

Fecha de elaboración: 03/11/2020 [del RAI]			
Tipo de documento	TID:	Obra creación:	Proyecto investigación: X
Título: “Robby App” para servicios de soporte técnico informático en tiempo real.			
Autor(es): Roberto Alex Salhuana Torres			
Tutor(es): Luisa de los Ángeles Betancourt			
Fecha de finalización: 20/05/2021			
Temática: Marketing Digital			
Tipo de investigación: Descriptiva			
Resumen:			
<p>Dentro del marco de los servicios de mantenimiento informático, no se ha conseguido desarrollar un sistema universal y abierto que permita fortalecer la relación de los usuarios con los agentes que brindan servicios de soporte técnico, venta de accesorios informáticos y compra de sus informáticos mediante la modalidad de subasta.</p> <p>Por lo que se ha desarrollado una investigación de enfoque mixto, que implica un proceso de recolección de datos, que permitan presentar una perspectiva integral, completa y profunda del fenómeno, desde lo cuantitativo (frecuencia, volumen y amplitud) como desde lo cualitativo (complejidad y apreciación) y usando herramientas de análisis de variables y de datos planteados por la investigación.</p> <p>Al ser un proyecto de tipo “no experimental”, primero se hará una observación detenida del fenómeno y después se realizará el análisis descriptivo – transaccional, con el fin de describir el comportamiento de las variables contenidas en el problema y analizar el impacto que tiene en comparación con los resultados iniciales.</p> <p>Para tal efecto, se ha recurrido a una encuesta técnica, la cual recogerá información de manera independiente sobre las variables, que conllevará a una proyección de resultados relevantes en el tema de interés, con el fin de realizar descripciones comparativas entre los resultados obtenidos por medio de los instrumentos.</p>			

Palabras clave:

Aplicación de soporte técnico, Servicios de Soporte técnico, Tecnologías de la Información y la comunicación, Experiencia de servicio, Diseño web

Planteamiento del problema:

Generalmente, cuando los usuarios tienen problemas técnicos y tecnológicos en sus dispositivos de procesamiento de información (computadores, smartphones, tablets) llevan sus equipos informáticos a repararlos a un centro de servicio de preferencia o que fue recomendado por algún cercano que sabe de servicios técnicos.

De igual forma, las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) no cuentan con un departamento de soporte técnico, por lo que recurren a un tercero o algún centro de servicio de confianza.

En ese sentido, el principal inconveniente que hay en estos procesos de búsqueda de servicio técnico, es el tiempo que puede tomar el transporte del dispositivo y la espera de días o incluso semanas para que el soporte técnico resuelva los problemas del servicio solicitado. Situación que se agudiza para una Pyme que confía en sus equipos de computación para todo el procesamiento financiero, comercial y administrativos correspondiente a sus actividades empresariales, y consecuentemente, pérdida de dinero.

Pregunta:

¿Cómo ofrecer un servicio confiable y efectivo para atender problemas de soporte técnico e informático a Pymes y Usuarios hogar en Bogotá?

Objetivos:

Objetivo General

Implementar un servicio confiable y efectivo que pueda atender problemas de soporte técnico e informático a Pymes y Usuarios hogar mediante uso de aplicativos para smartphone y página

web.

Objetivos Específicos

- Reconocer los sistemas logísticos y de servicio técnico que se prestan actualmente.
- Establecer un sistema económico que proyecte los costos de desarrollo de un aplicativo y la forma en la que este se debe sostener en el mercado.
- Establecer los canales digitales de comunicación adecuados para promocionar Robby App.

Marco teórico:

La tecnología es un conjunto de conocimientos, técnicas y metodologías implementadas en un dispositivo tangible que crea, recibe y procesa información para el desarrollo de una tarea específica.

Stephen Hawking (1988) plantea “Desde sus inicios, la tecnología ha estado en constante evolución, y la velocidad con la que esto ocurre es casi increíble” (p.17) con lo cual podemos decir que el entorno humano está rodeado de tecnologías que incluso desconocemos, sencillamente porque avanza tan rápido que no nos damos cuenta de su evolución, y también desconocemos hasta dónde puede llegar, pues cuando se cree que un dispositivo es “imposible de mejorar” aparece un dispositivo que demuestra que si se puede mejorar. Impresionantemente todo ocurre tan rápido que ya no nos sorprendemos y solo decimos “más adelante saldrá uno incluso mejor”, y pareciera que ya no tiene importancia, pero en realidad, la tecnología se ha convertido en una parte indispensable para el desarrollo económico, social y comunicativo de una sociedad.

Según Sidney Perkowitz (2001) “los avances tecnológicos han sido tan grandes que, a ese

paso, pronto veremos un verdadero hombre maquina” (pág. 27). Y se hacen evidentes cuando mencionamos, por ejemplo, La clínica Shaio, en Bogotá, que ya realizó la primera cirugía cardíaca con asistencia de un robot con el software de Da Vinci® Xi™ en Colombia.

Otro claro ejemplo es el vehículo “Nuro R2”, que ya no tiene una plaza de conductor, y ya está autorizado para operar en los campus universitarios de EEUU para realizar entregas a domicilio. También se puede mencionar el sistema Cubiq Go, una plataforma con IA incluida, utilizado por Coordinadora, 472 y TCC para que los usuarios realicen envíos de paquetes autogestionados a través de kioscos o estaciones. Esta plataforma identifica el peso y dimensiones del objeto que el usuario ingresa, luego carga la información del destino, y el sistema define el valor del envío.

Cada día, la inversión en tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC’s) aumenta en todos los sectores productivos; construcción, comercio, textil, financiero y muchos más. Todas estas inversiones representan avances en sus servicios que les permite tener una ventaja estratégica y una diferenciación plausible en el mercado. El mejor ejemplo de inversión en TIC fue la introducción de los primeros cajeros automáticos de Citibank, acción que revolucionaría el sector financiero; en pocos meses, los bancos a nivel mundial implementaban la misma tecnología para no perder la ventaja competitiva. En conclusión, la aplicación de TIC permite aumentar los beneficios de una empresa, ya sea mejorando su producto, ofreciendo un servicio diferenciador o administrando mejor los recursos disponibles.

Sin embargo, los sistemas nos son perfectos, por lo que se deben implementar planes de mantenimiento; preventivo, predictivo y correcto, mediante un sistema de soporte que resolverá los problemas técnicos e informáticos en una empresa.

Método:

Principiando por dar un enfoque mixto al proceso investigativo, se recolectarán datos de tipo cualitativo y cuantitativo que proyecten una perspectiva integral, completa y profunda del entorno en el cual se pondrá a disposición los resultados obtenidos en este proyecto.

Dichos datos se obtendrán mediante encuestas dirigidas a personas que se encuentran en el hogar y algunas Pymes, además de una minería de datos de primer nivel para detectar empresas que tengan sistemas de servicios técnicos similares a lo que se plantea en el proyecto, y como podemos aprovechar su experiencia para mejorar el servicio que se prestaría por la plataforma en desarrollo.

Resultados, hallazgos u obra realizada:

La investigación fue segmentada en algunos aspectos para analizar sus resultados:

Experto en Marketing Digital:

Hay que tener presencia en los entornos digitales y Redes Sociales (RRSS), ya que hoy en día, si una empresa no tiene presencia en Internet, no se podrá contactar fácilmente con sus potenciales clientes. Razón por la cual existe la necesidad que las empresas se actualicen y hagan una inversión en TIC's, pues el consumidor ha dejado de ser un usuario pasivo que solo obedece a un medio de comunicación y se informa y toma en cuenta opiniones de previos usuarios sobre el producto que va a adquirir. Por lo tanto, el experto en marketing digital, debe comprender que un solo medio de comunicación ya no es suficiente, y es importante hacer presencia en diferentes canales; TV y radio como canales tradicionales, RRSS como canales masivos de largo alcance y tiendas físicas para dar confiabilidad y garantía de existencia.

Experto en Sistemas o Tecnología de la información:

Un fenómeno tan masivo, coyuntural y peligroso como la pandemia, trajo consigo una serie

de cambios, consecuencia del efecto látigo que está generó en todos los sectores. La tecnología, la más afectada, evolucionó 7 años en uno solo, y por consecuencia afecto a las empresas, quienes tuvieron que adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos con servicios, productos y herramientas verdaderamente innovadores que atraigan usuarios sin estar al lado de ellos y que les otorguen plena confianza en sus adquisiciones.

En un horizonte de 5 años, más compañías utilizarán servicios en la nube y tecnología 5G, la cual será el nuevo punto de referencia para el desarrollo tecnológico, pues la demanda de internet de hogares y empresas a aumentado, ofrecer un mejor servicio, será la solución para que los usuarios no pierdan su capacidad informativa y comunicativa.

De igual forma, la implementación de soluciones basadas en inteligencia artificial y machine learning se convirtieron en herramientas indispensables para la comprensión, procesamiento y aprovechamiento de las toneladas de datos e información que se encuentra en el entorno. El servicio postventa (seguimiento y atención al cliente, después de la compra), también es un punto de atención importante, ya que muchas empresas no le prestan el servicio adecuado a sus clientes, quien siempre espera contar con el respaldo de la marca.

Conclusiones:

Al desarrollar este proyecto, se pudieron obtener datos que se transformaría en información importante para la realización de una plataforma móvil que permita al usuario tener confianza en la calidad y tiempo del servicio ofrecido.

Dentro del estudio realizado para el desarrollo de Robby App, se pudo identificar un mercado viable que usaría la aplicación con estabilidad económica en el mercado. De acuerdo con los usuarios que requieren de servicios de soporte, se evidenció que la accesibilidad y la practicidad de uso de la aplicación, les resulta conveniente y muy práctico.

La tecnología a utilizar para el desarrollo y estética del aplicativo requiere de los criterios; un modelo de negocio que permita maximizar la rentabilidad y prolongar el ciclo de vida de la aplicación, para optimizar las actualizaciones que favorezcan al usuario y un sistema de gestión integral del diseño y presentación de la aplicación para que la misma sea adaptable a la diversidad de dispositivos (tablets, smartphones y computadores).

La mayor dificultad en el desarrollo de este proyecto será la forma en la que haremos que el aplicativo sea predictivo y confortable, que al mismo tiempo tenga hitos innovadores y una interacción agradable con el entorno digital y el prestador del servicio técnico.

Bibliografía:

Sánchez Galán, J. (2016). *Servicio*. <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>

Roldán, P. (2017). *Tecnología*. <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>

Hawking, S. (1988). *Breve historia del tiempo*. Bantam Books.

Clínica Shaio. (2017). *Primera cirugía cardíaca asistida por robot con el sistema da Vinci® Xi™ en Colombia*. <https://www.shaio.org/prensa/primera-cirugia-cardiaca-asistida-por-robot-con-el-sistema-da-vinci%C2%AE-xi%E2%84%A2-en-colombia-0>.

Car and Driver. (2020). *Autorizan las pruebas para reparto a domicilio de este coche sin conductor: Se llama Nuro R2 y funciona de forma totalmente autónoma*. <https://www.caranddriver.com/es/coches/planeta-motor/a30848840/reparto-a-domicilio-coche-sin-conductor-ultima-milla/>

Fuente. O (2020). *Marketing digital: Qué es y sus ventajas*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

Vilela. C (2020). *¿Qué hace el soporte TI o soporte técnico?* <https://www.freelancermap.com/blog/es/que-hace-soporte-ti/>



ROBBY APP

APLICACIÓN PARA SERVICIO DE SOPORTE TÉCNICO E INFORMÁTICO

ROBERTO ALEX SALHUANA TORRES

COD. 86202506

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL

BOGOTÁ D.C, MAYO DE 2021



ROBBY APP

APLICACIÓN PARA SERVICIO DE SOPORTE TÉCNICO E INFORMÁTICO

ROBERTO ALEX SALHUANA TORRES

COD. 86202506

LUISA DE LOS ÁNGELES BETANCOURT

DIRECTORA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL

BOGOTÁ D.C, MAYO DE 2021

Contenido

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	1
Diagnóstico:	1
Pronóstico:	1
Control al Pronostico	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (¿Qué se va a hacer?)	2
Sub-preguntas:	2
OBJETIVOS	2
General.....	2
Específicos	3
JUSTIFICACIÓN	3
¿Cuál es la necesidad o problema a resolver?.....	3
¿Por qué es importante intervenir en este momento (pertinencia)?	3
¿Qué consecuencias se pueden desprender del hecho de que no se haga ninguna intervención (pronóstico)?	3
¿Qué se lograría y qué otros efectos podrían lograrse?	3
MARCO TEÓRICO.....	3
Tecnología	3
Funciones del Soporte TI.....	5
Formación	6
Habilidades	6
Precio estimado por Servicio	6
Niveles de Soporte Técnico	6
Marketing Digital.....	7
Servicio	7

MARCO METODOLOGICO	8
Enfoque.....	8
Alcance	8
Variables	9
Procedimiento.....	9
Participantes:.....	9
Instrumentos:	10
Entrevista a Expertos.....	10
Encuestas:.....	18
Observaciones de los encuestados:	20
Resultados y Análisis de la encuesta.....	24
Referencias Bibliográficas	32
Anexos.....	33
Anexo 1: Mapeo y vertebración.....	33
Anexo 2: Segmentación Geográfica	35
Anexo 3: Canvas Robby App	36
Anexo 4: Buyer Persona	37
Anexo 5: Propuesta de Valor	39
Anexo 6: Prototipo simple Robby App.....	39
Anexo 7: Plan de lanzamiento	40
Anexo 8: Wireframes.....	41
Anexo 9: Prototipos	42

Contenido de tablas

Tabla 1. Encuesta realizada a especialista en tecnología. Fuente: Producción Propia.....	10
Tabla 2. Encuesta realizada a especialista en Marketing Digital. Fuente: Producción propia.	14

Tabla 3. Encuesta para determinar las necesidades del consumidor. Fuente: Producción propia	20
Tabla 4. Encuesta para determinar el factor diferencial. Fuente: Producción propia	21
Tabla 5. Encuesta para determinar cómo sería la implementación de la app. Fuente: Producción propia	22

Contenido de ilustraciones

Ilustración 1. Diseño esquemático de la aplicación. Fuente: Producción propia.....	41
Ilustración 4. Interfaces de protocolo de la app. Fuente: Producción Propia.....	42
Ilustración 2. Sistema de control de seguridad de la app. Fuente: Producción Propia	42
Ilustración 3. Prototipo gráfico de la aplicación. Fuente: Producción Propia.....	42

Contenido de gráficos

Gráfico 1. Cantidad de personas que viven en Bogotá. Fuente: Producción propia	24
Gráfico 2. Muestra de la cantidad de hombres y mujeres. Fuente: Producción propia.....	24
Gráfico 3. Distribución de las edades de las personas encuestadas. Fuente: Producción propia	25
Gráfico 4. Distribución de los encuestados por su estado civil. Fuente: Producción propia ...	25
Gráfico 5. Distribución de los encuestados por su nivel de formación educativo. Fuente: Producción propia	26
Gráfico 6. Tipología y cantidad de los equipos que se tienen en el hogar. Fuente: Producción propia	26
Gráfico 7. Aceptabilidad de uso de un servicio de soporte técnico online. Fuente: Producción propia	27
Gráfico 8. Preferencia de servicio	27
Gráfico 9. Tipo de centro de servicio técnico. Fuente: Producción propia.....	28
Gráfico 10. Motivo de visita a un centro de servicio técnico. Fuente: Producción propia	28
Gráfico 11. Tipología del equipo que hizo reparar. Fuente: Producción propia.....	29
Gráfico 12. Cantidad de dinero gastado en la reparación. Fuente: Producción propia	29
Gráfico 13. Nivel de satisfacción por el servicio prestado. Fuente: Producción propia.	30
Gráfico 14. Criterios para la mejora de la experiencia. Fuente: Producción propia	30
Gráfico 15. Distribución de la disposición al acceso remoto. Fuente: Producción propia	31
Gráfico 16. Métodos de pago preferidos. Fuente: Producción propia	31

DESCRIPCIÓN:

App de Soporte técnico e informático que permitirá eficientar la prestación de un servicio frecuentemente usado por personas del hogar y Pymes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**Diagnóstico:**

Generalmente, cuando los usuarios tienen problemas técnicos y tecnológicos en sus dispositivos de procesamiento de información (computadores, smartphones, tablets) llevan sus equipos informáticos a repararlos a un centro de servicio de preferencia o que fue recomendado por algún cercano que sabe de servicios técnicos.

De igual forma, las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) no cuentan con un departamento de soporte técnico, por lo que recurren a un tercero o algún centro de servicio de confianza.

En ese sentido, el principal inconveniente que hay en estos procesos de búsqueda de servicio técnico, es el tiempo que puede tomar el transporte del dispositivo y la espera de días o incluso semanas para que el soporte técnico resuelva los problemas del servicio solicitado. Situación que se agudiza para una Pyme que confía en sus equipos de computación para todo el procesamiento financiero, comercial y administrativos correspondiente a sus actividades empresariales, y consecuentemente, pérdida de dinero.

Pronóstico:

Si no se interviene oportunamente en resolver los incidentes reportados afectará directamente en la productividad de los usuarios.

Control al Pronostico

Desarrollo de una App de soporte técnico que atienda oportunamente los incidentes reportados.

Implementar en el sitio web los servicios de soporte técnico para facilitar a los usuarios los canales de contacto. Marketing Digital en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (¿Qué se va a hacer?)

¿Cómo ofrecer un servicio confiable y efectivo para atender problemas de soporte técnico e informático a Pymes y Usuarios hogar en Bogotá?

Sub-preguntas:

- ¿Cómo implementar la plataforma digital ROBBY APP?
- ¿Cómo Ayudar a los usuarios a no perder tiempo buscando servicio de soporte técnico informático?
- ¿Qué estructura debe tener la APP?
- ¿Cómo Identificar donde se encuentra la población que requiere servicios de soporte técnico en las pymes y usuarios hogar?
- ¿Qué características de consumo tienen los posibles clientes que requieren del servicio de soporte técnico informático?
- ¿Que buscan exactamente los usuarios que requieren servicio de soporte técnico informático? ¿Precio, rapidez, eficacia, sencillez? Garantía, calidad ofrecida
- ¿Cuáles son las pymes con las que se trabajaría?
- ¿Cuáles son los servicios de soporte técnico a ofrecer a los clientes?

OBJETIVOS

General

Implementar un servicio confiable y efectivo que pueda atender problemas de soporte técnico e informático a Pymes y Usuarios hogar mediante uso de una app para smartphone y página web.

Específicos

- Reconocer los sistemas logísticos y de servicio técnico que se prestan actualmente.
- Establecer un sistema económico que proyecte los costos de desarrollo de un aplicativo y la forma en la que este se debe sostener en el mercado.
- Establecer los canales digitales de comunicación adecuados para promocionar Robby App.

JUSTIFICACIÓN

¿Cuál es la necesidad o problema a resolver?

Resolver incidentes reportados por las pymes y usuarios hogar, dado que no son atendidos oportunamente por las empresas que ofrecen servicios de soporte técnico.

¿Por qué es importante intervenir en este momento (pertinencia)?

Si no se interviene oportunamente en resolver los incidentes reportados afectará directamente en la productividad de los usuarios. Para los empresarios significa pérdida de dinero.

¿Qué consecuencias se pueden desprender del hecho de que no se haga ninguna intervención (pronóstico)?

Si no se interviene, las empresas perderán dinero, dado que un equipo no funcional genera retrasos en los procesos.

¿Qué se lograría y qué otros efectos podrían lograrse?

Si actuamos oportunamente nos ahorramos tiempo y dinero, Un servicio eficaz genera más clientes, Medir el impacto en el negocio lo que ocasiona tener un equipo sin funcionar.

MARCO TEÓRICO

Tecnología

La tecnología es un conjunto de conocimientos, técnicas y metodologías implementadas en un dispositivo tangible que crea, recibe y procesa información para el desarrollo de una tarea específica.

Stephen Hawking (1988) plantea “Desde sus inicios, la tecnología ha estado en constante evolución, y la velocidad con la que esto ocurre es casi increíble” (p.17) con lo cual podemos decir que el entorno humano está rodeado de tecnologías que incluso desconocemos, sencillamente porque avanza tan rápido que no nos damos cuenta de su evolución, y también desconocemos hasta dónde puede llegar, pues cuando se cree que un dispositivo es “imposible de mejorar” aparece un dispositivo que demuestra que si se puede mejorar. Impresionantemente todo ocurre tan rápido que ya no nos sorprendemos y solo decimos “más adelante saldrá uno incluso mejor”, y pareciera que ya no tiene importancia, pero en realidad, la tecnología se ha convertido en una parte indispensable para el desarrollo económico, social y comunicativo de una sociedad.

Según Sidney Perkowitz (2001) “los avances tecnológicos han sido tan grandes que, a ese paso, pronto veremos un verdadero hombre maquina” (pág. 27). Y se hacen evidentes cuando mencionamos, por ejemplo, La clínica Shaio, en Bogotá, que ya realizó la primera cirugía cardíaca con asistencia de un robot con el software de Da Vinci® Xi™ en Colombia.

Otro claro ejemplo es el vehículo “Nuro R2”, que ya no tiene una plaza de conductor, y ya está autorizado para operar en los campus universitarios de EEUU para realizar entregas a domicilio. También se puede mencionar el sistema Cubiq Go, una plataforma con IA incluida, utilizado por Coordinadora, 472 y TCC para que los usuarios realicen envíos de paquetes autogestionados a través de kioscos o estaciones. Esta plataforma identifica el peso y dimensiones del objeto que el usuario ingresa, luego carga la información del destino, y el sistema define el valor del envío.

Cada día, la inversión en tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's) aumenta

en todos los sectores productivos; construcción, comercio, textil, financiero y muchos más. Todas estas inversiones representan avances en sus servicios que les permite tener una ventaja estratégica y una diferenciación plausible en el mercado. El mejor ejemplo de inversión en TIC fue la introducción de los primeros cajeros automáticos de Citibank, acción que revolucionaría el sector financiero; en pocos meses, los bancos a nivel mundial implementaban la misma tecnología para no perder la ventaja competitiva. En conclusión, la aplicación de TIC permite aumentar los beneficios de una empresa, ya sea mejorando su producto, ofreciendo un servicio diferenciador o administrando mejor los recursos disponibles.

Sin embargo, los sistemas no son perfectos, por lo que se deben implementar planes de mantenimiento; preventivo, predictivo y correctivo, mediante un sistema de soporte que resolverá los problemas técnicos e informáticos en una empresa.

Funciones del Soporte TI

Atender consultas de clientes, administración de software y herramientas de asistencia técnica, diagnóstico de primer nivel y solución de problemas, quienes ofrecen apoyo a los clientes atendiendo problemas de hardware (técnicos) y software (informáticos) y aprovecha las herramientas de tickets, chat en línea, llamadas telefónicas y conexión remota para solventar los problemas.

Por un lado, guían e instruyen a los clientes a como utilizar o resolver un problema computacional, por el otro lado, ayudan a resolver problemas específicos con software o hardware que la empresa ha adquirido. Generalmente, este tipo de soporte es para hacer configuraciones de nuevos dispositivos o softwares, para hacer mantenimiento y actualización de la tecnología ya existente o para resolver problemas no estándares en las TI.

Algunos técnicos de soporte se especializan y preparan en software y hardware muy específico,

que podrían ser: virus informático, pérdida de datos, defectos de programación o fallas de Internet.

Formación

Grado de ingeniería informática o campo similar

Habilidades

Habilidades de comunicación, Capacidad de resolución de problemas, Habilidades Interpersonales

Precio estimado por Servicio

Junior: \$30.000

Medio: \$ 70.000

Senior: \$ 105.000

Niveles de Soporte Técnico

Soporte de Nivel 1: Problemas técnicos con incidencias leves en las TIC del cliente. Cuando reciben una incidencia básica, los especialistas reúnen la información y determinan el factor fundamental que genera el problema técnico. En este nivel se resuelve entre el 70% y 80% de los problemas, pero si no se consiguen solucionar, se elevará a los siguientes niveles.

El nivel de conocimientos técnicos incluye: formateo de computadoras, instalación de software, cambio de contraseñas, mejoras de navegación y potenciación del internet. Tienen la capacidad de proporcionar una respuesta a partir de una guía de preguntas frecuentes (FAQ's), pues las solicitudes de los clientes son bastantes genéricas.

Soporte de Nivel 2: En este nivel se proporciona apoyo en áreas especializadas de las TIC. Está compuesto por profesionales especializados en software, redes de comunicación y bases de datos. Los técnicos de este nivel trabajan en el desarrollo de planes y soluciones técnicas semi estandarizadas para los clientes.

Soporte de Nivel 3: El técnico informático recibe el soporte de back-end. En este nivel las soluciones requieren un proceso minucioso y detallado, que generalmente se resuelve en equipo y

pocas veces de manera individual. En este nivel hay comunicación directa y constante entre proveedores y fabricantes de hardware y software con el equipo de soporte que está trabajando en la solución del problema.

Finalmente sabemos de la necesidad de resolver problemas de tecnología IT en el menor tiempo posible. Es por ello que identificamos la necesidad de las empresas y usuarios finales y vamos a crear nuestra Robby App para atender incidentes de tecnología en tiempos récord. Esta app ayudará a las empresas a minimizar los tiempos muertos ocasionados por tener sus equipos no funcionales y resolver problemas técnicos e informáticos.

Marketing Digital

También llamado mercadotecnia o mercado en línea, es una forma de comercialización que utiliza los nuevos medios y canales publicitarios que se encuentran en internet. Lo que permite que el cliente tenga una experiencia personalizada en cuanto a los productos y servicios que la empresa publicitante está promocionando, por lo tanto, dentro del marketing digital resulta necesario formular estrategias, que se consiguen mediante la generación de productos personalizados y experiencias inigualables. De igual forma, la parte analítica de marketing digital, requiere de hacer recolección y análisis de datos masivos, con el fin de medir y calcular la capacidad comercial exponencial que tiene la compañía.

Servicio

En el ámbito económico es el conjunto de actividades destinadas a satisfacer requerimientos y necesidades de los clientes, mediante un producto que no es material y creando una experiencia personalizada. Como los servicios son intangibles, un consumidor no los puede poseer.

Características de los servicios

- Intangibles; No tienen un aspecto físico detectable al tacto, el oído o la vista.

- Indivisibles: Aunque se pueden comprar paquetes de servicios por separado, hay una unidad mínima indivisible. Cuando vamos a un hotel, estamos pagando por un servicio. Podríamos incluso pagar por horas, pero el servicio es ese. No podemos tener medio cuerpo dentro del hotel y medio cuerpo fuera. (Javier Sánchez Galán, 2016. Servicio, Economipedia.com).
- Heterogéneos: Tienen diversidad y variedad; ya que se pueden encontrar servicios relacionados con la consultoría, la banca, la contabilidad, hostelería u ocio.
- No son conservables: Al ser intangibles, los servicios no se pueden almacenar. Por lo tanto, la prestación del servicio se da en simultaneo con el consumo del mismo.

MARCO METODOLOGICO

Enfoque

Principiando por dar un enfoque mixto al proceso investigativo, se recolectarán datos de tipo cualitativo y cuantitativo que proyecten una perspectiva integral, completa y profunda del entorno en el cual se pondrá a disposición los resultados obtenidos en este proyecto.

Dichos datos se obtendrán mediante encuestas dirigidas a personas que se encuentran en el hogar y algunas Pymes, además de una minería de datos de primer nivel para detectar empresas que tengan sistemas de servicios técnicos similares a lo que se plantea en el proyecto, y como podemos aprovechar su experiencia para mejorar el servicio que se prestaría por la plataforma en desarrollo.

Alcance

Igualmente se enfocó un diseño descriptivo - transaccional, con el fin de describir variables y analizar su relación en un momento dado, recurriendo a una encuesta técnica, ya que se pretende recoger información de manera independiente sobre las variables, identificando sucesos y fenómenos relevantes en el tema de interés, con el fin de realizar descripciones comparativas entre

los resultados obtenidos por medio de los instrumentos.

Variables

Para precisar los factores y las competencias de emprendimiento se podrán trabajar como variables teóricas los Factores de Marketing Digital, Tecnología y Servicio. Estos factores contienen 6 ejes temáticos como lo son: La demanda, Rentabilidad, Costo de la App, Marketing Digital, Servicio y tecnología.

Procedimiento

El desarrollo de la investigación se llevará a cabo en dos etapas, inicialmente una entrevista estructurada a los expertos, en la cual se hará énfasis en sus experiencias y recomendaciones para hacer una correcta implementación del servicio y todas las implicaciones comerciales que esto conlleva.

Posteriormente se da inicio a la segunda etapa; la aplicación de una encuesta a través de la plataforma Google Forms, debido a que los participantes no podían asistir a una entrevista presencial por las circunstancias epidemiológicas mundiales (COVID-19), adquiriendo así una mayor cantidad de respuestas con mayor alcance.

Participantes:

Para este estudio se va a obtener un muestreo no probabilístico por conveniencia (entrevista a 2 expertos), fijando el siguiente criterio: hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá, inicialmente en los barrios de Usaquén, Chapinero, Puente Aranda y Teusaquillo, para luego extendernos en toda la ciudad de Bogotá

Nuestras entrevistas serán realizadas a un experto en marketing digital y a un experto en sistemas o tecnología de la información. Con ello determinamos como debería ser nuestra aplicación y sus características, el otro experto nos debería indicar cómo debe ser nuestro servicio

y nuestros costos a cobrar.

Instrumentos:

Entrevista a Expertos

Para el desarrollo de esta investigación se va a utilizar como técnica de recolección de datos una entrevista basada en una guía de preguntas específicas. Dicha entrevista se realizará a profesionales que se desempeñan en las categorías previamente establecidas. Las entrevistas evalúan criterios específicos dentro de la investigación y asimismo se dan a conocer las diferentes opiniones de cada uno de los expertos. Los resultados correspondientes a esta entrevista se presentan en la tabla 1.

a) Especialista en tecnología, Vicepresidente de Aprix. – Eje de indagación: Tecnología

Tabla 1. Encuesta realizada a especialista en tecnología. Fuente: Producción Propia

Pregunta	Respuesta
¿Cómo visiona el sector tecnología en Colombia de aquí a 5 años?	Definitivamente la pandemia aceleró la tecnología 7 años y con ello a las empresas que tienen que adaptarse a los cambios tecnológicos coyunturales con verdaderas innovaciones que puedan ayudar a las empresas y usuarios. Para los próximos 5 años la tecnología en Colombia se visiona que más compañías utilizarán la nube, la tecnología 5G marcará la pauta en adelante. En Colombia aumentaron las conexiones a internet, las videollamadas se dispararon por el trabajo, la educación en casa y las soluciones basadas en inteligencia artificial y machine learning se convirtieron en herramientas indispensables para la vida diaria e incluso para la investigación del coronavirus. Hubo también avances en robótica, blockchain, ciberseguridad y la nube.
¿Qué tendencias ha visionado Aprix para incursionar en el mercado colombiano?	Aprix está incursionando fuertemente en la robótica con nuestro “Hellobot car”, es un programa que intenta enseñar a los niños acerca de la robótica y biotecnología, donde los niños podrán desarrollar habilidades en programación, ciencias, electrónica y mecánica básica, incluso artes y crea lo que imagines. Nuestra misión es construir soluciones educativas amigables, inmersas completamente en el uso y aplicación de tecnologías de la información y comunicaciones, así como de metodologías totalmente experienciales en áreas de programación, robótica y biotecnología; con el fin de brindar herramientas y recursos orientados a soluciones prácticas en situaciones y/o condiciones particulares en comunidades rurales y urbanas. Nuestra visión, Para 2025 convertirnos en los principales

	<p>aliados de las Empresas para formulación de proyectos que brinden soluciones tecnológicas aplicadas al sector educativo público y privado e incursionar en casos de éxito en el desarrollo comunidades de emprendedores para Latinoamérica. Impulsar el desarrollo económico y social de comunidades en condiciones vulnerables, por medio de la incorporación de nuestras soluciones en instituciones y fundaciones con ese mismo propósito.</p>
<p>¿Cree usted que el sector tecnología en Colombia está preparado para utilizar una aplicación que ayude a los usuarios a solucionar problemas de soporte técnico?</p>	<p>Colombia es uno de los países en Latinoamérica que ha avanzado mucho en tecnología e innovación, por lo tanto, estamos preparados para recibir cualquier aplicación que nos genere soluciones inmediatas.</p>
<p>¿Cómo vicepresidente de Aprix, considera que el soporte técnico post venta es importante para mantener cautivos a los clientes?</p>	<p>Imprescindible el servicio post venta (seguimiento y atención al cliente, después de la compra), muchas empresas no le prestan mucha importancia al tema, pero para el cliente siempre es importante que se sienta respaldado por la marca.</p> <p>Cuando eres dueño de una tienda en línea, constantemente enfocas tus esfuerzos en plantear y aplicar estrategias que te ayuden a vender más. Desde estrategias SEO para optimizar los resultados de búsqueda, hasta programas para fidelizar a tus clientes o formas de enviar tus productos de una forma muy sencilla. Pero el éxito de tener una tienda en línea no radica únicamente en las ventas, sino que existe un factor muy importante que forma parte clave en la experiencia de usuario y la satisfacción del mismo. A este concepto le llamamos: el servicio post venta.</p>
<p>¿Qué estrategias maneja Aprix para hacer frente a la competencia que hay en el entorno?</p>	<p>1- Acciones que motiven a nuestros clientes después de la compra como por ejemplo con mensajes personalizados agradeciendo la compra, enviando descuentos en fechas especiales como cumpleaños o día de la madre o recordarle que estas siempre a su entera disposición.</p> <p>2- Contactamos al cliente: preguntamos qué le pareció su producto o servicio y escuchamos lo que dicen. Es muy importante que evalúes lo que tiene que decir, no ignores sus sugerencias y toma en cuenta sus comentarios, pues seguramente la experiencia de muchos clientes más, habrá sido parecida.</p> <p>3- Si hay algún problema, corrígelo de la mejor manera, busca la forma de contrarrestar el error, y dentro de la medida de lo posible, brinda la mejor solución para el cliente. Recuerda que cuando las cosas no salen bien, esto abre la posibilidad de que, al momento de corregirlo, salga aún mejor que lo esperado.</p> <p>4- No dejes pasar mucho tiempo para comunicarte con el cliente después de la compra, considera el lapso que creas necesario dependiendo del tipo de producto que ofreces.</p>

	<p>5- Crea un valor post venta. Si es posible puedes enviar sugerencias sobre cómo sacarle mejor provecho al producto o servicio, ofrecer lanzamientos y algunas otras sugerencias que puedan ser de utilidad para el cliente.</p>
<p>¿Cómo cree que se puede mejorar el servicio técnico a los usuarios finales?</p>	<p>Cuando llevamos nuestros dispositivos a un servicio de reparación, queremos que el resultado sea el más satisfactorio. A menudo buscamos reseñas y opiniones de algún Centro de servicio recomendado esperando encontrar algo que nos oriente. Pero al revisar estas valoraciones podemos encontrar que entre los propios usuarios no está claro qué se considera un buen servicio técnico.</p> <p>No es fácil responder a esa pregunta. Principalmente porque lo “bueno” o lo “malo” no deja de ser una valoración subjetiva. Lo que sí podemos hacer es fijarnos en cómo se tratan determinados detalles para establecer una escala de valoración.</p>
<p>¿Cuáles son los criterios que usan para hacer una mejora continua del servicio que prestan?</p>	<p><u>Información:</u> El cliente necesita saber el proceso de reparación que va a seguir el equipo. Es fundamental para valorar un buen servicio técnico. Es un punto que, sin duda, está relacionado con los compromisos adquiridos. Se trata de saber cuándo estará reparado tu equipo, qué precio costará, qué intervención se hará.</p> <p><u>Protocolos:</u> La mayoría de las empresas de reparación de equipos informáticos tienen estandarizados sus procesos: recepción de dispositivos, reparación, atención e información al cliente, sin embargo, no todos estos protocolos tienen el mismo nivel de validación, lo que repercute en su buen o mal funcionamiento. A mayor estandarización y perfeccionamiento de estos procesos, menos posibilidad de error y mayor satisfacción del cliente.</p> <p><u>Responsabilidad:</u> Todas las reparaciones de equipos tienen un periodo de garantía. Sin embargo, no todas las empresas responden igual ante este requerimiento. La asunción de responsabilidades es un indicador de calidad de los más importantes. Asumir que ha habido un error en el proceso no es solo un indicador de que tratamos con un buen servicio técnico.</p> <p><u>Validación:</u> Muchas empresas acostumbran a enviar una encuesta de satisfacción. El simple hecho de hacerlo supone ya una predisposición a ofrecer un buen servicio técnico. Pero, además, como usuarios, debemos fijarnos bien en los campos que se dan a valorar. La clave estos formularios está en que la empresa utilice toda esa información para mejorar aún más su servicio.</p> <p><u>Certificaciones:</u> Finalmente, otra de las cuestiones que nos orienta en cuanto a la calidad de un servicio es la existencia de certificaciones o</p>

	<p>sellos otorgados por empresas externas. No se trata de un criterio excluyente, pero sí relevante.</p> <p><u>Cumplimiento de compromisos adquiridos:</u> Entregarle al cliente detalles del servicio como el precio, el tiempo estimado de reparación, así como otras cuestiones que dependerán de la empresa, el modelo de dispositivo y el tipo de reparación. Que se cumplan estos compromisos es vital para que valoremos como bueno el servicio. Si, además, estos compromisos se dan por escrito, será un elemento añadido que valorar.</p> <p><u>Rapidez:</u> No se trata de establecer una relación directa de “a menor tiempo, mejor servicio”. Pero una rápida atención puede ser resultado de: profesionales especializados y experimentados, una nómina más grande, disponibilidad de stock.</p>
<p>¿Considera que debemos utilizar Inteligencia artificial en las App y en los nuevos productos que diseñen?</p>	<p>Stephen Hawking ha dicho: "Cada aspecto de nuestras vidas será transformado [por AI]", y podría ser "el evento más grande en la historia de nuestra civilización". Por ejemplo, Articoolo es una aplicación de inteligencia artificial aplicada a la generación de contenidos en la cual su algoritmo inteligente crea contenido único y de calidad al simular la manera en que lo haría un cerebro humano. El proceso es simple: primero, pones el título que quieres para un post de blog, por ejemplo: “Reparación de portátiles”. A partir del título, la aplicación entenderá el contexto del tema y buscará, en este caso, los mejores recursos para reparar tu portátil y sus palabras clave. Con esto, reconstruirá todo en una pieza coherente de contenido. Finalmente, lo escribirá usando programación neurolingüística para verificar que tenga una semántica correcta y sea legible.</p>
<p>Según su criterio, ¿Qué condiciones ideales debe tener una app de servicio técnico para pymes y usuarios hogar?</p>	<p>Muchas pymes tienen tercerizado su servicio técnico, pero eso no significa que no vayan a necesitar los servicios de externos. Una buena App puede ayudar tanto a las pymes y usuarios hogar a resolver un abanico de problemas informáticos que su departamento interno no puede resolver, por ejemplo, con temas especializados, comprando accesorios informáticos, arrendamiento de equipos, entre otros. Una buena App debe estar bien preparada para atender las necesidades y requerimientos que puedan necesitar las pymes y usuarios hogar.</p>

b) Especialista en Marketing digital – Eje de indagación: Métodos y estrategias comerciales

Tabla 2. Encuesta realizada a especialista en Marketing Digital. Fuente: Producción propia

Pregunta	Respuesta
¿Qué medios cree usted que son necesarios para dar a conocer Robby App?	Eso depende del core de negocio, no todas las RRSS son adecuadas para impulsar tu App. Debes realizar un estudio acerca del impacto que va a tener en tu público objetivo. Por ejemplo, puedes empezar analizando Facebook e Instagram.
¿Cree necesario conocer los intereses, retos, objetivos y necesidades de los clientes?	Durante los últimos años, los medios digitales han pasado a formar parte de la vida diaria de los consumidores. Los clientes no solo utilizan internet para trabajar o entretenerse, sino que lo utilizan para resolver cualquier tipo de duda relacionada con los negocios, estudios o cualquier otra actividad. Toda la información que hay alrededor de una marca, hará que el usuario esté más o menos dispuesto a convertirse en consumidor final, por lo que una estrategia de marketing digital será indispensable para mejorar la imagen de la marca y aumentar su visibilidad.
¿Considera usted que el consumidor va cambiando con relación a la tecnología?	Definitivamente se ha atravesado por un cambio exponencial en los hábitos de consumo en todos los aspectos. Por ejemplo, cómo nos enteramos hoy de las noticias, compartimos datos con nuestras familias y amigos, investigamos sobre las características de un producto que queremos adquirir o hacemos nuestras compras.
¿Qué método considera más adecuado para lograr llamar la atención de los clientes?	Hay diversas maneras de atraer a los clientes, pero depende de cómo lo vayas a enfocar, sin embargo debes tener en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> – Un anuncio de TV debe llamar la Atención rápidamente, los primeros 5 segundos son claves. Si no miramos el televisor, todo lo que sigue se perderá. – En un mailing, el primer párrafo debe llamar nuestra atención, de lo contrario no seguiremos leyendo y el mailing irá a la papelera. – Las primeras 25 palabras de un vendedor sellarán su futuro frente a un cliente. – En la venta por teléfono la primera frase decidirá si el cliente seguirá escuchando o colgará.
¿Qué buscaría un Cliente a la hora de solicitar un Servicio de Soporte Técnico?	Lo primero que debes tener claro que cuando un usuario requiere de tus servicios de soporte técnico es porque tiene un problema informático que necesita resolver, deberás identificar qué tipo de problema necesita resolver y de inmediato exponerle un abanico de posibles soluciones que se adapten al requerimiento del cliente en cuanto precio, calidad y rapidez. Te ilustro con un ejemplo, llega un cliente con su equipo portátil y te dice mi equipo está demasiado lento, necesito arreglarlo. Para ello deberás de realizar un diagnóstico de hardware y si todo sale positivo darle alternativas de solución como por ejemplo repotenciarlo con más memoria RAM, reinstalar sistema operativo, cambiar el disco mecánico por uno sólido, todo dependiendo de la necesidad del usuario. Con todo ello estarías llenando las necesidades de tu cliente.

<p>¿Qué estrategias adoptaría para atraer mayor número de clientes?</p>	<p>La estrategia de marketing es la planificación de todas las acciones que se utilizarán para promocionar una marca, producto o servicio y, como resultado, atraer a más clientes. Esta planificación debe ser monitoreada constantemente para asegurarse de que los resultados esperados para cada una de las acciones previstas están siendo realmente positivos y, principalmente, para mejorar lo que necesita ajustes.</p> <p>A pesar de que muchos emprendedores digitales saben que es fundamental planificar todas las acciones de promoción de un negocio, muchos tienen dudas a la hora de decidir cuáles son las mejores estrategias para ejecutar. Lo primero que necesitas entender es que no existe una estrategia de marketing específica para cada negocio.</p>
<p>¿Según su criterio como especialista en Marketing digital, ¿Qué debería tener una app como Robby que se dedica al servicio técnico de pymes y hogares que fuera ideal y por qué?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Facilidad de uso de la App. - Interfaz sencilla y amigable. - Simplificar el proceso de solicitud de un servicio de soporte técnico informático. - Activa comunicación con el usuario. - En soporte técnico, la rapidez es lo más importante. El chat en vivo es como la reina en el ajedrez, que te permite conectar con tus clientes de manera inmediata, evitando las demoras frustrantes que asociamos con los métodos de servicio tradicionales. - Una base de conocimientos. Teniendo una biblioteca rica en información sobre problemas frecuentes acerca de productos, fallas frecuentes de los equipos, provees un gran valor al cliente.
<p>¿Qué estrategias implementaría para tener clientes cautivos?</p>	<p>Aprovecha las redes sociales, inspira con una misión, da a los clientes el poder de la practicidad, agrega un toque personal, habla con tus clientes, utiliza programas de gamificación y recomendación, crea una división entre tu marca y tus competidores, emplea las suscripciones para reforzar la experiencia, usa experiencias para evocar sentimientos, aprovecha la opinión de tus consumidores y capitalízala, educa a tus consumidores, sorprende y deleita a tus clientes, ofrece soporte en las plataformas correctas, agradece a tus clientes, incorpora a tus clientes con tu producto, crea un boletín. , discúlpate cuando cometes errores.</p>
<p>¿Para que usted se sienta confiable con el uso de Robby App, ¿qué considera que debe tener nuestra app en cuanto a seguridad informática?</p>	<p>Ser una aplicación de 5 estrellas, tener su propia página web, poder visitarla y ver que tiene un diseño trabajado, una forma de contacto ayuda a pensar a generar seguridad y eliminar sospechas.</p> <p>Antes de instalar la aplicación, poder saber que permisos va a pedirte es un buen indicativo de cómo puede de ser fraudulenta una aplicación, por ejemplo, si queremos descargar una aplicación que a partir de una foto ponga unos filtros es de esperar que la aplicación necesite los permisos de cámara o galería, pero sería muy sospechoso que nos pidiera permisos de acceder a nuestra agenda.</p> <p>Otro factor importante sería certificar la App por ejemplo Normas ISO-9000.</p>

¿Cómo manejaría el tema de hacer conocida una nueva App? ¿Qué medios utilizaría para una App de soporte técnico?

A través del App Marketing Digital es el proceso y conjunto de técnicas y estrategias empleadas para lograr promocionar una App móvil y lograr los objetivos planteados para esta.

Para Robby que es una App de soporte técnico nueva debe permitir a través de las estrategias lo siguiente:

Darla a conocer y generar branding de la marca.

Generar tráfico hacia la página de descarga de la App y potenciar su instalación entre los usuarios interesados.

Generar engagement con los usuarios afines a la App para que interactúen con esta y la den a conocer en su entorno.

En función de estos objetivos se aplicarán unas estrategias u otras. Por ejemplo, para darla a conocer y generar branding de la marca será necesario:

Potenciar un buen diseño gráfico de todos los elementos visuales de la Aplicación.

Utilización de publicidad de pago y estrategias de social media marketing Apps.

Utilización de diversos canales desde los que conseguir reviews y generar impactos con la aplicación como:

Amigos, familiares, compañeros, conocidos...

Página web oficial de la aplicación, newsletter, QR en establecimiento físicos, etc.

Medios de Comunicación masivos como revistas o periódicos online.

Blogs Especializados en Apps

Marketing Influencers

Publicidad en medios tradicionales como la TV, radio, periódicos, carteles publicitarios, etc.

Para potenciar la captación de usuarios que descarguen la aplicación se podrán utilizar estrategias como:

Creación de contenidos que aporten valor al usuario.

¿Qué canales de comunicación que conoce para atraer clientes? Blog, SEO, Email Marketing, Redes Sociales, Canales de Video, Enlaces Patrocinados, Publicidad Exterior, Radio, TV, revistas y periódicos, Eventos, Promociones

¿Qué comportamientos a identificado usted en los consumidores que somos ahora?

1- Buscamos información en las redes: Antes, la publicidad en los medios masivos era nuestra principal referencia cuando queríamos adquirir un producto o servicio. Ese lugar fue ocupado luego por las búsquedas en Internet, con Google a la cabeza. Y en los últimos años han ganado terreno las redes sociales, tanto por los comentarios de aquellas personas a las que seguimos (nuestros amigos o influencers) como por los anuncios pagos. Eso es algo que, pese a todos sus problemas, entendió muy bien Facebook, y que ahora está aprovechando también con Instagram. Si tenemos un negocio, es momento de capacitarnos en social media ads o buscar el apoyo de un experto.

2- Nos hemos vuelto más desconfiados con el contenido: El acceso a tantas fuentes de información nos ha convertido en consumidores más escépticos. Y eso no solo aplica para los anuncios tradicionales, sino también para todo tipo de contenido que sospechemos que no es objetivo, porque está pagado por una marca. Otro problema para las estrategias de content marketing es que la capacidad de atención de una persona conectada a Internet es de 8 segundos y las empresas necesitan entender esto. ¿Cuál es la opción? Contenidos creativos y de alta calidad, 100% enfocados en las necesidades y aspiraciones del mercado objetivo, y en formatos atractivos y novedosos.

3- Exigimos productos y servicios en cualquier momento y lugar: Como consumidores, ya no tenemos que movernos de un lugar a otro para hacer nuestras compras. El mercado se ha vuelto “ubicuo”, ya que a través de Internet hoy podemos adquirir productos de China o de un productor agrícola ubicado a pocos kilómetros de nuestro lugar de residencia. Esto aplica también para todos los servicios relacionados con la experiencia de compra, aún en un espacio físico: por ejemplo, hoy es posible generar órdenes de compra, revisar la existencia de un producto en el depósito y hacer una factura desde cualquier lugar de una tienda, gracias a las plataformas móviles de punto de venta.

4- Somos más demandantes: Las redes sociales se han vuelto un campo de batalla para las empresas que prestan servicios: en la mayoría de los casos, sus cuentas se han vuelto el canal preferido para recibir quejas y comentarios negativos. Además, como consumidores tenemos cada vez menos paciencia para esperar recibir atención de un call center, sobre todo cuando tenemos consultas básicas que hacer

¿Qué recomendaciones nos daría para expandir el alcance publicitario?

Si bien es probable que la mayoría esté concentrada en un mismo lugar (Facebook, Instagram o hasta en tiendas físicas), es una realidad que un solo medio de comunicación no es suficiente para ser escuchado por todos.

Por eso, diversifica los canales y adapta tu mensaje a cada uno, pues no es lo mismo hablar con un adolescente en Snapchat que con un baby boomer en Facebook, por poner un ejemplo.

Escucha lo que tienen que decir: Una de las mejores formas de hacerte escuchar es siendo receptivo a lo que tu audiencia dice. Sea en persona o de manera digital, demostrarle a tu usuario potencial que lo que tiene que decir te interesa es sumamente importante para llamar su atención. Es un instinto natural de las personas inclinarse a quienes las escuchan. Por eso, cuando tu marca oye lo que se dice de ella, abre un canal que atrae a nuevos interesados.

No andes con secretos: Los compradores aprecian una marca que no tema rendir cuentas y sea honesta. Cuando una marca se percibe honesta, el vínculo que genera con su cliente aumenta y este le presta más atención. Emocionalmente, como consumidores nos gusta aportar a causas en las que creemos y siempre saber a dónde va nuestro dinero.

Ofrece valor: Los consumidores están saturados y ocupados; así que nadie te regalará su atención. Debes de ganártela.

Encuestas:

Por medio de esta técnica, se da a conocer aspectos relevantes de nuestro estudio, para ello se diseñó una encuesta que proporcione datos puntuales frente a las categorías planteadas (Marketing, comportamiento del consumidor, Factor diferencial y Sitio Web). Esta encuesta se realizó a una muestra de 385 personas, que mediante la plataforma de Google Forms recolectaremos las observaciones que las personas puedan ofrecernos

Las preguntas realizadas en la encuesta corresponden a:

- ¿Es Usted de la ciudad de Bogotá?
- ¿Genero?
- ¿Edad?
- ¿Cuál es su estado civil?
- ¿Cuál es su Nivel de instrucción?
- ¿Cuántos y qué equipos informáticos utilizan en casa para su trabajo o estudio?

- ¿Utilizarías un centro de servicio online o App que lo ayude a resolver problemas frecuentes acerca del uso de sus equipos informáticos?
- ¿Está de acuerdo con llevar su equipo informático a su Centro de Servicio de preferencia o le gustaría que un técnico vaya a su domicilio?
- ¿Qué centro de servicio de soporte técnico utiliza para reparar o comprar sus equipos informáticos?
- ¿Cuál es el motivo por el cuál visitaron un centro de servicio de soporte informático?
- En su visita al Centro de servicio, ¿Qué tipo de equipo llevó para reparar o qué equipo o accesorio compró?
- ¿Cuánto fue lo que gastó últimamente cuando fue a su centro de servicio de confianza?
- ¿Qué tan satisfecho estuvo con la calidad de atención en el centro de servicio de su preferencia?
- ¿Cómo cree que podrían mejorar su experiencia, estando en su centro de servicio de confianza? Por favor comparta sus ideas con nosotros.
- ¿Cómo le gustaría realizar los pagos por el servicio en la App Robby?

Observaciones de los encuestados:

a) Encuestado #1 – Necesidades del consumidor

Tabla 3. Encuesta para determinar las necesidades del consumidor. Fuente: Producción propia

Pregunta	Respuesta
¿Qué le gustaría encontrar de diferente a la hora de solicitar un servicio de soporte técnico?	Que me atiendan con rapidez Que sean honestos con los servicios solicitados Que no cobren demasiado costoso Que lo sepan asesorar correctamente
¿El tiempo de respuesta considera importante para elegir el servicio?	Importante que hagan una medición del tiempo de respuesta del servicio que ofrecen, los clientes solicitamos los servicios porque necesitamos arreglar un problema rápido para poder trabajar o hacer trabajos.
¿La plataforma elegida (App) considera importante para solicitar el servicio o prefiere el método tradicional?	Prefiero a través de una App, ya que más tiempo paso con mi celular en la mano es como mi herramienta de trabajo. Importante que la App esté disponible para sistemas operativos IOS y Android.
¿Cómo sería el servicio ideal para usted?	Que llegue el técnico, repare mi equipo rápido y me cobre barato. Además de que me regale algún valor agregado, como, por ejemplo, instalar algún programa que necesite, que me recomiende de cómo pudo hacer más rápido mi equipo, entre otras cosas.
¿Para adquirir el servicio de soporte, usted se concentra en los factores culturales, económicos, sociológicos, marketing y personales para tomar la decisión de compra?	Primero averiguo en internet quién puede solucionar mi problema, averiguo sobre la empresa, leo los comentarios y los contacto. Si no encuentro algo que me convence procedo a pedir a mis amistades referenciados que trabajan realizando soporte técnico informático y los llamo.
¿Si la marca es recomendada por diferentes medios en internet, usted tomaría el servicio con nosotros? ¿Por qué?	Por supuesto, ya que estaría bien referenciado, mientras más interacción digital tenga tu marca las posibilidades de llegar a la gente es más alta. Esta estrategia de comunicación no solo está basada en el aspecto tecnológico, sino que muestra cómo tu servicio puede influenciar positivamente en el día a día de los consumidores.

b) Encuestado #2 – Factor diferencial, Imagen de la marca

Tabla 4. Encuesta para determinar el factor diferencial. Fuente: Producción propia

Pregunta	Respuesta
¿Cuál cree usted que es un factor diferencial de una marca de servicio de soporte técnico?	Por ejemplo, tener presencia de soporte técnico a nivel nacional y canales virtuales de atención al usuario, son diferenciales muy poderosos que los usuarios valoran mucho.
¿Por qué los consumidores se ven atraídos por una marca?	Cuando hablamos de marca, indudablemente hablamos de reputación, y esta no se construye sólo a partir de los elementos visuales, del branding impreso, aunque este tiene un peso importante. La reputación se va construyendo con cada punto de interacción que las personas tienen con una empresa y sus productos. La marca se va construyendo también con base en la interacción que las personas tienen con el personal de una marca, y con la experiencia que un servicio o un producto ofrece a un usuario. Por eso el cerebro tenderá a elegir la opción que le ha dado una experiencia agradable en el pasado, es decir, tendemos a escoger una marca que nos dio una buena experiencia, sin importar que otra marca tenga elementos racionales a su favor.
¿Cree que es necesario ofrecer al consumidor un servicio personalizado para lograr un factor diferencial? ¿Por qué?	El reto de hoy, de cualquier empresa, es que deben tener claridad de cómo diferencian su estrategia de experiencia de clientes con respecto a sus competidores: cómo los tratan, qué tanto saben de ellos, qué tan personalizada es su experiencia, así como identificar a través de qué canal realizan la compra en un portal, una aplicación móvil, web, llamada telefónica, en tienda, etc.
¿Qué características debe tener una marca de Servicios de Soporte Técnico para lograr una excelente percepción?	La percepción de los clientes hace referencia a las opiniones que tienen las personas sobre tu empresa. Esta se genera evaluando la experiencia que tiene con la empresa, incluidos el producto o servicio que ofreces, tus estrategias de branding y tu servicio. Tu empresa corre el riesgo de quedarse atrás si no inviertes en mejorar la experiencia y percepción de tus clientes. Muchas empresas ya aprovechan sus esfuerzos de asistencia técnica y servicios.
¿Cree usted que la calidad y el precio son pilares fundamentales para lograr la fidelidad y lealtad del cliente con la marca?	La calidad pesa más que el precio, en un entorno donde el precio es el principal factor de atracción, la necesidad de reforzar los vínculos con los clientes se hace imprescindible. Pero no es tarea fácil. Los clientes no solo miran el bolsillo, sino también la experiencia y la percepción de ser valorado por la compañía a la que están ligados.

c) Encuestado #3 – Sitio Web, implementación del sitio como estrategia digital

Tabla 5. Encuesta para determinar cómo sería la implementación de la app. Fuente: Producción propia

Pregunta	Respuesta
<p>¿Considera importante tener un sitio web interactivo para generar una mayor experiencia de usuario?</p>	<p>Exposición y reconocimiento: Es casi una regla que los usuarios y consumidores de nuestros días, antes de adquirir un servicio o un bien, hagan una búsqueda por Internet para revisar las características de los mismos y de la empresa que los provee. Si su empresa no cuenta con un espacio en la web que brinde esta información, podría ser ignorada por esos potenciales clientes y por muchos otros que pueden estar buscando lo que su negocio ofrece.</p> <p>Posicionamiento de marca en la web: Trabajar en el diseño y contenido de su sitio web empresarial es el primer paso para obtener un buen posicionamiento en el mundo digital. Contar con un sitio bien optimizado y funcional para sus usuarios, es la mejor arma para luchar por permanecer en los primeros lugares que los buscadores determinan, brindando así una mayor exposición a su marca y sus servicios.</p> <p>Publicidad a gran escala y ventas: Ningún otro medio de comunicación tiene tanta cobertura y tanta permanencia a lo largo del tiempo como la que ofrece la Web. Invertir en un sitio web es invertir en un tipo de publicidad informativa que puede llegar a cualquier rincón del mundo y que se mantiene al alcance del público permanentemente. Además, los costos por su mantenimiento son bajos y a cambio se generan ventas a través de él, incluso cuando usted está durmiendo o descansado, pues un sitio web trabaja 24 horas al día, los 7 días de la semana.</p> <p>Interacción con el público y análisis del mismo: Los sitios web brindan la posibilidad de crear espacios en los que se pueda interactuar permanentemente con el target de la empresa a través de sus comentarios, preguntas y sugerencias. Asimismo, a través de herramientas especializadas, se puede analizar el comportamiento de los usuarios mientras visitan su sitio web.</p>
<p>¿Qué características debería tener una página web para cumplir las expectativas del usuario?</p>	<p>Para que la experiencia de usuario en tu sitio web sea agradable al usuario debes tener las siguientes recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de autogestión fácil, intuitiva y simple. Páginas web adaptativas / Responsive design Velocidad de carga óptima Buena usabilidad y organización Página de contacto o elementos de interacción visibles Un diseño adaptado al estilo corporativo

<p>¿La información en el sitio web debe ser estática o dinámica? ¿Por qué?</p>	<p>Ausencia de movimiento y funcionalidades. Realizadas en HTML. Acceder al servidor para cambiar contenidos de la página. Opacidad a los deseos o búsquedas del visitante a la página. Lento y manual el proceso de actualización. Para el caso de los sitios Web dinámicos, éstas permiten la creación de aplicaciones dentro de la propia web y ofrecen una mayor interactividad con los usuarios que la visiten. Su creación es más compleja, ya que se requiere de conocimientos específicos de lenguajes de programación y gestión de bases de datos. Con este tipo de páginas web se puede hacer todo lo que se desee, los usuarios interactúan con la información contenida en la web, ya que dicha información varía en tiempo real de acuerdo a las opciones tomadas por el usuario. Las características son: Infinitas posibilidades en su diseño y desarrollo. El visitante puede alterar el diseño, contenidos o presentación. Se utilizan varias técnicas de programación. El proceso de actualización es muy sencillo. El proceso de actualización es muy sencillo.</p>
<p>¿Qué debería de contener un sitio web para poder llamar la atención del nuevo consumidor? Describa las cosas que debería tener una página web para ser llamativa.</p>	<p>Debes tener las siguientes consideraciones al momento de diseñar tu sitio: Fácil Navegación por tu página web Paleta de colores de la página web Imágenes destacadas Presencia en las redes sociales Llamada a la acción Información relevante sobre tu negocio Información de contacto Página web responsiva Alojamiento web fiable Alojamiento web fiable</p>

Resultados y Análisis de la encuesta

a) Ubicación

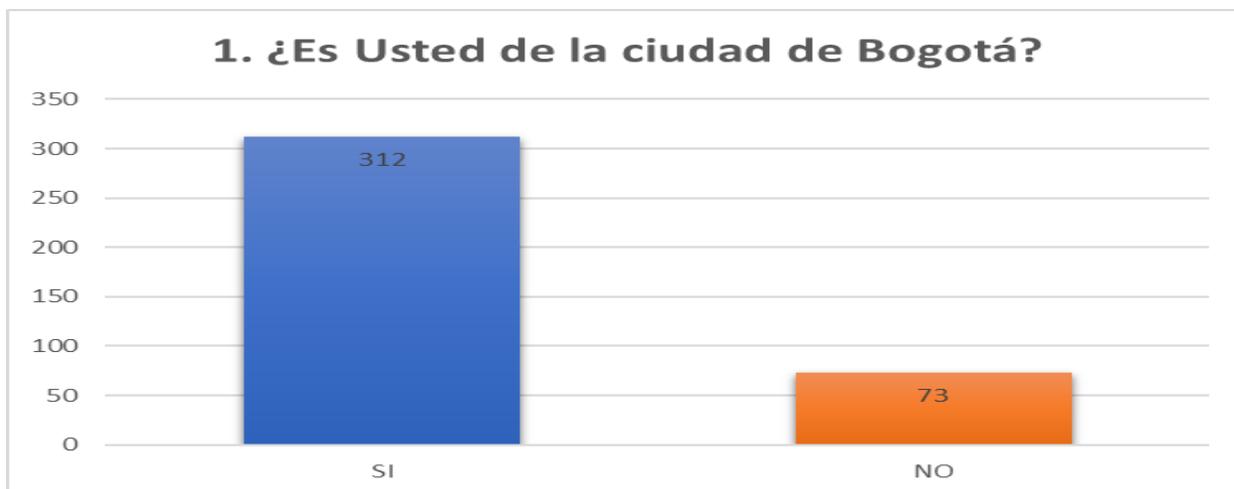


Gráfico 1. Cantidad de personas que viven en Bogotá. Fuente: Producción propia

El 81% de los encuestados es de la ciudad de Bogotá y el 19% de otra ciudad, pero vive en Bogotá. Esta información nos sirve para saber la distribución poblacional y es precisamente donde vamos a iniciar con nuestra segmentación.

b) Género

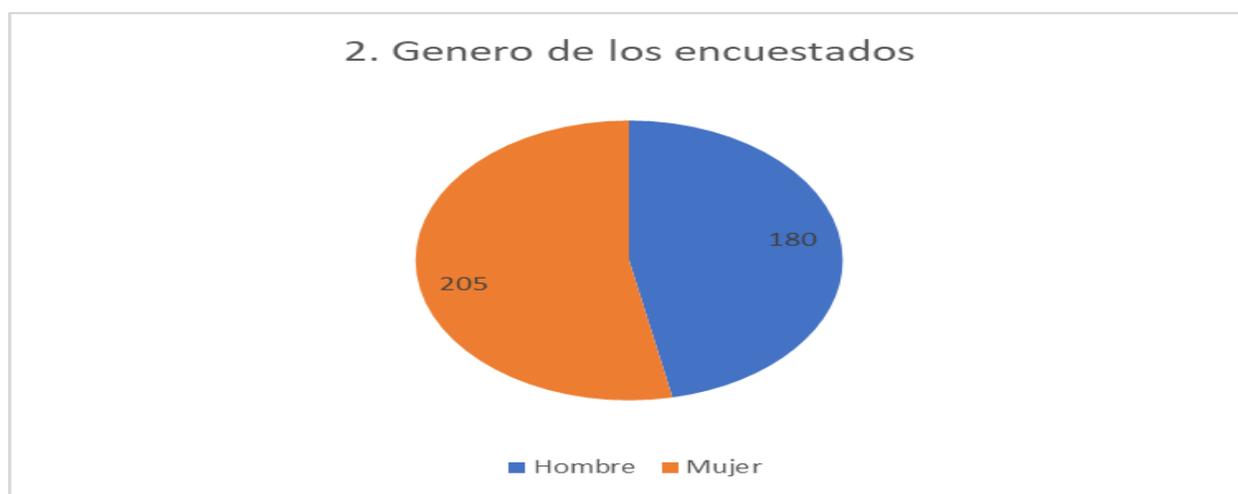


Gráfico 2. Muestra de la cantidad de hombres y mujeres. Fuente: Producción propia

El 47% de los encuestados son hombres y el 53% son mujeres. Dato importante ya que a la hora de realizar nuestras segmentaciones debemos hacerlo para ambos sexos.

c) Edad de las personas encuestadas



Gráfico 3. Distribución de las edades de las personas encuestadas. Fuente: Producción propia

Esta información nos indica que la mayor cantidad de personas se encuentra entre las edades de 44 a 47 años de edad, dato importante para nuestra segmentación de mercado y poder realizar nuestras pautas en redes sociales.

d) Estado civil

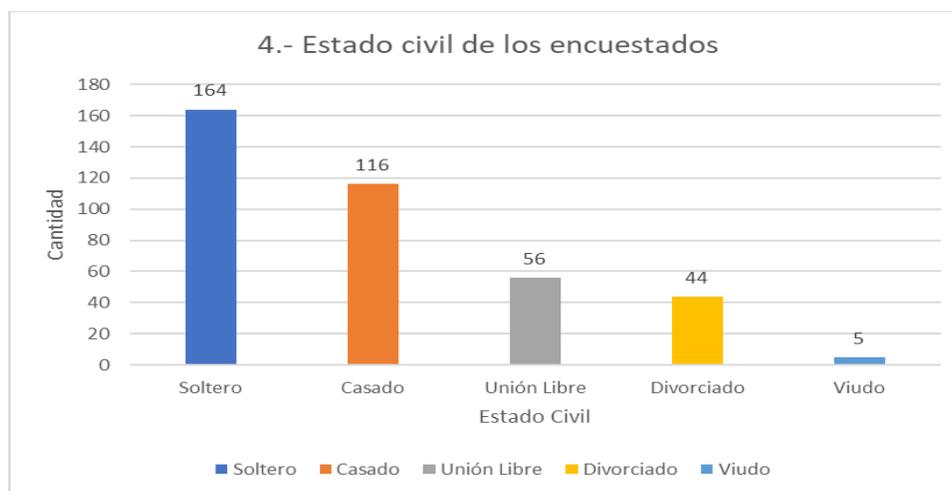


Gráfico 4. Distribución de los encuestados por su estado civil. Fuente: Producción propia

Del total de encuestados el 42% son solteros, el 30% son casados y el 12% es divorciado. Otro dato muy importante para nuestra segmentación.

e) Nivel de formación educativa

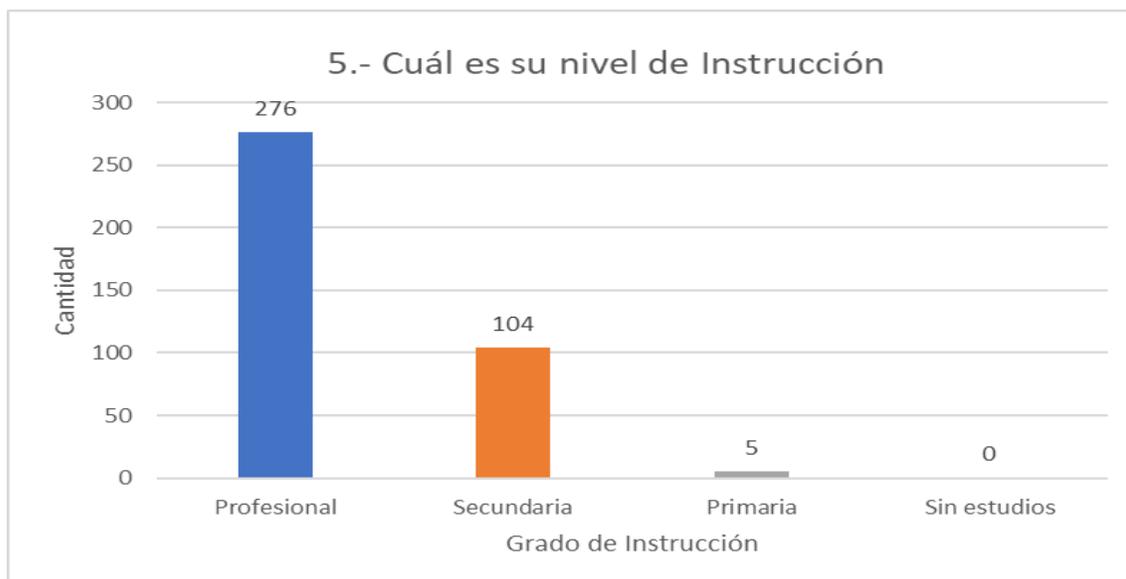


Gráfico 5. Distribución de los encuestados por su nivel de formación educativa. Fuente: Producción propia

Del total de encuestados el 71% son profesionales y el 29% restante aún son estudiantes.

f) Número de equipos de procesamiento de datos hay en el hogar

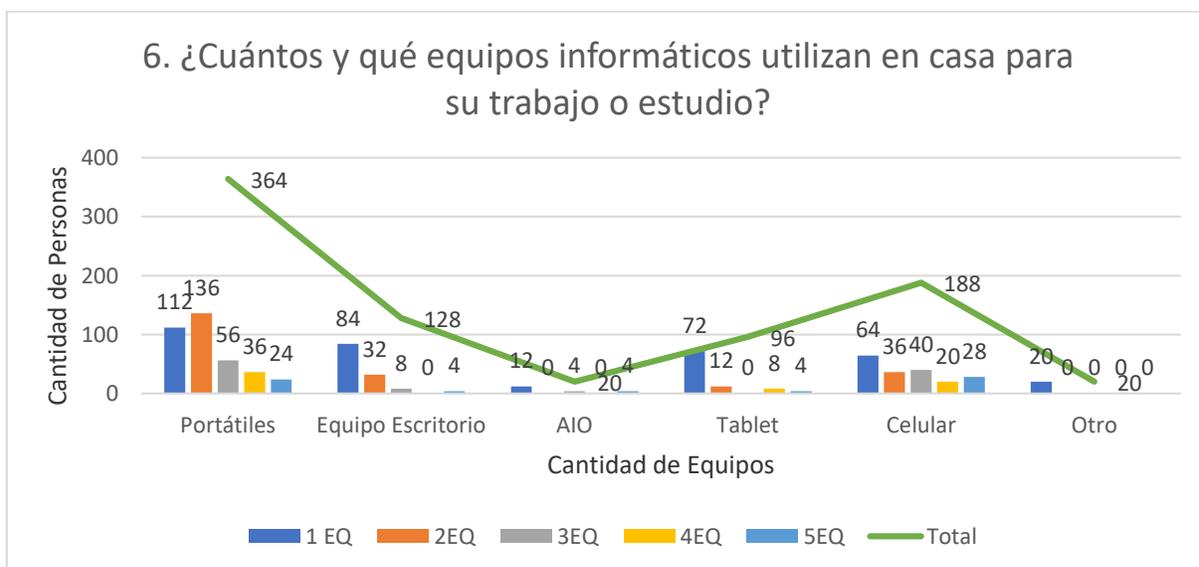


Gráfico 6. Tipología y cantidad de los equipos que se tienen en el hogar. Fuente: Producción propia

Este cuadro nos revela que la mayoría de las personas para su trabajo o estudio utilizan más equipos portátiles que equipos de escritorio. Datos muy importantes para lanzar nuestra publicidad en los medios digitales. Otro medio que utilizan con frecuencia son los dispositivos celulares.

g) Confianza frente a un centro de soporte técnico online

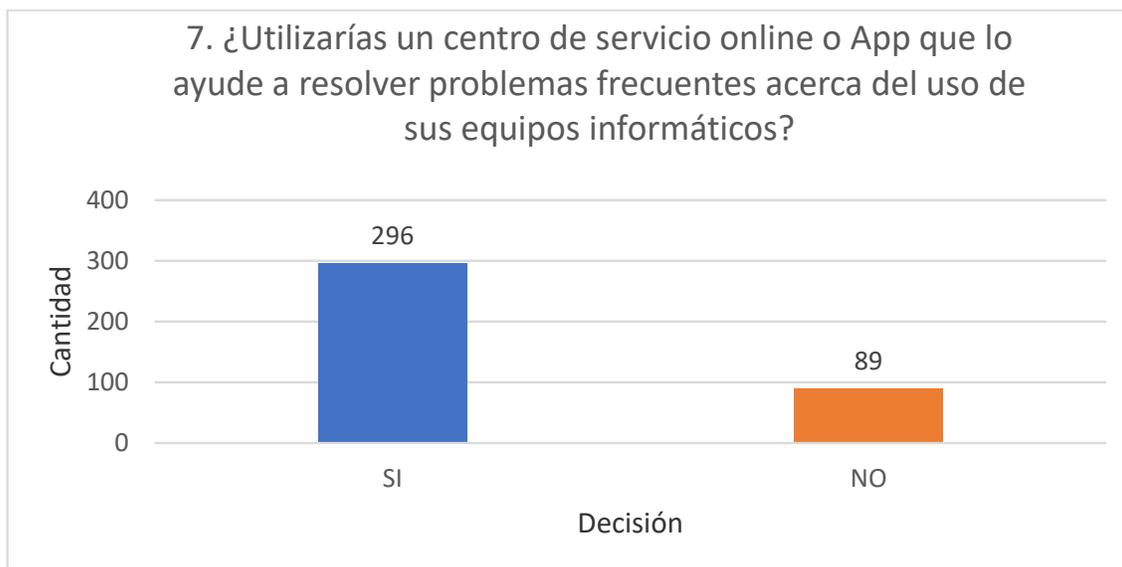


Gráfico 7. Aceptabilidad de uso de un servicio de soporte técnico online. Fuente: Producción propia

Del total de encuestados el 76% si utilizaría un Centro de Servicio Online o una APP. Solamente el 24% no la utilizaría.

h) Preferencia de servicio

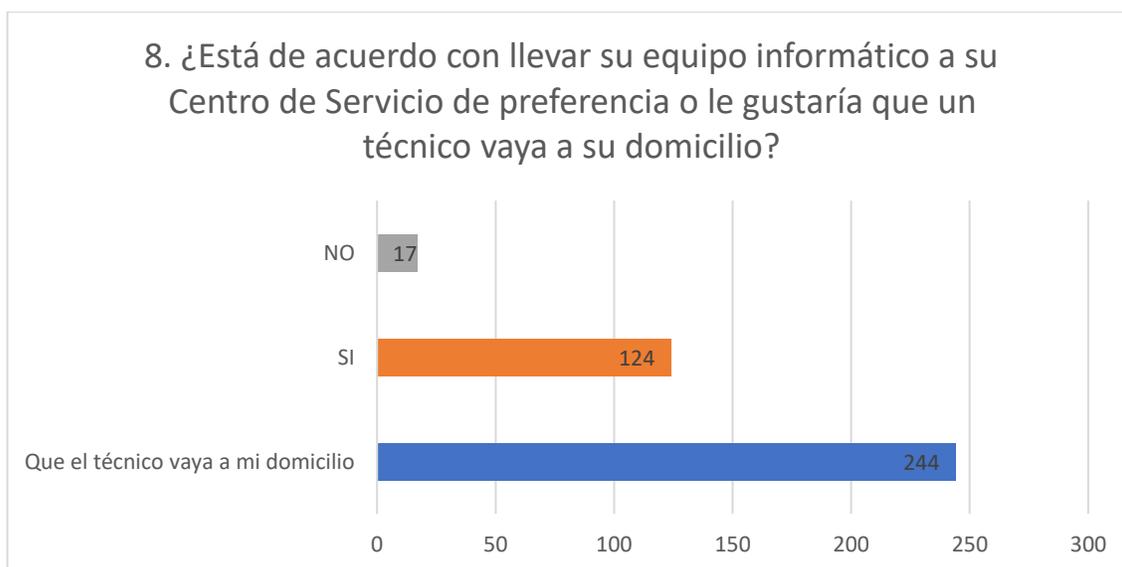


Gráfico 8. Preferencia de servicio

De todos los encuestado el 63% prefiere que el técnico vaya a su domicilio, el 32% prefiere llevarlo a su Centro de Servicio de preferencia y el 4% lo hace con algún conocido o recomendado.

i) Tipo de centro de servicio

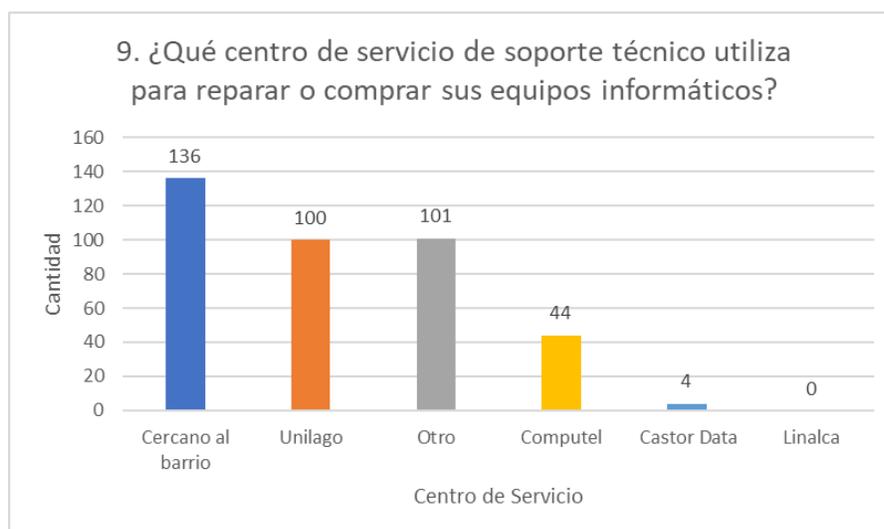


Gráfico 9. Tipo de centro de servicio técnico. Fuente: Producción propia

Del total de encuestados el 36% prefiere un Centro de Servicio cercano al barrio, el 26% prefiere llevarlo a Unilago, y el 26% prefiere la ayuda de un conocido o referido.

j) Motivos de visita a un centro de servicio de soporte técnico

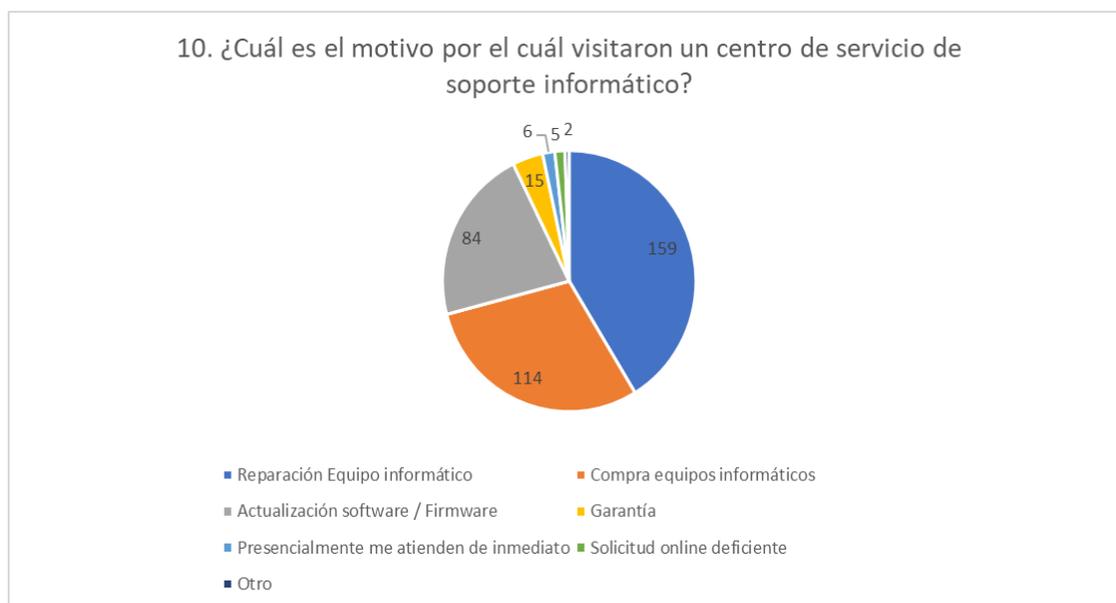


Gráfico 10. Motivo de visita a un centro de servicio técnico. Fuente: Producción propia

De todos los encuestados, el 41% llevó a reparación un equipo informático y el 29% realizó una compra de un equipo informático.

k) Tipología del equipo que hizo reparar

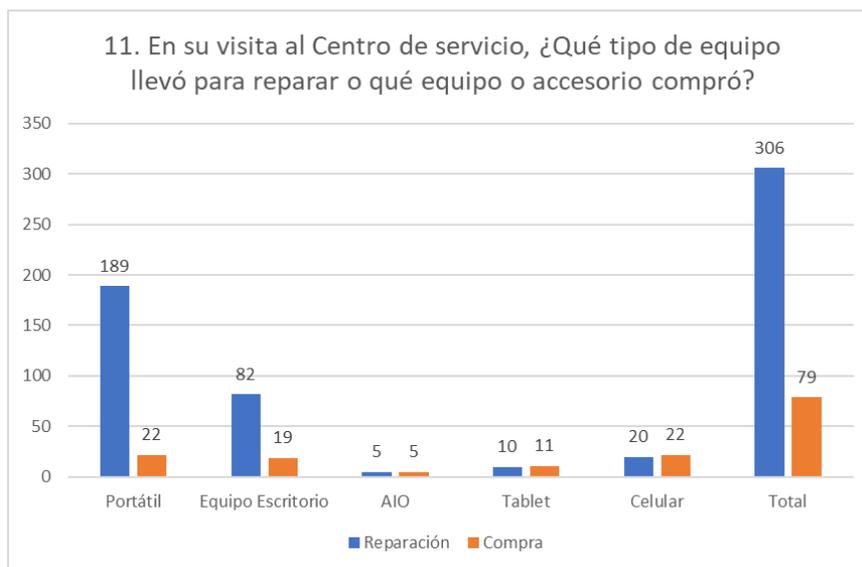


Gráfico 11. Tipología del equipo que hizo reparar. Fuente: Producción propia

Del total de los encuestados el 49% llevó su equipo portátil a reparación y el 6% realizó una compra de equipo portátil.

l) Cantidad de dinero gastado en la reparación

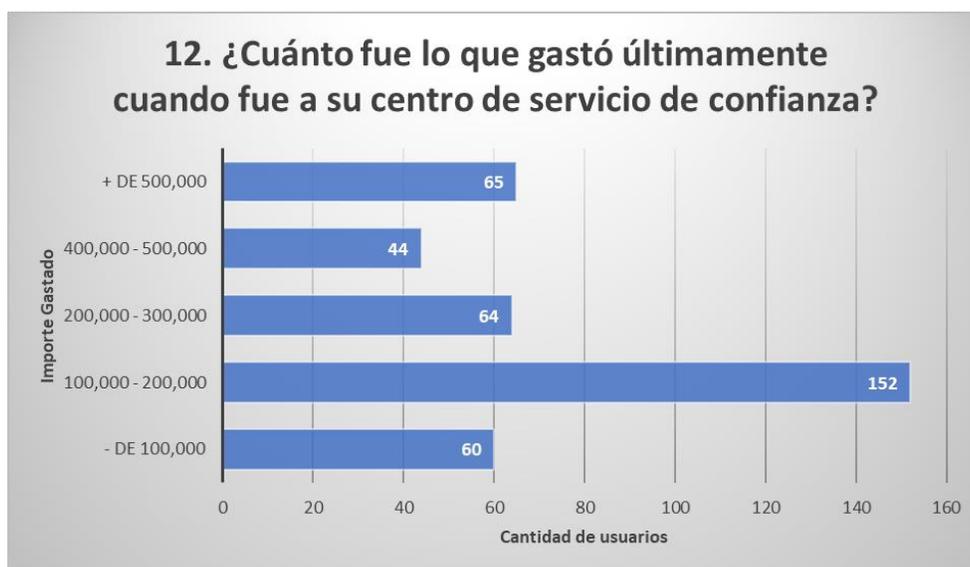


Gráfico 12. Cantidad de dinero gastado en la reparación. Fuente: Producción propia

El 40% de los encuestados gasta entre 100 y 200 mil pesos cuando va a su Centro de Servicio de confianza.

m) Nivel de satisfacción por el servicio prestado

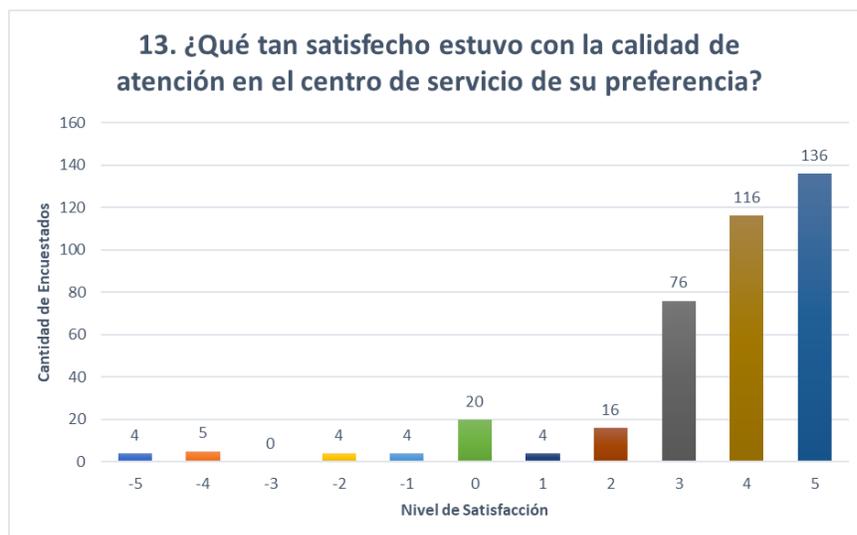


Gráfico 13. Nivel de satisfacción por el servicio prestado. Fuente: Producción propia.

El 35% de los encuestados se encuentra muy satisfecho, el 30% satisfecho, lo que nos puede evidenciar que generalmente los servicios de la competencia son buenos.

n) Criterios para la mejora de la experiencia en el centro de servicios

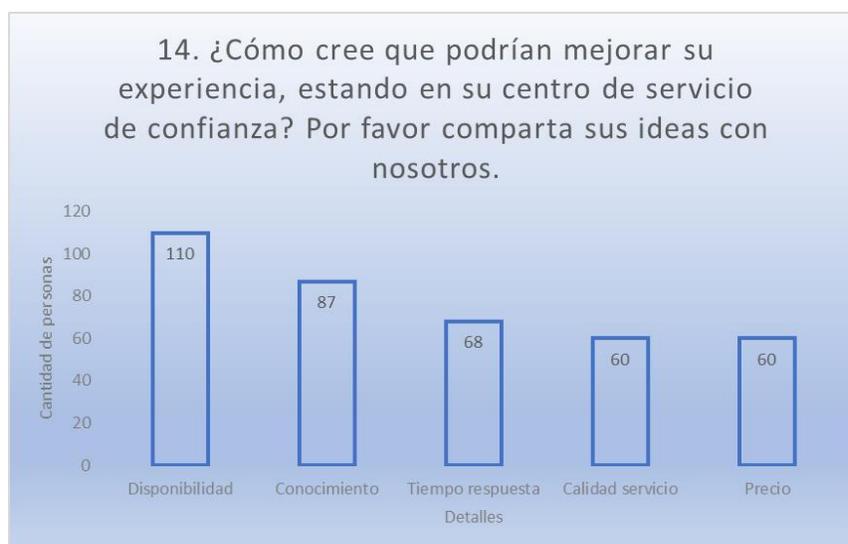


Gráfico 14. Criterios para la mejora de la experiencia. Fuente: Producción propia

De este cuadro podemos analizar que el precio no es importante para que la experiencia de los usuarios sea buena. Ellos dan más importancia a la disponibilidad, el conocimiento del técnico y el tiempo de respuesta en entregarle sus equipos.

o) Disposición para el acceso remoto al dispositivo

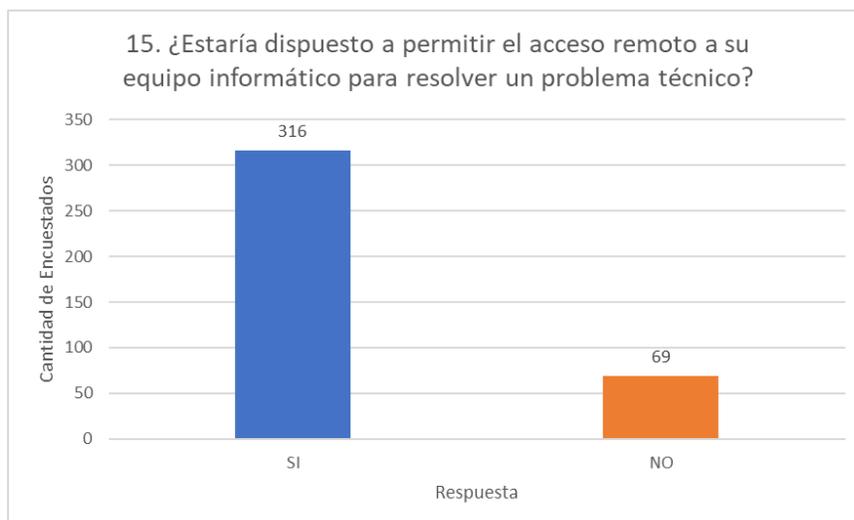


Gráfico 15. Distribución de la disposición al acceso remoto. Fuente: Producción propia

El 82% de los usuarios si están dispuestos a permitir la conexión remota a sus equipos para resolver problemas informáticos. Esta información es importante para Robby App que intenta asistir a los usuarios a través de esta metodología.

p) Métodos de pago

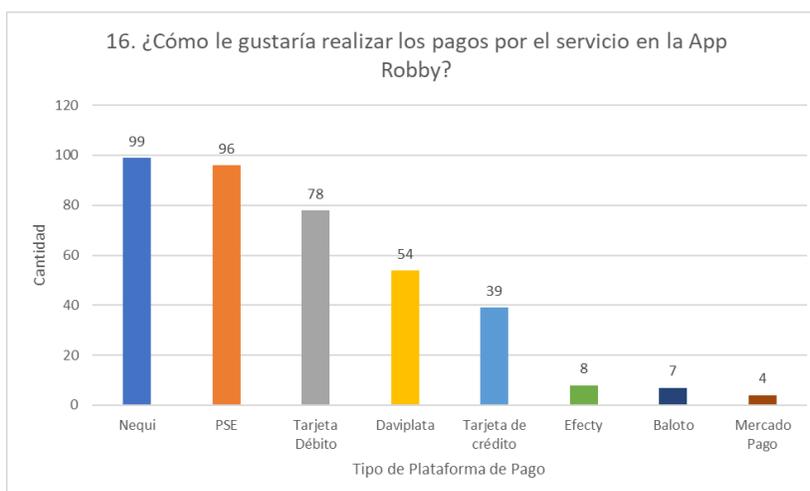


Gráfico 16. Métodos de pago preferidos. Fuente: Producción propia

De todos los encuestados el 25% prefieren realizar el pago del servicio por Nequi, el 24% por PSE y el 20% a través de la tarjeta débito. Con esta información se tratará de implementar esas plataformas de pago para Robby App.

Referencias Bibliográficas

- Sánchez Galán, J. (2016). *Servicio*. <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>
- Roldán, P. (2017). *Tecnología*. <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>
- Hawking, S. (1988). *Breve historia del tiempo*. Bantam Books.
- Clínica Shaio. (2017). *Primera cirugía cardíaca asistida por robot con el sistema da Vinci® Xi™ en Colombia*. <https://www.shaio.org/prensa/primera-cirugia-cardiaca-asistida-por-robot-con-el-sistema-da-vinci%C2%AE-xi%E2%84%A2-en-colombia-0>.
- Car and Driver. (2020). *Autorizan las pruebas para reparto a domicilio de este coche sin conductor: Se llama Nuro R2 y funciona de forma totalmente autónoma*. <https://www.caranddriver.com/es/coches/planeta-motor/a30848840/reparto-a-domicilio-coche-sin-conductor-ultima-milla/>
- Fuente. O (2020). *Marketing digital: Qué es y sus ventajas*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Vilela. C (2020). *¿Qué hace el soporte TI o soporte técnico?* <https://www.freelancermap.com/blog/es/que-hace-soporte-ti/>

Anexos

Anexo 1: Mapeo y vertebración

PROBLEMAS Y OBJETIVOS ROBBY APPP

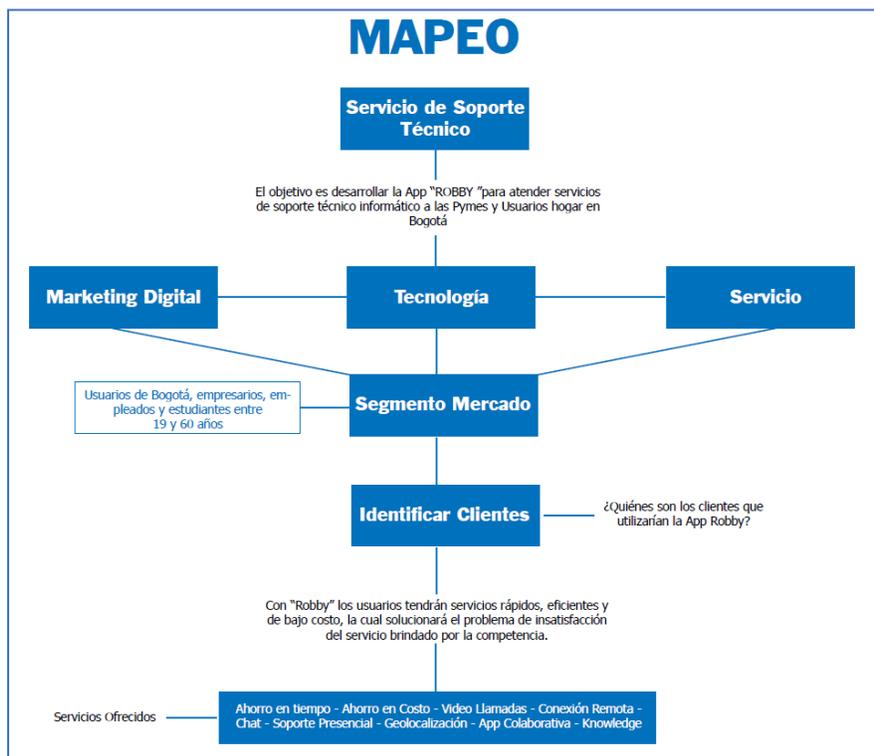
PREGUNTA PROBLEMA:
¿Cómo diseñar la aplicación "ROBBY", para atender servicios de soporte técnico informático a las Pymes y Usuarios hogar en Bogotá?

SUB PREGUNTAS

- ¿Cómo implementar la plataforma digital ROBBY?
- ¿Cómo Ayudar a los usuarios a no perder tiempo buscando servicio de soporte técnico informático?
- ¿Cómo debería ser el funcionamiento de la APP, qué estructura debe tener?
- ¿Cómo Identificar donde se encuentra la población que requiere servicios de soporte técnico en las pymes y usuarios hogar?
- ¿Que características de consumo tienen los posibles clientes que requieren del servicio de soporte técnico informático?
- ¿Que buscan exactamente los usuarios que requieren servicio de soporte técnico informático? Precio, rapidez, eficacia, sencillez? Garantía, calidad ofrecida
- ¿Cuales son las pymes con las que se trabajaría?
- ¿Cuáles son los servicios de soporte técnico a ofrecer a los clientes?

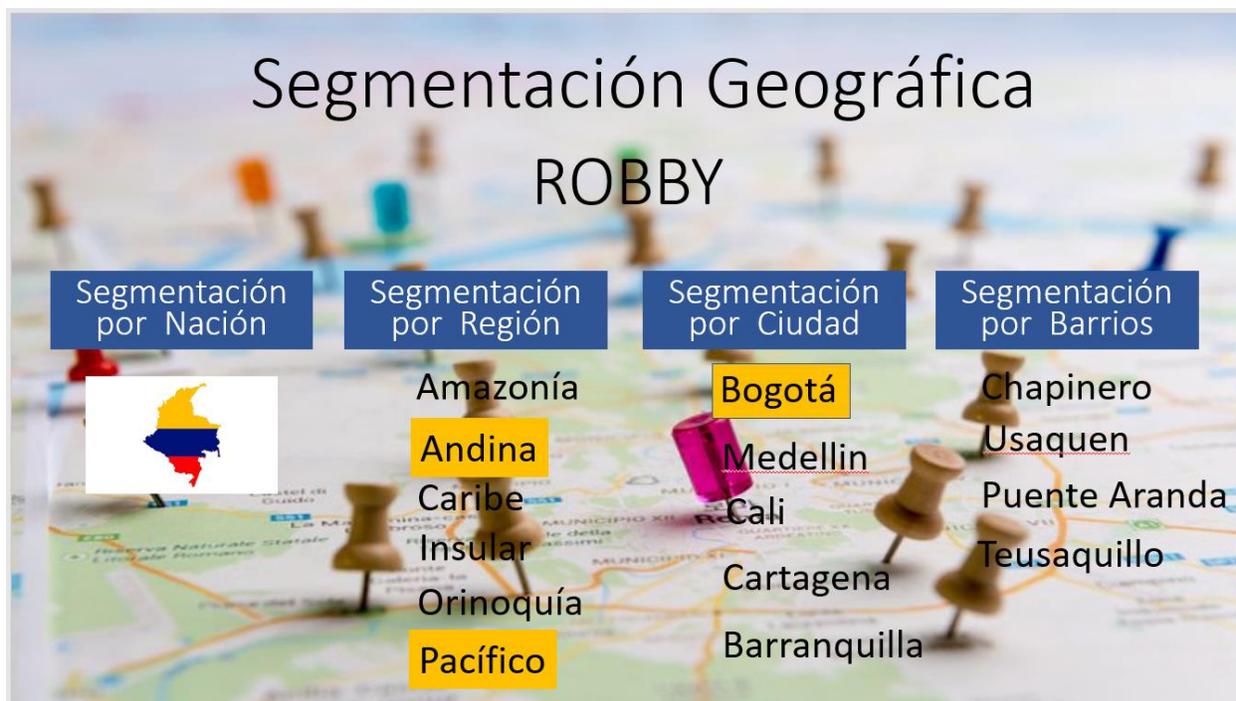
OBJETIVO GENERAL
Desarrollar la App "ROBBY "para atender servicios de soporte técnico informático a las Pymes y Usuarios hogar en Bogotá

OBJETIVO ESPECÍFICO
Establecer las cadena de valor y logística que existen actualmente en la competencia
Establecer los costos del desarrollo de la App Roby
Establecer los canales digitales de comunicación adecuados para promocionar la APP Robby.





Anexo 2: Segmentación Geográfica



Segmentación Demográfica

Servicio:

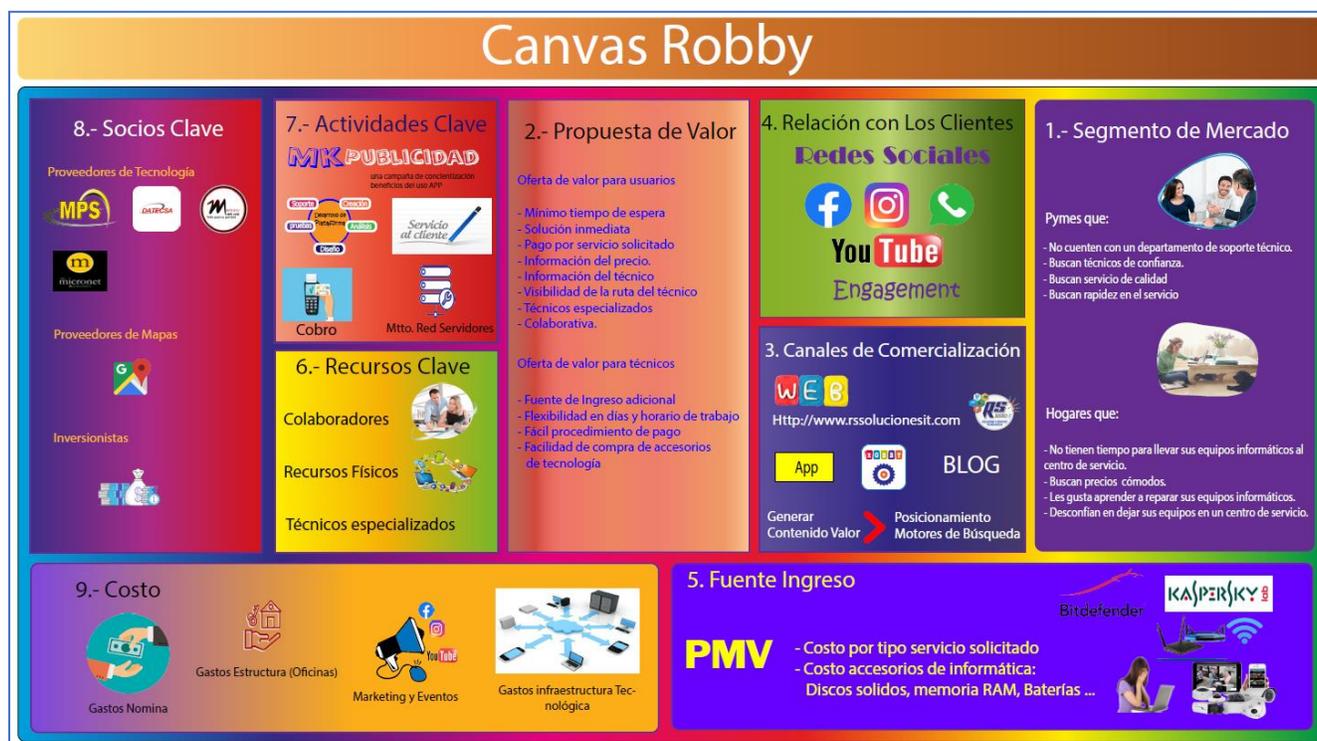
Servicio de soporte técnico, mediante una APP (ROBBY), precio Free, Disponible en IOS y Android, principales ciudades de Colombia, contiene secciones de soporte remoto, videollamadas, chat, soporte presencial, geolocalización y colaborativa. Dirigido principalmente a empresarios y estudiantes.

Variable	
Edad	19 – 60 años
Sexo	Mujeres y Hombres
Estado Civil	Solteros, Casados, viudos, divorciados
Nivel de Instrucción	Bachiller básica en adelante

Segmentación Psicográfica

Variable	
Personalidad	Personalidad promedio, Reservada, modelo a seguir.
Estilo de Vida	Estilo de vida sedentario, Desarrollo personal, Seguridad.
Estatus Social	Clase baja, media y alta.
Actividades, intereses y opiniones	Amantes de la tecnología, Juegos, Teletrabajo, compras on line, Cine, Lectura, Futbol.
Actitudes	Positiva, reactiva, proactiva, colaboradora.
Poder Adquisitivo	Sueldo Mínimo

Anexo 3: Canvas Robby App



Anexo 4: Buyer Persona

BUYER PERSONA

PERFIL

- ◆ **Jose Dávila,**
- ◆ Profesional en Administración de empresas
- ◆ Es dueño de una microempresa de seguros, en proceso de innovación
- ◆ tiene poco conocimientos de la nueva tecnología informática.



 JOSÉ DÁVILA

BUYER PERSONA

CARACTERÍSTICAS

- ◆ Es dueño de una microempresa de seguros, en proceso de innovación,
- ◆ Tiene poco conocimientos de la nueva tecnología informática.
- ◆ Para documentarse le gusta leer los fines de semana sobre negocios y tecnología.
- ◆ Entre semana prefiere escuchar los noticieros y ver películas.



BUYER PERSONA

NECESIDADES

- ◆ Debido a la pandemia, tiene miedo salir de su casa.
- ◆ Reporta fallas constantes en sus equipos de cómputo
- ◆ Requiere constantemente asesoría de soporte técnico informático, ya que se encuentra implementando su sitio web, hosting, facturación electrónica.
- ◆ Para soporte técnico No confía en llevar sus equipos a Unilago, necesita un profesional de cabecera que lo ayude y asesore en temas de tecnología.



BUYER PERSONA

¿CÓMO LO PODEMOS AYUDAR?

- ◆ Blindamos Soporte técnico en las modalidades presencial, remoto, chat y video Llamadas para resolver problemas técnicos.
- ◆ Recogemos a domicilio sus equipos para repararlos en Laboratorio
- ◆ Venta de accesorios de tecnología
- ◆ Asesoría telefónica



Anexo 5: Propuesta de Valor



Anexo 6: Prototipo simple Robby App



Anexo 7: Plan de lanzamiento

<p>Plan de Lanzamiento Robby App</p> <p>Objetivo:</p> <p>Que los usuarios se enteren de la utilidad de Robby App y que llame la atención de los usuarios. Monetizar por los servicios que ofrecemos. Ayudar a los usuarios a resolver sus problemas informáticos en el menor tiempo posible.</p> <p>Identificando el problema</p> <p>Los usuarios no conocen un lugar confiable y cercano a su domicilio para reparar, vender o conseguir equipos informáticos y accesorios.</p> <p>Estudio</p> <p>A través de Robby App vamos a monetizar de 3 maneras: Servicio técnico, Venta de accesorios informáticos y compra de equipos bajo la modalidad de subasta. En el mercado colombiano no existe una App similar.</p>	<p>Concepto y oportunidades de mejora</p> <p>La idea principal de Robby App será propuesta y compartida con diversos perfiles internos y externos a la empresa, para que opinen sobre la misma y así establecer puntos de mejora y de crítica constructiva.</p> <p>Análisis</p> <p>Realizar una matriz FODA con la información recolectada, identificando Fortalezas y debilidades, así como las amenazas de nuestros competidores y las oportunidades del mercado.</p> <p>Programación</p> <p>Robby App, será una aplicación de tipo híbrida.</p> <p>Testear</p> <p>Robby App tendrá una versión beta antes del lanzamiento oficial, donde podremos encontrar errores y corregirlos antes de que lleguen al móvil del usuario final.</p> <p>Promoción</p> <p>Para iniciar, la promoción de la App se va a utilizar el CPM (Costo por Mil) en redes sociales como Facebook, Instagram y Youtube.</p>
--	---

<p>Antes del Lanzamiento</p> <p>Elección del Nombre</p> <p>Robby App</p> <p>Selección de palabras clave</p> <p>Se utilizarán palabras clave que mejor describan mi servicio. Estas palabras clave permitirán a mi App aparecer en los resultados de búsqueda de la App store.</p> <p>Selección de la app en categoría</p> <p>Robby App se encuentra en la categoría de tecnología informática. Con ello condicionamos el posicionamiento de nuestra App y facilitamos a los usuarios encontrarla con rapidez.</p> <p>Descripción diferencial de la App</p> <p>Robby App, es una aplicación donde el usuario podrá solicitar un técnico para reparar su equipo informático en minutos y ubicarlo mediante GPS, podrá comprar accesorios de tecnología informática y podrá vender su equipo usado mediante subasta en la App.</p>	<p>Durante el Lanzamiento</p> <p>Sincronización de descargas</p> <p>Google Play y App Store dan como señal positiva de la calidad y utilidad de la aplicación si obtenemos el mayor número de descargas. Esto mejorará considerablemente nuestro posicionamiento.</p> <p>Conexión con influencer y partners</p> <p>Para el lanzamiento de nuestra Robby App, se van a utilizar influencers, bloggers, figuras reconocidas en redes sociales y empresas de tecnología informática. Nuestro objetivo darle un impulso bastante considerable.</p>
--	---

<p>Después del Lanzamiento</p> <p>Comunicación Integral y visión periodística</p> <p>Se va a preparar una buena nota de prensa acerca de Robby App, se difundirá en los medios de comunicación especializados como la revista computerworld.</p> <p>Viralización en Social Media</p> <p>Se va a impulsar Robby App desde mi propio perfil de Facebook e Instagram. Se va a utilizar la Fan Page de la empresa. Se va a crear una landing page, artículos de blogging y campañas de email marketing</p> <p>Inversión en publicidad de pago</p> <p>Se va a invertir Publicidad paga en Facebook e Instagram y e-mail marketing. (Ver cuadro de Finanzas)</p>

Anexo 8: Wireframes

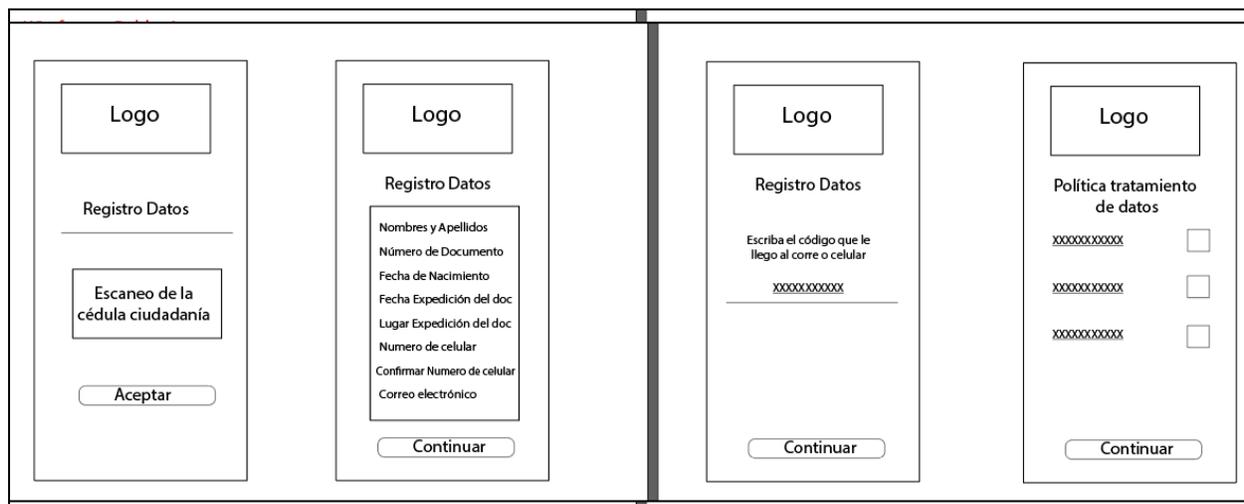
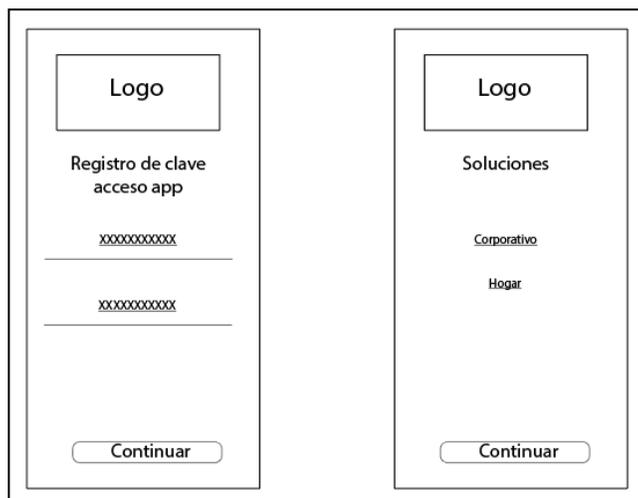


Ilustración 1. Diseño esquemático de la aplicación. Fuente: Producción propia



Anexo 9: Prototipos

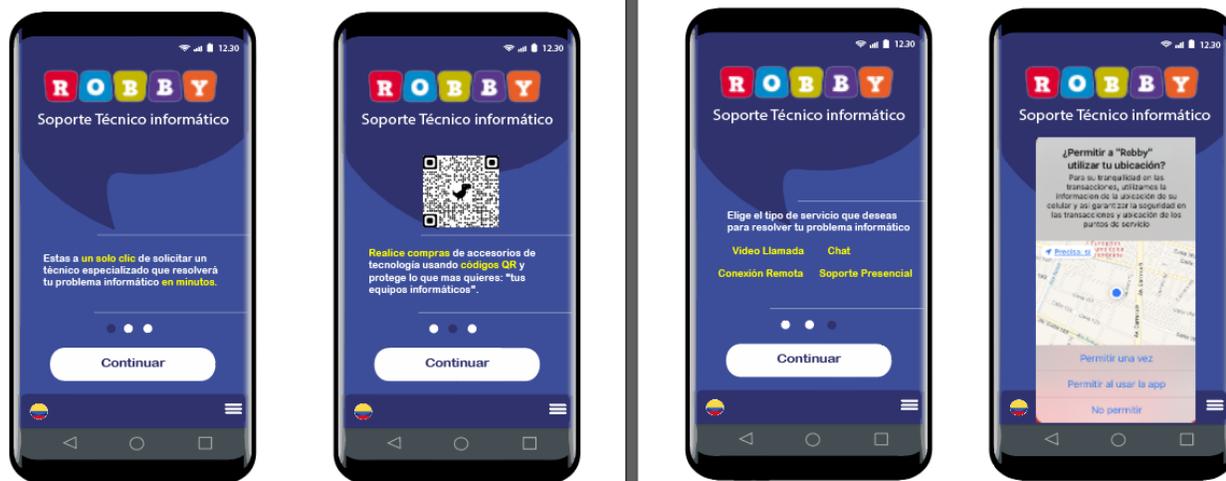


Ilustración 4. Prototipo gráfico de la aplicación. Fuente: Producción Propia

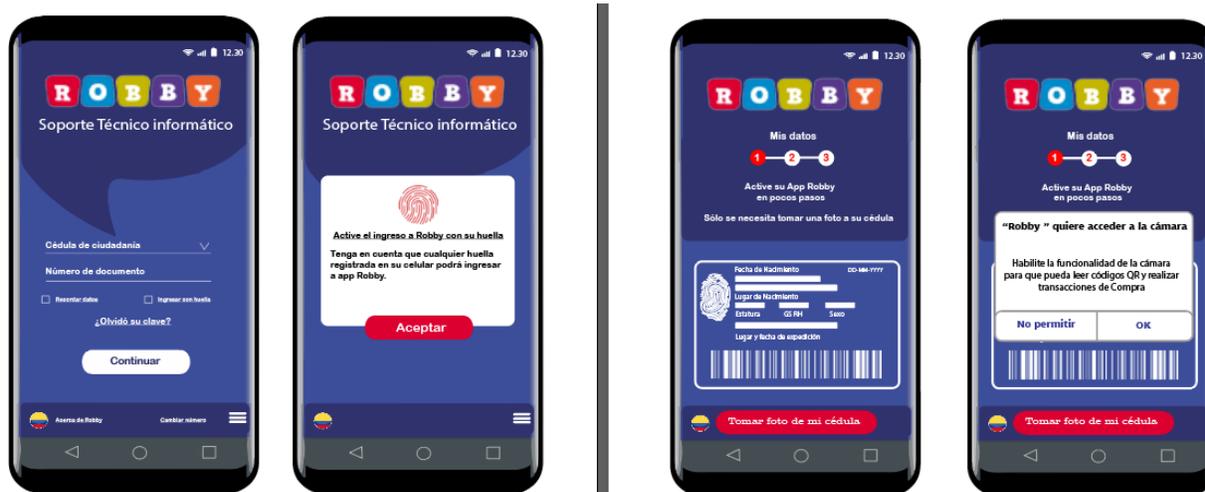


Ilustración 3. Sistema de control de seguridad de la app. Fuente: Producción Propia

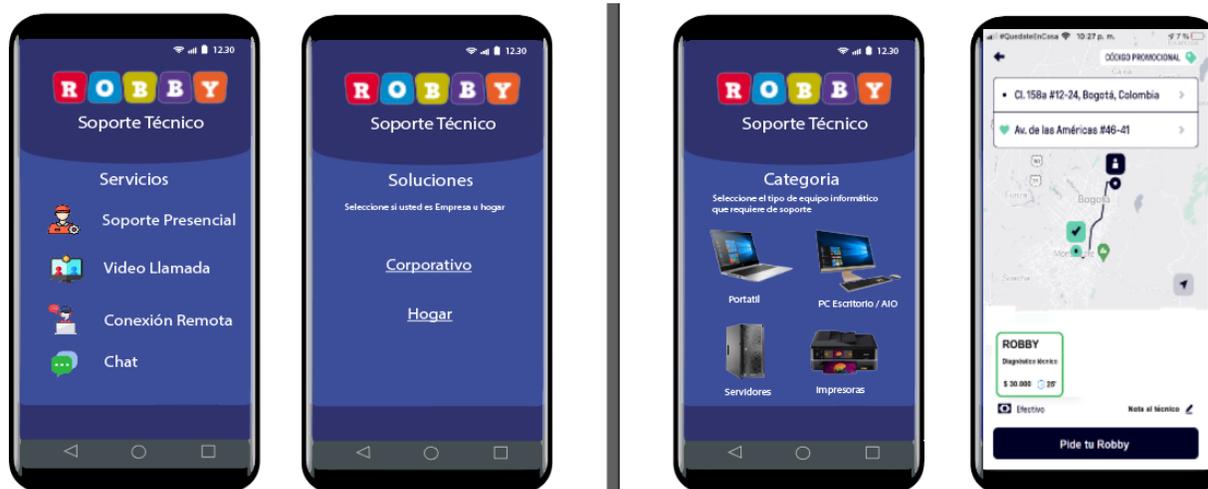
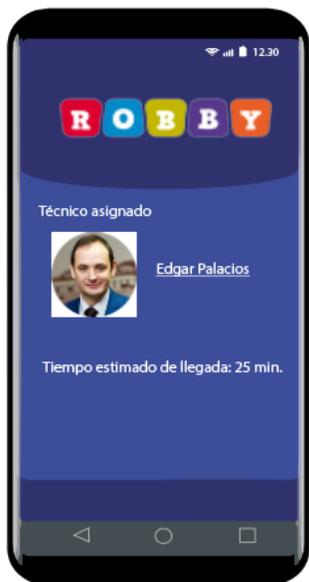


Ilustración 2. Interfaces de protocolo de la app. Fuente: Producción Propia



CESIÓN DE DERECHOS

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada “Robby App” para servicios de soporte técnico informático en tiempo real., autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre ROBERTO ALEX SALHUANA TORRES

CE. 325298