibilidad son retadores, pero se presenta una oportunidad de negocio que debe ser atendida, las necesidades están claras en el mercado y Tecnihogar es la solución más viable teniendo en cuenta que hoy en día las soluciones se encuentran en las herramientas tecnológicas que tenemos en nuestras manos.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CEACSC, C. d. (2014). *Gobierno Bogotá*. Obtenido de <http://www.gobiernobogota.gov.co/Documentacion/Normatividad/Actos%20Administrativos/RUMBA%2024%20HORAS%20CONCEPTO%20CEACSC%202.pdf>
- García, J., Pena, M., & Rodríguez, A. (2007). Métodos cuantitativos versus métodos cualitativos en la Economía de los Negocios. ¿Es una metodología irreconciliable? *EconoQuantum*, 3(2), 117-150.
- González, S. (2015). Colombia, el país de los 'Smartphones'. *Revista Semana*.
- Gossain, J. (10 de 02 de 2013). Yo no me caso, compadre querido. *El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12587116>
- Hoyos, L. d. (2012). *ICEA*. Obtenido de http://www.icea.es/es-ES/noticias/Noticias/Noticias0512/Dia_30_05_2012/siniestroshogar.aspx
- Mantenimiento, A. (2016). *ABC Mantenimiento*. Obtenido de <http://abcmantenimiento.com/recomendaciones.ht>
- Mojica, J. P. (2016). Aplicaciones móviles " negocio rentable". *Revista Semana*.
- TIC, M., & Franco, I. N. (05 de 03 de 2014). *Mintic*. Obtenido de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1629.html>
- Ulloa, A. (2005). Los métodos cuantitativos, la empresa y la investigación. *Revista Alternativa Financiera*, 2(2), 7-9.

Velasquez, S. (21 de 05 de 2015). *Apps*. Obtenido de <https://apps.co/comunicaciones/tic-legal/10-aspectos-clave-sobre-derecho-de-autor-para-crea/>