

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE EXPANSIÓN DE GETNINJAS A MEXICO

AUTORES

LAURA JULIANA MENDOZA CADENA: 000220593

ALEXANDER ORTIZ: 000401710

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERIAS

FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL

ESPECIALIZACION EN GESTION DE PROYECTOS

BUCARAMANGA

2020

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE EXPANSIÓN DE GETNINJAS A MEXICO

DIRECTOR

INGENIERO OLMEDO GONZALEZ HERRERA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERIAS

FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL

ESPECIALIZACION EN GESTION DE PROYECTOS

BUCARAMANGA

2020

CONTENIDO

1.	RESUMEN GENERAL	9
2.	GLOSARIO DE TERMINOS	10
3.	DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	16
3.1	Conociendo GETNINJAS.....	16
3.2	ANTECEDENTES	21
4.	OBJETIVOS	28
4.1	Objetivo general	28
4.2	Objetivos especificos	¡Error! Marcador no definido.
5.	MARCO DE REFERENCIA.	29
6.	ACTIVIDADES REALIZADAS	38
7.	ANALISIS DE RESULTADOS.....	44
7.1	Resultados y discusión.....	42
7.1.1	Soportes de los resultados a través de las acciones realizadas:	74
7.1.2	Datos generales operación México:	78
7.1.3	Marketing campañas cliente google adwords	81
7.1.4	Marketing de campañas para adquisición de profesionales en facebook	82
7.1.5	Videos Canal de Youtube GetNinjas México:	82
7.1.6	Material enviado por el equipo de CRM para apertura de las operaciones en México:	83

7.1.7 Publicaciones en prensa para México desde el área de comunicación:	83
8. CONCLUSIONES	85
9. RECOMENDACIONES	89
10. REFERENCIAS.....	91
11. ANEXOS.....	94

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Motivos de no hacer la inversión	32
Tabla 2. Grupos de edad y años de experiencia en el área	35
Tabla 3. Como se identifican los profesionales	36
Tabla 4. Relevancia de las comunicaciones CRM	37
Tabla 5. Temas de interés para profesionales	38
Tabla 6. Principales canales de adquisición de clientes	39
Tabla 7. Como conocieron sobre GetNinjas	39
Tabla 8. Razones para invertir en GetNinjas	40
Tabla 9. Edad y años de experiencia en el campo	42
Tabla 10. Número de empleados por negocio	43
Tabla 11. Relevancia de comunicaciones de CRM	44
Tabla 12. Temas de interés de los Pros	44
Tabla 13. Cómo conociste a GetNinjas	45
Tabla 14. Como GetNinjas impacta el trabajo profesional	45
Tabla 15. Nivel de expectativa con paquetes de monedas	46
Tabla 16. Grupo de edad	47
Tabla 17. Número de servicios cerrados	47
Tabla 18. Número de empleados en sus negocios	48

LISTA DE IMAGENES

Imagen 1. Cómo funciona GetNinjas	12
Imagen 2. Envío del pedido a los profesionales	12
Imagen 3. Detalles del pedido	13
Imagen 4. Marketplace	24
Imagen 5. Marketplace	25
Imagen 6. Perfiles de usuario en ambos idiomas	62
Imagen 7. Información general de usuario en español	63
Imagen 8. Edición de perfil de usuario en portugués – español	70
Imagen 9. Edición de perfil de usuario en portugués - español	71
Imagen 10. La categoría con mejor resultados	71
Imagen 11. Resultados receita, signups, requests y leads (Jul-oct 2019)	72
Imagen 12. Total de solicitudes hasta Nov-19	73
Imagen 13. Totalde resultados en Mexico	74
Imagen 14. Marketing Google ADS	88
Imagen 15. Resultados de búsqueda en Google	88
Imagen 16. Resultados de busqueda en Google	89
Imagen 17. Marketing campaña profesional Google Adwords	89
Imagen 18. Marketing campañas profesional Google Adwords	90
Imagen 19. Marketing campañas profesional Facebook	90
Imagen 20. GetNinjas	91
Imagen 21. GetNinjas	91

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Por que preferiste no trabajar con GETNINJAS? 45

Diagrama 2 Grupos de edad y años de experiencia en el area 47

Diagrama 3 Como se identifican los profesionales? 49

Diagrama 4 Relevancia de las comunicaciones CRM? 50

Diagrama 5 Temas de interes para profesionales. 52

Diagrama 6 Principales canales de adquisicion de clientes. 54

Diagrama 7 Como conocieron sobre GETNINJAS?..... 55

Diagrama 8 Razones para invertir en GETNINJAS? 56

Diagrama 9 Edad y experiencia en la profesion? 58

Diagrama 10 Numero de empleados por negocio? 60

Diagrama 11 Relevancia de comunicaciones CRM 62

Diagrama 12 Temas de interes de los pros?..... 63

Diagrama 13 Como conocio GETNINJAS? 66

Diagrama 14 Como GETNINJAS impacta el trabajo profesional 67

Diagrama 15 Nivel de expectativa con paquetes de monedas 68

Diagrama 16 Grupo de edad 70

Diagrama 17 Número de servicios cerrados 71

Diagrama 18 Número de empleados en sus negocios 73

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Total de resultados para campañas para profesionales en México.....	94
Anexo 2 Marketing Google ADS.....	94
Anexo 3 Resultados de búsqueda en Google.....	95
Anexo 4 Resultados de búsqueda en Google.....	95
Anexo 5 Marketing campaña profesional Google Adwords.....	96
Anexo 6 Marketing campañas profesional Google Adwords.....	96
Anexo 7 GETNINJAS.....	97
Anexo 8 GETNINJAS.....	97
Anexo 9 GETNINJAS.....	98
Anexo 10 Cuestionario de comportamiento de los profesionales no pagantes.....	98
Anexo 11 Cuestionario de comportamiento de los profesionales que consumieron menos del 50% de monedas.....	98
Anexo 12 Cuestionario de comportamiento de los profesionales que consumieron mas del 50% de monedas.....	98

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: EVALUACIÓN DEL PROCESO DE EXPANSIÓN DE GETNINJAS A MEXICO

AUTOR(ES): LAURA JULIANA MENDOZA CADENA
ALEXANDER ORTIZ MARTÍNEZ

PROGRAMA: Esp. en Gestión de Proyectos

DIRECTOR(A): OLMEDO GONZALEZ HERRERA

RESUMEN

En esta monografía se plasmó de manera detallada las actividades realizadas antes, durante y después del proceso de expansión de GETNINJAS (empresa brasilera) al mercado mexicano, como un primer paso a una incorporación al mercado Latam, de igual manera se evaluó el impacto de dichas acciones para entender qué modelo es viable continuar replicando y en qué áreas existen oportunidades de mejora. GETNINJAS es una aplicación de contratación de servicios que conecta clientes, usuarios que están requiriendo un servicio, con los profesionales prestadores de los mismos. La adaptación de esta aplicación a un mercado extranjero fue todo un desafío. Conseguir una estabilización del servicio (App) en el exterior sin seguir gastando dinero, hacer que la forma de contratación de servicios cambiara del mercado offline al mercado online, entender mejor el perfil de los profesionales que se están registrando en la plataforma para mejorar su experiencia y potencializar el uso de la App y conseguir que el modelo de negocio sea sustentable sin realizar una inversión de infraestructura en México, son algunos de los principales aprendizajes que deja este proyecto de expansión. De esta trayectoria se puede entender que el mercado de servicios online tiene un potencial de crecimiento muy amplio en el mundo, pues actualmente quien domina el mercado online son los negocios de productos o plataformas ecommerce, pero llegar a construir un Amazon de los servicios ya es una realidad y GetNinjas lo está logrando, pues cada vez más personas prefieren contratar un servicio desde la comodidad de sus casas y de igual manera deciden utilizar los medios digitales como una fuente de ingresos extra, con el fin de generar emprendimiento y autonomía laboral

PALABRAS CLAVE:

Marketplace de servicios, mercado Latam, mercado de servicio online

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: EVALUATION OF THE GETNINJAS' EXPANSION PROCESS TO MEXICO

AUTHOR(S): LAURA JULIANA MENDOZA CADENA
ALEXANDER ORTIZ MARTÍNEZ

FACULTY: Esp. en Gestión de Proyectos

DIRECTOR: OLMEDO GONZALEZ HERRERA

ABSTRACT

In this document, we capture in detail the activities carried out before, during and after the expansion of GetNinjas (Brazilian company) to the Mexican market, as a first step to joining the Latam market, in the same way we evaluate the impact of these actions to understand which model is viable to continue replicating and in which areas there are opportunities for improvement. GetNinjas is a service contracting application that connects customers, users who are requiring a service, with their professional providers. The adaptation of this application to a foreign market was a challenge, to achieve a stabilization of the service (App) abroad without continuing to spend money, make the way of contracting services from the offline market to the online market, better understand the profile of the professionals who are registering on the platform to improve their experience and enhance the use of the App and ensure that the business model is sustainable without making an infrastructure investment in Mexico, are some of the main lessons that this expansion. From this trajectory we have understood that the online services market has a very wide growth potential in the world, because currently those who dominate the online market are the product businesses or Marketplace, but getting to build an Amazon of services is already a reality and with GetNinjas we are doing it, because more and more people refer to hire a service from the comfort of their homes and in the same way they decide to use digital media as a source of extra income, in order to generate entrepreneurship and work autonomy

KEYWORDS:

Marketplace of services, latam market, online service market

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCION

¿Pensando en realizar una expansión de servicios tecnológicos en el exterior, pero la idea de cómo se podría realizar aún no está clara? Justamente la finalidad de esta monografía es enseñar los pasos realizados en un proyecto de expansión de una Startup brasilera, llamada GETNINJAS al mercado mexicano, así como los aprendizajes y evaluaciones obtenidas durante y después del primer año de haber abierto mercado en el exterior. Se puede apreciar, cómo se dio la adaptabilidad del servicio ofrecido a este nuevo mercado, teniendo en cuenta diferencias de idioma, cultura y conocimiento de marca.

Para mostrar los resultados obtenidos, se realizaron diferentes encuestas a profesionales que ya habían realizado el registro en la plataforma con el fin de conocer más su experiencia a través de la app, sus expectativas y el impacto que tienen de los canales de comunicación y marketing de GetNinjas, frente a una decisión de conversión (registro) o compra que se genere en la plataforma por parte de ellos. Se realizó un estudio de mercado, donde se puede ver de manera general como se ha dado el proceso de expansión y aceptación de la aplicación en un mercado extranjero, con una lengua, economía y cultura diferente a Brasil.

De igual manera se desarrollaron distintas acciones de publicidad paga a través de medios de difusión masivos en marketing online y offline como: Facebook, Google adwords, televisión, prensa y radio. Que permitieron en el transcurso del primer año, la estabilización del ROI de la empresa en el mercado mexicano, ya que en este tiempo se consiguió comenzar a ganar ingresos, evitando así seguir quemando recursos propios para la puesta en marcha de la operación en el mercado Latam.

Esto se hace con el fin de que pequeños y medianos empresarios puedan tener una mejor idea y algunas bases de los desafíos enfrentados y actividades desarrolladas para realizar una expansión en un mercado extranjero y de esta manera tomen la decisión de abrir nuevas oportunidades de negocio para sus empresas. Por consiguiente, se ha realizado esta monografía, con diferentes aspectos claves que se desarrollan a lo largo de este proceso y que plasman un trabajo en equipo con un único foco: “realizar una expansión sostenible financieramente para la empresa”.

1. GLOSARIO DE TERMINOS

Bundle: GetNinjas (2018) conocido como bundle o paquete de monedas, es simplemente otra forma de mencionar a los paquetes de monedas dentro de la empresa, es decir, 1 bundle es equivalente a 1 paquete de monedas.

Crowdfunding: Es el término inglés para referirse a financiación colectiva, es decir, a un grupo de personas apoyando económicamente a un proyecto. Este sistema trata de ayudar a los proyectos desde su comunidad, ofrecerle herramientas para llegar a ella. Se trata de un sistema de financiación que pone en contacto a personas que tienen proyectos con personas que están dispuestas a financiarlos a través de pequeñas y medianas aportaciones (Lanzanos, s.f.)

CRM: Customer Relationship Management, o Gestión de las relaciones con clientes, es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente (ElegirCRM, 2020)

CS: GetNinjas (2018) hace referencia a Customer Service, o servicio al cliente en español y básicamente es el área de la empresa que ofrece soporte tanto a clientes como a profesionales inscritos en la plataforma.

Features: Según Vega (2020), son simplemente los elementos funcionales de una aplicación. Básicamente es algo que hace la aplicación. Un feature puede ser "Tomar foto" que indica que se puede tomar una foto.

GMV: Reis (2019), es un acrónimo de Volumen bruto de mercancías, que significa volumen bruto de mercancías. Es decir, es una métrica creada para calcular el volumen bruto de bienes dentro de las plataformas digitales. También se llama comercio electrónico. El volumen total de ventas se da en dólares o reales, y se calcula durante un determinado período de ventas. En GetNinjas, el GMV, es el dinero colocado en el bolsillo de los profesionales durante el tiempo de operación en un país.

Lead: (Espel, 2018) es un término inglés -anglicismo- que significa adelantar o tomar la delantera. En e-marketing, cuando un usuario después de una búsqueda en internet llega a una página web y rellena un formulario de solicitud de información, a esto le llamamos lead. Para GETNINJAS, es la solicitud de servicio que ya es liberada (comprada con el paquete de monedas) por el profesional para contactar al cliente.

Marketplace: Marketplace es un portal de comercio electrónico colaborativo; es un sitio web que reúne productos y servicios de diferentes proveedores. El cliente, estando en un solo lugar, encuentra productos de diferentes proveedores y marcas. Un mercado reúne a comerciantes y consumidores, como si fuera un centro comercial virtual. Por lo tanto, permite la comparación de productos entre diferentes tiendas muy rápidamente (Performance Digital, 2020)

Paquete con descuento agresivo: GetNinjas (2018) para GETNINJAS, un paquete con descuento agresivo, no es más que un paquete de monedas con un descuento del 90% aplicado en la primera compra del mismo.

Paquete de monedas: GetNinjas (2018) en GETNINJAS, existen 3 tipos diferentes de paquetes de monedas que son: paquetes de 1200 monedas, de 2400 monedas y de 4800 monedas.

Cada paquete tiene un costo diferente y son los profesionales quienes deben comprarlos para posteriormente usar esas monedas con el fin de desbloquear el contacto con los clientes.

PR: Borges (2010) abreviatura para el término en inglés Public Relations Marketing. Para la empresa es el equipo encargado de la Asesoría estratégica de Prensa.

Pros: GetNinjas (2018) Diminutivo utilizado para hacer referencia a los Profesionales prestadores de servicios en la plataforma.

PUSH: Son textos que se envían de forma directa a dispositivos móviles (Smartphone y/o tablets) con sistema operativo iOS, Android, BlackBerry y/o Windows Phone a través de la app instalada (NewsMDirector, 2018).

Requests: Cuando se hace un request, se pide algo a alguien o se le pide a alguien que haga algo. En GETNINJAS, son las solicitudes de servicios generadas por los clientes que están buscando profesionales, bien sea a través de la app, o del sitio web. Estas solicitudes, posteriormente son enviadas a los profesionales, dependiendo de su localización. Es decir, si hay una solicitud en el norte de la CDMX, no se le distribuirá a un profesional que se encuentre en el sur, o lejos de esta región (Cambridge Dictionary, 2020)

ROI: Return On Investment, ayuda a identificar qué campaña es una buena inversión para determinado negocio. Es la métrica más importante que debe seguir el anunciante en google adwords, ya que permite analizar cuánto se gana o se pierde en una aplicación y si los resultados corresponden a los objetivos planificados. La fórmula viene dada por: $ROI = (\text{Retorno de la inversión} - \text{Costo de inversión}) / \text{Costo de inversión}$. El resultado puede multiplicarse por 100 para expresar el valor porcentual (%) (Avila, 2015)

SEO: Es el posicionamiento en buscadores, posicionamiento web u Optimizador de motores de búsqueda (SEO por sus siglas en inglés, de Search Engine Optimization que traduce, ‘Optimización para motores de búsqueda) es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los diferentes buscadores, como Google, Bing o Yahoo! de manera orgánica, es decir sin pagarle dinero al buscador para tener acceso a una posición destacada en los resultados (Knöbl, 2017).

SEM: (Socialmood) representa las iniciales de Search Engine Marketing, o también se puede denominar marketing en buscadores. Normalmente el SEM sirve para designar las campañas de anuncios de pago en buscadores (Diccionario Ibound Marketing, s.f.).

Signups: GetNinjas (2018) son los ingresos de los usuarios, en este caso los profesionales a la app de servicios, el hecho que se haya generado un signup, no nos asegura un registro concluido.

SMS: El servicio de mensajes cortos o servicio de mensajes simples, más conocido como SMS (por las siglas del inglés Short Message Service), es un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (con un límite de caracteres) entre teléfonos móviles. (Makkonen 1985).

Trial: Según Cordovez (2015), es la prueba de un producto o servicio durante un tiempo específico.

2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

3.1 CONOCIENDO GETNINJAS

GetNinjas es una aplicación que facilita la búsqueda de profesionales prestadores de servicios para clientes que lo solicitan, así como la búsqueda de trabajo independiente para quienes desean ser profesionales autónomos. Fundada en octubre de 2011, GetNinjas.com.br es la aplicación más grande para contratar servicios locales en Brasil. Esto incluye servicios como renovaciones, limpieza, asistencia técnica, fotografía, clases privadas y muchos otros. La aplicación ya cuenta con más de 1 millón de profesionales registrados, en más de 3 mil ciudades de Brasil y genera más de R \$ 400 millones de GMV (Valor de mercado bruto) por año, un valor que va directamente al bolsillo de los profesionales registrados. La compañía recibió contribuciones de capital de Otto Capital, Monashees Capital y Kaszek Ventures. (Facebook GetNinjas)

La **misión** de la empresa es: conectar a quien necesita contratar un servicio con quien lo sabe hacer.

La **visión** se basa en: representar la mayor parte de ingresos de todos los profesionales autónomos y de los pequeños negocios alrededor del mundo.

Los **valores** de la empresa son:

1. Priorice y Simplifique
2. Su problema es mi problema
3. Ideas valen más de cargos
4. Foco en resultados
5. Construir un millón de historias

Actualmente la empresa cuenta con 110 empleados que trabajan en São Paulo, Brasil, y desde su fundación ha tenido los siguientes reconocimientos en el mercado:

2012:

Mejor startup brasileña del año | La próxima web- Mejor Startup en América Latina Reto de inicio de Fnbox en América Latina

2013:

Mejor Startup del año | Premio Sparks Brasil

2017:

Catalogada por la revista Forbes como una de las empresas más prometedoras del país.

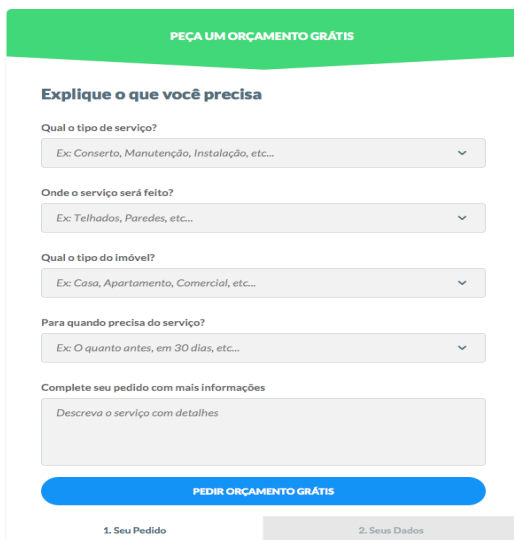
La App está disponible para descargar en el teléfono Android, iPhone (iOS) y también en la versión web. Para usarla se debe ingresar el número de teléfono y elegir lo que se está buscando. Para aquellos que desean encontrar profesionales, es posible contratar un limpiador diario, maestro, peluquero, asistencia técnica, buffet, DJ, consultoría, eventos y más de 15 áreas de servicio. La aplicación busca tres profesionales cercanos al área donde se generó la solicitud de servicio o request que entran en contacto con la persona para presentarle una cotización, donde al final sólo se elige aquella que más se ajuste a las necesidades del cliente. Para aquellos que desean atraer clientes, simplemente se deben diligenciar los campos con el servicio que ofrecen y las actividades que realizan. Tan pronto como exista en la plataforma alguien interesado en ese trabajo, GetNinjas dará el número de teléfono de esa persona, pagando un numero de monedas

(que varía según el tipo de servicio solicitado) para contactar al cliente y pasar un presupuesto (Getninjas, s.f.)

La aplicación es gratuita y solo se paga por el servicio que se contrata. Cada vez que se ingresa a GETNINJAS, se recibe un código para confirmar la cuenta. Además de ser una excelente opción para quienes buscan profesionales calificados, también vale la pena para quienes buscan trabajo. No hay una serie de vacantes en la aplicación y cualquiera puede ofrecer sus servicios.

¿Cómo funciona actualmente GetNinjas?

1. El cliente entra en el sitio web de GetNinjas y aparece un formulario con preguntas de los detalles del servicio que necesita y sus datos personales (Es importante que diligencie este Formulario completo) como se muestra en la imagen 1.



The image shows a web form for requesting a free quote on the GetNinjas platform. At the top, there is a green banner with the text "PEÇA UM ORÇAMENTO GRÁTIS". Below this, the form is titled "Explique o que você precisa". It contains several dropdown menus for selecting service type, location, and property type, each with an example. There is also a dropdown for when the service is needed. A text area is provided for more details. At the bottom, there is a blue button labeled "PEDIR ORÇAMENTO GRÁTIS" and a progress indicator showing "1. Seu Pedido" and "2. Seus Dados".

IMAGEN 1. COMO FUNCIONA GETNINJAS

Fuente. Elaboración propia (2019)

2. Ese pedido es enviado al aplicativo de los profesionales, quienes pueden ver una lista con todas las solicitudes generadas en su región (Ver imagen 2)



IMAGEN 2. ENVÍO DEL PEDIDO A LOS PROFESIONALES

Fuente. Elaboración propia (2019)

3. El profesional puede ver todos los detalles del pedido sin ningún costo e invertir en monedas para habilitar el contacto con el cliente que le llame la atención. (Ver imagen 3)

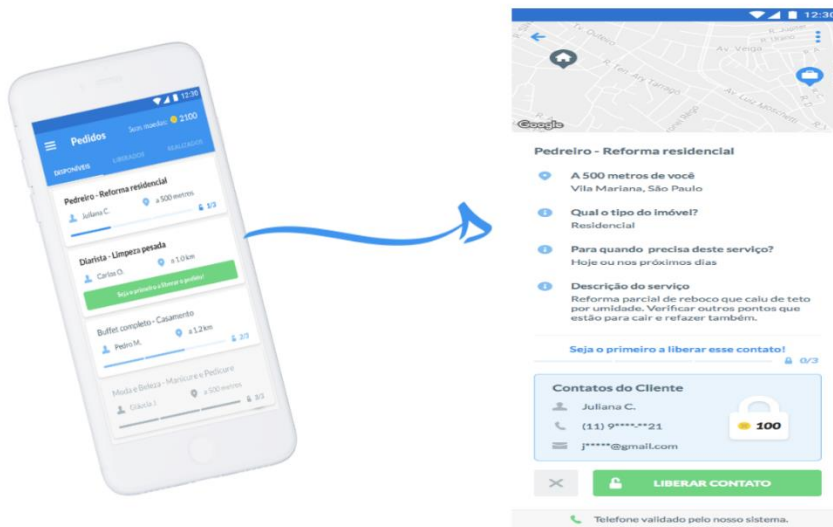


IMAGEN 3. DETALLE DEL PEDIDO

Fuente. Elaboración propia (2019)

Contexto en el que se desarrolla el proyecto

Fundada en octubre de 2011, GetNinjas es una aplicación que facilita la búsqueda de profesionales prestadores de servicios para clientes que lo solicitan, así como la búsqueda de trabajo independiente para quienes desean ser profesionales autónomos. Teniendo en cuenta que la visión de la empresa es representar la mayor parte de ingresos de todos los profesionales autónomos y de los pequeños negocios alrededor del mundo, es como en el año 2018 decide iniciar expansión al mercado de América Latina, tomando como país piloto a México (teniendo en cuenta que es el país con mayor similitud al mercado brasileño en cuanto a población y comportamiento de la economía). Una vez realizada esta expansión se hace un análisis de las enseñanzas que ha dejado el proceso (conocer puntos fuertes y debilidades) para no replicar los mismos errores en otros países y aprovechar las acciones exitosas para optimizar procesos y resultados.

Problema de interés

En el proyecto de evaluación del proceso de expansión para el mercado mexicano, ha habido diferentes desafíos como: la falta de personal capacitado dentro de la empresa, con conocimiento completo del idioma español y del mercado mexicano (ya que actualmente solo existe una persona activa que habla el idioma y ha tenido la oportunidad de vivir en México). De igual manera, la falta de sincronización de las áreas dentro de la empresa para ejecutar diferentes actividades, con el fin de optimizar tiempos en la operación. Y finalmente se tiene una necesidad específica en el mercado que es, la implementación de contratación de servicios ONLINE, ya que este modelo es más aplicado a la compra de productos y no a servicios. Este modelo permitirá optimizar la manera cómo funciona la contratación de servicios, ya que las personas ahorrarían más tiempo, dinero y podrían hacerlo a través de cualquier dispositivo móvil.

3.2 ANTECEDENTES

Antes de iniciar el desarrollo de la plataforma, se hizo una reunión con una consultora de HOME DEPOT en México y el equipo directivo de GetNinjas, donde se definieron algunos comportamientos del mercado en la relación **CLIENTE-PROFESIONAL** que existe en la contratación de servicios.

Bajo este criterio, se evidenciaron algunas hipótesis del comportamiento de los clientes. Es así, como se define en los comportamientos de la **perspectiva del cliente**, lo siguiente:

- Los clientes ya buscan en Internet para resolver las necesidades de contratación
- Los clientes tienen problemas para encontrar el profesional adecuado en su círculo social.
- Los clientes aprecian la seguridad y las recomendaciones de amigos como los factores más importantes para decidir si contratar o no a alguien

En este sentido, surgieron algunas preguntas frente a la propuesta de valor que ofrece GETNINJAS a los clientes y la realidad del mercado mexicano que fueron:

1. **¿Cuál es el factor más importante para contratar activamente en Internet?**
2. **¿Cuál es la mayor preocupación para contratar en Internet?**
3. **¿Cuál es el momento más doloroso en la contratación general?**
4. **¿Hay diferencias en el proceso de contratación en comparación con Brasil?**

Con el fin de resolver estas dudas, el equipo directivo de GetNinjas, habló personalmente con la consultora en Ciudad de México, quien dio una apreciación de cómo funciona la operación en esta empresa, en un día normal.

GetNinjas escogió a HOME DEPOT como un prospecto de empresa para tener una mejor visibilidad del comportamiento del mercado mexicano, ya que esta multinacional estadounidense es una de las minoristas de mejoramiento del hogar, ferretería, bricolaje y materiales de construcción más grandes del mundo, con una presencia muy fuerte en países como México, Estados Unidos y Canadá. Y sin duda alguna esto le permitiría a la empresa tener una visión general en el área de reformas (tanto para prestadores de servicios, como para clientes), que, en la actualidad de las 15 categorías existentes en la plataforma en Brasil, esta es la más grande y es por consiguiente con la que se incursionará de manera inicial en Ciudad de México.

(Homedepot.com.mx)

En base a las reuniones tenidas con la consultora y el equipo directivo de la startup, se obtuvieron los siguientes resultados:

- La tienda ofrece una variedad de beneficios para los proveedores de servicios, en este caso, para GETNINJAS serían considerados “los profesionales”.
- Ayuda a los profesionales a aceptar tarjetas de crédito, usando un teléfono inteligente simple y con un costo de USD \$ 25. Esto como facilitador de pago del servicio por parte de los clientes.
- El profesional puede obtener crédito para que su empresa compre herramientas y material en la tienda.

- El profesional que compre en la tienda, obtiene mejores ofertas, alternativas de crédito, envíos a nivel nacional y soporte exclusivo.
- Para los clientes que requieren el servicio, HOME DEPOT ofrece instalación para algunos artículos; cobra tarifas elevadas por una visita técnica, transporte y la instalación real.
- En HOME DEPOT se pueden recibir los artículos entregados con precios desde \$ 350 MXN (a 5 km de radio de la tienda).
- Son fuertes impulsores de la cultura del bricolaje y organizan talleres para enseñar habilidades básicas de mantenimiento / instalación.

Una vez hecho el recorrido por la tienda de HOME DEPOT, se analizó brevemente una cabina de negocio que existe afuera de la tienda de HOME DEPOT en Ciudad de México y se pudo evidenciar que:

- Tienen 10 profesionales trabajando para ellos, haciendo algunos de los trabajos que HOME DEPOT no realiza.
- En realidad, HOME DEPOT recomienda los servicios de esta cabina si hay alguien preguntando activamente por ellos.
- La cabina está justo afuera del estacionamiento de HOME DEPOT; aun así, recibe 5 clientes interesados por día.
- Usan WhatsApp como el principal canal de comunicación.

Obtenidos dichos resultados, se puede dar respuesta a las preguntas planteadas anteriormente, ya que tomando como referencia la experiencia que tiene un profesional en la tienda de HOME DEPOT y en la cabina fuera de ella, se aprecia que hay un mercado potencial de personas que se prestan servicios en el área de la construcción y generan fidelización de marca

con aquellas empresas que impulsan sus negocios y les brindan las herramientas necesarias para ser profesionales autónomos, capacitados y con insumos suficientes para ofrecer un trabajo de calidad. Y claramente la solución que GETNINJAS ofrece está muy alineada con las facilidades que buscan los profesionales, a la vez que utiliza la tecnología como un potencializador de contratación de servicios. Por lo tanto, como resultado se obtiene que:

4.1. ¿Cuál es el factor más importante para contratar activamente en Internet?

El usuario ya busca en Internet para resolver las necesidades de contratación. Los usuarios buscan en línea antes de avanzar con un servicio, pero el contenido que necesitan depende del contexto:

- Si es algo relativamente simple, buscarán tutoriales en línea, especialmente en YouTube
- Si el servicio es complejo, profundizan en la investigación para evaluar si pueden hacerlo ellos mismos o si tienen que contratar a un profesional
- El mundo de la investigación incluye estimaciones de precios, costo de materiales, tiempo de finalización, etc.

4.2. ¿Cuál es la mayor preocupación para contratar en Internet?

El usuario tiene problemas para encontrar el profesional adecuado en su círculo social

- Intentarán encontrar una referencia de alguien en su familia o grupos de WhatsApp (especialmente con vecinos).
- De lo contrario, es muy difícil encontrar a alguien de confianza y no hay una manera fácil de salir de este problema.

4.3. ¿Cuál es el momento más doloroso en la contratación general?

La seguridad y las recomendaciones de amigos son los factores más importantes para decidir si contratar o no a alguien

- Esto es definitivamente cierto. Los usuarios prefieren recibir referencias de amigos y familiares no porque tengan una "mentalidad fuera de línea", sino porque están preocupados por la seguridad y la calidad del servicio.
- Esta demanda fue señalada en todas las entrevistas y tiene mucho en común con lo que se está haciendo en Brasil.
- También hubo comentarios acerca de “robo hormiga”, preocupaciones por el sobrecargo y falta de confianza en que el profesional no termine a tiempo el trabajo.

4.4. ¿Hay diferencias en el proceso de contratación en comparación con Brasil?

La propuesta de valor de GetNinjas y los canales de adquisición de clientes funcionan para el mercado mexicano

- La propuesta de valor de tener cuentas verificadas a través de las comprobaciones de ID y las vistas, definitivamente sería una mejora significativa en la forma en que los proveedores mexicanos de servicios actuales se encuentran trabajando.
- La estrategia de SEO o posicionamiento orgánico a través de google, también funcionará, ya que atrapa a los usuarios compartiendo la búsqueda de los detalles de un trabajo específico.

Un dato curioso y bien relevante para el nombre de la empresa en el mercado Latam es que: ¡La marca GetNinjas se pronuncia mucho mejor en México que en Brasil!

Teniendo un enfoque más claro de la perspectiva del cliente, ahora se puede analizar el comportamiento de la perspectiva del profesional, donde se evidenció que:

- Los profesionales mexicanos tienen una necesidad desatendida de adquirir más clientes.
- Los profesionales mexicanos ven valor y están listos para usar GetNinjas "tal cual" para obtener más empleos.

En base a estas hipótesis que surgieron a través del estudio realizado, se formularon algunas preguntas que se resolvieron de la siguiente manera:

1. ¿Cómo adquieren empleos los profesionales mexicanos?

Tienen una necesidad desatendida de adquirir más clientes. ¡Han tenido una necesidad incomprendida de encontrar nuevos clientes! La mayoría de ellos han intentado y ven el valor en canales en línea como Segunda Mano, Facebook, etc., pero aún no han encontrado buenas maneras de escalar sus esfuerzos de solicitud de clientes.

2. ¿Tienen una necesidad desatendida de conseguir más trabajos?

La mayoría de los profesionales todavía dependen de referencias generadas por el marketing offline, como el voz a voz y se aun usan tarjetas de presentación para conseguir clientes, lo cual es algo impredecible y causa fluctuaciones en el futuro. Esto generalmente funciona para actividades relacionadas con el hogar, ya que el nivel de confianza que se requiere para que un profesional se dirija a la casa de un cliente a realizar determinado servicio es realmente alto.

3. ¿Utilizan internet para conseguir trabajo? ¿Qué sitios / aplicaciones usan?

La necesidad de conseguir clientes es la misma, y en internet utilizan plataformas Facebook que al final genera menos leads (oportunidades reales de servicio) de los que les gustaría. Es evidente que a los profesionales les gustaría participar activamente en el proceso, no solo "esperar" para que los clientes los llamen.

4. ¿Cómo funciona la negociación entre el cliente y el profesional?

La negociación no está estructurada, lo que lo hace ideal para el modelo de pago por cliente potencial, donde los profesionales pueden hablar directamente con los clientes para establecer los detalles, el horario y el precio del trabajo.

5. ¿Hay alguna diferencia entre los hábitos de negociación en Brasil vs. México?

No existe alguna diferencia significativa, ya que los profesionales mexicanos ven el valor que les puede ofrecer este tipo de plataforma y están listos para usar GETNINJAS tal cual se hace en Brasil, para obtener más solicitudes de servicios / leads

6. ¿Cómo es el proceso de pago?

Los pagos se pueden manejar fuera de la plataforma en efectivo o transferencias bancarias, y los clientes generalmente no necesitan una "factura". Adicional a esto el mercado de pagos es muy interesante en México, ya que permite a las personas sin cuentas bancarias transferir dinero a terceros.

Por consiguiente, se puede deducir en este estudio de mercado del perfil del profesional y del cliente, que México está en un buen momento para la apertura de este tipo de aplicaciones de

servicios en línea y que el modelo de negocio aplicado en Brasil favorece la sana competencia y el nivel de confianza en la plataforma.

3. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar el proceso de expansión de GetNinjas al mercado mexicano, mediante un análisis de mercado, realización de encuestas a profesionales ya registrados en la plataforma e implementación de estrategias que permitan subsanar resultados no esperados.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el nivel de confianza que los prestadores de servicios tienen de la plataforma, para entender mejor las necesidades, experiencias, expectativas y nivel de satisfacción de los profesionales a través de encuestas y análisis del mercado.
- Comparar el antes y después de algunas pestañas que aparecen en la aplicación en Brasil, con las traducciones necesarias a español, para mejorar la experiencia de profesionales y clientes en la aplicación.
- Analizar la operación de GETNINJAS en México, durante el año 2019, con el fin de entender el comportamiento general de los resultados a nivel de ingresos, número de registros, número de solicitudes y validaciones, de clientes y profesionales que usan la aplicación.
- Evaluar el material utilizado por el equipo de marketing, para adquisición de clientes y profesionales, a través de Google Adwords y Facebook para las 2 grandes cuentas que existen en México (Reformas y Eventos), con el fin de

conocer el nivel de impacto que han tenido estas campañas en la adquisición de clientes.

- Capacitar a los nuevos profesionales registrados en la plataforma a través de comunicaciones enviadas por el equipo de CRM (push, email, intercoms) y contenido de videos en el canal de YouTube de GETNINJAS, con el fin que puedan conocer las ventajas que les ofrece la aplicación.
- Evaluar las publicaciones en periódicos, revistas, radio, televisión, sobre GETNINJAS, en conjunto con el equipo de PR de México para transmitir siempre información que mantengan impecable la identidad de la empresa.

5. MARCO DE REFERENCIA.

El mercado de los Marketplace existe desde 1995, cuando Pierre Omidyar lanzó la plataforma eBay en Internet, y reunió a coleccionistas y clientes que estaban dispuestos a pagar por artículos raros. Desde entonces, ha surgido un mercado que se ha vuelto cada vez más grande al tener siempre clientes interesados en los productos que están a la venta, por diferentes que parezcan. La idea de crear condiciones para que los clientes puedan conocer a los proveedores se ha convertido en una base para definir los mercados, y este modelo es relevante para los vendedores de diferentes productos y servicios. Hoy en día, gracias a esta evolución del mercado, se puede comprar un libro, perfume y zapatillas de tenis de marcas completamente diferentes, por ejemplo, en el mismo sitio web y al mismo tiempo. (Academy, 2018).

¿Cuáles son las Ventajas de un Marketplace?

1. Practicidad y conveniencia para los consumidores.

2. Visibilidad de marca y alcance.
3. Aumento de las ventas y el crecimiento del negocio.
4. Buena experiencia del cliente.
5. Buen costo x beneficio.

Tipos de Marketplaces: Cuando se habla de mercados, también es posible estructurar cada uno de ellos en diferentes categorías de acuerdo con el público objetivo (ver imágenes 4 y 5), las necesidades y la forma en que la plataforma se comunica con los clientes:

Público Objetivo:

- B2B (Business-to-business): son plataformas en las cuales las compañías ponen productos o servicios a disposición de otras compañías.
- B2C (Business-to-consumer): son los mercados donde las empresas ponen sus productos o servicios a la venta para particulares.
- C2C (Consumer-to-consumer): Dentro de este tipo de plataforma, todos pueden ser clientes o vender sus productos y servicios, dependiendo de lo que quieran en este momento.

Ejemplos de tipos de marketplaces por publico objetivo vea imágenes 4 y 5:



IMAGEN 4 MARKETPLACE

Fuente. (Academy, 2018)

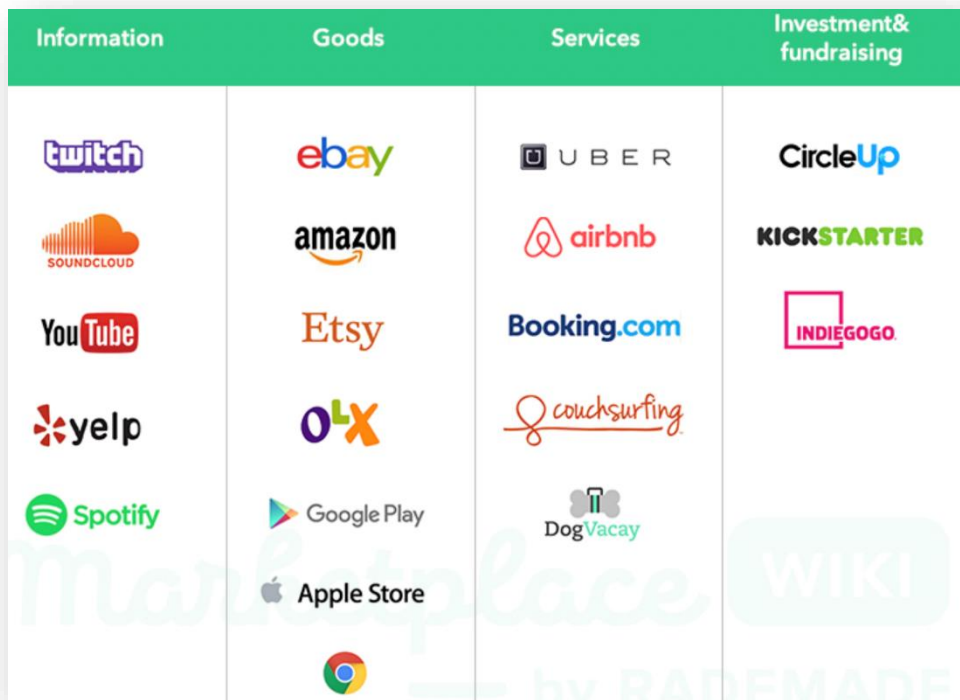


IMAGEN 5. MARKETPLACES 2

Fuente. (Academy, 2018)

Productos ofrecidos:

Los mercados se pueden dividir en categorías temáticas, como bienes y productos de consumo, servicios, inversión y crowdfunding, informativos, entre otros que se pueden ejemplificar en la imagen:

Kestenbaum (2017), afirma que hay 3 tipos de mercados que se dividen según los productos que venden:

- Mercado vertical: vende productos de muchas fuentes, pero todos están en la misma categoría (Como el sitio web TrueFacet.com, que vende solo joyas y productos

relacionados). De esta manera, la plataforma garantiza autenticidad y valor agregado dentro de esa industria en particular.

- Mercado horizontal: vende productos de muchos tipos, pero todos comparten una característica común. Dote, por ejemplo, es un mercado que ofrece a las mujeres que no desean descargar aplicaciones individuales la oportunidad de comprar en múltiples tiendas en línea simultáneamente, incluidas las principales marcas como Forever 21, Topshop y Zara. Los usuarios pueden ver productos de diferentes minoristas todos juntos y al mismo tiempo, en la misma aplicación. Por esta razón, la compañía se enfoca en un tipo de cliente y ofrece varios productos en varios minoristas.
- Global Marketplace: el mercado que vende todo, como eBay. Por lo general, este tipo de plataforma atrae a la variedad de productos y ofrece precios justos, llamando la atención de un público aún mayor (Academy, 2018).

Medios de comunicación:

Dependiendo de cómo se informe a un cliente sobre un servicio en particular (que puede estar en línea o fuera de línea), puede haber dos tipos de comunicación para los mercados (Academy, 2018):

- O2O (online-to-offline): El mercado atrae a los usuarios en línea, pero los clientes también obtienen un servicio fuera de línea. Por ejemplo, cuando se elige un producto en Internet, pero lo recibe en la tienda; o cuando se contrata un servicio en línea, como alguien que está dispuesto a pasear a un perro, y la persona en cuestión viene a la casa para ejecutarlo.

- Comercio en línea: todos los pasos de venta se realizan en línea, excepto la entrega del producto. Sin embargo, a veces, incluso una entrega fuera de línea no es necesaria. Por ejemplo, en los mercados en línea que venden boletos, se puede completar una sesión en línea y el usuario recibe el boleto electrónico en un correo electrónico.

Herramientas de monetización para mercados:

Para obtener ingresos, una empresa debe monetizar su recurso. Hay diferentes maneras de hacer esto, y cada una, a su manera, puede definir un mercado en la web. La monetización se puede implementar, por ejemplo, vendiendo: tráfico; órdenes; acciones; bienes y servicios, también publicidad y servicios adicionales. (Academy, 2018).

El mercado del Marketplace Actualmente: algunas de las empresas más grandes del mundo son Marketplace. También es una realidad en Brasil, que según el realizado por Olist (2017), se estima que los mercados representan actualmente del 20% al 30% del mercado. Volumen total de ventas de nuevos productos en el comercio electrónico brasileño. Este crecimiento se ha acentuado desde 2012, cuando las grandes cadenas minoristas comenzaron a incorporar la estrategia en sus negocios y, desde entonces, han estado invirtiendo en la venta de productos en plataformas en línea y en la construcción del mercado en el país. El sudeste es la región con el mayor dominio de las empresas del mercado, con un 64% de ellas. De todos los encuestados, el 64.8% dijo que ha estado en este canal por menos de dos años, y el 40.4% de ellos también realizan ventas a través de tiendas físicas. Además, el 65.8% también tiene su propio comercio electrónico. Ya existen grandes empresas consolidadas en el mercado que sirven como referencia hoy en todo el mundo, tales como: Amazon, Alibaba, eBay, OLX, Mercado Libre, B2W, Walmart. (Academy, 2018)

Eduardo L'Hotellier, CEO de GetNinjas dijo, que la empresa es un Marketplace de servicios con mercado horizontal, pues se enfoca en varias categorías de servicios que permiten llegar a diferentes perfiles de profesionales y clientes, cuyo público objetivo es B2C, ya que empresas prestadoras de servicios, son las que ofrecen su ayuda a clientes que entran a través de la plataforma a buscar profesionales (Freitas, 2018), y que básicamente las tres razones que atrajeron la puesta en marcha a un nuevo mercado son:

- México tiene una economía muy similar a la brasileña, está emergiendo. Está en medio del camino, en el que necesita subcontratar profesionales para el hogar, para hacer una reforma, una empleada doméstica, una barbacoa, entre otros, pero los prestadores de servicios necesitan negociar más para ajustarse al presupuesto de los clientes.
- En el mercado mexicano hay una similitud grande con Brasil y es que muchos profesionales aprendieron el oficio con sus padres, como los que trabajan en reformas, y no tienen una formación profesional. GETNINJAS, opera en esta modalidad, no solo para ayudarlos a encontrar clientes, sino también para verificarlos en la plataforma, facilitando negocios y estableciendo una red de confianza entre los profesionales y los clientes.
- La tercera razón fue la población concentrada, que también resultó ser un factor favorable para el país. "Cuanto más grande es la ciudad, más fácil es equilibrar el número de profesionales y clientes y mejor es la plataforma. México tiene una población aún más concentrada que la brasileña, especialmente en torno a la Gran Ciudad de México",

En la internacionalización, GETNINJAS no estará físicamente en la Ciudad de México. Como su solución es completamente digital, la startup gestionará, al menos al principio, sus operaciones en el país desde su sede en la ciudad de São Paulo, con la contratación de empleados

bilingües centrados en el nuevo mercado. Hoy, GETNINJAS ya opera en más de 3.000 ciudades en Brasil, pero solo tiene una oficina.

La operación en México:

GETNINJAS inaugurará su operación en México en un periodo inferior a 6 meses pues la startup ya tiene una empresa y una marca registrada en el país, y se encuentra avanzando en la traducción de la plataforma, la integración con el método de pago local, etc.

En la primera semana, la startup ofrecerá solo la categoría de "reformas" entre las disponibles, ya que es el sector en el que se encuentran la mayoría de los candidatos de los 500 mil registrados hoy en Brasil. Este será el punto de partida para que GETNINJAS comprenda las necesidades de los nuevos clientes e incluso cómo describen los servicios. “Se aprende primero cuántos profesionales se necesitan para crear una masa crítica, cuánto tiempo lleva Google indexar y comenzar a tener tráfico orgánico. Se sabe cómo fue en Brasil, pero en la expansión será completamente diferente porque la historia en Brasil fue con Google y la tecnología de hace 7 años. Ahora, se comienza casi desde cero”, (Freitas, 2018).

La startup espera abrir las 200 categorías disponibles desde el segundo año de operación en el país. GetNinjas había estado explorando la idea de ingresar al mercado mexicano desde el año pasado y decidió hacerlo en el 2018 para ganar tracción en el acto, mientras que la competencia aún es mínima.

Un nuevo método de pagos:

A pesar de las similitudes que pueden existir entre el país de origen de una startup y un nuevo mercado, las diferencias culturales pueden afectar significativamente a un negocio. Esto

está sucediendo con GETNINJAS: en México, la startup implementará una nueva forma de pago, a través de OXXO. OXXO es una cadena de tiendas de conveniencia en América Latina que aún no está presente en Brasil. La cadena tiene más de 9,000 tiendas en México y acepta el pago de recibos por servicios domésticos, lo que sería equivalente a los recibos bancarios en Brasil. “Los comercios electrónicos le dan al usuario un código, él va a Oxxo y paga en efectivo. La diferencia es que Oxxo tiene, literalmente, en cada esquina una tienda, y la fila de espera en un Oxxo es más corta que en un banco. Las tiendas no abren hasta las 4 pm, algunas son de 24 horas. Físicamente, no hay un lugar más fácil para pagar una factura en México " afirmó Eduardo. (Freitas, 2018)

Freitas (2018), refiere que el CEO de GetNinjas, pudo probar el método de pago en persona, al comprar un libro. Describió la compra como "súper simple". "La estrategia de Oxxo es muy interesante, porque ganan no solo con el pago, que tiene un costo similar a la factura, sino también con el flujo de la tienda. La persona va a pagar una factura y compra un chocolate”, comentó.

Conociendo un nuevo mercado:

GETNINJAS está realizando pruebas presenciales y en línea para conocer a sus nuevos profesionales y clientes. En una reunión celebrada durante un fin de semana en México, la startup pudo comprender las posibles diferencias más allá de los medios de pago. “Se dieron cuenta de que las respuestas que tenían en México eran muy similares a las que tienen en Brasil.

Los profesionales tenían un horario muy libre, hicieron un trabajo hoy y no sabían lo que vendría después. La instalación que tenían en la plataforma también era similar a la que tiene GetNinjas", dijo L'Hotellier. En las pruebas digitales, uno de los métodos utilizados por la startup es la prueba A / B, una técnica de diseño para evaluar qué experiencias visuales tienen el mejor

resultado. Esta es una iniciativa utilizada por GetNinjas en México y Brasil y es común en cualquier desarrollo para Internet. (Freitas, 2018)

¿Competencia con Uber?

El Financial Times informó recientemente que Uber estaría desarrollando una plataforma para contratar profesionales temporales, que podría competir directamente con GETNINJAS. “La diferencia con Uber es que controla todo el precio. Para GetNinjas, el precio es el profesional: se sugieren tres presupuestos y los profesionales compiten entre sí y tienen un ROI (retorno de la inversión) positivo”, justificó el CEO. Para Eduardo L’Hotellier, el hecho de que los profesionales puedan sugerir el precio que desean por los servicios es un diferencial para que él sea fiel a la plataforma. Lo que el comerciante quiere es dinero en su bolsillo, y el algoritmo desarrollado por la empresa asegura que gane dinero. Si gana dinero, se queda en la plataforma y va queriendo tener una buena evaluación y hacer más negocios (Freitas, 2018)

Adicional a esto, se realizó un estudio de Research interno en la empresa que arrojó los siguientes datos relevantes del nivel de digitalización en México y los resultados son:

Datos relevantes para entender mejor el nivel de digitalización de la población en

México y en Brasil

País > Población Smartphones de penetración > Usuarios de teléfonos inteligentes:

- Brasil > 211,243,000 37.7% > 79,578,000
- México > 130,223,000 40.7% > 52,993,000

País > Población Urbana (%)

- Brasil 85%

- México 79%

(CIA World Factbook 2010-2015)

Penetración del país 4G LTE cobertura

- Brasil 61,26%
- México 76,95%

(Cobertura 4G LTE medida por OpenSignal.com 2017)

Número de usuarios de Facebook por país (2018)

- Brasil: 130 millones
- México: 85 millones

Cuota de mercado del sistema operativo móvil (junio de 2018)

- Brasil: Android: 84.91% > iOS: 11.57%
- México: Android: 84.65% > iOS: 13.98%

(CIA World Factbook 2010-2015)

6. ACTIVIDADES REALIZADAS

Como actividad inicial se realiza reunión mensual realizada con toda la empresa, en junio 2018, donde se discute la posibilidad de expansión de GETNINJAS a América Latina. De esta reunión se seleccionaron los principales puntos que requieren trabajo en este proceso y se define que es importante:

- Validar que todo funciona bien, en una sola ciudad antes de implementarlo en otras. Como referente inicial se va a lanzar en Ciudad de México en base a esto, se puede afirmar que antes de realizar una expansión, la empresa debe:

- Contar con dominios disponibles para otros países, en este caso para México:
getninjas.com.mx
- Las categorías serán exactamente las mismas que en Brasil, al menos inicialmente.
- LATAM es un paso hacia la expansión a países de otros idiomas; si se puede dejar la implementación "genérica" a otros países, sería de gran ayuda

¿Qué se gestionó en cada Fase?

Fase I - Generación de demanda & Aplicación

- En esta primera fase, el objetivo fue traducir las páginas de categorías para poder comenzar a generar tráfico orgánico. Esto significa traducir contenido, categorías y formas. Para la traducción de estas páginas se hizo la contratación de un analista en el área de marketing de lengua hispana, quien realizó la traducción de cada una de las páginas de la plataforma y de la aplicación, fue un proceso que tardó alrededor de 2 meses y que una vez finalizado permitió la implementación satisfactoria de la plataforma en los buscadores de Google.
- También se permitió a los profesionales ver y comprar pedidos en la tienda. Esto significa adaptar los sistemas que distribuyen los pedidos. En la aplicación con soporte del equipo de tecnología se desarrolló un algoritmo que permitía realizar la distribución de las solicitudes de servicio a los profesionales que se encontraran en un radio hasta de 20kms del lugar donde se generó el pedido del cliente. Esto trajo un resultado muy positivo en la satisfacción hacia el cliente, ya que los tiempos de respuesta a la solicitud de su servicio no superaban las 24 horas y los desplazamientos de los profesionales para realizar el trabajo eran inferiores a una hora en sistema de transporte terrestre.

Fase II – Pagos

- El objetivo fue permitir que los profesionales compraran paquetes. Al principio solo se puede cobrar con tarjeta internacional. Luego se deben implementar métodos de pago en moneda local para cada país. La implementación del método de pago fue bastante rápido ya que se consiguió realizar una alianza con las tiendas OXXO y acepta el pago de recibos por servicios domésticos, lo que sería equivalente a los recibos bancarios en Brasil. OXXO tiene, en cada esquina una tienda en México y por tanto la fila de espera en un OXXO es más corta que en un banco. Algunas tiendas abren las 24 horas, de esta manera se pudo apreciar que físicamente, no hay un lugar más fácil para pagar una factura en México que en una tienda de Oxxo.
- Se ajustó el precio de los paquetes de monedas que adquirieron los profesionales. En esta medida los precios de cada paquete para México, se definieron de la siguiente manera:
Paquete de 1200 monedas = \$699 MXN, paquete de 2400 monedas = \$1329 MXN y paquete de 4800 monedas = \$2519 MXN. Basados en estos precios se implementó un descuento agresivo del 90% en la primera compra de alguno de los paquetes de monedas, lo que hizo que más profesionales invirtieran con mayor confianza en la plataforma, pues el nivel de inversión a realizar es muy bajo. Actualmente para Brasil los precios son: 1000 monedas, por un monto de R\$149,50 reales, 2000 por R \$ 299,90 reales y 4000 monedas, por R \$ 599 reales.

Fase III - Validación SMS o mensaje de texto

Se verificó que Mobile (proveedor de Brasil) pudiera enviar mensaje de texto a México, con el fin de verificar los números de contacto de los clientes que solicitan un servicio a través de

la plataforma y así evitar que el profesional pague por desbloquear contactos que tienen información errada. En este sentido, se pudo continuar trabajando con la misma plataforma, ya que permite la verificación de mensaje de texto en México también. Con esto básicamente se consiguió hacer un mejor control de calidad sobre las solicitudes de servicio y la tasa de satisfacción de los profesionales con la plataforma aumentó en un 75%.

Fase IV - CRM & Marketing y Comunicación

- Revisión de las reglas de comunicación y mensajes automáticos de intercomunicación, así como las publicaciones en prensa, radio y televisión: para definir esta estrategia, se realizó la traducción de las comunicaciones que se enviaban en portugués a español, de igual manera se revisó las palabras que generaban más fidelización de profesionales inscritos en la plataforma y se hizo un fuerte uso de palabras como: descuento, registro gratis, simple y fácil de usar, aumentar clientes, mejorar ingresos, etc. Una vez hecha la revisión de las comunicaciones, se gestionó el contacto con una agencia de PR en México que consiguió algunas notas en periódicos locales como: El Universal, La Razón, NotiMex, y esto permitió mejorar la estrategia de branding de GETNINJAS, pasando la idea a los profesionales de que la plataforma es un sitio seguro, rápido y fácil para hacer negocios.
- Se pensó en la estructura de la cuenta para trabajar en otros países con google adwords, donde se acordó inicialmente trabajar con las cuentas de reformas y eventos durante el primer año de operación, ya que en números son las cuentas que dejan más ganancias para la empresa en el mercado brasileño, y se realizaron acciones de difusión en google, Facebook, Instagram y YouTube. Como resultado se consiguió al cabo de un año de operación en México, la estabilización del ROI, teniendo un número de 1,2 lo que indica

que, por cada real invertido, se está teniendo 1,2 reales de regreso, es decir, ya la empresa no estaba simplemente quemando dinero, sino que estaba comenzando a generar lucro.

7. ANALISIS DE RESULTADOS

7.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Para mostrar los resultados obtenidos, la empresa realizó un censo de los profesionales inscritos en la plataforma desde febrero 2019, hasta septiembre 2019. Para esa época había un registro de 183 profesionales no pagantes, 38 profesionales de primera compra que consumieron menos del 50% del bundle (paquete de monedas) y 62 profesionales de primera compra que consumieron más del 50% de su paquete de monedas.

En el censo se analizaron 3 perfiles diferentes de profesionales:

1. Profesionales no pagantes (nunca compraron bundle): Total de respuestas 183, ver link del cuestionario en Anexo 10.
2. Profesionales de primera compra que consumieron menos del 50% del bundle: Total de respuestas 38, ver link de cuestionario en el Anexo 11.
3. Profesionales de primera compra que consumieron más del 50% del bundle: Total de respuestas 62, ver link del cuestionario en el Anexo 12.

Cada uno de los profesionales que respondió las preguntas de los cuestionarios “CUESTIONARIO DE COMPORTAMIENTO DE LOS PROFESIONALES SEGÚN SU EXPERIENCIA DE TRABAJO EN LA PLATAFORMA” (Ver anexos 10,11,12), tuvo la

oportunidad de recibir 150 monedas gratis en la aplicación para usar como saldo a favor en el momento de querer liberar el contacto de algún cliente.

El local hacia el cual se dirigió el censo fue en Ciudad de México y las preguntas realizadas para cada uno de los perfiles, fueron las siguientes:

1. Profesionales no pagantes (nunca compraron bundle):
 - ¿Por qué preferiste No Trabajar con GetNinjas?
 - ¿Cuánto tiempo de experiencia tienes trabajando en el servicio que registraste en GetNinjas?
 - Como se identifican los profesionales y número de empleados que tiene la empresa
 - Relevancia de las comunicaciones de CRM
 - Temas de interés para los profesionales
 - Principales canales de adquisición de clientes
 - Como conocieron sobre GetNinjas
2. Profesionales de primera compra que consumieron menos del 50% del bundle:
 - Razones para invertir en GetNinjas
 - Edad y años de experiencia en la profesión
 - Como se identifican los profesionales y número de empleados que tiene la empresa
 - Relevancia de las comunicaciones de CRM
 - Temas de interés para los profesionales
 - Como conocieron sobre GetNinjas
 - Como GetNinjas impacta en el trabajo profesional de los prestadores de servicio
3. Profesionales de primera compra que consumieron más del 50% del bundle:

- Nivel de expectativas con el paquete de monedas
- Grupo de edad
- Numero de servicios cerrados a través de la aplicación
- Como se identifican los profesionales y número de empleados que tiene la empresa

Principales resultados

Profesionales no pagantes (nunca compraron bundle)

Motivos de No hacer la inversión:

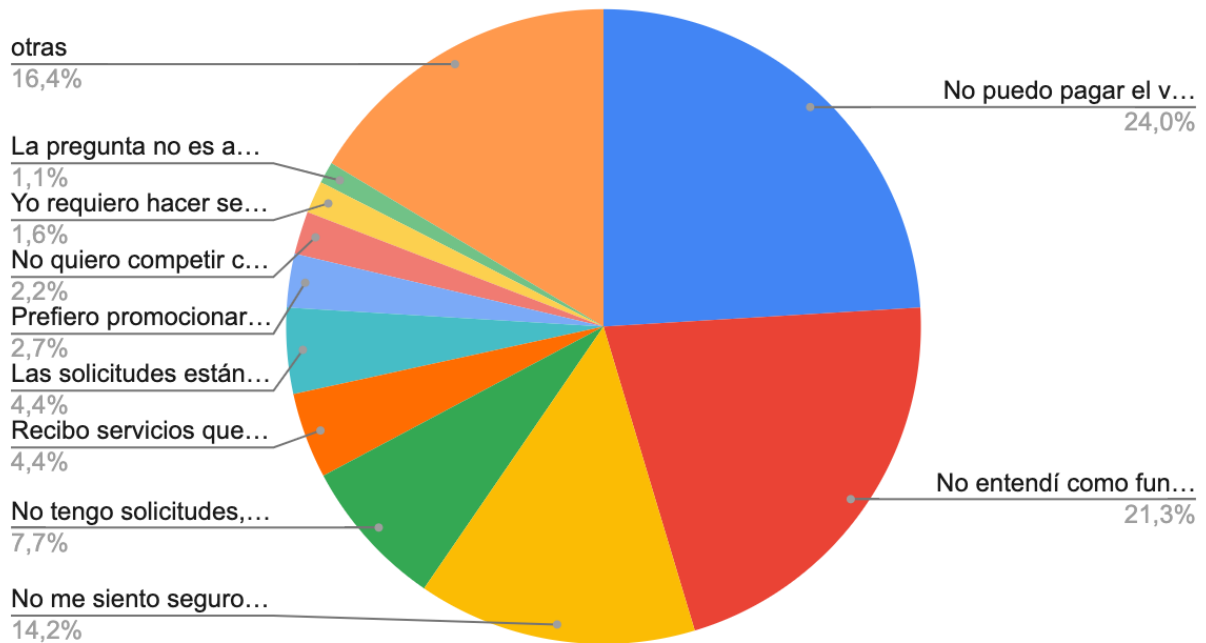
TABLA 1 MOTIVOS DE NO HACER LA INVERSIÓN

Fuente. Elaboración propia

<i>Por qué preferiste No Trabajar con GetNinjas?</i>	<i>Respuestas</i>
No puedo pagar el valor cobrado por el paquete de monedas en este momento	44
No entendí cómo funciona la App	39
No me siento seguro invirtiendo en GetNinjas	26
No tengo solicitudes, hay pocos servicios disponibles	14
Recibo servicios que no realizo	8
Las solicitudes están muy lejos de mi dirección	8
Prefiero promocionar mis servicios de otra manera	5
No quiero competir con otros profesionales por el mismo servicio	4
Yo requiero hacer servicios de equipos de aire acondicionado y todo relacionado con el mismo.	3
La pregunta no es adecuada ya que estoy empezando a trabajar con GetNinjas	2
Otras	30
TOTAL	183

Diagrama 1 Por que preferiste no trabajar con GETNINJAS?

Por qué preferiste No Trabajar con GetNinjas?



Fuente. Elaboración propia (2019)

Entre los resultados de los profesionales No Pagantes que decidieron no invertir en la app, a partir los resultados como se muestra en la tabla y el diagrama #1, se encuentra como una gran falencia el costo que tienen los paquetes de monedas (24% de los encuestados), el poco entendimiento de la app (21,3%) y la inseguridad que aún se tiene en el momento de realizar alguna inversión en la plataforma (14,2%). Es importante entender que el principal error está más enfocado a la falta de entendimiento de la app, pues posiblemente por no entender cómo funciona es que no tienen idea que, en la primera compra del paquete de monedas, para que experimenten el retorno de la inversión que trae la app a corto plazo, se les está otorgando un descuento del 90% sobre el valor total. Por consiguiente, mismo y con este descuento tan agresivo, continúan diciendo que los costos son altos, pues no están entendiendo claramente la información.

El tema de inseguridad en la app, es algo que a través del tiempo y con estrategias de branding o reconocimiento de marca se puede ir trabajando para mitigarlo al máximo, pues es bien sabido que México principalmente es un país con índices de criminalidad cibernética muy alta por lo cual las personas se pueden mostrar un poco escépticas al inicio.

Grupo de edad y años de experiencia en el área

TABLA 2 GRUPOS DE EDAD Y AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL ÁREA

Fuente. Elaboración propia

<i>Cuál es tu grupo de Edad</i>	<i>¿Cuánto tiempo de experiencia tienes trabajando en el servicio que registraste en GetNinjas?</i>	Total de Respuestas
18 - 25 años	De 2 a 5 años	5
	De 5 a 10 años	2
	Menos de 6 meses	3
TOTAL		10
26 - 35 años	De 2 a 5 años	5
	De 5 a 10 años	8
	De 6 meses a 1 año	3
	Más de 10 años	10
	Menos de 6 meses	24
TOTAL		50
36 a 45 años	De 2 a 5 años	2
	De 5 a 10 años	1
	Más de 10 años	39
	Menos de 6 meses	17
TOTAL		59
46 a 55 años	De 2 a 5 años	1
	De 5 a 10 años	3
	De 6 meses a 1 año	3

	Más de 10 años	22
	Menos de 6 meses	11
TOTAL		40
Más de 56 años	De 5 a 10 años	2
	Más de 10 años	12
	Menos de 6 meses	5
TOTAL		19
Menos de 17 años	De 5 a 10 años	2
	Más de 10 años	3
TOTAL		5
GRAN TOTAL		183

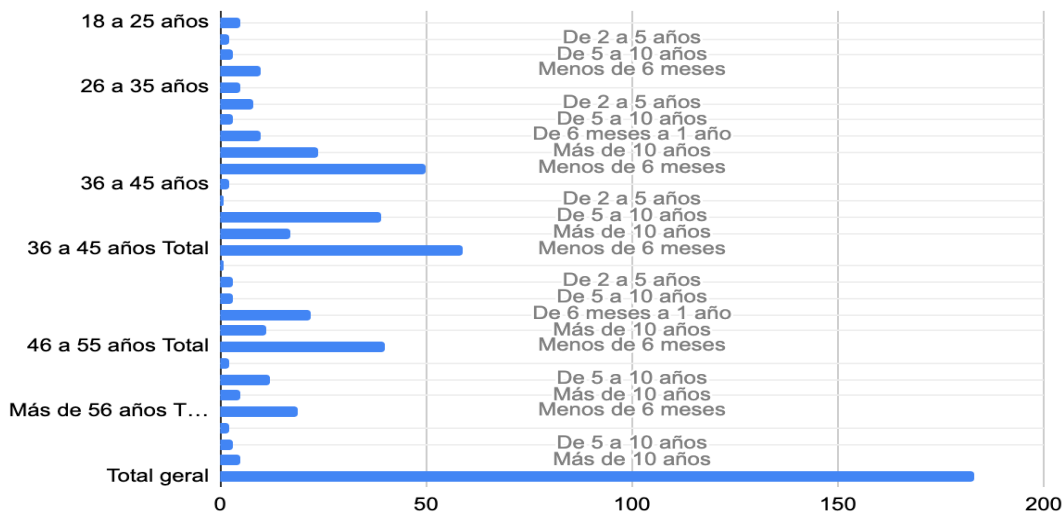


DIAGRAMA 2 GRUPOS DE EDAD Y AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL ÁREA

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla 2 se encuentra la pregunta de los rangos de edad y el tiempo de experiencia en el área profesional en la que se desenvuelven los profesionales No Pagantes. En el diagrama 2, se aprecia que 149 de ellos a través de GetNinjas, con rangos de edad entre los 26 a los 55 años

cuentan con una experiencia en su área profesional entre los 5 a los 10 años, lo que sin duda alguna les permite tener una clara ventaja ya que conocen lo que hacen y pueden ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, mejorando a su vez la experiencia de los usuarios que buscan algún servicio a través de la plataforma.

Los profesionales se identifican mejor como: empleados, desempleados, dueños de empresa, etc. Caso se identifiquen como dueños de empresa, se les pregunta el # de empleados con los que cuentan

TABLA 3 COMO SE IDENTIFICAN LOS PROFESIONALES

Fuente. Elaboración propia

<i>Con cuál de estas opciones te identificas más?</i>	<i>Cuántos empleados tiene la Empresa?</i>	Total de Respuestas
Desempleado(a)	1 Empleado	6
	2 a 5 Empleados	2
	Más de 20 Empleados	1
Desempleado(a) Total		9
Dueño(a) o socio(a) de Empresa propia	1 Empleado	5
	10 a 20 Empleados	5
	2 a 5 Empleados	42
	6 a 10 Empleados	17
	Más de 20 Empleados	2
Dueño(a) o socio(a) de Empresa propia Total		71
Empleado(a) de Empresa	10 a 20 Empleados	2
	2 a 5 Empleados	3
	6 a 10 Empleados	1
	Más de 20 Empleados	2

Empleado(a) de Empresa Total		8
Trabajador(a) Independiente (Freelancer)	1 Empleado	40
	10 a 20 Empleados	2
	2 a 5 Empleados	35
	6 a 10 Empleados	16
	Más de 20 Empleados	2
Trabajador(a) Independiente (Freelancer)		95
Total		183
TOTAL GENERAL		183

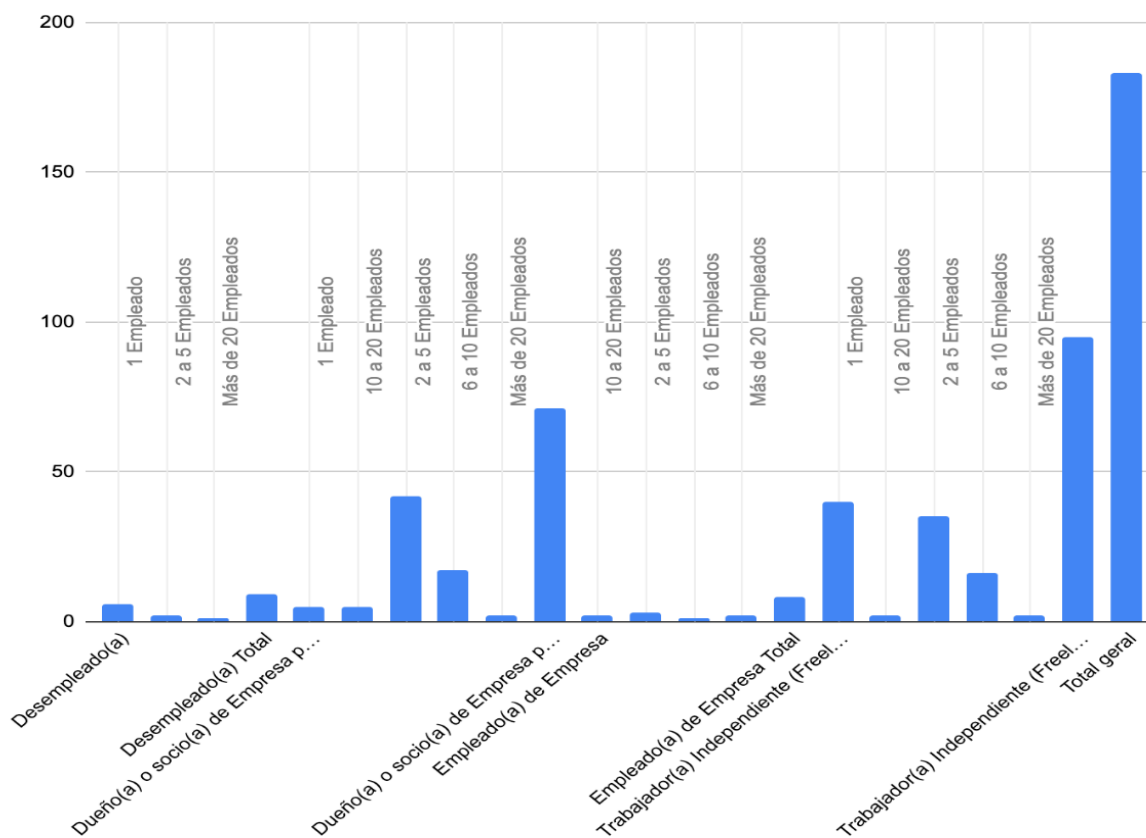


DIAGRAMA 3 COMO SE IDENTIFICAN LOS PROFESIONALES?

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla número 3, los profesionales No Pagantes, se observa claramente que 166 de los censados se identifican como Freelancers o trabajadores independientes y también como Empresarios, socios y dueños de su propio negocio. También se aprecia que 77 personas de quienes se ubican en estos grupos, cuentan con un número de 2 a 5 empleados aproximadamente con los que trabajan conjuntamente. De igual manera en el diagrama 3 se aprecia el repunte de lo que se mencionó anteriormente, pues los freelancers o trabajadores independientes son la mayoría de los profesionales No Pagantes.

Relevancia de las comunicaciones de CRM

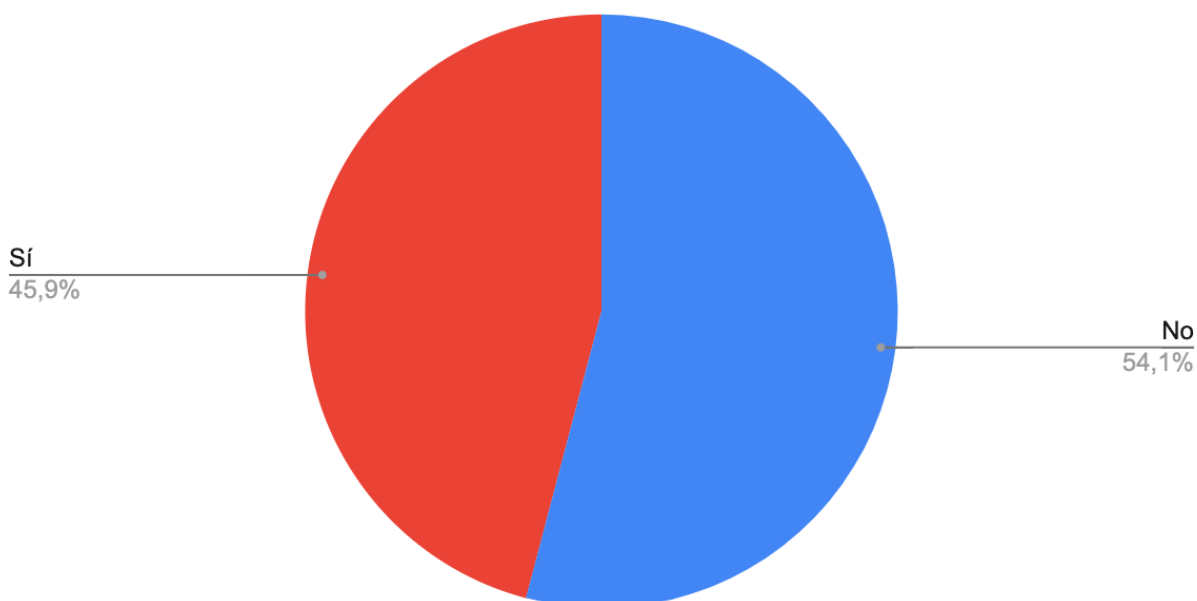
TABLA 4 RELEVANCIA DE LAS COMUNICACIONES CRM,

Fuente. Elaboración propia

<i>Hasta ahora las comunicaciones que has recibido de GetNinjas (e-mails, SMS, etc.), han sido relevantes para ti?</i>	Total de Respuestas
No	99
Sí	84
Total general	183

DIAGRAMA 4 RELEVANCIA DE LAS COMUNICACIONES CRM

Hasta ahora las comunicaciones que has recibido de GetNinjas (e-mails, SMS, etc), han sido relevantes para ti?



Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla número 4, se aprecia que la relevancia de las comunicaciones y el material enviado por el equipo de CRM hacia los profesionales es dividida, pues entre los 183 profesionales (un total de 100%) como se aprecia en la tabla 4, para 99 personas no tienen mayor relevancia y para 84 sí, lo cual deja claro el entendimiento o hábito para leer las promociones e informaciones que se envían para incentivar a los profesionales. Así que la idea es intentar sintetizar mejor la información, sin enviar contenidos extensos, haciendo pruebas con videos y horarios específicos donde se espera que la apertura de emails y SMS sea superior, para que este tipo de profesionales puede sacarle el mejor provecho a las comunicaciones enviadas. En términos porcentuales, de un total de 100%, en el diagrama 4, se puede apreciar que para el 54,1% las comunicaciones no tienen mayor relevancia y para el 45,9% si tienen relevancia.

Temas de interés para PROS en las comunicaciones

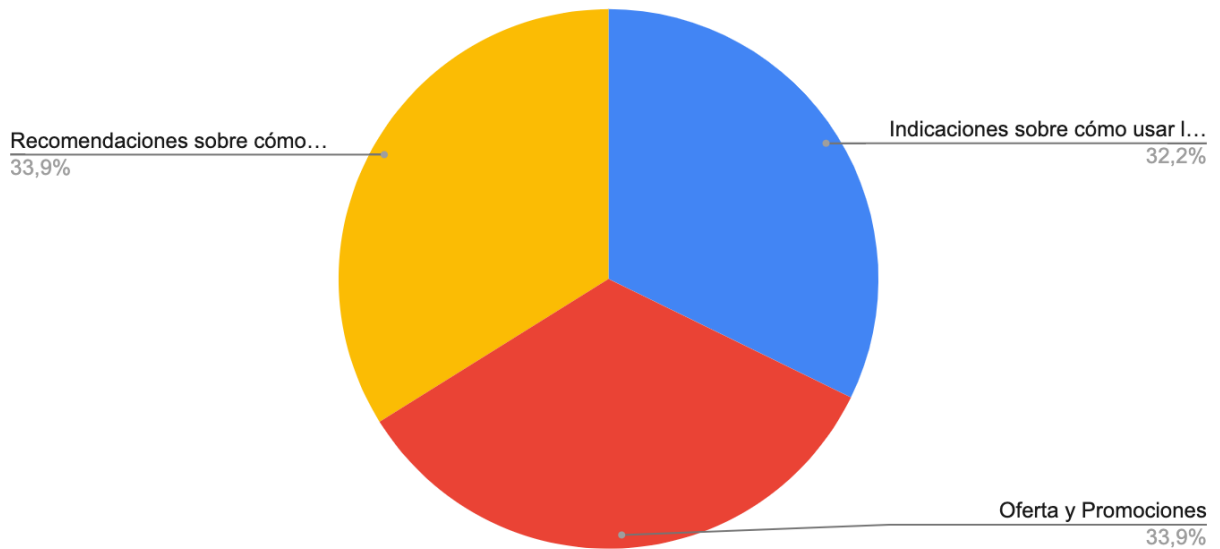
TABLA 5 TEMAS DE INTERÉS PARA PROFESIONALES

Fuente: Elaboración propia.

<i>¿Sobre cuáles temas te gustaría recibir más información?</i>	Total de Respuestas
Indicaciones sobre cómo usar la APP	59
Oferta y Promociones	62
Recomendaciones sobre cómo mejorar mi rol de Empresario (a)	62
Total general	183

DIAGRAMA 5 TEMAS DE INTERÉS PARA PROFESIONALES.

Sobre cuáles temas te gustaría recibir más información?



Fuente. Elaboración propia (2019)

Ya que el principal motivo de que estos profesionales no hayan aún invertido a través de la app es aparentemente el alto costo de los paquetes de monedas, pues en la tabla 5 se puede apreciar que para 62 de los profesionales censados, el material más relevante en las comunicaciones sería basado en ofertas y promociones. Así mismo en la tabla 5 se ve la carencia de entendimiento hacia la app, pues 59 personas están interesadas en poder recibir mayor información que les sirva como tutorial para aprender a utilizar la plataforma. Y curiosamente, aunque 166 se identifican como empresarios, se aprecia que un número relevante es de 62 personas están interesadas en recibir mentoría para mejorar sus habilidades de emprendimiento y negociación. En términos porcentuales como se observa el diagrama 5, se entiende que para un 100% de estos profesionales, el 33,9% coinciden en que quieren recibir comunicaciones basadas en ofertas y promociones, así como hay otro porcentaje de 33,9% que quiere recibir recomendaciones sobre cómo pueden mejorar su perfil de empresarios y un 32,2% desea información sobre cómo utilizar la aplicación.

Principales canales de adquisición de clientes para los PROS

TABLA 6 PRINCIPALES CANALES DE ADQUISICIÓN DE CLIENTES

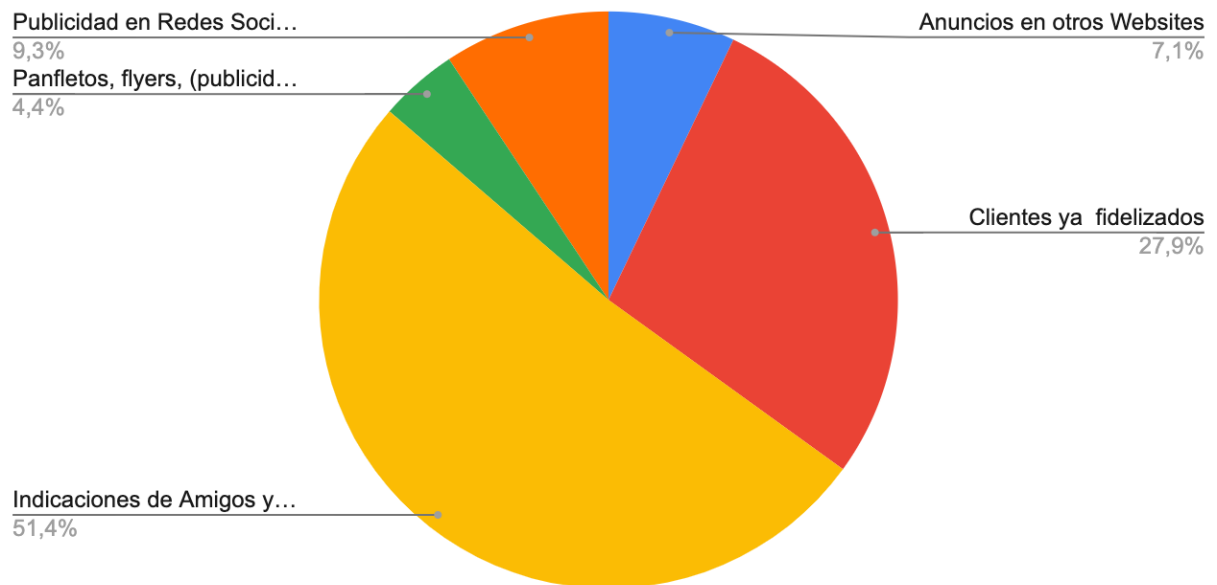
Fuente: Elaboración propia

<i>Por dónde consigues la mayor parte de tus clientes?</i>	Total de Respuestas
Anuncios en otros Websites	13
Clientes ya fidelizados	51
Indicaciones de Amigos y clientes	94

Panfletos, flyers, (publicidad impresa)	8
Publicidad en Redes Sociales	17
Total General	183

DIAGRAMA 6 PRINCIPALES CANALES DE ADQUISICIÓN DE CLIENTES.

Por dónde consigues la mayor parte de tus clientes?



Fuente. Elaboración propia (2019)

El principal canal de adquisición de clientes para los profesionales No Pagantes es el voz a voz con 94 personas de 183 que respondieron y a su vez la recompra de clientes ya fidelizados. En términos de porcentajes relevantes si se observa el diagrama 6 se tiene como resultados un 51,4% para las personas que son recomendadas por amigos, un 27,9% de clientes ya fidelizados y un 9,3% mediante la publicidad en redes sociales. En general se puede apreciar que estos profesionales no usan la tecnología activamente como un canal fundamental de adquisición de nuevos clientes, falencia que se espera resolver a través del uso de la app de GetNinjas.

Como conocieron sobre GetNinjas

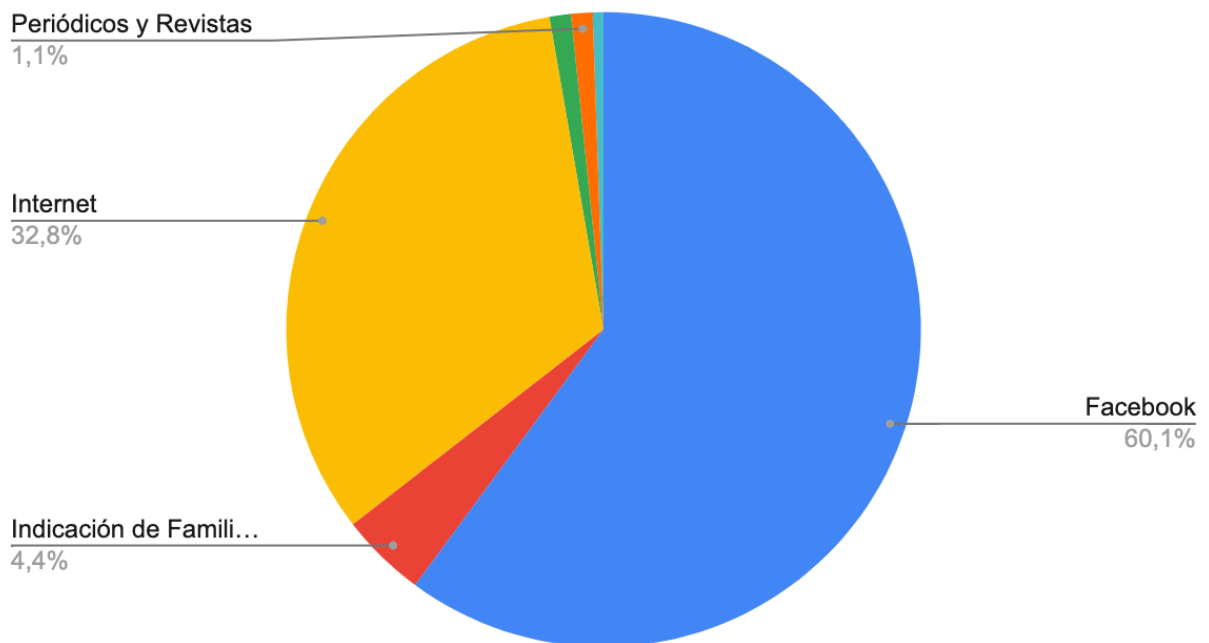
TABLA 7 COMO CONOCIERON SOBRE GETNINJAS

Fuente: Elaboración propia

<i>Cómo conociste GetNinjas?</i>	Total de Respuestas
Facebook	110
Indicación de Familiares/Amigos	8
Internet	60
Me lo mandó un amigo	2
Periódicos y Revistas	2
Televisión o Radio	1
Total general	183

DIAGRAMA 7 COMO CONOCIERON SOBRE GETNINJAS

Cómo conociste GetNinjas?



Fuente. Elaboración propia (2019)

Evidentemente uno de los principales canales de adquisición de nuevos profesionales (mismo siendo no pagantes) de GetNinjas es Facebook, pues las campañas pagas y las estrategias que se están usando para realizarlas, han permitido a la plataforma, llegar a todo el país a un costo muy bajo con una difusión claramente exponencial, pues se evidencia que de 183 profesionales, 110 de ellos, es decir el 60,1%, equivalente al mayor porcentaje según el diagrama 7 saben acerca de la app gracias a anuncios vistos en Facebook.

9.1. Profesionales primerizos que consumieron menos del 50% del paquete

Respuestas totales: 38

Razones para invertir en GetNinjas: En esta primera tabla (8), no toda la muestra seleccionada respondió, por lo tanto se cuenta con una muestra de 28 encuestados.

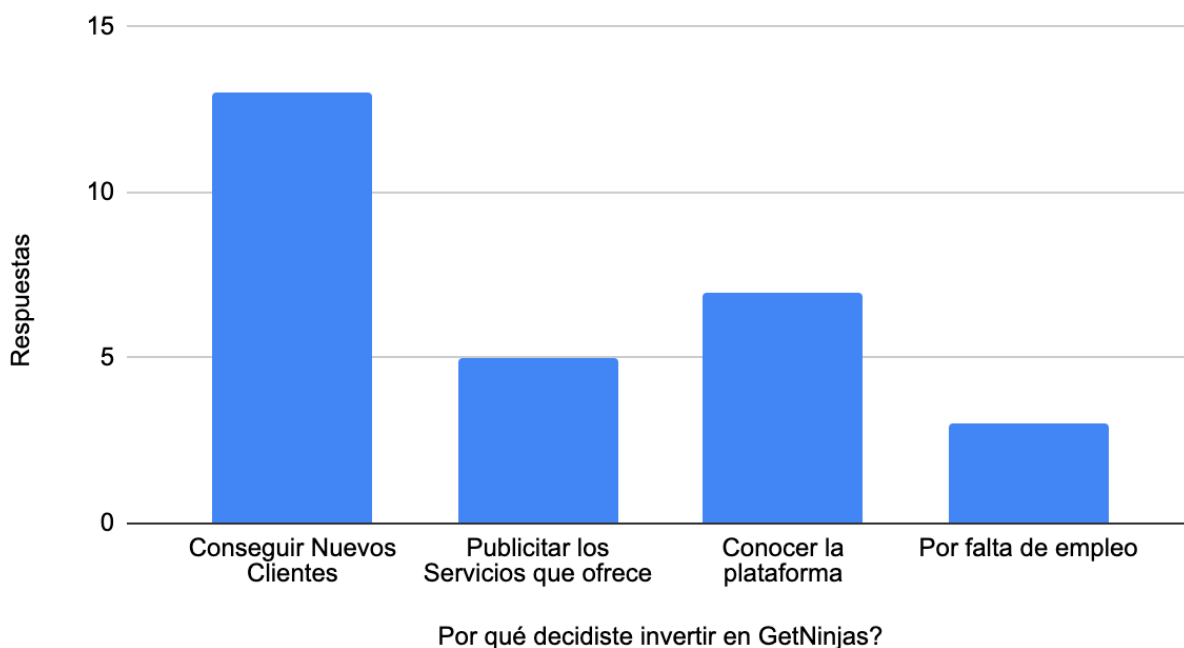
TABLA 8 RAZONES PARA INVERTIR EN GETNINJAS

Fuente: Elaboración propia

<i>Por qué decidiste invertir en GetNinjas?</i>	Respuestas
Conseguir Nuevos Clientes	13
Publicitar los Servicios que ofrece	5
Conocer la plataforma	7
Por falta de empleo	3
Total	28

DIAGRAMA 8 RAZONES PARA INVERTIR EN GETNINJAS

Por qué decidiste invertir en GetNinjas?



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

Entre los profesionales que consumieron al menos el 50% del paquete de sus monedas, se tiene una base de respuestas pequeña, solo 28 personas sin embargo en el diagrama 8 se puede apreciar un repunte en que el principal motivo para invertir en la plataforma es adquirir nuevos clientes, seguido por la curiosidad de conocer más sobre GetNinjas, publicitar sus servicios en el mercado online y tan solo 3 de los encuestados, como lo muestra la tabla 8, muestra su interés de inversión basados en que están desempleados.

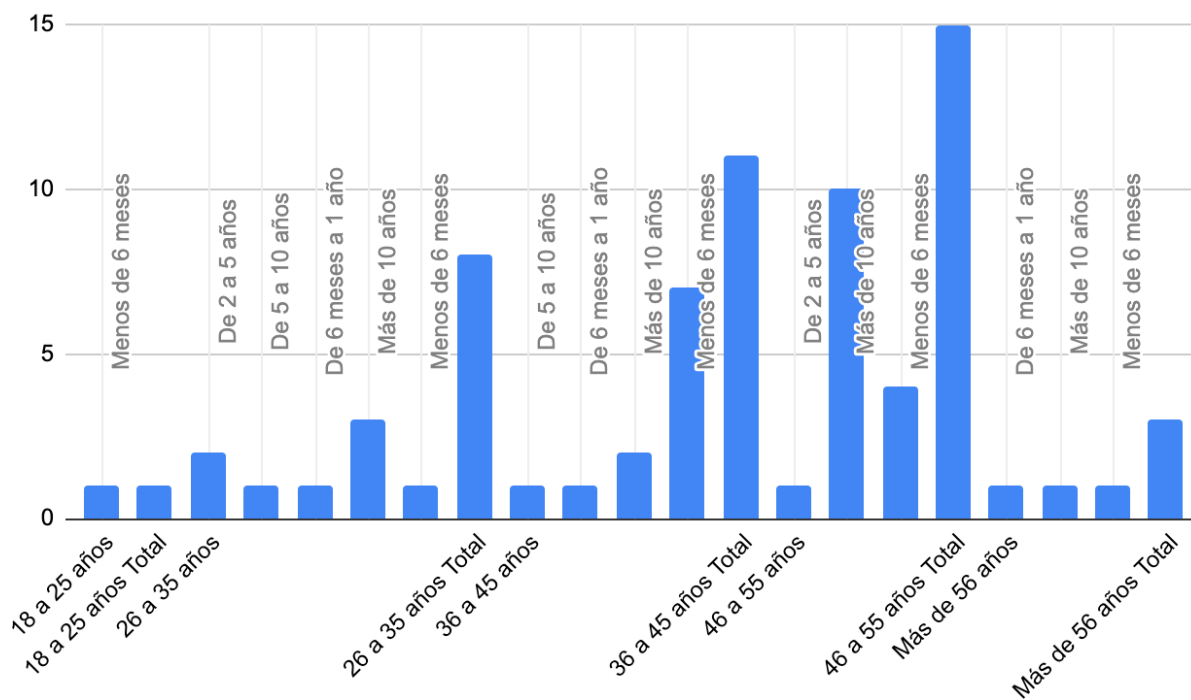
Grupo de edad y años de experiencia en la profesión.

TABLA 9 EDAD Y AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA PROFESIÓN

Fuente. Elaboración propia

<i>Cuál es tu grupo de Edad</i>	<i>¿Cuánto tiempo de experiencia tienes trabajando en el servicio que registraste en GetNinjas?</i>	Total de Respuestas
18 a 25 años	Menos de 6 meses	1
TOTAL		1
26 a 35 años	De 2 a 5 años	2
	De 5 a 10 años	1
	De 6 meses a 1 año	1
	Más de 10 años	3
	Menos de 6 meses	1
TOTAL		8
36 a 45 años	De 5 a 10 años	1
	De 6 meses a 1 año	1
	Más de 10 años	2
	Menos de 6 meses	7
TOTAL		11
46 a 55 años	De 2 a 5 años	1
	Más de 10 años	10
	Menos de 6 meses	4
TOTAL		15
Más de 56 años	De 6 meses a 1 año	1
	Más de 10 años	1
	Menos de 6 meses	1
TOTAL		3
GRAN TOTAL		38

DIAGRAMA 9 EDAD Y EXPERIENCIA EN LA PROFESIÓN



Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla 9 se aprecia el grupo de profesionales que gastaron el 50% de su primer paquete de monedas, y es notorio que son consistentes característicamente con los profesionales no pagantes en rango de edad, pues 35 de los 38 censados tienen entre 26 y 55 años, aquí hay una variación en el tiempo de experiencia que tienen como profesionales ejerciendo en su área, ya que hay 16 encuestados que dicen tener experiencia superior de 10 años, también es evidente que 15 del total de los 38, no poseen una experiencia superior a 1 año. Este análisis se aprecia también en el diagrama 9, que muestra un pico entre los profesionales de 46 a 55 años de edad, seguido por el rango de edad de 36 a 45 años y finalizando el repunte con los profesionales entre los 26 a los 35 años.

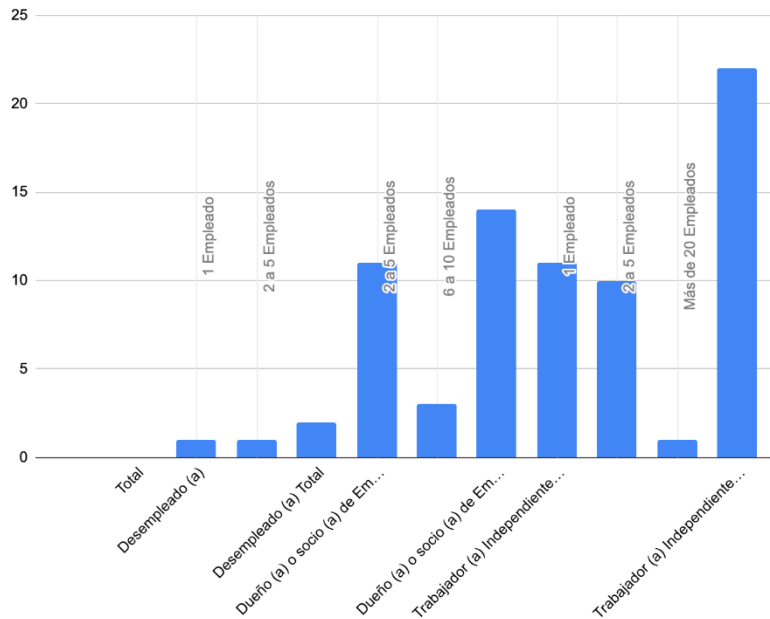
Cómo se sienten (empleados, desempleados, dueños de negocios, etc.) y # de empleados que tienen en sus negocios.

TABLA 10 NÚMERO DE EMPLEADOS POR NEGOCIO

Fuente. Elaboración propia

<i>¿Con cuál de estas opciones te identificas más?</i>	<i>Cuántos empleados tiene tu Empresa?</i>	Total de Respuestas
		0
Total		0
Desempleado (a)	1 Empleado	1
	2 a 5 Empleados	1
Desempleado (a) Total		2
Dueño (a) o socio (a) de Empresa propia	2 a 5 Empleados	11
	6 a 10 Empleados	3
Dueño (a) o socio (a) de Empresa propia Total		14
Trabajador (a) Independiente (Freelancer)	1 Empleado	11
	2 a 5 Empleados	10
	Más de 20 Empleados	1
Trabajador (a) Independiente (Freelancer) Total		22
Total general		38

DIAGRAMA 10 NÚMERO DE EMPLEADOS POR NEGOCIO



Fuente. Elaboración propia (2019)

Consistentemente la manera como se identifican los profesionales, sigue siendo la misma, pues en la tabla 10, 25 de los 38 censados se sienten empresarios o realizan trabajos como freelancers. De igual manera en este grupo de profesionales que ya consumieron el 50% de su paquete de monedas, se observa en el diagrama 10 que quienes dicen considerarse empresarios o trabajadores independientes, son personas que cuentan con equipos de trabajo entre 2 a 5 personas. Esto es bueno, pues pueden brindar a los clientes una excelente experiencia de servicio a la vez que indirectamente están afectando de manera positiva el branding o reputación de la plataforma.

Relevancia de comunicaciones de CRM

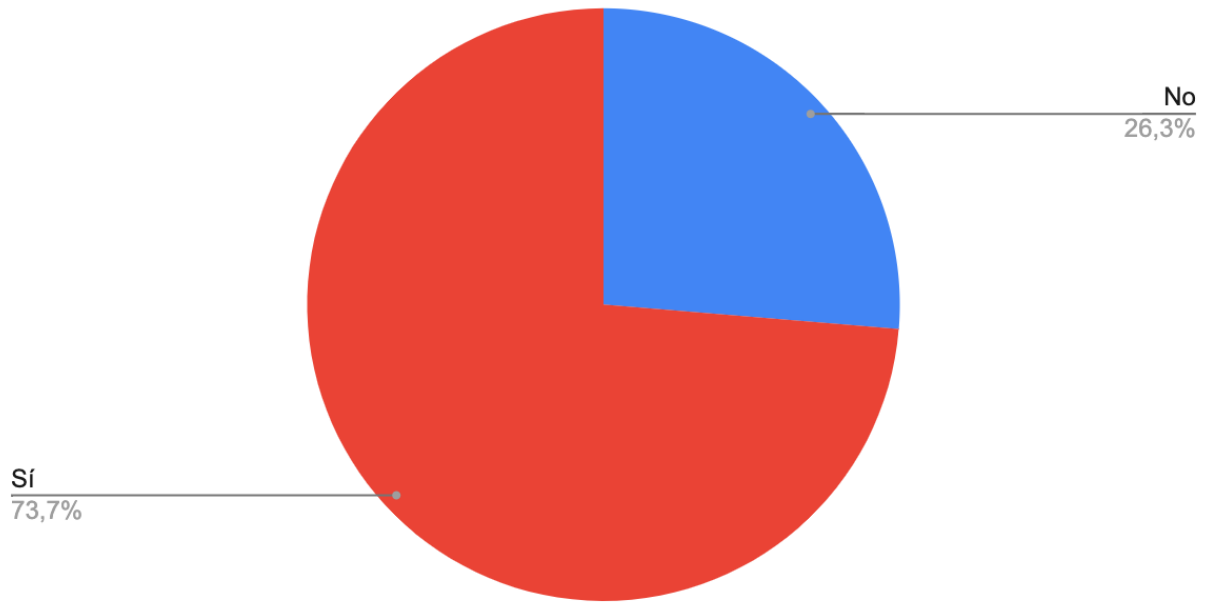
TABLA 11 RELEVANCIA DE COMUNICACIONES DE CRM

Fuente. Elaboración propia

<i>Las comunicaciones que recibiste (e-mails, SMS, etc.), te ayudaron a tomar la decisión de invertir en GetNinjas?</i>	Total de Respuestas
No	10
Sí	28
Total general	38

DIAGRAMA 11 RELEVANCIA DE COMUNICACIONES CRM

Las comunicaciones que recibiste (e-mails, SMS, etc), te ayudaron a tomar la decisión de invertir en GetNinjas?



Fuente. Elaboración propia (2019)

A diferencia de los profesionales No Pagantes, este grupo de profesionales que ya consumió el 50% de su paquete de monedas, son personas que hayan relevantes las comunicaciones enviadas por el equipo de CRM como se ve en la tabla 11, lo que muestra una clara fidelización de ellos hacia la plataforma, pues prestan mayor atención al contenido enviado representado según el diagrama 11 en un 73,7% el cual equivale a 28 personas como respuesta positiva y un 26,3% equivalente a 10 personas como negativa a la inquietud con el fin de sacarle el mejor provecho a la app.

Temas de interés para PROS en comunicaciones

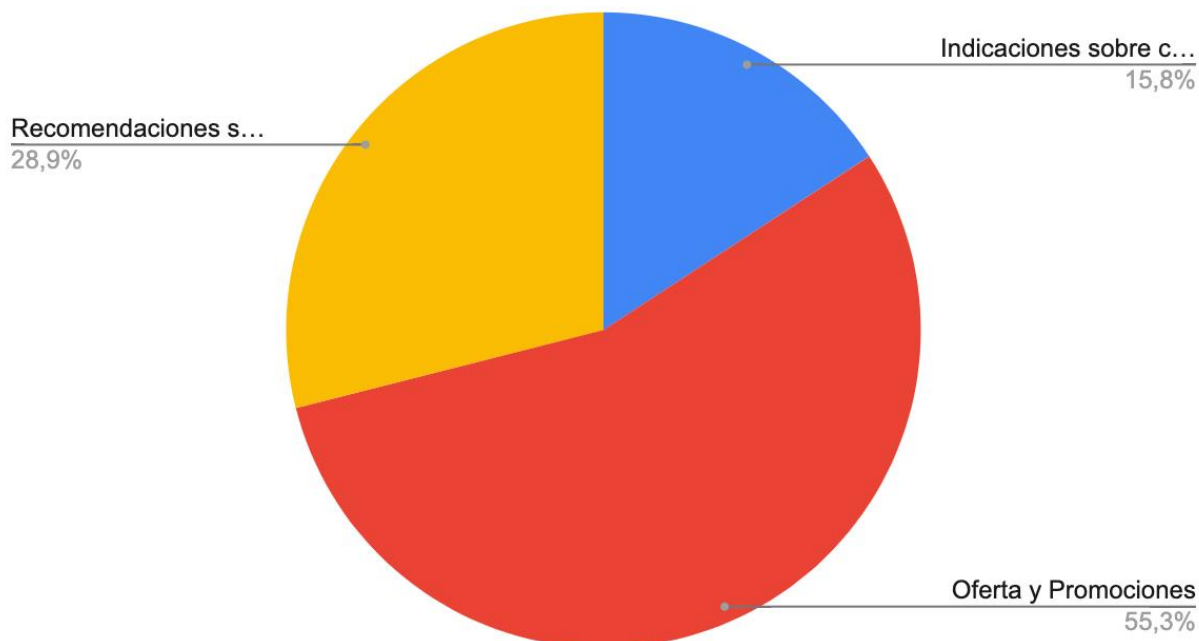
TABLA 12 TEMAS DE INTERÉS DE LOS PROS

Fuente. Elaboración propia

<i>Sobre cuáles temas te gustaría recibir más información?</i>	Total de Respuestas
Indicaciones sobre cómo usar la APP	6
Oferta y Promociones	21
Recomendaciones sobre cómo mejorar mi rol de Empresario (a)	11
Total general	38

DIAGRAMA 12 TEMAS DE INTERÉS DE LOS PROS

Sobre cuáles temas te gustaría recibir más información?



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

Sigue siendo consistente que uno de los mayores temas de interés para los profesionales son las ofertas y las promociones que se presentan en la app, pues en la tabla 12, se aprecia que 21 de los 38 profesionales que respondieron el cuestionario, coincidieron con esto, ya que les ayuda a optimizar su inversión, teniendo un retorno más rápido de la misma. Se aprecia igualmente la carencia en sus habilidades como empresarios, y puede ser este uno de los principales motivos por los cuales ellos no consiguen concretar servicios con el cliente, ya que 11 profesionales afirman que requieren enfatizar en este punto dado estos resultados se determina que el mayor porcentaje de los profesionales muestran mayor interés en temas de ofertas y promociones como se ve en el diagrama 12 con un contundente 55,3% frente a un 28,9% por el tema de recomendaciones y finalmente un 15,8% sobre cómo utilizar la app, esto sobre un total general de 100%. Es importante tener en cuenta que la plataforma solo conecta al prestador de servicio con el cliente y

ya del proceso de negociación se debe encargar cada profesional, pues el cliente tiene hasta 3 opciones de profesionales para elegir el mejor de ellos. Por consiguiente, es importante seguir trabajando en proyectos tutoriales y de academia Ninja para capacitar mejor a los profesionales inscritos en la plataforma.

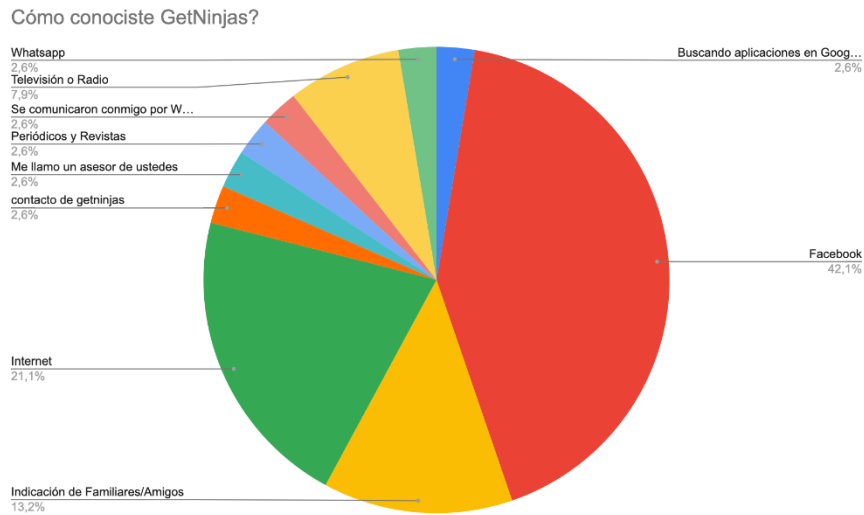
¿Cómo conoció a GetNinjas?

TABLA 13 CÓMO CONOCIÓ A GETNINJAS

Fuente. Elaboración propia

<i>Cómo conociste GetNinjas?</i>	Total de Respuestas
Buscando aplicaciones en Google Play	1
Facebook	16
Indicación de Familiares/Amigos	5
Internet	8
contacto de GetNinjas	1
Me llamo un asesor de ustedes	1
Periódicos y Revistas	1
Se comunicaron conmigo por WhatsApp	1
Televisión o Radio	3
WhatsApp	1
Total general	38

DIAGRAMA 13 COMO CONOCIÓ GETNINJAS



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

En la tabla 13 se ve que, en este grupo de profesionales, 16 de los 38 profesionales censados conoció a GetNinjas a través de Google Facebook, lo cual indica que las campañas creadas en Facebook para adquisición de nuevos profesionales son bastante fuertes en temas de visibilidad y alcance dándole un 42,1% visible en el diagrama 13 a FACEBOOK de un total general del 100%, como medio principal de conocimiento de la app.

Cómo GetNinjas impacta el trabajo profesional

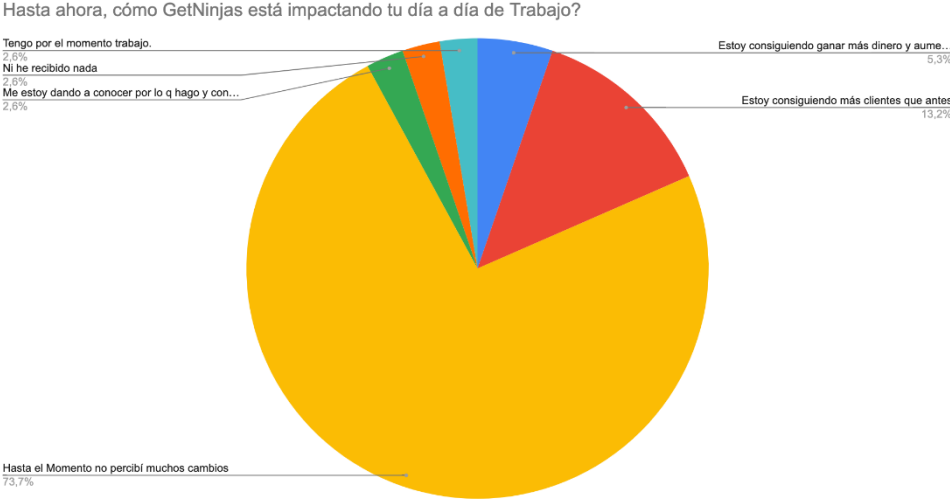
TABLA 14 COMO GETNINJAS IMPACTA EL TRABAJO PROFESIONAL

Fuente. Elaboración propia

<i>Hasta ahora, cómo GetNinjas está impactando tu día a día de Trabajo?</i>	Total de Respuestas
Estoy consiguiendo ganar más dinero y aumentar mi renta	2

Estoy consiguiendo más clientes que antes	5
Hasta el Momento no percibí muchos cambios	28
Me estoy dando a conocer por lo q hago y conseguir muchos clientes	1
Ni he recibido nada	1
Tengo por el momento trabajo.	1
Total general	38

DIAGRAMA 14 COMO GETNINJAS IMPACTA EL TRABAJO PROFESIONAL



Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla 14 se ve que para 28 profesionales que han consumido el 50% del paquete de sus monedas, GetNinjas no ha impactado notoriamente su trabajo profesional, pues esto es debido a que hasta ahora están comenzando a conocer la plataforma, aumentar su nivel de confianza en la aplicación, adaptándose a un nuevo modelo donde son ellos quienes deben negociar con los

clientes y competir con otros profesionales, y el cambio aunque sea bueno para ellos y en el futuro les permita un crecimiento exponencial, tiene un periodo de transición que requiere haber gastado en su totalidad por lo menos el primer paquete de monedas para comenzar a generar lucro sobre el valor invertido. Como resumen en el diagrama 14 se obtiene que 28 de los censados equivalentes a 73,7% no han sentido impacto en sus trabajos, esto frente a 6 encuetados equivalentes a un 13,2% que afirma tener más clientes después del uso de la app y por ultimo un 2,6% que se da a conocer mediante la app.

Profesionales primerizos que consumieron más del 50% del paquete

Respuestas totales: 62

Nivel de expectativa con paquete de monedas

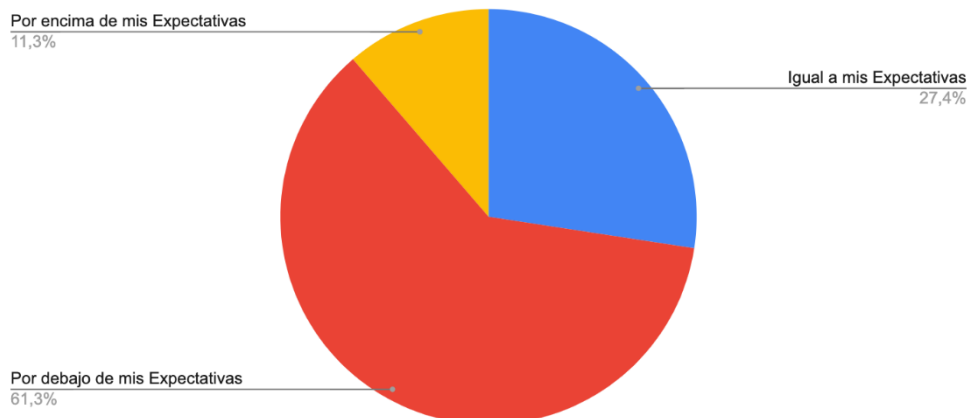
TABLA 15 NIVEL DE EXPECTATIVA CON PAQUETES DE MONEDAS

Fuente. Elaboración propia

<i>Cómo ha sido tu Experiencia hasta ahora?</i>	Total de Respuestas
Igual a mis Expectativas	17
Por debajo de mis Expectativas	38
Por encima de mis Expectativas	7
Total general	62

DIAGRAMA 15 Nivel de expectativa con paquetes de monedas

Cómo ha sido tu Experiencia hasta ahora?



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

Entre aquellos profesionales que ya han consumido más del 50% de su paquete de monedas, desafortunadamente se evidencia en la tabla 15 que para 38 de ellos equivalentes a un 61,3% según el diagrama 15, las expectativas que tenían frente a la app no han sido cumplidas, 17 equivalentes a un 27,4% igualaron sus expectativas y 7 equivalentes a un 11,3% están por encima de sus expectativas, y esto puede deberse en gran manera a la falta de entendimiento que se tiene frente al uso de la tecnología, así como a la falta de habilidades de negociación que se han visto recurrentes en casi todos los perfiles de los profesionales anteriormente encuestados.

Grupo de edad

TABLA 16 GRUPO DE EDAD

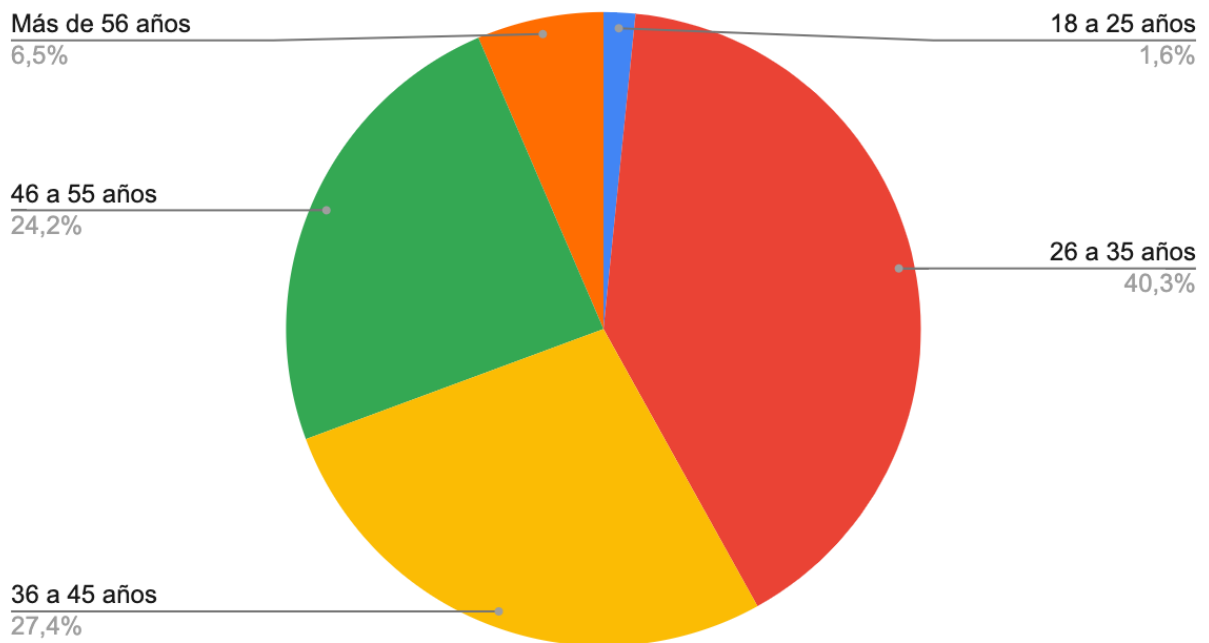
Fuente. Elaboración propia

<i>Cuál es tu grupo de Edad</i>	Total de Respuestas
18 a 25 años	1
26 a 35 años	25

36 a 45 años	17
46 a 55 años	15
Más de 56 años	4
Total general	62

DIAGRAMA 16 Grupo de edad

Cuenta de Cuál es tu grupo de Edad



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

El grupo de edad de los profesionales que ya consumieron más del 50% del paquete de sus monedas más relevante es de 26 a 35 años, con números significativos en los 2 grupos siguientes, lo cual corrobora la información anterior vista en la tabla 16 ya que 57 de los 62 censados equivalentes a un 91,9% (sumatoria de los porcentajes 40,3% + 27,4% + 24,2%) según el diagrama 16 son personas entre los 26 a los 55 años de edad. Lo que quiere decir que más de un 90% los profesionales registrados en GetNinjas, son personas en este intervalo de edad.

Número de servicios cerrados y decisión de comprar un nuevo paquete.

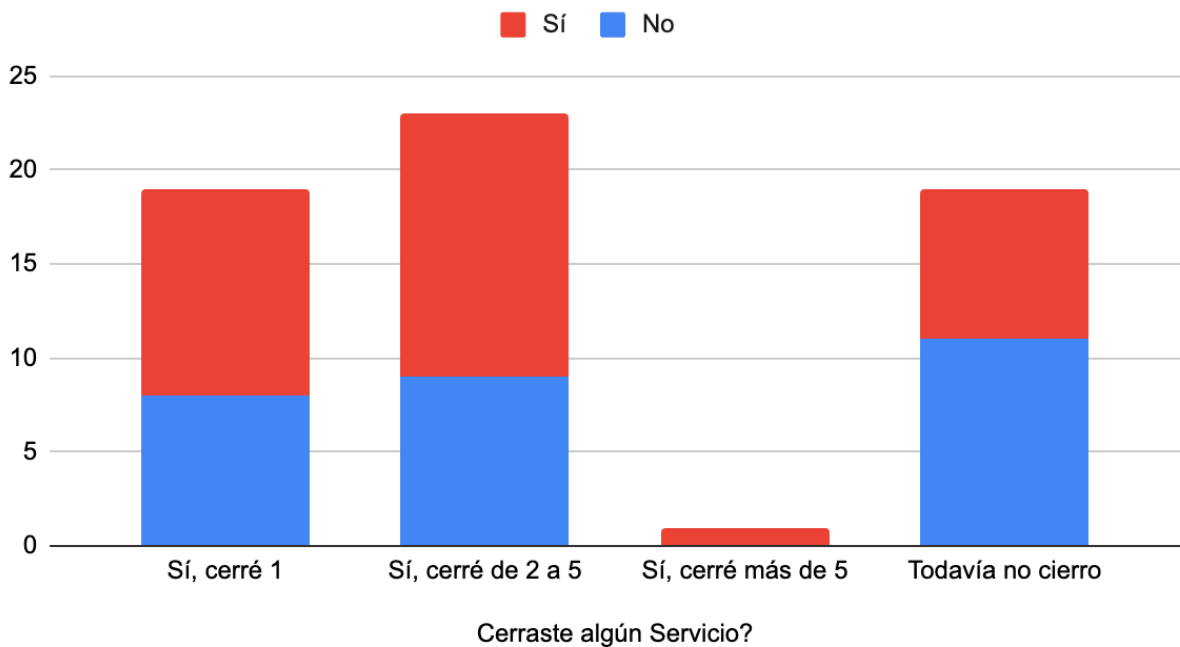
TABLA 17 NÚMERO DE SERVICIOS CERRADOS

Fuente. Elaboración propia

<i>Cerraste algún Servicio?</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>	<i>Total de Respuestas</i>
Sí, cerré 1	8	11	19
Sí, cerré de 2 a 5	9	14	23
Sí, cerré más de 5		1	1
Todavía no cierro	11	8	19
Total general	28	34	62

DIAGRAMA 17 Número de servicios cerrados

Cerraste algún Servicio?



FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA (2019)

En la tabla 17, se puede apreciar que 43 de los profesionales que ya consumieron más del 50% de su paquete de monedas, ya consiguieron cerrar por lo menos 1 servicio con algún cliente, siendo un número significativo, los profesionales que cerraron de 2 a 5 servicios (pues son 23 de los 62 censados). El diagrama 17 de igual manera, muestra de forma visual, el repunte en este grupo de profesionales que consiguieron más servicios, y el bajo número de profesionales que consiguió cerrar más de 5 servicios, que, en este caso, solo fue 1 de los 62 censados. Entonces basados en la tabla 15 donde las expectativas de los profesionales respecto a la app no se están cumpliendo, se puede deducir que en gran medida puede ser por la falta de habilidades en negociación con los clientes, que estén vendiendo muy barato para concretar el servicio (sin que generen mayor lucro) y no estén ofreciendo un servicio de calidad de principio a fin para cobrar un precio justo frente a su competencia, que les permita cobrar no solo por lo que saben hacer sino por el extra o valor agregado que ofrecen a los clientes.

Cómo se sienten (empleados, desempleados, dueños de negocios, etc.) y # de empleados que tienen en sus negocios

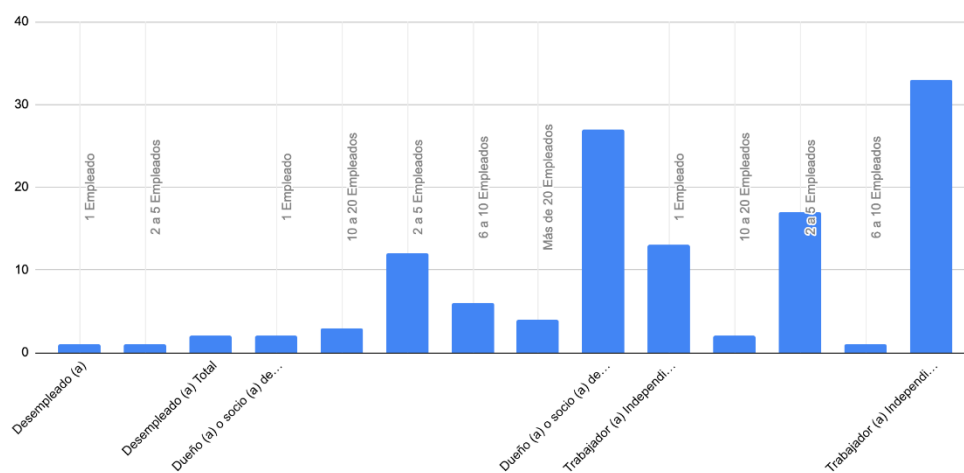
TABLA 18 NÚMERO DE EMPLEADOS EN SUS NEGOCIOS

Fuente. Elaboración propia

<i>Con cuál de estas opciones te identificas más?</i>	<i>Cuántos empleados tiene tu Empresa?</i>	<i>Cuenta de Con cuál de estas opciones te identificas más?</i>
Desempleado (a)	1 Empleado	1
	2 a 5 Empleados	1
Desempleado (a) Total		2
Dueño (a) o socio (a) de Empresa propia	1 Empleado	2

	10 a 20 Empleados	3
	2 a 5 Empleados	12
	6 a 10 Empleados	6
	Más de 20 Empleados	4
Dueño (a) o socio (a) de Empresa propia Total		27
Trabajador (a) Independiente (Freelancer)	1 Empleado	13
	10 a 20 Empleados	2
	2 a 5 Empleados	17
	6 a 10 Empleados	1
Trabajador (a) Independiente (Freelancer) Total		33
Total general		62

DIAGRAMA 18 Número de empleados en sus negocios



Fuente. Elaboración propia (2019)

En la tabla 18, se aprecia que, los profesionales que ya consumieron más del 50% del paquete de sus monedas son personas que se identifican con el mismo patrón de los otros perfiles y son trabajadores independientes o empresarios y dueños de empresas, contando así con un grupo de colaboradores entre 2 a 5 personas visibles gráficamente en el diagrama 18. Sin duda esto muestra el gran potencial que hay para explorar a través de la app, pues finalmente está diseñada para este segmento de personas, con el fin de potencializar su reconocimiento y crecimiento en el país, así como mejorar la experiencia de los usuarios o clientes en el momento de tener que buscar prestadores de servicios.

7.1.1 Soportes de los resultados a través de las acciones realizadas:

Traducciones: En la imagen 6 se puede apreciar un print (toma de pantalla) de un documento de Excel con el nombre de las columnas y algunas de las traducciones que se realizaron para posteriormente ser subidas al programa Sublime Text, que permite plasmar dichas traducciones directamente en la aplicación:

	A	B	C	D	E
1	SUBLINE TEXT				
2	table	string_antiga	string_nova	category_slug	
3	pregunta	Tipo de servicio que necesitas:	¿Cuál es el tipo de servicio que necesitas?	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
4	pregunta	Tipo de inmueble:	¿Cuál es el tipo de inmueble?	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
5	pregunta	Tamaño de tu proyecto:	¿Cuál es el tamaño de tu proyecto?	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
6	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
7	pregunta	Ej: casa, apartamento, etc	Ej: casa, departamento, etc	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
8	pregunta	Ej: sí, no, no estoy seguro	Ej: sí, no, tal vez	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
9	pregunta	Ej: cuanto antes, en los próximos 30 días, etc	Ej: cuanto antes, en los próximos 30 días, etc	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
10	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
11	respuesta	Apartamento	Departamento	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
12	respuesta	Medio (de 50 a 150 m²)	Mediano (de 50 a 150 m²)	construccion-y-remodelaciones/arquitecto	
13	pregunta	Tipo de Ingeniería	¿Cuál especialidad de ingeniería necesitas?	construccion-y-remodelaciones/ingeniero	
14	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/limpieza-de-obra	
15	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/limpieza-de-obra	
16	pregunta	Ej: casa, apartamento, etc	Ej: casa, departamento, etc	construccion-y-remodelaciones/limpieza-de-obra	
17	pregunta	Tipo de servicio que necesitas	¿Cuál es el tipo de servicio que necesitas?	construccion-y-remodelaciones/albanil	
18	pregunta	Tamaño del local	¿Cuánto mide el local?	construccion-y-remodelaciones/albanil	
19	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/albanil	
20	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/albanil	
21	pregunta	Tipo de servicio que necesitas	¿Cuál es el tipo de servicio que necesitas?	construccion-y-remodelaciones/excavacion	
22	pregunta	Tamaño del local	¿Cuánto mide el local?	construccion-y-remodelaciones/excavacion	
23	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/excavacion	
24	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/excavacion	
25	pregunta	Tipo de servicio que necesitas	¿Cuál es el tipo de servicio que necesitas?	construccion-y-remodelaciones/electricista	
26	pregunta	El servicio se hará en:	¿Dónde se hará el servicio?	construccion-y-remodelaciones/electricista	
27	pregunta	Área donde requiere el servicio	En qué lugar se requiere el servicio?	construccion-y-remodelaciones/electricista	
28	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/electricista	
29	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/electricista	
30	pregunta	Tipo de servicio que necesitas	¿Cuál es el tipo de servicio que necesitas?	construccion-y-remodelaciones/plomero	
31	pregunta	El servicio se realizará en:	Dónde se hará el servicio?	construccion-y-remodelaciones/plomero	
32	pregunta	Tipo de inmueble	¿Cuál es el tipo de inmueble?	construccion-y-remodelaciones/plomero	
33	pregunta	¿ Para cuándo necesitas este servicio?	Pronto, Próximos 30 días, No estoy seguro	construccion-y-remodelaciones/plomero	
34	pregunta	Informaciones adicionales	Información Adicional	construccion-y-remodelaciones/plomero	
35	pregunta	Describe lo que necesitas	Describe lo que necesitas	construccion-y-remodelaciones/plomero	

IMAGEN 6. TRADUCCIONES GENERALES

Fuente. Elaboración propia (2019)

La imagen 7, son pantallas tomadas de algunas ventanas de la aplicación en portugués y en español, con el fin de mostrar el antes y después de las traducciones. En estas pantallas se puede apreciar la sección de edición del perfil del profesional, donde pueden seleccionar la o las categorías en las cuales desean registrar los servicios que ofrecen:

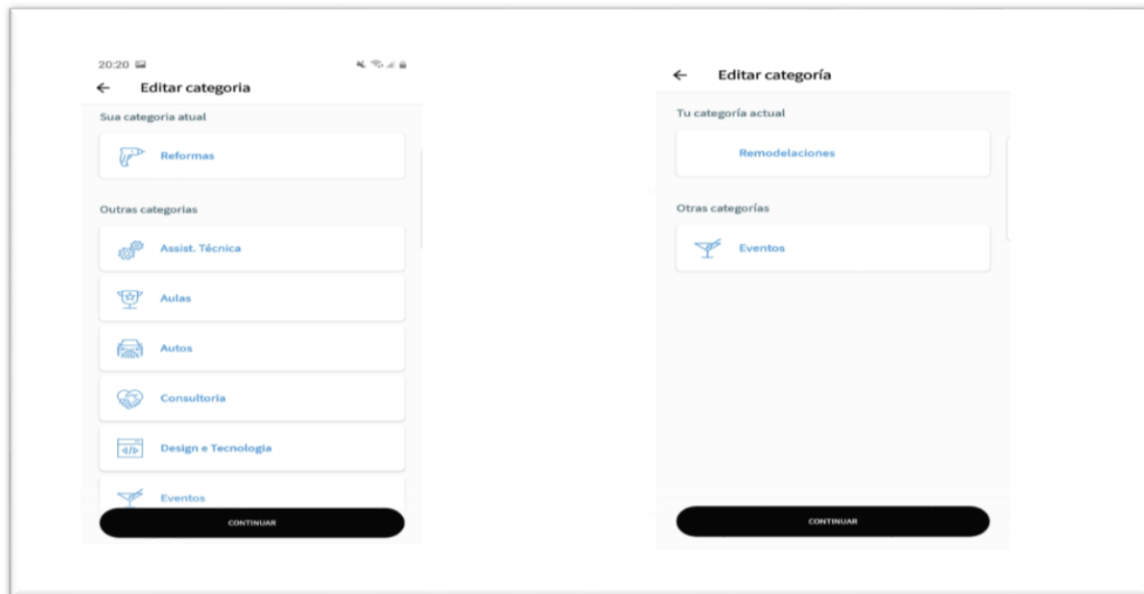


IMAGEN 7. EDICIÓN DE LA CATEGORÍA DE SERVICIO EN AMBOS IDIOMAS

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la imagen 8 presentada, se ven las pantallas de la app, en la sección que muestra el valor de los paquetes de monedas para los profesionales ya registrados:

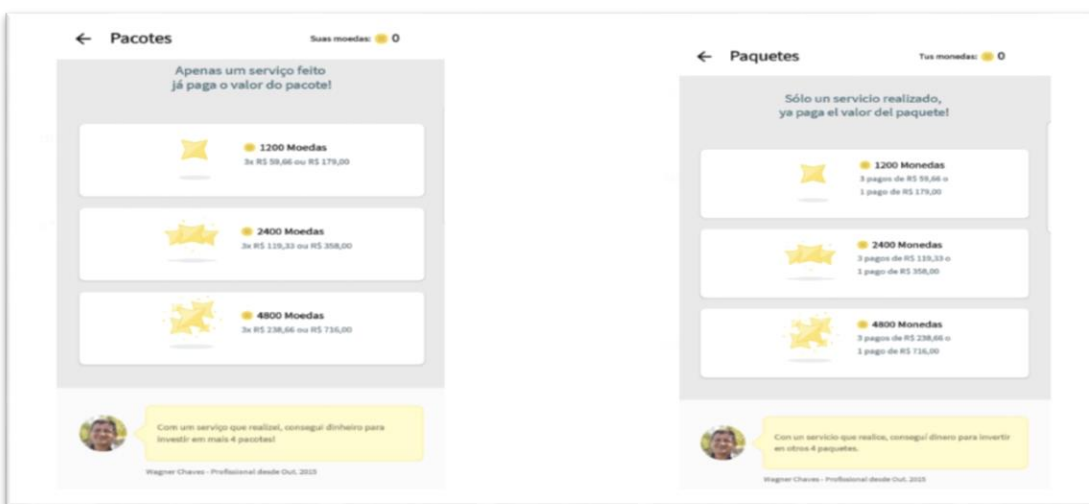


IMAGEN 8. PERFILES DE USUARIO EN AMBOS IDIOMAS

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la imagen 9 se muestra la barra inicial de opciones que se despliega a los profesionales, una vez hacen click en su perfil (para este caso, sería en la foto de perfil):

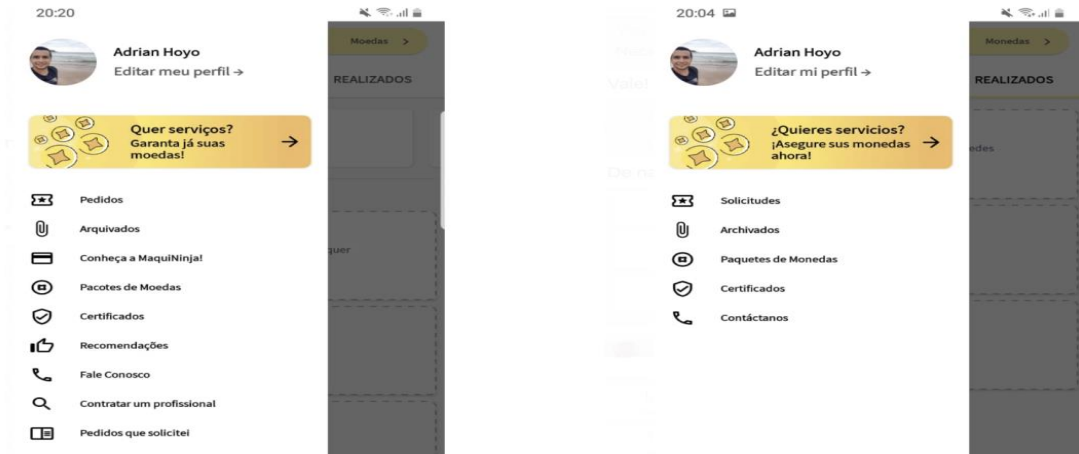


IMAGEN 9. INFORMACIÓN GENERAL DE USUARIO EN ESPAÑOL

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la imagen 10 se ven las pantallas de la aplicación donde se puede editar la información personal escrita por el profesional registrado, esto con el fin de que, si tuvo algún error o se olvidó de colocar alguna cosa en su registro, pues tenga la oportunidad de actualizar nuevamente su perfil:

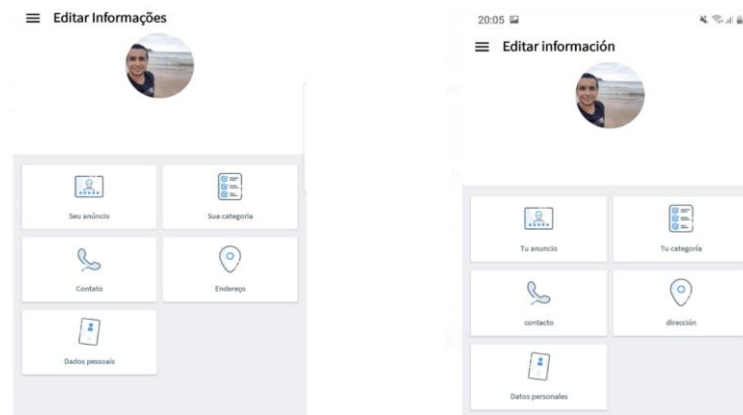


IMAGEN10. EDICIÓN DE PERFIL DE USUARIO EN PORTUGUÉS – ESPAÑOL

Fuente. Elaboración propia (2019)

7.1.2 Datos generales operación México:

La imagen 11 muestra un histórico desde enero del 2019, hasta octubre 2019, de la manera como se ha logrado estabilizar y mejorar la operación en México, para las 2 categorías (reformas y eventos). Siendo reformas la categoría que más dinero ha logrado generar, con un total superior a los 10 mil reales:

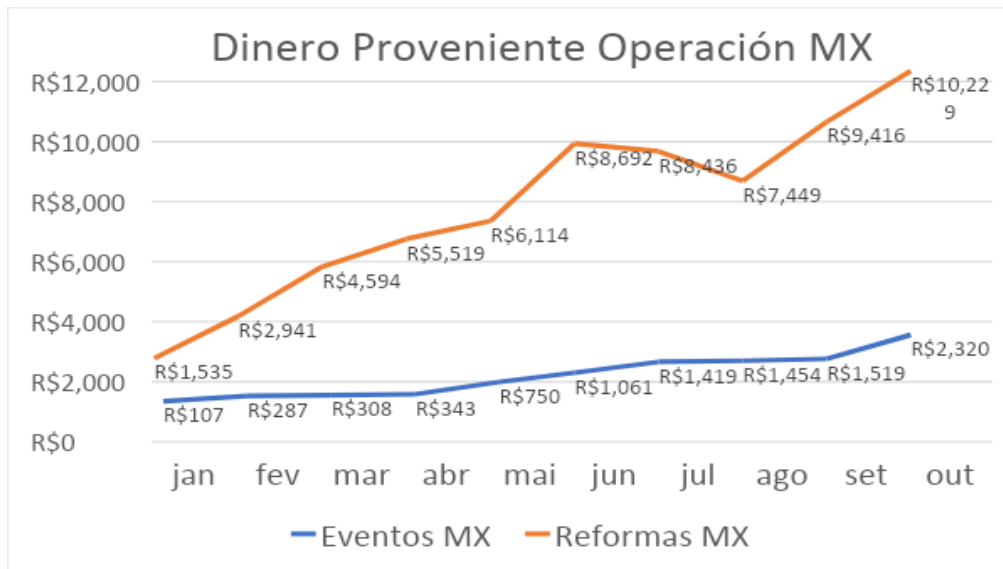


IMAGEN 11. LA CATEGORÍA CON MEJOR RESULTADOS

Fuente. Elaboración propia (2019)

La imagen 12, muestra un total de 4 tablas. En la primera de ellas ubicada en la esquina superior izquierda, se puede apreciar la ganancia de los profesionales por semana (en reales), la tabla de la esquina superior derecha muestra el número de signups, o ingresos generados en la app por parte de los profesionales, desde el mes de Julio 2019, hasta el mes de octubre 2019 (en este último mes se puede apreciar un pico superior a 600 signups por día). En la tabla de la esquina inferior izquierda se puede apreciar el número de Requests por semana (son las solicitudes de servicios generadas por clientes) y se muestra en promedio 1500 solicitudes por día. Y en la

última tabla, ubicada en la esquina inferior derecha, se puede ver el número de leads por semana, que básicamente muestra, el número de requests que ha sido comprado por los profesionales para que puedan liberar el contacto con los clientes (en promedio a un número de 800 leads por día), si se tiene en cuenta que el número promedio de requests es de 1500, es de para considerar que alrededor de 700 requests, no están siendo compradas por los profesionales, lo que lleva a replantear el modelo de distribución y costo de cada una de estas solicitudes. ¿Se están distribuyendo las solicitudes a profesionales cercanos de la ubicación donde el cliente los solicita? ¿El costo de monedas que se cobra por liberar el contacto con los clientes, es relativo al servicio que se está solicitando o está más caro de la media?

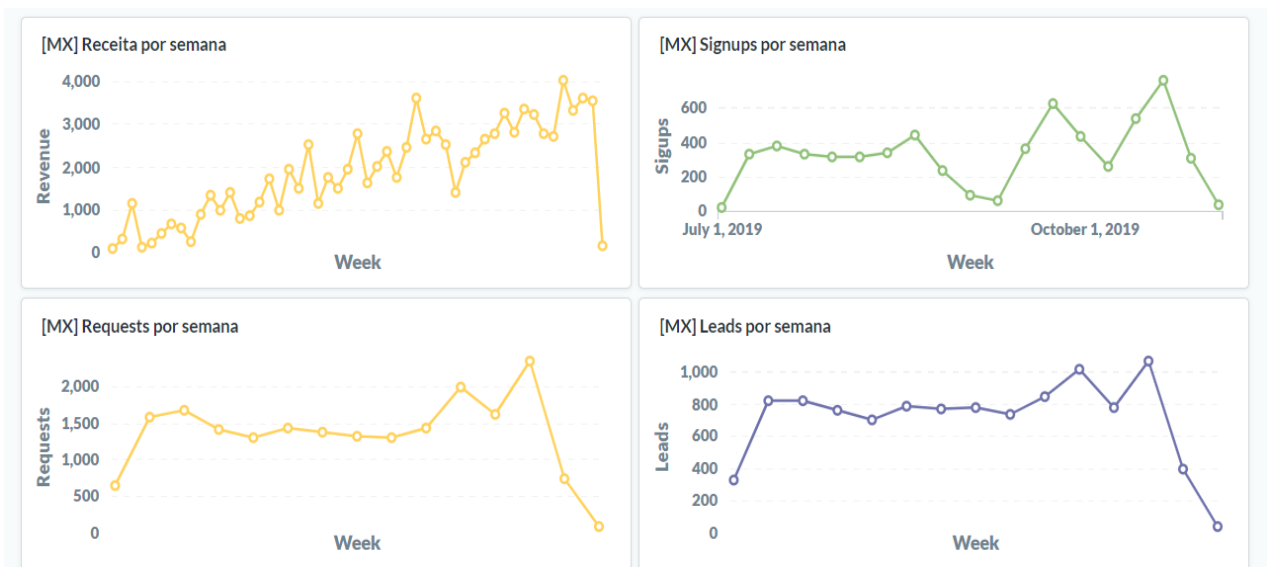


IMAGEN 12. RESULTADOS RECEITA, SIGNUPS, REQUESTS Y LEADS (JUL-OCT 2019)

Fuente. Elaboración propia (2019)

En la imagen 13 se pueden ver 2 recuadros, una ubicada de manera vertical a la izquierda, y la siguiente en posición horizontal a la derecha. En el recuadro de la izquierda se puede apreciar el número total de profesionales activos (que usan frecuentemente la aplicación y ya generan lucro

para la empresa) hasta el mes de octubre 2019, y se ve que actualmente en México se cuenta con 146 profesionales activos, lo que posiciona a Ciudad de México y el Estado de México, como la octava mayor región de profesionales activos alrededor de Brasil y México dentro de la plataforma. En el recuadro de la derecha, se muestra la tasa de validación de teléfono para clientes, que básicamente es una medida que permite mirar si realmente los datos de contactos que dejan los clientes en el momento de realizar la solicitud de servicio, están siendo validados o no, esto con el fin de evitar que los profesionales terminen comprando solicitudes falsas. Así que cuando la tasa está por encima de 0,5 quiere decir que se está realizando una validación adecuada, pues más de la mitad de las solicitudes están siendo verificadas con éxito, en cambio, si la tasa cae por debajo de 0,5 es preocupante para los profesionales, pues no se está validando correctamente más de la mitad de las solicitudes generadas por clientes.

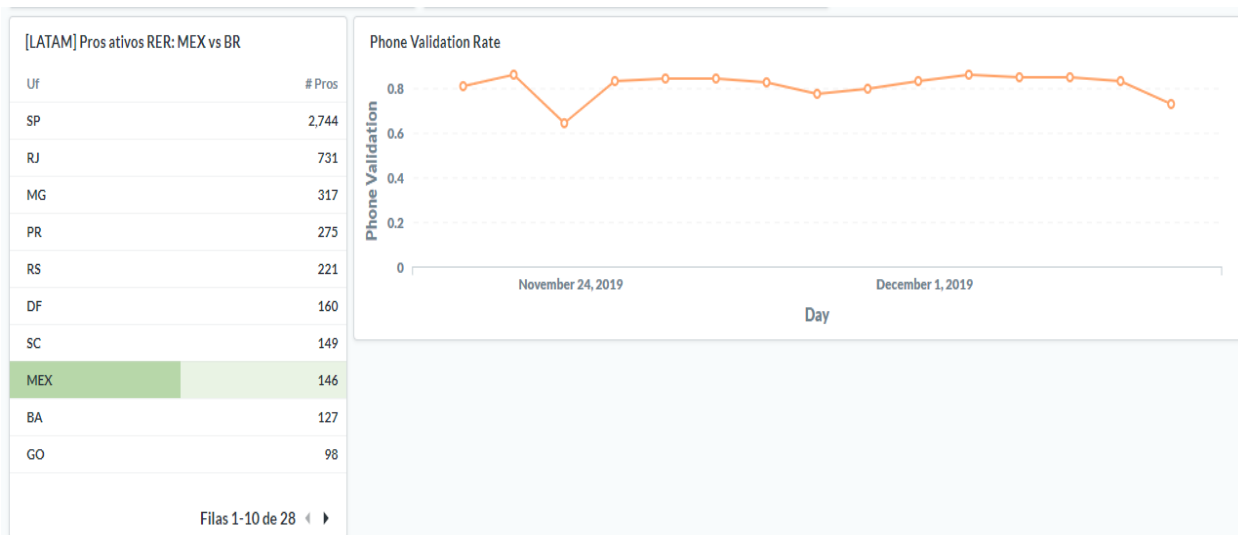
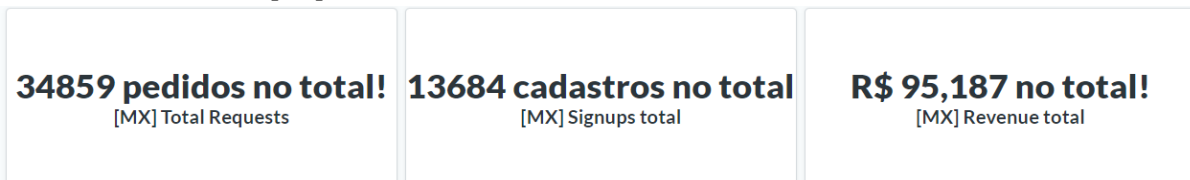


IMAGEN 13. TOTAL DE SOLICITUDES HASTA NOV-19

Fuente. Elaboración propia (2019)



En la imagen anterior (Imagen numero 13) se encuentran 3 recuadros. El primero de ellos muestra el número total de requests, o solicitudes de servicios, generadas en el histórico de la operación en México (desde noviembre 2018, hasta octubre 2019), aquí se ve que se han generado 34859 solicitudes. El segundo recuadro, permite ver el número total de registros generados por los profesionales, a lo largo del mismo periodo, y se aprecia que ya hay más de 13 mil registros realizados en la aplicación. Y en el último recuadro se puede ver el lucro total generado de la operación en México (Durante el mismo periodo) que ha sido superior a los 90 mil reales.

7.1.3 Marketing campañas cliente google adwords

En las imágenes (Anexos 1-6), se puede apreciar la evidencia de algunas de las acciones realizadas en el área de marketing online (campañas realizadas en google y Facebook y videos grabados para subir contenido en el canal de YouTube), para adquisición de nuevos clientes y profesionales dentro de la aplicación, así como una estrategia de branding o reconocimiento de marca (esto permite generar más confianza hacia el uso de la app). De este grupo de imágenes se presenta una breve descripción a continuación:

La creación de una campaña de reformas en Google Adwords para adquisición de clientes (personas que realizan las solicitudes de servicios) Se puede evidenciar las palabras utilizadas para completar los campos de títulos y descripciones (Anexo 1).

La forma en como aparece desde un dispositivo móvil, una campaña en los buscadores de google, para cualquier persona interesada en contratar a un profesional en fumigaciones (Anexo 2).

Los anuncios generales de GETNINJAS, para una persona buscando profesionales en el área de reformas o eventos desde cualquier dispositivo móvil o laptop. (Anexo 3)

La campaña de reformas en Google Adwords para adquisición de profesionales (prestadores de servicios en la plataforma). Se puede evidenciar las palabras utilizadas para completar los campos de títulos y descripciones. (Anexo 4)

Los anuncios de GETNINJAS, para una persona buscando oportunidades de empleo autónomo en el área de reformas o eventos desde cualquier dispositivo móvil o laptop (Anexo 5).

7.1.4 Marketing de campañas para adquisición de profesionales en Facebook

En la imagen (Anexo 6), se puede apreciar algunas de las campañas creadas para adquisición de profesionales en Facebook. Son campañas que usan datos llamativos como el valor total de los ingresos generados en los últimos meses para los profesionales y la gran posibilidad de ser independiente y tener éxito en el negocio usando la app de GetNinjas.

7.1.5 Videos Canal de YouTube GetNinjas México:

Son videos diseñados para dar una inducción a los profesionales, desde cómo realizar su registro en la plataforma, hasta recomendaciones de cómo negociar con futuros clientes. Actualmente estos videos, ya se encuentran en YouTube, y se están usando como prueba piloto de un proyecto de fidelización de profesionales, que permita tener mayor recurrencia de ellos en la plataforma y a su vez como branding de la empresa, para transmitir mayor seguridad y confianza en el mercado mexicano.

1. <https://www.youtube.com/watch?v=wxrofkLOUEA>: En éste video se muestran algunos pasos que se deben seguir para conseguir más negocios!
2. <https://www.youtube.com/watch?v=yRzzHd4kdxY>: En éste video se puede conocer cómo invertir en una carrera en GetNinjas. ¡Actualmente, muchos profesionales ya tienen una carrera de éxito, y cualquier profesional con ganas también puede lograrlo!

3. <https://www.youtube.com/watch?v=PnhmY2C4X0Y>: Llegada a México con 90% de descuento para que los profesionales vean como GetNinjas puede ayudarlos a aumentar sus ingresos!
4. <https://www.youtube.com/watch?v=3xHoW-2clco>: Video que muestra algunos consejos de cómo se puede construir un anuncio llamativo para los posibles clientes, dentro de la aplicación.
5. <https://www.youtube.com/watch?v=FYfzA4dcE1Y>: En este video se enseña a los profesionales cómo funciona la distribución de los servicios dependiendo del radio de ubicación en el cual se encuentren los profesionales.

7.1.6 Material enviado por el equipo de CRM para apertura de las operaciones en México:

Para evidenciar el material enviado, se pueden ver las imágenes de la (ver imágenes en anexos) donde se muestra el email hablando del descuento agresivo para la compra del primer paquete de monedas (Anexo 7), también el email que incentiva a los profesionales a descargar la app y realizar el registro en la app (Anexo 8) y finalmente el email que es enviado a los profesionales con pedidos generados cerca de su ubicación para incentivar el gasto de su paquete de monedas y así propiciar las negociaciones con los clientes (Anexo 9).

7.1.7 Publicaciones en prensa para México desde el área de comunicación:

En los siguientes enlaces se remiten a diferentes noticias que se realizaron en el área de comunicación, para hacer presencia no solo a través de marketing online, sino también de marketing offline en el mercado mexicano.

Algunos datos generales, que han sido usados en Publicaciones de Prensa:

- Más de 10 mil profesionales registrados

- Más de 30 mil servicios solicitados (desde la llegada a MX)
- GMV I\$20 millones en pesos mexicanos (desde la llegada a MX)
- Lanzamiento oficial en México: 22 de noviembre de 2018.

16/01/2019: NotiMex

<http://www.notimex.gob.mx/notas?palabra=getninjas&categorias=0&fecha1=2019-01-16&fecha2=2019-01-16>

31/03/2019: Milenio

<https://www.milenio.com/negocios/nace-app-para-contratar-todo-tipo-de-trabajadores>

02/05/2019: La Razón

<https://www.razon.com.mx/tecnologia/opciones-laborales-airbnb-doghero-getninjas-workana-freelancers-rappi-uber-eats-postmate-cornershop/>

10/08/2019: MSN

<https://www.msn.com/es-mx/news/other/apps-de-servicio-dan-oportunidades-a-mexicanos/ar-AAFqTT3>

01/11/2019: Mundo Ejecutivo

<https://mundoejecutivo.com.mx/management/2019/11/01/conoce-estas-5-apps-para-tener-ingresos-extra/>

8. CONCLUSIONES

Algunas de las conclusiones más relevantes que ha dejado este proyecto de expansión a México han sido:

1. Percepción de confianza por parte del profesional:

Es importante tener en cuenta que actualmente en México hay 12 millones de profesionales trabajando como informales, es decir, no están empleados en ninguna empresa, se identifican como trabajadores independientes o freelancers. (Fuente: INEGI)

Por ser GetNinjas una plataforma que ayuda a los trabajadores autónomos, ha sido una herramienta muy útil, innovadora y con una receptividad buena en general tanto de clientes como de profesionales. Sin embargo, se debe considerar que por ser una aplicación completamente nueva y extranjera en el mercado mexicano, ha sido complejo generar un nivel de confianza fuerte por parte de los prestadores de servicio, ya que es evidente, que el nivel de primera compra de paquete de monedas, el cual ya tiene el descuento agresivo del 90%, es muy alto, por encima del 20% de los profesionales registrados en la aplicación, pero el nivel de recompra es muy bajo, ya que no existe un descuento adicional, y al haber dado un descuento inicial tan agresivo, hay la percepción de que el precio general de los paquetes de monedas es alto. Por otro lado, aplicar el mismo modelo que existe en Brasil de que sean 3 profesionales quienes pueden liberar el mismo request generado por el cliente ha sido una buena elección ya que es ideal para crear una sana competencia en la plataforma y generar lucro basado en el modelo de oferta y demanda que maneja.

2. El mercado no es maduro, hay una carencia grande en el uso de plataformas tecnológicas que permitan la contratación de servicios:

Debido a que, en México, no existen muchas aplicaciones de servicios, pues la que más conocen es Habitissimo, hay realmente una falta de información muy grande sobre las facilidades y el alcance potencial que el uso de la tecnología puede traer para cualquier negocio. Sin embargo, los numero generados en los primeros 10 meses de operación, han sido bastante alentadores, ya que el GMV (dinero total que se ha colocado a través de GETNINJAS, en el bolsillo de los profesionales) fue de 20 millones de pesos mexicanos (MXN). Esto sin duda alguna muestra, que, aunque existe una falta de maduración en el mercado para el uso de plataformas de contratación de servicios, pues ya existe una buena receptividad de la aplicación y se esperan resultados muy positivos para los próximos 5 años.

3. 90% de descuento en la compra del primer paquete de monedas:

Se percibe a través de canales como Facebook y correo electrónico que el descuento agresivo del 90% para la compra del primer paquete de monedas, puede generar desconfianza, pues se ven continuamente comentarios como: “de eso tan bueno no dan tanto”, “lo barato siempre sale caro”, entre otros. Respecto al aprovechamiento de este descuento, también se ve que hay profesionales que realizan más de 1 registro, cambiando pequeños datos, con el fin de ganar más de un descuento, por lo tanto, se hace necesario crear una regla de selección de perfiles creados, haciendo una validación detallada de teléfono, documento de identificación y antecedentes penales.

También se evidenció que se debe optar también por una estrategia más agresiva de Marketing Offline con el fin de aumentar la fidelización de clientes y profesionales, pues hasta el

momento solo se ha hecho inversión fuerte en marketing online y se ha generado muy poca presencia a través de medios de difusión como periódicos, radio y televisión.

En la inversión generada a través de marketing online, se pudo evidenciar que la captación de clientes es más fácil que la de profesionales ya que a través del canal de Google adwords, los profesionales demoran más en fidelizar, por ahora se tienen campañas en Facebook y Google para adquisición de Profesionales y clientes. Aquí es claro que cuando un cliente busca un servicio a través de google, ya tiene una necesidad real por suplir y por consiguiente es más fácil que genere la solicitud de servicio a través de la plataforma, teniendo en cuenta que no le genera ningún costo. En el caso de los profesionales es diferente, porque deben hacer una inversión inicial para la compra de su primer paquete de monedas, y mismo que exista una necesidad de encontrar trabajo, también existe una desconfianza en el momento de invertir su dinero

4. Equipos (inversión en infraestructura)

Se planea invertir en el largo plazo (cuando se logre estabilizar todas las campañas a través de google adwords) en una estructura más robusta de la empresa en México y para esto es necesario generar estrategias más específicas en los planes de acción que debe realizar cada equipo de trabajo, la idea es definir mejor desde el inicio las estrategias a corto, mediano y largo plazo en un proceso de expansión, pues se puede caer en el error de no priorizar tareas que terminan en tiempos muertos y gastos innecesarios.

Por otro lado, también se pudo apreciar que se realizó inicialmente una traducción subestimada de la plataforma, y con el tiempo la empresa percibió que es muy importante contratar a una persona nativa para realizar la traducción o adaptación del idioma y diferentes dialectos a cada país. De manera inicial se había contratado a una persona no nativa que tradujo de

maneta literal de portugués a español, dando como resultado una traducción sin sentido y que era imposible de entender.

La inversión que se realizó inicialmente en el canal de google adwords (para controlar costos) terminó con un impacto negativo para la estrategia SEO de la empresa, pues a México se llegó sólo con Reformas y Eventos y no se consideraron las otras 8 categorías que ya existen en Brasil, lo que conllevó a que google no consiguiera optimizar rápido las campañas (basados en recolección de datos) para búsquedas y posicionamiento orgánico.

5. Ejecución (validación del perfil de profesional y del cliente):

Por parte del profesional se necesita mitigar el riesgo en el proceso de la prestación del servicio, por lo cual se adaptaron funcionalidades como, validar documentos de identidad, solicitud de antecedentes penales, validación de IP del dispositivo por el cual se realiza el registro inicial, validación de teléfono. Y para cliente se implementa la validación de teléfono, a través del proveedor Mobile, de la misma manera que actualmente se hace en Brasil, para evitar que los profesionales compren solicitudes falsas o con números de contactos que no funcionan.

6. PR (Equipo de comunicación y nuevas oportunidades de negocios)

La negociación y cierre de convenio con la empresa de PR en México, fue de gran ayuda para conseguir pautas publicitarias de la empresa en medios publicitarios como periódicos, radio y televisión. Esto se hizo con el fin de aumentar la base de profesionales registrados en la plataforma y de mejorar el nivel de confianza, impulsando el nombre de la empresa en medios confiables y de alta circulación.

9. RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos, se puede evidenciar una falta de fidelización de los prestadores de servicios en la plataforma, ya sea porque les genera desconfianza, les parece que los precios no son justos, o simplemente no entienden aún cómo funciona. Para comenzar a trabajar en una solución a esta necesidad la empresa ha puesto en marcha un “Modelo de fidelización de Profesionales”:

Las hipótesis generadas con el fin de implementar este modelo fueron:

1. Entender que el método de negociación de los profesionales registrados, hacia los clientes, no es el mejor.
2. Falta de motivación de los profesionales inscritos en la plataforma. Pues mismo y teniendo monedas, no las utilizan para liberar el contacto con los clientes.
3. Falta de interacción con el cliente. Los profesionales son tímidos para contactar a los clientes y ya que no los conocen personalmente, no se genera un vínculo de confianza entre el cliente y el profesional.
4. Algunos profesionales y clientes no sienten que son importantes para la empresa. El hecho de no tener una sede presencial de GetNinjas en México, hace que las personas que usan la plataforma no se sientan respaldadas o parte fundamental del éxito de la plataforma.

¿Qué se debe realizar?

1. Realizar un seguimiento periódico (cada 15 días), a los profesionales, a través de email y realizar el envío de videos tutoriales de Academia Ninja

2. Dar un Kit de bienvenida Ninja a los nuevos profesionales inscritos en la plataforma, este kit pueden ser más monedas o descuento, para su segunda compra de cualquier paquete de monedas.
3. Llamar por lo menos una vez al mes a los pros que compran su primer paquete de monedas, para generar un vínculo de confianza y fidelidad, entre ellos y la plataforma.
4. Enviar mensaje de felicitaciones a los profesionales por adquirir su primer paquete y de una vez dar algunos TIPS de venta y negociación, para que tengan más oportunidades de cerrar servicios con los clientes.
5. FacebookLive: realizar un encuentro en Facebook a través de la página oficial de GetNinjas 1 vez por trimestre con el fin de tener un contacto real, en vivo tanto con clientes como con profesionales que usan la plataforma.

Público a tratar:

1. Profesionales que tienen aún monedas por usar y no han tenido leads
2. Profesionales que aún no han gastado su primer paquete de monedas y ya han generado Leads
3. Clientes que solicitan servicios a través de la aplicación.
4. Nuevos Pros registrados en la plataforma.

Canales de Comunicación con clientes y profesionales para implementar el modelo de

fidelización: App (push), Celular, teléfono fijo, E-mail, WhatsApp, Facebook

10. REFERENCIAS

- Academy. (20 de septiembre de 2018). *Academy by reamd*. Recuperado el 26 de septiembre de 2019, de A evolução dos marketplaces: o que são e como funcionam?: eamp.com.br/blog/2018/09/a-evolucao-dos-marketplaces-o-que-sao-e-como-funcionam/
- Avila, N. (24 de marzo de 2015). *360dbi*. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de Entenda como calcular o ROI dos seus investimentos: <https://360dbi.com/blog/como-calculiar-o-roi-dos-seus-investimentos/>
- Borges, L. (2010). *PR Marketing: ¿qué es y cómo hacer?* Recuperado el 14 de marzo de 2020, de <https://blog.luz.vc/es/que-es/pr-marketing/>
- Cambridge Dictionary. (14 de Marzo de 2020). *Cambridge Dictionary*. Obtenido de request: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/request>
- Cordovez, D. (2015). *Meetime*. Obtenido de O que é Trial? Uma excelente maneira de aumentar conversões!: <https://meetime.com.br/blog/vendas/o-que-e-trial/>
- Diccionario Ibound Marketing. (s.f.). *40defiebre*. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de <https://www.40defiebre.com/que-es/sem>
- ElegirCRM. (14 de Marzo de 2020). *Entiende qué es un CRM y qué ofrece a las diferentes áreas de una empresa*. Obtenido de <https://www.elegircrm.com/crm/que-es-un-crm>
- Espel, M. (1 de Mayo de 2018). *Marketing, Negocios e innovacion*. Obtenido de digitalisthub: <https://digitalisthub.com/que-es-un-lead/>

Freitas, T. (22 de octubre de 2018). *startse.com*. Recuperado el 16 de febrero de 2020, de

GetNinjas começa expansão internacional:

<https://www.startse.com/noticia/startups/getninjas-completa-7-anos-e-vai-para-o-mexico>

Getninjas. (s.f.). *La forma más inteligente de contratar un servicio*. Recuperado el 2019, de

https://www.getninjas.com.mx/?utm_source=GoogleSearch&utm_medium=cpc&utm_campaign=2054174395&adGroupId=87164027935&feedItemId=&targetId=kwd-309017044970&utm_term=e-getninjas&utm_content=406798970817&matchtype=e&device=c&device_model=&placement=&network=g&

Kestenbaum , R. (26 de abril de 2017). *Forbes*. Recuperado el 12 de marzo de 2020, de ¿Qué son los mercados en línea y cuál es su futuro?:

<https://www.forbes.com/sites/richardkestenbaum/2017/04/26/what-are-online-marketplaces-and-what-is-their-future/#220f77493284>

Knöbl, E. (27 de Abril de 2017). *Guía de posicionamiento SEO para negocios B2B*. Obtenido de

<https://www.todopatuweb.net/news/que-es-seo-y-como-funciona>

Lanzanos. (s.f.). <https://www.lanzanos.com/>. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de ¿Cómo funciona Lánzanos y cómo puedo apoyar un proyecto?:

<https://www.lanzanos.com/como/funciona/>

NewsMDirector. (13 de enero de 2018). *mdirector*. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de ¿Qué

son las notificaciones push?: mdirector.com/sms-marketing/que-son-las-notificaciones-push.html

Olist. (2017). *Vender en Marketplace: DIAGNÓSTICO e ENDÊNCIAS. No Brasil*. Recuperado el 2019, de Olist:

https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/6894/1507576435panorama_olist_2017.pdf

Performance Digital. (14 de marzo de 2020). *Como funciona uma operação de Marketplace.*

Obtenido de <https://news.comschool.com.br/como-funciona-uma-operacao-de-marketplace/>

Reis , T. (05 de septiembre de 2019). *GMV: entenda o que representa o indicador de Volume*

Bruto de Mercadoria. Obtenido de <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/gmv/>

The Home Depot México . (s.f.). *The Home Depot* . Obtenido de

<https://www.homedepot.com.mx/informacion-corporativa>

Vega, D. (14 de Marzo de 2020). *Platzi.* Obtenido de Curso de Fundamentos de JavaScript:

<https://platzi.com/@danivegamx/>

11. ANEXO

ANEXO 1 TOTAL DE RESULTADOS PARA CAMPAÑAS PARA PROFESIONALES EN MÉXICO IMAGEN 14. TOTAL DE RESULTADOS DE CAMPAÑAS PARA PROFESIONALES EN MÉXICO

Google Ads | Editar anuncio de texto

Grupo de anuncios: latam1:reforma/fumigador:mx:ciudad-de-mexico > search:detector
Palabras clave: detector, detección, [detectar], detectar y 5 más

Editar anuncio de texto

URL final
<https://www.getninjas.com.mx/presupuestos/construccion-y-remodelacione>

Título 1
{Keyword:Contrata un Fumigador}

Título 2
Escoge entre 3 Presupuestos

Título 3
Profesionales Recomendados **NUEVA**

Ruta visible
getninjas.com.mx / Fumigación / Servicio

Descripción 1
Colocamos Más de \$10 Millones de Pesos en el Bolsillo de Nuestros Profesionales

Descripción 2
Ya Generamos más de 30 Mil Solicitudes de Servicios por Clientes **NUEVA**

Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 2 MARKETING GOOGLE ADS IMAGEN 15. MARKETING GOOGLE ADS

Móvil

Contrata un Fumigador | Escoge entre 3 Presupuestos | Profesionales Recomendados

[Anuncio getninjas.com.mx/Fumigación/Servicio](https://www.getninjas.com.mx/Fumigación/Servicio)

Colocamos Más de \$10 Millones de Pesos en el Bolsillo de Nuestros Profesionales. Ya Generamos más de 30 Mil Solicitudes de Servicios por Clientes Ahorre Tiempo. Presupuestos En un Minuto. Profesionales Cercanos...

[Presupuesto Residencial](#)

[Presupuesto Comercial](#)

[¿Eres Fumigador?](#)

[Control de Plagas](#)

Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 3 RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN GOOGLE

IMAGEN 16. RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN GOOGLE

[GetNinjas.com.mx | Contratación de Servicios Aqui](#)

[Anuncio](#) www.getninjas.com.mx/ ▼

Conectamos clientes con profesionales para ayudarlos a concretar negocios. ¡Consigue y Contrata Profesionales en tu Región!

[GetNinjas | Presupuesto de profesionales confiables en ...](#)

<https://www.getninjas.com.mx/> ▼ Traduzir esta página

Encuentre profesionales confiables para pintar, reformar, traducir textos, enseñar matemáticas, o también pasear a tu perro en el **GetNinjas**.

[Regístrate como profesional](#) · [Términos de Uso](#) · [Carpinteros](#) · [Yeso y Tablaroca](#)

Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 4 RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN GOOGLE

IMAGEN 17. RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN GOOGLE

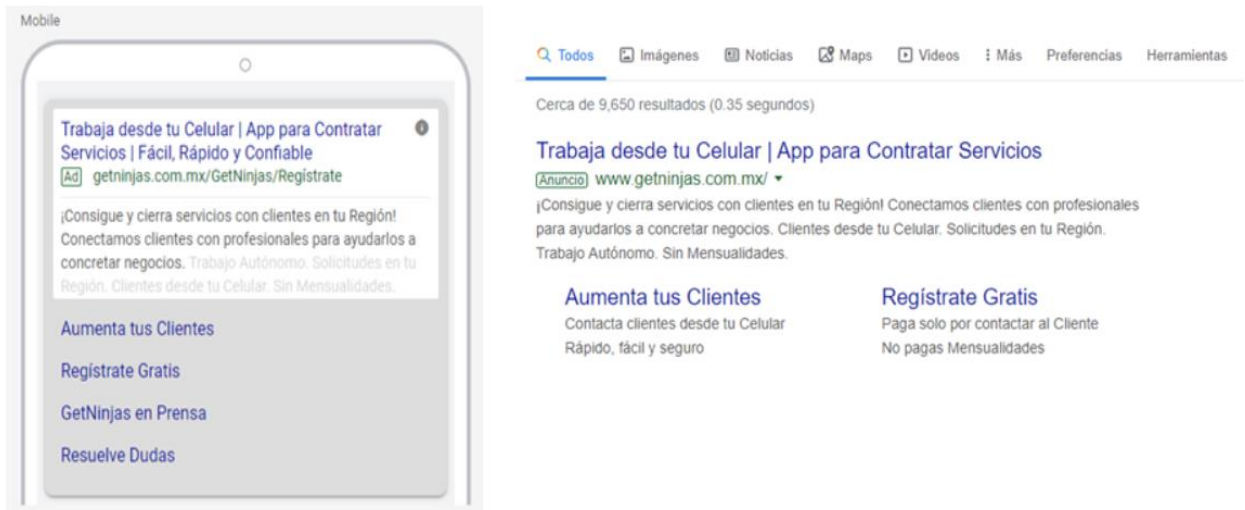
Marketing campañas profesional google adwords:

The image shows a screenshot of the Google AdWords interface for a text ad campaign. The ad is titled "Trabaja desde tu Celular" and is currently in a "NEW" status. The ad text includes a headline "Trabaja desde tu Celular", a sub-headline "App para Contratar Servicios", and a main headline "Fácil, Rápido y Confiable". The display path is "getninjas.com.mx / GetNinjas / Regístrate". The ad URL options are "https://www.getninjas.com.mx/anunciar". The ad is currently showing a "NEW" status. The ad is currently showing a "NEW" status.

Edit text ad	
Final URL	https://www.getninjas.com.mx/anunciar
Headline 1	Trabaja desde tu Celular
Headline 2	App para Contratar Servicios
Headline 3	Fácil, Rápido y Confiable
Display path	getninjas.com.mx / GetNinjas / Regístrate
Description 1	¡Consigue y cierra servicios con clientes en tu Región!
Description 2	Conectamos clientes con profesionales para ayudarlos a concretar negocios.
Ad URL options	

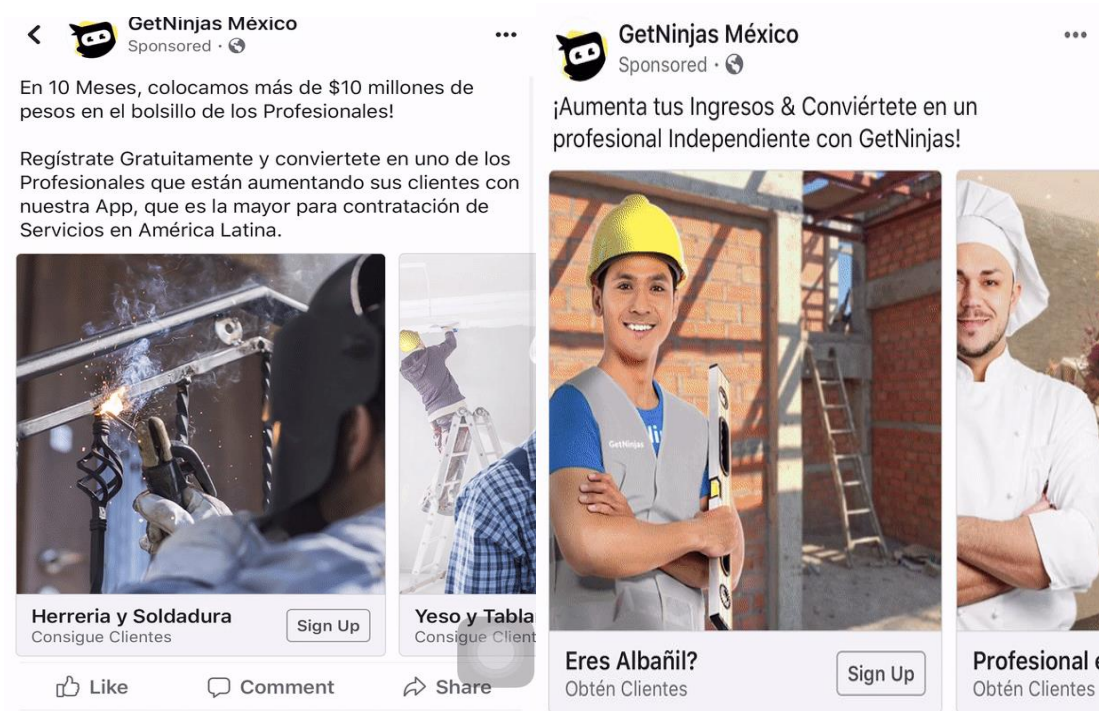
Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 5 MARKETING CAMPAÑA PROFESIONAL GOOGLE ADWORDS IMAGEN 18. MARKETING CAMPAÑA PROFESIONAL GOOGLE ADWORDS



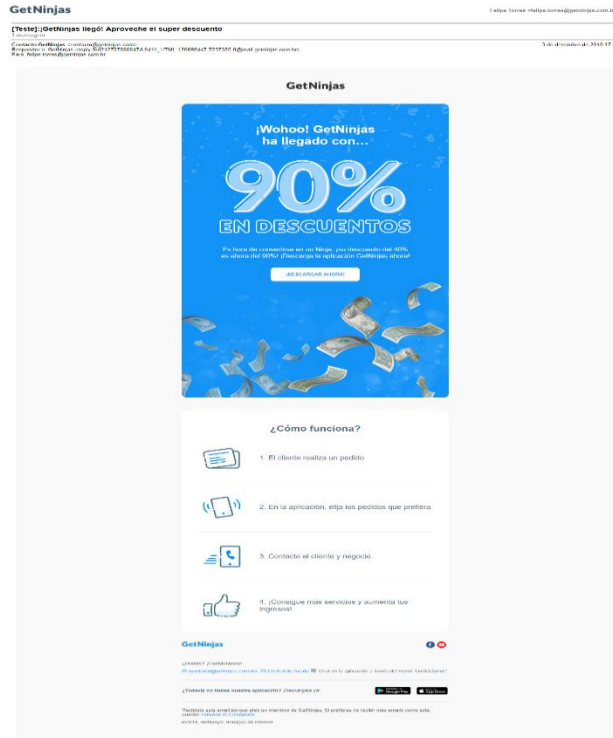
Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 6 MARKETING CAMPAÑAS PROFESIONAL GOOGLE ADWORDS IMAGEN 19 MARKETING CAMPAÑAS PROFESIONAL GOOGLE ADWORDS



Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 7 GETNINJAS IMAGEN 20. GETNINJAS



Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 8 GETNINJAS IMAGEN 21.

GetNinjas

Felipe Torres <felipe.torres@getninjas.com.br>

[Teste]: ¿El GetNinjas ya llegó y tú aún no descargaste la aplicación?

1 mensaje

Enviado del **GetNinjas** <contacto@getninjas.com>
Responder a: Contacto GetNinjas <reply-fec5117973640679-6362_HTML-126890458-7237325-0@mail.getninjas.com.br>
Para: felipe.torres@getninjas.com.br

27 de noviembre de 2018 13:24

¿Hola Julio, como estas?

¡Te habla Érika, soy consultora de GetNinjas!

¿Sabias que varios profesionales ya están consiguiendo nuevos clientes por el GetNinjas? ¡Todos ellos instalaron nuestra aplicación y concretaron **excelentes servicios!**

¡Diversos clientes están en búsqueda de profesionales como tú! Por eso no pierda más tiempo y **descarga ahora mismo la aplicación de GetNinjas, [clicando aquí](#).**

Aprovecha también **su descuento de 90%** al adquirir las monedas y mudar su vida profesional :)

Abrazos,



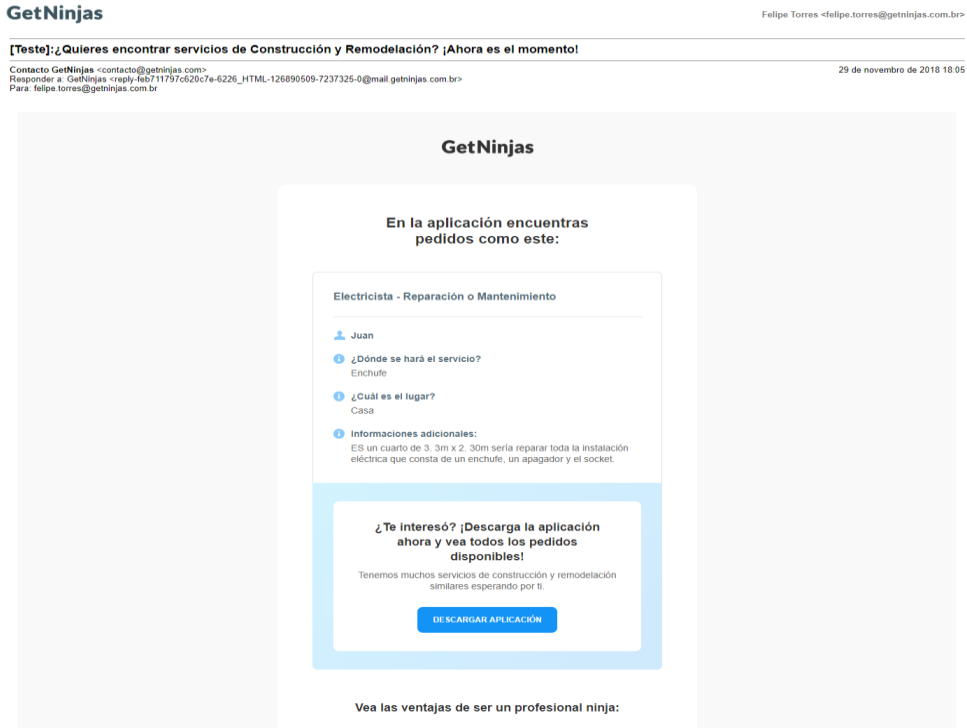
Érika Oliveira • Consultor GetNinjas

ayudame@getninjas.com.mx

GetNinjas

Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 9 GETNINJAS IMAGEN 22.



Fuente. Elaboración propia (2019)

ANEXO 10 CUESTIONARIO DE COMPORTAMIENTO DE LOS PROFESIONALES NO PAGANTES.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfSdmJt6PWcsgCI68zsRH_eO9KJSZBK-

[hcWhghqWq8FLIXL7w/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfSdmJt6PWcsgCI68zsRH_eO9KJSZBK-hcWhghqWq8FLIXL7w/viewform)

ANEXO 11 CUESTIONARIO DE COMPORTAMIENTO DE LOS PROFESIONALES QUE CONSUMIERON MENOS DEL 50% DE MONEDAS.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeV_eYuw8i1uFqg6c88EOSBnNG05t79OsHm7j

[yTGkIZFOyzFw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeV_eYuw8i1uFqg6c88EOSBnNG05t79OsHm7j-yTGkIZFOyzFw/viewform)

ANEXO 12 CUESTIONARIO DE COMPORTAMIENTO DE LOS PROFESIONALES QUE CONSUMIERON MÁS DEL 50% DE MONEDAS.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfArfETC0sHJVsrRA3b32maR7c0y5O19RWyFz>

[InkcB7bXo2cA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfArfETC0sHJVsrRA3b32maR7c0y5O19RWyFz-InkcB7bXo2cA/viewform)