



MiNana

**Portal Web Para Conectar a Familias con Personas que
Ofrecen Servicios de Cuidados Infantiles**

Tesista: Katty Lorena Peñaherreta Espinoza

Modalidad Proyecto de Innovación

Guía de Tesis: Mg. Luis Capelo

Maestría en Comunicación con Mención en Comunicación Digital

Diciembre de 2020

CONTENIDO

ANTECEDENTES	11
MARCO TEÓRICO.....	20
La Comunicación en el Escenario Digital.....	20
Plataformas Colaborativas.....	24
Comunidad	24
Plataformas Digitales Colaborativas	25
La Web 2.0 y la Interacción de Usuarios	26
Redes Sociales.....	28
Usabilidad y Accesibilidad en la Web	32
BENCHMARKING	35
METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN.....	51
Objetivo General de la Investigación	51
Objetivos Específicos de la Investigación.....	51
Guía de Preguntas para Entrevistas a Profundidad	55
Conclusiones de las Entrevistas	57
Mapa de Empatía.....	61
Descripción de Early Adopter	61
PRODUCTO MÍNIMO VIABLE.....	67
Descripción del Producto	67
Nombre de la Marca.....	68

Logo de la Marca.....	69
Objetivos del Producto	70
Misión del Producto	71
Visión del Producto.....	71
Valores de la Marca.....	71
Características del Producto	72
Diseño del Producto	74
Esquema de la Interface.....	74
Acceso a la Plataforma	75
Página de Registro Nanas	75
Página de Registro Padres	79
Página para Iniciar Sesión	82
Página para Contratar Nana.....	90
<i>Servicios Complementarios</i>	91
Gamificación	92
CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.....	94
Campaña de Lanzamiento de la Plataforma Digital MiNana.....	94
Inbound Marketing.....	94
Estrategia de Comunicación.....	95
Objetivo General.....	95
Objetivos Específicos	95
Concepto Creativo de la Campaña	95
Piezas Gráficas para Redes Sociales y Afiches Publicitarios	98

Videos para Instagram y Facebook	99
Post para Facebook e Instagram	100
METODOLOGÍA PARA EL TESTEO DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	105
Objetivo General	105
Objetivos Específicos	106
Grupo Focal.....	106
Entrevistas de Opinión de Expertos	108
RESULTADOS DEL TESTEO DEL PROTOTIPO	112
Evaluación del Grupo Focal	112
Evaluación de los Expertos	114
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL PROTOTIPO .	115
REFERENCIAS.....	117
ANEXOS	125
Anexo 1: Entrevistas a Profundidad a Perfiles Early Adopter	125
Anexo 2: Resultados del Testeo del Prototipo con Grupos Focales	165
Anexo 3: Resultados del Testeo del Prototipo con Expertos	173

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Resumen Benchmarking</i>	49
Tabla 2 <i>Características de los Perfiles de Clientes</i>	51
Tabla 3 <i>Descripción de los Perfiles Iniciadores</i>	52
Tabla 4 <i>Conclusiones de las Entrevistas Primera Parte Early Adopters</i>	58
Tabla 5 <i>Conclusiones de las Entrevistas Segunda Parte al Presentar la Ideación</i>	59
Tabla 6 <i>Resumen Mapa Empatía Perfil Entusiasta</i>	62
Tabla 7 <i>Resumen Mapa Empatía Perfil Visionario</i>	64
Tabla 8 <i>Resumen Mapa Empatía Perfil Pragmático</i>	66
Tabla 9 <i>Tipos de Servicios Requeridos</i>	67
Tabla 10 <i>Guía de Tópicos Grupo Focal</i>	107
Tabla 11 <i>Descripción de Perfiles de Expertos</i>	109
Tabla 12 <i>Guía de Preguntas para Entrevista a Expertos</i>	110
Tabla 13 <i>Resultado Testeo con Grupo Focal</i>	112

Índice de Figuras

Figura 1 Portal de Empleos en Ecuador.....	18
Figura 2 Uso de Redes Sociales en el Mundo.....	29
Figura 3 Uso de la Red Facebook en el Mundo.....	30
Figura 4 Aspectos de la Usabilidad.....	32
Figura 5 Homepage Plataforma Topnanny.es.....	36
Figura 6 Interface de la Plataforma Topnanny.es.....	37
Figura 7 Homepage Plataforma Interdomicilio.com.....	38
Figura 8 Interface Plataforma Interdomicilio.com.....	39
Figura 9 Homepage Plataforma Babysits.org.....	41
Figura 10 Interface Plataforma Babysits.org.....	41
Figura 11 Homepage Plataforma Sitly.es.....	42
Figura 12 Interface Plataforma Sitly.es.....	43
Figura 13 Página para Descargar el App BlaBlaCar.....	44
Figura 14 Interface de la Plataforma BlaBlaCar.....	45
Figura 15 Página para Iniciar Sesión en Couchsurfing.com.....	46
Figura 16 Homepage Plataforma Aoraservicios.com.....	47
Figura 17 Isologotipo de la Marca MiNana.....	69
Figura 18 Valores de la Marca.....	71
Figura 19 Homepage Plataforma MiNana.....	73
Figura 20 Slider en Homepage Plataforma MiNana.....	74
Figura 21 Menú Registro Nanás.....	75

Figura 22 <i>Página de Registro Nana</i>	76
Figura 23 <i>Ejemplo de Texto por Comprobación de Correo Electrónico</i>	77
Figura 24 <i>Ejemplo de Envío de Correo Electrónico para Registro en Portal</i>	77
Figura 25 <i>Ejemplo de Correo Electrónico para Crear un Usuario</i>	78
Figura 26 <i>Ejemplo Envío Correo Electrónico por Eliminación Cuenta</i>	78
Figura 27 <i>Página Registro Padres</i>	79
Figura 28 <i>Formulario de Registro Padres</i>	80
Figura 29 <i>Ejemplo Texto Correo Electrónico para Comprobar Autenticidad</i>	80
Figura 30 <i>Ejemplo Correo Electrónico para Activar Cuenta</i>	81
Figura 31 <i>Ejemplo Correo Electrónico para Crear Cuenta en Portal</i>	81
Figura 32 <i>Ejemplo Correo Electrónico por Eliminación de Usuario</i>	82
Figura 33 <i>Iniciar Sesión</i>	82
Figura 34 <i>Iniciar Sesión _ Enlace</i>	83
Figura 35 <i>Iniciar Sesión _ Enlace</i>	84
Figura 36 <i>Iniciar Sesión _ Enlace</i>	84
Figura 37 <i>Iniciar Sesión _ Enlace</i>	85
Figura 38 <i>Iniciar Sesión _ Enlace</i>	85
Figura 39 <i>Enlace “Más Información”</i>	86
Figura 40 <i>Enlace “Regístrate”</i>	86
Figura 41 <i>Uso de Filtros</i>	87
Figura 42 <i>Filtros Disponibles</i>	87
Figura 43 <i>Búsqueda con Google Maps</i>	88

Figura 44 <i>Revisión Comentarios en Perfil Nanas</i>	89
Figura 45 <i>Clasificación de Valoración del Servicio</i>	90
Figura 46 <i>Menú para Contratar Nana</i>	90
Figura 47 <i>Preguntas Frecuentes</i>	91
Figura 48 <i>Otros Servicios</i>.....	91
Figura 49 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	100
Figura 50 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	101
Figura 51 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	101
Figura 52 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	102
Figura 53 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	102
Figura 54 <i>Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG</i>	103
Figura 55 <i>Ejemplos de Posts Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal en IG</i>	103

RESUMEN

El portal web MiNana busca poner en contacto a familias con personas que ofrecen servicios de cuidado infantil y transformar el proceso de contratación a través de una opción digital, está dirigido para familias que solicitan apoyo en el cuidado de sus hijos, y que demandan soluciones a sus problemas a través de interacciones en redes sociales.

El proyecto se desarrolló a partir de una problemática de interés comunitario existente en la comunidad de madres y padres que trabajan o que tienen otras ocupaciones, que es la ausencia de herramientas digitales para contactar a personas con experiencia en cuidados infantiles, que asisten en el cuidado de sus hijos pequeños.

Se plantea como objetivo crear un portal web para contactar a niñeras.

Palabras clave: portal web, comunidad colaborativa, interacción con usuarios, redes sociales, usabilidad y accesibilidad de páginas web.

ABSTRAT

The MiNana web portal seeks to put families in contact with people who offer child care services and transform the hiring process through a digital option, it is aimed at families who request support in the care of their children, and who demand solutions from their problems through social media interactions.

The project was developed from a problem of community interest existing in the community of mothers and fathers who work or have other occupations, which is the absence of digital tools to contact people with experience in childcare, who assist in the care of their young children.

The objective is to create a web portal to contact the babysitting service.

Keywords: web portal, collaborative community, interaction with users, social networks, usability and accessibility of web pages.

ANTECEDENTES

Promover el cuidado infantil desde las etapas más tempranas supone buscar redes de apoyo para el cuidado, la crianza y el desarrollo infantil, tanto en el seno familiar como en la comunidad son entornos para que los padres encuentran potenciales cuidadores para sus hijos, es por ello que asegurar servicios de calidad bajo la modalidad de contratación de servicios de cuidados infantiles, supone un proceso de análisis y confirmaciones diversas que conduzcan a tomar acertadas decisiones, tarea que muchas veces puede resultar determinante para el cuidado y el desarrollo integral infantil (MIES, 2012).

En nuestra sociedad es un desafío para las mujeres conjugar su rol de madre con el de su trabajo, así lo menciona FORBES (2019). Para las madres que trabajan no es un camino fácil, hay que enfrentar algunos retos como lo describe en su informe la ONU (2019) “resulta muy complicado encontrar un balance entre las responsabilidades de la oficina y su hogar, es una lucha constante en donde es necesario entender que no se puede ser excelente en todos los aspectos de nuestras vidas” (p.106), sin duda alguna compaginar maternidad y carrera profesional requiere trabajar en la creación de sistemas de apoyo, tanto dentro de la organización, como a nivel de casa (ONU, 2019).

De acuerdo a los datos revelados en el estudio realizado en 2019 por la ONU Mujeres, las parejas que viven con hijas e hijos de cualquier edad (adultos incluidos) representan el 38,4 % de los hogares a escala mundial, por otro lado los hogares monoparentales, que son los formados por una madre o un padre con al menos un hijo de cualquier edad, representan el 7,5 % del total y, en su mayoría, están encabezados por mujeres que viven con niños pequeños, madres solas encabezan la inmensa mayoría (84,3 %) de los hogares monoparentales, lo que significa que son principalmente ellas las que asumen la responsabilidad de la crianza y su cuidado. En términos generales en América Latina y El Caribe, la participación de las mujeres en el mercado laboral es del 67,0 %, frente a esta realidad un significativo grupo familiar, sobre todo de mujeres, requieren apoyo para el cuidado de las o los niños (ONU, 2019).

Cuidado infantil es la atención o supervisión de un infante, usualmente de la edad de 6 semanas a la edad de trece años; se trata de una actividad que tiene que ser realizada por un adulto que actúe con responsabilidad ante cualquier evento (UNICEF, 2019). El cuidado infantil está cubierto en un amplio espectro de contextos, no obstante, para nuestro proyecto nos vamos a

referir como cuidado infantil a la acción o habilidad para cuidar de niños o niñas mediante niñeras y en ciertos casos por personas del servicio doméstico.

El concepto de familia ha ido evolucionando con el tiempo, la familia de la antigüedad, de la edad media, de la época contemporánea difiere en mucho a las familias actuales. Desde la perspectiva de la infancia, hemos transitado, como humanidad, desde una familia para la cual los niños y las niñas constituían una molestia, a otra que empieza a valorarlos por sus posibilidades de apoyar a los progenitores durante la vejez, a la actual que los considera personas de las cuales deben hacerse cargo los adultos. De una familia que encargaba la crianza de los hijos e hijas a otros, a la actual que se hace cargo económicamente de ellos, que les enseña y da afecto, aunque muchas veces debe descargar parte de estos roles, durante algunas horas, en otras personas o instituciones como consecuencia de sus ocupaciones (UNESCO, 2014).

Actualmente debemos hablar de las familias y no de un solo tipo de ellas; familias con ambos padres; extendida, que incluye tíos y abuelos; de madres o padres solos, entre muchas otras. El trabajo de ambos padres, la existencia mayoritaria de familias monoparentales, la incorporación de la mujer al trabajo, con el consecuente cambio de roles generado al interior del hogar, han generado profundos cambios respecto a las formas de atender a los niños, quienes los cuidan y en qué consiste el sistema de apoyo para dicho cuidado (CEPAL, 2020).

En este contexto, la problemática a resolver por parte de las madres y los padres que trabajan, así como para los diferentes tipos de familias que forzados por sus ocupaciones requieren apoyo en la atención de los niños pequeños, es la compleja decisión de conceder a un tercero su cuidado. Nace entonces la interrogante: ¿Quién va a cuidar y guiar a nuestros hijos mientras estamos trabajando? Según el portal Babby'scare.ec el servicio doméstico apoya de manera segura y oportuna a los hogares en cuanto al cuidado de los más pequeños. Se estima que, dependiendo del país, entre un 10% y un 15% de los hogares de la región cuentan establemente con apoyo doméstico remunerado, ciertamente el apoyo de niñeras y servicio doméstico es una de las satisfacciones de vivir en Latinoamérica (OIT, 2019).

La actividad de una niñera puede ser desarrollada por profesionales, así como por personas con experiencia en el cuidado infantil que presten servicios domésticos, por lo general se lleva a cabo en el domicilio de la familia que solicita el servicio. Una niñera es una persona que se encarga de cuidar las niñas o niños de un tercero. Comúnmente los padres recurren a

niñeras para que cuiden de sus hijos mientras están ocupados en su jornada laboral. Entre las obligaciones de las niñeras está el cuidar de los niños, entretenerlos y preparar sus alimentos (Real Academia Española, 2014). A menudo en nuestro país en los estratos económicos medio, medio alto y alto denominan a la niñera como “la nana” cuya actividad la desempeña una persona con experiencia en cuidado de niños.

DeloitteEcuador, en una investigación realizada en 195 empresas nacionales y multinacionales, para conocer el impacto de las madres ejecutivas en el mercado laboral ecuatoriano, revela que la mayoría de empresas encuestadas (65%) tiene de 0 a 10 mujeres que ocupan cargos estratégicos y de éstas el 72% son madres, para este grupo de mujeres resulta retador encontrar un equilibrio entre el desarrollo profesional y el rol de la maternidad, es sin duda uno de los retos más difíciles que deben superar acompañado al dolor de cabeza de encontrar una persona idónea a quién confiar el cuidado de sus hijos (DeloitteEcuador, 2018).

En Ecuador existen 3’735.915 de madres, dos de cada diez son jefas de hogar, de estas cifras el 76% que realizan alguna actividad económica lo hacen fuera de casa según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019) con base a encuestas realizadas a nivel nacional.

Según cifras del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS, 2020), entre enero y abril del 2020 el número de trabajadoras del hogar afiliadas al seguro social se redujo 0,25%, a consecuencia de la pandemia al cierre de abril se reporta 235.999 trabajadoras del hogar afiliadas, sin embargo esta cifra no es un reflejo de la realidad ya que muchas de las trabajadoras no tienen un control formal ni cuentan con un registro oficial según revelaciones de María Cruz, representante de la Unión Nacional de Trabajadoras del Hogar y Afines (Primicias.ec, 2020), la crisis económica del país sin duda alguna disminuye su contratación que limita aún más que ejerzan sus derechos laborales.

Es en la familia entendida como espacio de cuidado de los niños y niñas donde surge la preocupación por su bienestar y cuidado, se puede decir que, es en esta etapa inicial en donde aparece como un desafío para los padres, y en general para las madres que a su vez son las que manifiestan su amor como instinto de necesidad de protección, la difícil tarea a la hora de decidir con quién es mejor apoyarse para el cuidado de sus infantes (CEPAL, 2020).

La opinión de las madres y los padres que participan en el presente estudio, de manera general es, “que en nuestro país el servicio de contratación de niñera está en una etapa incipiente de formalización, sin duda alguna la relación entre la familia, los padres o las madres que demandan servicios para el hogar y la persona que asume el rol de niñera, habitualmente se ha dado dependiendo de las condiciones socioeconómicas de ambas partes”.

Según cifras publicadas por Care en su estudio sobre la situación del trabajo remunerado del hogar en el Ecuador (incluye a los servicios de niñeras), el 79% de las personas está en el área urbano marginal, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas afecta al 9% de esta población, respecto al nivel educativo, la mayoría (63%) tiene primaria o ningún nivel, condiciones que dan pie a distintas experiencias de discriminación. Es una población profundamente marcada por estructuras patriarcales, de racismo y clasismo que conllevan una serie de prácticas que erosionan de forma sistemática la dignidad de la persona a pesar de las leyes que las regulan. En forma general las condiciones en las que se desarrolla este campo laboral que invisibiliza e infravalora social y económicamente a este grupo minoritario son duras realidades del contexto socioeconómico del país (CareEcuador, 2018).

En las entrevistas efectuadas los participantes mencionaron, “aunque sean pocas, las experiencias positivas que hemos atravesado en procesos de contratación de servicios domésticos, en donde, según nuestro criterio, las mujeres al desempeñar su rol de madres adquieren empíricamente conocimientos que contribuyen positivamente en sus actividades como niñeras, y en ese mismo sentido, las recomendaciones de los otros padres por su desenvolvimiento favorecen a su contratación”. En contraste otros participantes de los foros de investigación señalan las experiencias no tan buenas, en donde, “presumiblemente por el nivel socioeconómico este grupo minoritario se ve forzado a convertirse en niñera o trabajadora remunerada del hogar (TRH) cuya actividad la desempeña con limitados conocimientos o sin ninguna experiencia en la atención de infantes”.

Las expresiones de insatisfacción de los padres entrevistados en un contexto de contratación de servicios domésticos para la gran mayoría son: “ a) descontento por la mala calidad del servicio de las niñeras, b) temor por la inseguridad y sospecha de maltrato a los hijos, c) carencia de conocimientos básicos sobre alimentación saludable o nutrición para infantes, d) inexperiencia en la atención de niños con necesidades especiales, e) desconocimiento de pautas

de crianza, educación y valores, f) falta de referencias laborales, g) desconocimiento en primeros auxilios, h) inexistencia de sistemas formales de contratación”, para señalar las dificultades más frecuentes a las que se enfrenta este nicho de mercado al momento de contratar una niñera.

Tradicionalmente el modelo para contratar a una trabajadora remunerada del hogar era boca a boca, por recomendaciones de grupos sociales, en agencias de empleos o a través de anuncios de periódicos, así lo menciona el estudio realizado por CareEcuador (2018):

Sobre las dinámicas de contratación se constató que el inicio en el TRH (trabajo remunerado del hogar) se da por recomendación de personas cercanas (principalmente mujer: amiga, hermana, prima, madre, tía, vecina, etc.). Generalmente, las empleadoras solicitan a sus familiares o amistades la referencia de una persona de confianza para el trabajo en sus hogares. Las TRH recurren a sus redes sociales de familia y amistad; el “poner bocas” es la forma más común para conseguir empleo, lo que implica la confianza de laborar en un espacio de intimidad familiar y que el trabajo de cuidados en el hogar demanda estos niveles de confianza. (p. 17)

Hoy en día, la población en general, utiliza plataformas digitales para proveerse de servicios como lo señala Euromonitor (2020) “las plataformas tecnológicas han ido evolucionado de la mano con la necesidad de los consumidores de encontrar toda la información necesaria en una unidad central rápidamente” (p.12). Dentro de ese contexto particular las páginas web ofrecen soluciones rápidas a los usuarios, son sistemas para comunicarse globalmente con potencial crecimiento.

El uso de internet juega un rol protagónico en esta búsqueda de bienes y servicios de forma inmediata. El porcentaje de hogares con acceso a internet de banda ancha se duplicó a nivel mundial desde el 2010, muchos consumidores tienen acceso a internet desde sus hogares con velocidades similares a las de sus lugares de trabajo, como resultado más del 45% de los hogares en Latinoamérica tienen acceso a internet de banda ancha según un estudio de (Euromonitor, 2020).

Examinar mecanismos que aporten en el proceso de búsqueda y contratación de niñeras nos conduce a la gestación de una plataforma digital de servicios de cuidados infantiles, en donde se inserte al entorno digital a un grupo minoritario que durante años viene desempeñando

un rol protagónico en el cuidado de niños pequeños. A partir de esta iniciación el portal de servicios infantiles desempeña un importante papel en el desarrollo de este grupo de mujeres visibilizando sus perfiles a través de la plataforma web.

Pero en ese sentido, surge la pregunta ¿Si la creación de un portal digital soluciona la problemática a las madres para contactar a niñeras? ¿Hasta qué punto las recomendaciones en páginas de internet permiten interactuar a los usuarios y por lo tanto mejorar su gestión? ¿En qué porcentaje aportan los portales web a difundir los servicios? A partir de las indagaciones realizadas para este proyecto se determinó como práctica habitual el consultar a familiares y amigos más cercanos sobre sus experiencias cuando han contratado servicios para su hogar, poco se descubrió sobre otras alternativas locales para adquirir el servicio.

Sin embargo, los canales de búsqueda tradicionales no siempre les dan resultado. ¿Hay otras alternativas?, de hecho, sí, según el estudio realizado por Kantar (2020) hoy en día las personas utilizan internet para comunicarse, satisfacen sus necesidades de obtener bienes y servicios en las redes sociales, intercambian información y comparten opiniones escuchados en las tecnologías sin tener que acudir al sitio.

Uno de los medios utilizados por quienes buscan identificar nuevas oportunidades en servicios son las plataformas o comunidades online, un ejemplo en nuestro país es el grupo privado de la red social Facebook denominado “Lady Multitask”, consolidado como una comunidad de mujeres en donde se preocupan y cuidan muy bien de quién ingresa a él. Esta comunidad existe desde hace un año en Guayaquil como una tribu solidaria de mujeres que se busca para todo, es la primera opción cuando van a buscar un proveedor de servicios, funciona a través de publicaciones que cuelgan en sus muros, de ahí la posibilidad de apoyarse mutuamente a través de preguntas y respuestas inmediatas que favorece a la interacción y consolidación de una comunidad colaborativa (EL UNIVERSO, 2019).

En Ecuador según datos publicados por ARCOTEL (2020) con corte a marzo el 65,23% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet, Guayas es la segunda provincia con mayor número de cuentas con acceso a internet (595.098 usuarios). Al analizar estas cifras del uso de la tecnología nos damos cuenta que enfrentamos grandes cambios a la hora de comprar, consumir y relacionarse, en donde el uso de internet cobra mayor relevancia. Resulta importantísimo

comprender esta nueva normalidad para estar preparados ante una dinámica donde el ser humano busca nuevas rutinas o actividades (CECE, 2020).

Con base a esta nueva realidad, la empresa investigadora de mercado Ipsos menciona, las experiencias y el apoyo local, son tres factores que cobrarán peso en el consumo en Ecuador una vez que se haya superado la pandemia de coronavirus. Las prioridades en el gasto de productos y servicios van a cambiar de acuerdo a una encuesta realizada entre el 30 de marzo y el 9 de abril. “Ya pasaron cuatro semanas de confinamiento y nos estamos adaptando a esta nueva vida”, sostiene Patrizia Scifo, gerente de Ipsos citado en Primicias.ec (2020), la tendencia en el uso de portales digitales para la compra de bienes y servicios será constante.

Los avances tecnológicos nos llevan a canales más nuevos y rápidos, desde el lanzamiento del internet en 1991, Facebook en 2004 y el iPhone en 2007, el contenido en plataformas digitales ha estado en constante evolución (Euromonitor, 2020). Estamos ante un escenario en donde el uso de sitios web, redes sociales y portales es esencial, pero entendemos que más allá de la necesidad de comunicarse, ante un contexto de crisis mundial, en la actualidad el modelo de negocio que más se usa para ofrecer y contratar servicios es a través de portales virtuales, estamos viviendo la aceleración y cada día se suman más empresas o personas a esta corriente de ofrecer sus servicios a través de plataformas digitales (Universo, 2020).

Acorde a un estudio realizado por la Agencia de Investigación de Mercados Kantar, durante la coyuntura actual la compra por aplicaciones y páginas web en Ecuador han atraído nuevos shoppers (compradores). Analizando hábitos de consumo, el 56% de las personas respondieron que las plataformas sociales se han vuelto más importantes, y el 88% declararon que la crisis sanitaria derivada por el Covid19 permitió adoptar mejor la tecnología en su día a día (Kantar, 2020).

Junto a estos aspectos cuantitativos, conviene, además tener en cuenta los avances tecnológicos en plataformas digitales que nos permiten comunicarnos de manera inmediata. La conveniencia, por ejemplo, se encuentra en el alcance de información de modo económico y masivo, con el despegue en internet de los anuncios de empleo supone la oportunidad para quienes están buscando una oportunidad laboral. Los sitios web se vuelven cada vez más populares, son la punta de lanza de la comunicación tanto para las empresas que ofrecen sus servicios como para las personas que buscan nuevas oportunidades (CECE, 2020). Siendo ésta la

razón por la cual el canal tradicional para la contratación de bienes y servicios se verá afectado, pues la mayoría de ecuatorianos tienen la convicción que continuarán su relación en los canales virtuales (CECE, 2020).

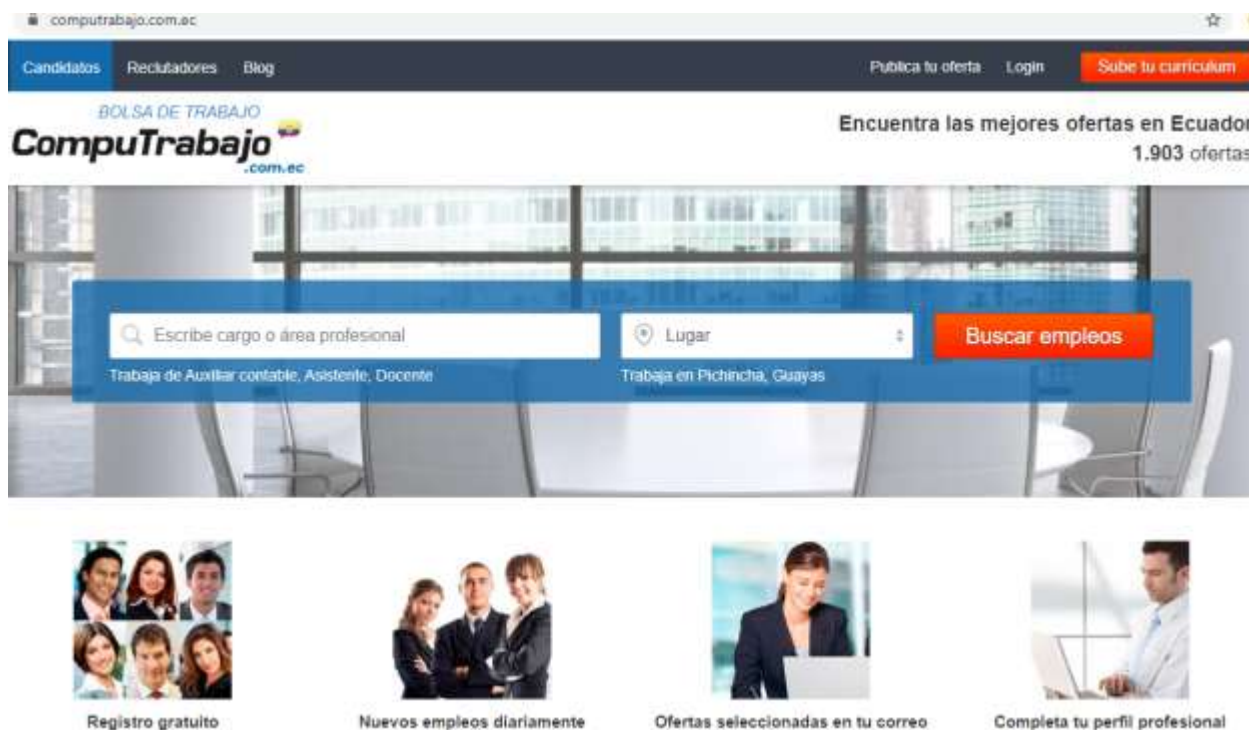
El estudio de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (2020) sobre consumo en plataformas digitales, muestra que 13 de cada 100 encuestados realizan compras en línea post covid19, el 35% lo realiza por página web, redes sociales como Facebook e Instagram 28%, mensajería instantánea como WhatsApp 49%, aplicaciones móviles 44%, y portales de comercio electrónico como Mercadolibre 10%. Las principales categorías de compras son primordialmente víveres y comidas preparadas, salud y medicina, tecnología y educación (CECE, 2020).

Con frecuencia los jefes de familia que permanecen conectados a internet a través de sus dispositivos móviles, son capaces de realizar búsquedas de servicios en plataformas como Facebook e Instagram, el resultado de dicha acción, es una interacción social que sucede simultáneamente en la vida real y en la vida online (Kantar, 2020).

Ahora bien, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2019), se estima durante el segundo trimestre del 2020 la pérdida de 305 millones de empleos, en el primer trimestre se perdieron 135 millones de empleos a tiempo completo. En Ecuador, hay cerca de 79.977 actas de finiquito hasta el pasado 7 de mayo, de las cuales 9175 son por despidos intempestivos (El Expreso, 2020).

En consecuencia, resulta una oportunidad única para las personas que están desempleadas las plataformas digitales, entendiéndose que pueden encontrar ofertas de trabajo de manera rápida a través de estos portales, un ejemplo de sitios web en Ecuador donde se publican ofertas de trabajo son multitrabajos.com; compuempleo.com, porfinempleo.com, sin embargo, en estos sitios durante nuestra investigación no logramos visualizar publicaciones o anuncios relacionados a los servicios de cuidados infantiles (figura 1).

Figura 1 *Portal de Empleos en Ecuador*



Fuente: Computrabajos <https://www.computrabajo.com.ec/>

Ante una situación de aislamiento social, como resultado de la crisis del coronavirus, aceleró el uso de herramientas telemáticas para la contratación de nuevos empleos, en esta nueva normalidad es imprescindible tener presencia en internet, una de las redes más usada para subir y mantener actualizado el perfil profesional es LinkedIn (El Universo, 2020).

Se menciona a las redes sociales como una alternativa para realizar búsquedas de empleo, Facebook es utilizada como bolsa de empleo con la creación de grupos que publican anuncios en línea, por otra parte, las personas se apoyan en blogs o páginas web para difundir su marca personal con lo cual las empresas tienen la posibilidad de encontrar de manera rápida a potenciales candidatos. El área de talento humano de las empresas realizan entrevistas a través de videoconferencias, aplican pruebas psicotécnicas en línea, para citar los principales cambios y procesos en la búsqueda de empleo que en nuestro país están evolucionando a consecuencia de la pandemia (El Universo, 2020).

La propuesta de este proyecto de innovación se estructura en dos partes. La primera incluye la creación de una plataforma digital dirigida a padres de familia con hijos pequeños que requieren contratar los servicios de una niñera temporal o permanentemente, con la posibilidad

de que sea a través de un proceso ágil y seguro. El objetivo del portal es albergar una gran mayoría de niñeras de la ciudad para capacitarlas en la atención de niñas y niños mejorando los estándares en el cuidado infantil. La segunda parte del proyecto es ofrecer servicios complementarios en cuidados infantiles a través de la afiliación al portal de profesionales en terapia de lenguaje, estimulación temprana, terapia física y de rehabilitación, asistencia educativa, entre otros. Un factor importante que viabiliza la creación de este portal digital es la tendencia creciente de los consumidores en el uso de plataformas sociales y búsquedas de proveedores de bienes y servicios por internet (Kantar, 2020).

MARCO TEÓRICO

La Comunicación en el Escenario Digital

Si bien se entiende por comunicación según el diccionario de la RAE (Real Academia Española, 2014, pág. s.f.), a la acción y efecto de comunicarse, en un ecosistema mediático es imperativo extender dicho concepto al de la teoría de la comunicación digital interactiva como el conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas, así lo describe Carlos Scolari (2008) en su libro *“Hipermediaciones”*:

Existen numerosas formas de comunicación. Hay una comunicación intrapersonal con nosotros mismos, así como hay una comunicación cara a cara (interpersonal), con o sin mediación tecnológica, entre dos sujetos. Tenemos comunicación de grupo, y, quizás las más estudiadas a lo largo del siglo xx, también encontramos las comunicaciones de masas. (p. 32)

En la nueva era digital, la realidad es que permanecemos en continuo movimiento, podemos comunicarnos a través de la tecnología, en este punto es importante conceptualizar a la ecología de los medios como el estudio de dichos medios como ambiente, lo explica Carlos Scolari (2015) en uno de sus textos en donde incluye la definición dada por Neil Postman en su conferencia dictada el 16 de Junio, “La ecología de los medios es el estudio de los entornos

mediáticos, la idea de que la tecnología y las técnicas, los modos de información y los códigos de comunicación juegan un rol fundamental en los asuntos humanos” (p. 22).

La digitalización de las comunicaciones y la aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, por donde circula abundante información, trae consigo el surgimiento de nuevos tipos de comunicación digital, para Scolari (2008) aparece, una generación basada en un modelo comunicacional innovador, que se sustenta en la colaboración de los usuarios a través de la interacción en las redes sociales.

Desde nuestra perspectiva de análisis nos vamos a referir a la comunicación de masas, como al proceso de la comunicación en medios masivos. Bryant y Miron (citado por Scolari, 2008) describen los desafíos que presentan a las teorías de la comunicación de las masas como los siguientes:

- *Los medios tradicionales están sufriendo una transformación en una escala de forma y expresión que se puede resumir en el concepto de convergencia.*
- *El modelo clásico de los medios masivos (uno-a-muchos) es desplazado por las nuevas formas reticulares e interactivas de comunicación (muchos-a-muchos).*
- *Las conductas de los poderes económicos que controlan los medios llevan a un progresivo desentendimiento de las funciones sociales de los mismos.*
- *Las audiencias se están transformando de manera muy rápida.*
- *El lugar tradicional de consumo mediático, la familia, está sufriendo fuertes transformaciones que terminan por influir en los procesos de interpretación.*
- *La digitalización y la pervasividad de las redes están redefiniendo la vida hogareña.*

La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil, conflicto, contrato, orquesta, espiral o red. Los pioneros de la metáfora “ecología de los medios” son Marshall McLuhan y Neil Postman, por un lado McLuhan fue el primero en determinar que los medios interactúan entre sí, planteó “ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante”; en cambio Postman citado por (Scolari, 2008) se refirió a los medios de comunicación “como los ambientes que afectan la percepción,

comprensión, e interacción de una población, facilitando o impidiendo las posibilidades de su supervivencia, comportamientos y modos de pensar con otros medios (McLuhan, 1996).

La rapidez con la que el sistema comunicativo va transformándose a digital, nos conduce a que los medios sean considerados como el ambiente en dicho ecosistema. El análisis de este ecosistema conduce a la aproximación del concepto “ecología de los medios”, que según McLuhan tiene dos interpretaciones, en primera instancia la concepción de los medios como ambientes, que implica un estudio de su estructura, contenido e impacto sobre la gente, podríamos referirnos a su “entorno” en donde se consideran las interacciones con los sujetos, que modela su percepción y la sociabilidad de estos. La segunda interpretación para este autor es que entiende a los medios como una especie, los medios interactúan entre sí, viven en el ecosistema y establecen relaciones entre sí (McLuhan, 1996).

Desde el punto de vista de la tradición cibernética, la comunicación es entendida como “la interacción de sistemas (familia, amigos, trabajo, universidad, vecinos, etc.) en un proceso que es circular” (García, 2015, págs. 45,65). Esta concepción cibernética implica que las personas entiendan sus relaciones como conectadas e influidas por el contexto social y enfatiza la importancia de las redes a las que pertenecemos.

Lo que nos define e identifica como seres racionales es nuestra capacidad, por un lado, de crear conocimiento, y por otro, de compartirlo o comunicarlo con nuestros semejantes en distintos contextos; durante cientos de años estos atributos han evolucionado logrando que el conocimiento trascienda al individuo, descartando en un futuro, la necesidad de redescubrir o reinventar lo que ya sabemos, es así que, la creación de conocimiento maximiza nuestro aporte para las futuras generaciones (Wolf & Miranda, 2011).

El entorno de la comunicación digital junto con el desarrollo de las tecnologías digitales sin lugar a dudas nos ofrece un horizonte lleno de oportunidades, plantea, pues un desafío para las economías, así como de incertidumbres y transformaciones, sobre todo en el ámbito de los intercambios culturales. Este interés, se ve ampliado por el rol protagónico de la movilidad en el paisaje de la convergencia digital (Aguado, Martínez, & Feijóo, 2013).

El ecosistema de la comunicación digital aparece caracterizado por una serie de actores que mantienen entre sí relaciones de influencia compleja en torno a diversas cadenas de valor.

Hoy en día la generación y compartición de conocimiento ha sufrido y continúa sufriendo una profunda transformación, sobre todo en las últimas décadas, gracias a la rápida evolución de las telecomunicaciones, especialmente por el uso extendido de internet y dispositivos móviles (Wolf & Miranda, 2011). A partir de la interacción social y dado que el mundo de la tecnología va creciendo a pasos agigantados es que aparecen las comunidades digitales, con vigencia global y donde la interacción necesariamente es virtual (Scolari, 2008).

En la economía mundial, las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) e internet se entremezclan para despertar a una cuarta revolución industrial impulsado por fuerzas motrices: máquinas inteligentes, el procesamiento de datos, el comercio electrónico y de la expansión de las redes digitales, haciendo posible que ningún sector quede aislado (OCDE, 2015). Su amplio requerimiento por parte de líderes, políticos, técnicos, empresarios, instituciones y sociedad civil, ha hecho que la infinidad de fuerzas que libera internet, sean imprescindibles para la actividad humana.

Carlos, y otros autores (2014) mencionan la notoriedad de las personas para lograr que las empresas se adapten a la cultura digital y los constantes desafíos del entorno tecnológico, así como el dominio de las tecnologías de información y del conocimiento en pleno siglo XXI. En este punto, para alcanzar una adecuada gestión en la oferta de servicios, hay que tomar en cuenta la digitalización de los procesos y con ello los contenidos que se comparten, así lo mencionan (Carlos, y otros, 2014) “ la conectividad, la movilidad, la digitalización de los medios de comunicación, las redes sociales y las herramientas de software social han provocado el desarrollo de redes horizontales de profesionales, la formación de comunidades de interés y de consumo y la construcción de entornos profesionales de aprendizaje que conectan” (p. 12) las redes son un canal de comunicación en donde consumidores y proveedores interaccionan directamente entre ellos en tiempo real.

Además, estamos coexistiendo en un mundo hipercomunicado con grandes expectativas de alcanzar la tan anhelada sociedad del conocimiento, nos enfrentamos a un nuevo escenario planteado por la comunicación y la digitalización (Aragón, 2019) que tendrá un impacto cada vez mayor en los procesos productivos, en las estrategias empresariales, en la tipología del empleo y en las relaciones sociales. Todo esto será posible por los constantes cambios que se

abordan en las reglas básicas de la interacción humana y la creación colaborativa de contenidos que luego serán compartidos a través de diferentes plataformas virtuales (Kantar, 2020).

Plataformas Colaborativas

Comunidad

¿Qué es una comunidad? Debemos empezar por esta pregunta antes de extender el concepto al de una comunidad colaborativa. Una comunidad, de acuerdo a la RAE (Real Academia Española, 2014, pág. s.f.) es el “conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes”. El término comunidad hace referencia a dos elementos: los estructurales y los funcionales como señala Causset (2009), el elemento estructural se refiere a la consideración de la comunidad como una agrupación geográficamente localizada, regidas por organizaciones de orden social, político y económico. Respecto de los elementos funcionales Causset indica la existencia de necesidades objetivas e intereses comunes. La comunidad como un organismo ejerce una notable influencia por la sociedad, de la cual, forma parte (Causset, 2009). Para nuestro análisis un rasgo importante en las comunidades es el hecho comunicativo.

En consecuencia, a lo anterior, cabe hacernos la siguiente pregunta: ¿Qué es una comunidad colaborativa? Según Alonso (2017), una comunidad colaborativa se forma con un grupo de personas que utilizan la tecnología para compartir su conocimiento e ideas motivadas por buenas experiencias previas, orientadas hacia el desarrollo de los miembros de dicha comunidad.

El modelo de negocio y plataforma colaborativa concluye Alonso (2017) está determinado por la actividad que desarrolle dicho portal en lo que se refiere a la prestación de bienes y servicios, dando como resultado que la plataforma se limite a hacer únicamente de intermediario digital, poniendo en contacto a prestadores o proveedores de éstos bienes y servicios con los usuarios para facilitar la colaboración entre ellos.

Si bien la plataforma puede que le provea el producto o servicio principal o únicamente los servicios auxiliares o complementarios a los principales, dicho interés conlleva a las personas primeramente a contactarse, para luego compartir información e interactuar a través de mensajes, creando nexos de comunicación (Castells, 2015, pág. 23) “los seres humanos construyen los

significados en su interacción con el contexto natural y social, interconectando sus redes neuronales con las redes naturales y las redes sociales. Esta interconexión funciona mediante el acto de la comunicación” consecuentemente se construyen comunidades digitales y que en algunos casos llegan a ser de tipo colaborativa.

Plataformas Digitales Colaborativas

Las plataformas digitales son un reflejo de una sociedad digital que introduce cambios e innovaciones disruptivas, dicha sociedad digital es dinámica, innovadora, colaborativa, creativa con revolucionarias herramientas tecnológicas que propician la creación de comunidades digitales colaborativas que aportan a nuestra sociedad (Pedreño Muñoz, 2016), dicho de paso el auge de éstas plataformas de consumo colaborativo se produce en parte gracias al desarrollo de las tecnologías de la información (TIC) y a la generalización del acceso a internet (Martínez Polo & Navarro Beltrá , 2020).

En 2019 la (OCU) Organización Española de Consumidores y Usuarios, publicó un directorio, disponible en su sitio web, de tipo de plataformas digitales colaborativas de acceso compartido y bajo demanda, entre las cuales se encuentran:

Plataformas colaborativas entre particulares: permiten relaciones de producción, consumo, aprendizaje o financiación entre particulares. Por ejemplo: BLABLACAR, DEDOCAR, WALLYBOO.

Plataformas colaborativas mixtas: permiten establecer relaciones tanto entre particulares, como de particulares con profesionales. Por ejemplo: AIRBNB, EBAY, MEETUP.

Plataformas bajo demanda: facilitan la prestación de servicios prestados por profesionales o aficionados, basados en trabajos esporádicos a través de una plataforma digital. Por ejemplo: TOP AYUDA, SITLY, CARE.

Las plataformas de consumo colaborativo son la infraestructura digital para que se genere confianza, la confianza dentro de una comunidad es el habilitador para que existan transacciones entre desconocidos, de ahí la importancia de crear una comunidad digital para que a través de las interacciones se generen vínculos que permitan compartir información y contenido (OCU, 2019).

A partir de estos conceptos este trabajo propone la creación de una comunidad digital que desde la interacción de sus usuarios llegue a ser un espacio online colaborativo, propiciando entre sus miembros el consumo de servicios de cuidados infantiles para llegar a ser la primera red que conecta a familias con personas que ofrecen el cuidado de niños en la ciudad, esto será posible gracias a la comunicación que se genera en estos espacios virtuales, que permita compartir e intercambiar bienes y servicios, a costos reducidos y para comunidades específicas con intereses en común.

La Web 2.0 y la Interacción de Usuarios

Las definiciones más comunes de página Web se refieren al “conjunto de informaciones de un sitio web que se muestran en una pantalla y que puede incluir textos, contenidos audiovisuales y enlaces con otras páginas” (Real Academia Española, 2014, pág. s.f.) lo más usado para referirnos de forma coloquial al citar una página web es la expresión “la web”. La www (word wide web), con un ámbito de influencia global, tiene como su más valiosa contribución acercar a los usuarios por encima de fronteras geográficas, dando paso a la comunicación entre personas, más que entre computadoras, en circunstancias actuales ha dejado de ser una inmensa “biblioteca” de páginas estáticas para convertirse en un servicio que permite acceder a multitud de prestaciones y funciones, así como a infinidad de servicios, programas, tiendas, entre otras (Romero & Bocanegra, 2018).

El término 'web 2.0' o 'web social' comprende aquellos sitios web que facilitan compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración. Es en el año 2004 cuando aparece este nuevo término, que según O'Reilly (2017) cuando hablamos de la web 2.0 o la web social, nos referimos, a un modelo de páginas web que facilitan la transmisión de información, la interoperabilidad y la colaboración entre sus usuarios, mediante un diseño centrado en sus necesidades, más que en las de la empresa. En otras palabras, se trata de una tendencia en la internet que aboga por una red más interactiva, menos unilateral, en la que los usuarios no ocupen un rol meramente pasivo.

El diseño de sitios web o aplicaciones ha sufrido grandes cambios, un ejemplo es que ahora se involucra desde el inicio al usuario a través del prototipado, así lo señalan Yusef y Martín en su artículo “*Diseño Web Centrado en el Usuario*”:

Esto es debido a que normalmente toda aplicación se diseña con la intención de satisfacer las necesidades de una audiencia concreta y determinada, por lo que será más usable cuanto más adaptado esté su diseño a esta audiencia específica, y por tanto menos lo esté para el resto de personas (Hassan, 2004, pág. 32)

La interacción es una actividad básica, ésta interacción en la web se presenta cuando dos o más personas se vinculan entre sí, desde la perspectiva de Charon (2009) la interacción implica, en primer lugar la interacción consigo mismo: aquella que se expresa en la reflexión personal, y en segundo lugar la interacción social: la relación con otros individuos, para la visión de Castells, (2015, pág. 24) corresponde que la interacción es una actividad básica “comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información”. Ante situaciones de aislamiento social, al permanecer conectados a la web facilita a los individuos compartir e intercambiar con sus amigos y familiares información, noticias, así como generar y luego compartir contenido de temas de interés mutuo.

El mundo ha evolucionado a través de las tecnologías web 2.0, con el acompañamiento y uso de estas nuevas herramientas, hoy por hoy, la forma de comunicarse también evolucionó, siendo las redes sociales el gestor principal de esta transformación (Tello Leal, Sosa Reyna, Mariby Lucio, & Flores Morelos, 2010) a través de la web 2.0 se presentan nuevas formas revolucionarias de crear, colaborar, editar y compartir en línea contenido generado por el usuario. La web 2.0, denominada también la revolución social de Internet, es una web dinámica, participativa y colaborativa, donde los usuarios se convierten en protagonistas activos, creando y compartiendo contenidos, opinando, participando y relacionándose (Tello Leal, Sosa Reyna, Mariby Lucio, & Flores Morelos, 2010).

Sin lugar a dudas, desde que inició su expansión global en 1992, internet, no solo ha otorgado a un mundo globalizado conexiones rápidas, sino que también, ha provocado controversias sobre el surgimiento de nuevos patrones de interacción social (Castells, 2001). En muy pocos años la evolución de internet ha provocado profundas transformaciones en la ecología de los medios, el desarrollo de la web 2.0 forjó importantes cambios tanto en el comportamiento

cómo en los hábitos del consumidor, favoreciendo a un consumo activo y que al mismo tiempo impulsa a los usuarios a asumir roles participativos, en sincronía que la web 2.0 opera bajo los principios de participación, colaboración y retroalimentación cuyos objetivos primordiales son el compartir recursos (Castells, 2015).

Un aspecto importante a destacar en el desarrollo de este trabajo, caracterizado por un ambiente de incertidumbre a consecuencia de la pandemia, es que se ha obligado a la compra online de categorías de bienes y servicios no previstas a los consumidores, esta tendencia de consumo representa una gran oportunidad para viabilizar este proyecto, logrando vencer riesgos percibidos por los consumidores del uso de redes sociales, animándonos a construir una comunidad digital colaborativa, basada en buenas experiencias a través de servicios confiables y garantizados y que por sobre todo cumplan con sus expectativas.

Redes Sociales

En lo que se refiere a una red social citamos su significado tomado del diccionario como:

Un servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base a criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que puedan interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o videos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo (Real Academia Española, 2014, pág. s.f.)

Las redes sociales en internet se han convertido en un fenómeno social que revoluciona la forma de comunicarse e interactuar, lo enmarca Castells, en su libro *Comunicación y Poder* “en la vida social las redes son estructuras comunicativas” (Castells, 2009, pág. 45).

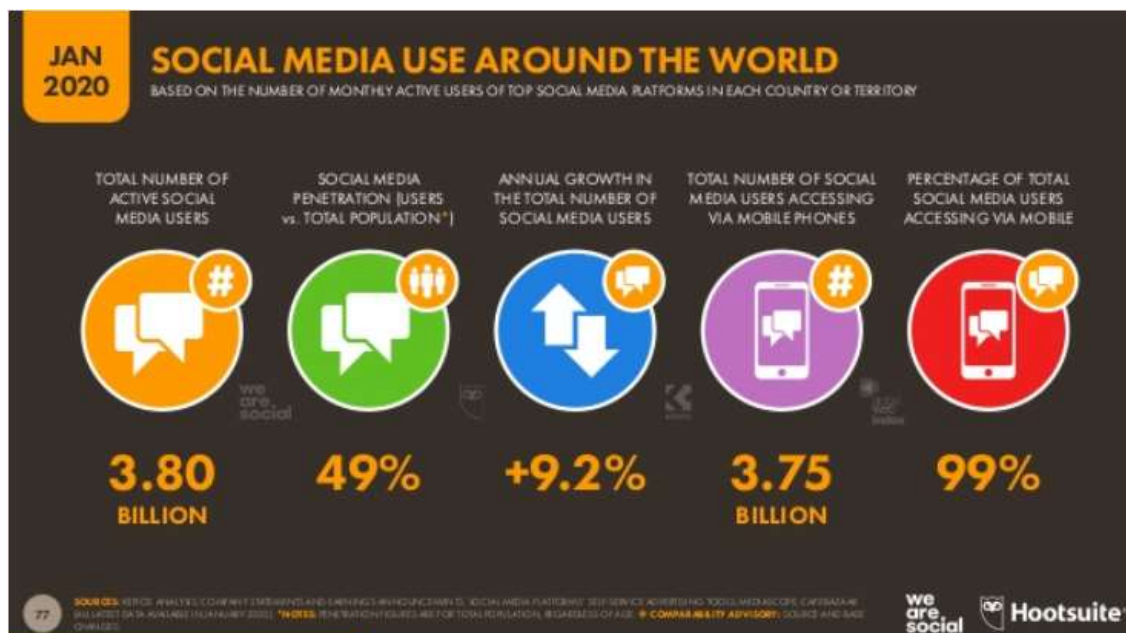
De acuerdo con Boyd & Ellison (2008), una red social se define como un servicio que permite a los individuos, primero construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, luego articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y por último ver y recorrer tanto su lista de conexiones realizadas, como las realizadas por los otros dentro del sistema.

Desde la perspectiva de otro autor, las redes sociales son estructuras compuestas por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de parentesco, de trabajo, ideológicas) que tienen intereses comunes (Islas, 2013), podemos concluir que las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir, y difundir información, con públicos, o grupos específicos.

Las redes sociales como Facebook e Instagram son utilizadas tanto por personas naturales como por empresas, en estas plataformas se ejecutan iniciativas de inbound marketing y estrategias de comunicación, por ejemplo Facebook fue creada inicialmente como una red para dar soporte a los estudiantes de la Universidad de Harvard, para que se mantengan comunicados a través de la interacción, luego fue tanto el éxito que para que se mantengan en comunicación e interactúen crearon iniciativas de marketing en el sacándoles el mayor provecho, proveyendo un canal a las personas para dar a conocer su trabajo y servicios, con un significativo alcance demográfico y lo más importante a costo asequible (We Are Social, 2020).

En la actualidad, por el uso de redes sociales, las personas han abandonado los métodos tradicionales para buscar a proveedores de servicios, según información publicada por el portal We Are Social, alrededor de 3.5 billones de personas utilizan las redes sociales. Por ejemplo Airbnb o Social Car, son un nuevo modelo económico, usar versus poseer, la innovadora manera de compartir, consumo colaborativo, se ha transformado, enriquecido, gracias al uso de la tecnología (Internet y múltiples dispositivos), a plataformas facilitadoras (marketplaces), ahora este intercambio que antes estaba limitado al entorno geográfico, hoy en día permiten acceder a recursos mediante la conexión en cualquier momento y lugar entre personas conocidas o perfectos extraños, entre vecinos o ciudadanos que viven en diferentes ciudades del mundo (We Are Social, 2020).

Figura 2 *Uso de Redes Sociales en el Mundo*

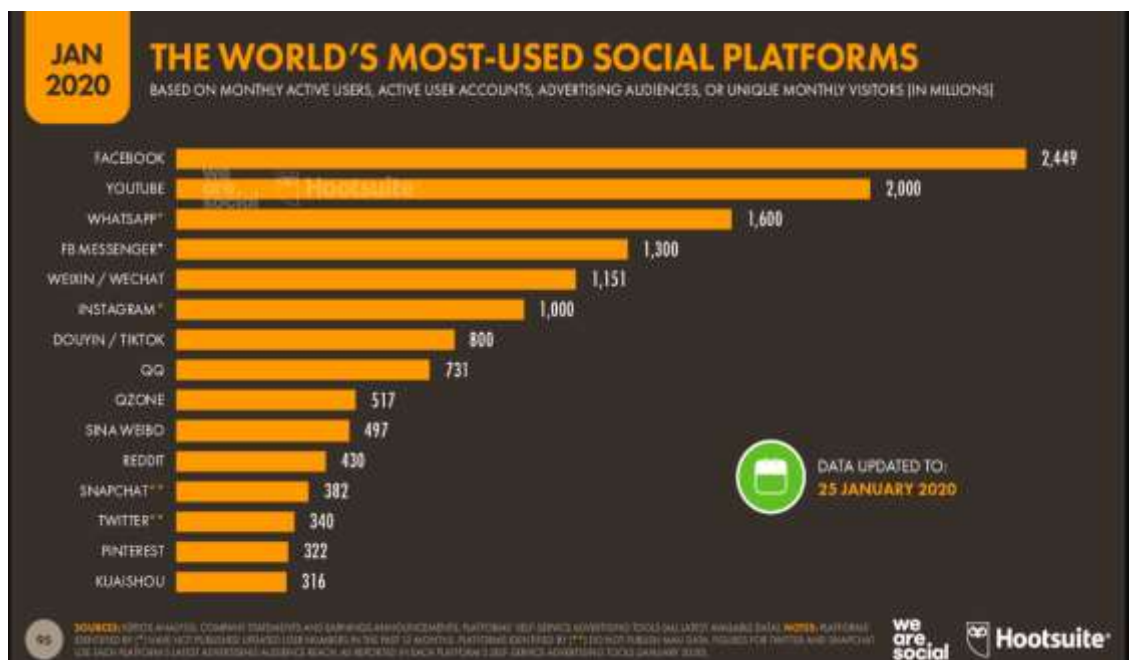


Fuente: We Are Social <https://wearesocial-net.s3>

Un aspecto positivo que favorece a este proyecto es la tendencia creciente del uso de internet, según cifras analizadas para esta investigación los usuarios de Internet crecen a razón de 11 nuevos usuarios por segundo, es así que en el último año tenemos como resultado 1 millón de usuarios cada día, en redes sociales la plataforma Facebook mantiene su liderazgo como la red con mayor usabilidad (Figura 2), en 2019 los usuarios activos mensuales crecieron un 10% de manera constante en los últimos 12 meses (We Are Social, 2020).

En base al análisis de los datos locales publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL, 2020) Guayas es la segunda provincia con más usuarios activos del servicio internet, indicador que nos motiva a impulsar y desarrollar la creación de un portal digital como objetivo general del presente proyecto, sitio que estará disponible para padres de familia que por sus responsabilidades laborales u otras ocupaciones necesitan contar con una red de personas de confianza que los apoye en el cuidado de sus hijos.

Figura 3 *Uso de la Red Facebook en el Mundo*



Fuente: We Are Social <https://wearesocial-net.s3>

Comunicarse a través de las redes sociales, no solo consiste en enviar un mensaje a otro, bien sea para saludarlo, felicitarlo por un logro, también contribuye en base a relaciones establecidas a compartir información acortando distancias, en la actualidad los usuarios de las redes sociales pasaron de ser consumidores a ser prosumidores que, según el visionario (McLuhan, 1996) la tecnología electrónica permitiría al consumidor llegar a ser en simultáneo un productor y consumidor de contenidos, hoy en día pasamos del hecho de comprar o poseer bienes a compartir a través de plataformas colaborativas (Plaza, 2019).

En suma, las posibilidades de comunicación a través de redes sociales facilitan el trabajo. Muchas organizaciones adoptan las plataformas de medios sociales, como parte de sus sistemas de gestión con el propósito de incrementar el conocimiento compartido (Campos Freire & Rúas Araújo, 2015) sobre el particular resulta conveniente citar el criterio de Castells, las redes digitales tienen una capacidad global de interacción gracias a la tecnología:

La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y más concretamente con la evolución de las tecnologías de la comunicación. (Castells, 2008, pág. 48)

La migración digital está sucediendo de manera forzada, en esa línea es sumamente importante aprovechar la coyuntura actual para incentivar el uso de redes sociales para la contratación de servicios de manera segura y cercana al cliente, como señala en su estudio Plaza (2019) “la red se convierte en un nuevo mercado de servicios en el que sus consumidores y proveedores interaccionan directamente entre ellos en tiempo real, formando nuevas formas de intercambio de servicios y generando un impacto directo sobre la organización empresarial” (p. 366).

Usabilidad y Accesibilidad en la Web

Usabilidad es un concepto utilizado frecuentemente en la sociedad actual dada su relevancia en la web, para Nielsen (2002) la usabilidad es una característica que mide qué tan intuitiva y fácil de usar es una página web para el usuario común. La usabilidad es una particularidad fundamental para que los clientes visiten, aprovechen y regresen nuevamente a un sitio, señala que evalúa tres aspectos, ilustrados en la siguiente gráfica:

Figura 4 Aspectos de la Usabilidad



Fuente: J. Nielsen

En términos aplicados, se podría concluir que la usabilidad es la percepción del usuario sobre el diseño, funcionalidad y rendimiento de un determinado entorno que lo acerca a un

objetivo específico, en ese sentido nos referimos a la experiencia del usuario al interactuar con una página web (Figura 4). Desde la perspectiva de Jakob Nielsen algo más que la forma de comunicarse ha cambiado, en la actualidad es más fácil establecer contacto con otros gracias al uso de las redes sociales, portales, blogs, páginas webs, y la búsqueda de bienes y servicios; surge en este entorno el término usabilidad que según el autor hace referencia a la facilidad con que un usuario puede utilizar una herramienta a través de las redes sociales con el fin de alcanzar un cierto objetivo (Nielsen, 2006).

A través del uso de las redes sociales es cuando se crea vínculos con los seres humanos alrededor del mundo, las redes sociales constituyen una poderosa herramienta que no solo permite conectarse con más personas sino que construye comunidades a partir de sus, preferencias, intereses y gustos (Nielsen, 2006) contribuyen a estos encuentros una de las principales características de los sitios web conocida como usabilidad.

Para Nielsen, en la web, la usabilidad es una condición necesaria para la supervivencia, la gente deja de usar un sitio web cuando es confuso su funcionamiento, termina por abandonarlo, algo similar sucede cuando la página de inicio falla al no ofrecer de manera clara al usuario sus servicios, los usuarios al no saber con precisión qué es lo que pueden hacer en el sitio, optan por abandonarlo. Al no comprender lo que ofrecen los sitios los usuarios se pierden, por lo tanto, lo abandonan. Si la información del sitio web es difícil de leer o no responde las preguntas clave de los usuarios, estos lo abandonan (Nielsen, 2013).

Fernando Alonso López describe a la usabilidad como el resultado de la acción que surge entre usuarios, productos y entorno en su investigación presentada a la Universidad Autónoma de Barcelona:

Al hablar de usabilidad no nos referimos solo a una propiedad del producto, sino de algo que depende de quién lo use, sus objetivos y el entorno en que se esté utilizando. Es, por tanto, una propiedad de la interacción entre un producto, el usuario y la tarea o grupo de tareas que está intentando realizar. (López , 2016, pág. 39)

Sugiere además que, con frecuencia al referirnos al término usabilidad está acompañado de accesibilidad, que es la que permite la participación en igualdad de condiciones de todas las

personas, más allá de sus singularidades físicas, psíquicas, culturales, geográficas o económicas (López , 2016).

La accesibilidad del sitio web es un aspecto fundamental, si un usuario quiere acceder al sitio web y éste, por el motivo que sea, no funciona, el sitio web habrá perdido totalmente su valor (Serrano, 2009). Es fundamental cuidar varios aspectos en lo que respecta a la disponibilidad y accesibilidad como lo sugiere Serrano: el tiempo de actividad del servidor, los enlaces rotos y la capacidad de respuesta móvil. Dicha autora define como accesibilidad “ a la capacidad de una página web, o una aplicación, para facilitarle a los usuarios (independientemente de sus niveles de discapacidad física o tecnológica) el acceso a la misma y a sus contenidos” (Serrano, 2009, pág. 67).

Para (Hassan Montero, 2015) “la accesibilidad es un atributo de calidad del producto que se refiere a la posibilidad de que pueda ser usado sin problemas por el mayor número de personas posibles, independientemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso” (p. 11), entendiendo por accesibilidad el acceso de la información contenida en los sitios web sin limitación geográfica alguna.

Usabilidad y accesibilidad en la web son dos términos que se introducen en función de la facilidad de navegación de cada sitio, hasta llegar a pensar en el motivo por el cual se utiliza un sitio web y la personalización del mismo: “El enfoque de diseño centrado en el usuario y en su experiencia propone un modelo completo de diseño y creación de sitios web integrando la usabilidad al mismo tiempo que supera las limitaciones de su mera utilidad” (Tramullas, 2003, pág. 109) desde este punto de vista conceptual ambos términos convergen en la búsqueda de la facilidad de acceso y consulta, por parte de los usuarios, a una página web o a una aplicación.

Del análisis realizado hasta aquí, se puede afirmar que la creación de un portal de servicios de cuidados infantiles, representa para las familias, las madres o padres y personas con experiencia en cuidado de niños un horizonte ilimitado de posibilidades para trabajar colaborativamente, cabe mencionar que con la creación de este portal de servicios queremos llegar a ser la primera comunidad de cuidados infantiles en el país con inclusión social de grupos minoritarios.

BENCHMARKING

A continuación, las principales soluciones digitales que se analizan desde sus sitios web para determinar las mejores prácticas a replicar en nuestro proyecto. Las marcas incluidas en la presente investigación cuentan con portales web y aplicaciones.

Portales Internacionales: Topnanny, Interdomicilio, Babysits, Sitly y Care.

Portal Nacional: AoraServicios.

Portales Colaborativos: Blablacar, Couchsurfing Inc.

Para el desarrollo de la investigación definimos algunas variables que permiten recolectar las mejores prácticas a ser aplicadas en nuestro proyecto:

- Diseño: ¿Por qué las comunidades de padres usan portales web y que es lo que buscan en ellos? ¿La web es user friendly?
- Tipos de servicios: ¿Qué servicios de cuidados infantiles tiene la plataforma?
- Interacción: ¿Cómo lograr que los usuarios interactúen en la plataforma?
- Innovación: ¿Qué busca la comunidad en una página web? ¿Cómo crear impacto en la comunidad digital que he desarrollado?

TOPNANNY <https://topnanny.es/>

El portal nace como una solución a la problemática que tuvo una pareja en Francia para encontrar niñera tras el nacimiento de su primera hija en el año 2011. Luego de su creación llega a España en el 2014 y ahora cuenta con presencia en algunos países.

Innovación

Es un website que ayuda a los padres a encontrar una niñera para sus hijos de manera ágil. El sistema funciona a través de anuncios publicados en el sitio, para acceder al servicio el usuario debe especificar el código postal. La plataforma conecta a las familias con una base de datos de posibles cuidadores para sus hijos a través de algoritmos de búsqueda. El sitio web permite a prestadores de servicios especializados en cuidados de niños inscribirse sin costo y de forma rápida lo que genera un crecimiento orgánico de la comunidad y consecuentemente de la base de datos.

Figura 5 Homepage Plataforma Topnanny.es



Fuente: <https://topnanny.es/>

Tipos de Servicios

Ofrecen servicios complementarios al cuidado infantil como por ejemplo cuidado de mascotas, limpieza, cuidado del jardín y cuidado de adultos mayores, aprovechan su plataforma para difundir con anuncios laborales a la comunidad los tipos de servicios, utilizan un lenguaje claro en donde resalta características de la oferta laboral con un tono de comunicación afable y empático.

Interacción

Se publican de manera diaria anuncios de nuevos empleos que permite aumentar la interacción en el sitio. Hay bastante interacción a través de notificaciones que llegan por correo electrónico indicando la disponibilidad de nuevos perfiles. Los usuarios pueden visualizar en la plataforma más de 350.000 recomendaciones de los miembros de la plataforma y las características de los perfiles que se publican, esto es muy importante porque genera confianza en los usuarios.

Figura 6 Interface de la Plataforma Topnanny.es



Fuente: <https://topnanny.es/>

Implementación en el proyecto: habilitar el registro para los padres y niñeras postulantes sin tener que realizar un pago por afiliación, habilitar la georreferenciación (ubicación GPS) para confirmar los datos de localización de los usuarios y mejorar la experiencia del usuario. Permitir a los miembros de la comunidad revisar las recomendaciones y comentarios de las postulantes.

INTERDOMICILIO <https://www.interdomicilio.com/>

Interdomicilio es una empresa española que ofrece multiservicios profesionales para el hogar a través de un portal. Se diferencia de sus competidores por ofrecer todo tipo de servicios como por ejemplo servicios de limpieza, cuidado de adultos mayores y niños, pequeñas reparaciones, entre otros. Cuenta con más de 33 oficinas en España, recientemente en Portugal y México con alrededor de 10 oficinas. Tiene presencia en otros países a través del modelo de franquicia.

Innovación

Destaca el uso de multicanales que consiste en acceder a los servicios de forma rápida por varias modalidades, puede ser a través de una llamada telefónica, con un chat, enviando un correo electrónico, o vía internet a través del portal digital en donde se ingresa la dirección de residencia o el código postal e inmediatamente se abre Google Maps mostrando la agencia más cercana al domicilio del usuario. Con el servicio de call center contacta a los clientes que no interactúan en las redes sociales.

Se resalta de este portal el proceso de selección que se apoya en la georreferenciación, con lo cual se puede elegir al profesional disponible según la zona de residencia del usuario, esta funcionalidad es muy interesante al promover el uso de la plataforma porque la experiencia de usuario es satisfactoria, así también con la búsqueda por GPS la conversión de la página es más alta.

Tipos de Servicios

Complementariamente al servicio de cuidado infantil ofrece apoyo en otras tareas como, por ejemplo, recoger a los niños en las escuelas, preparación de alimentos, acompañamientos nocturnos y de fines de semana, apoyo en las tareas escolares, más su servicio premium de niñera permanente.

Muestra de manera clara y concisa los servicios disponibles, enfocándose en la confianza y garantía en las soluciones ágiles que ofrece, con personal calificado, con amplia experiencia en brindar servicios a la medida. Genera confianza mediante el tipo de comunicación que usa en su portal, que se sustenta en comentarios positivos que hacen los usuarios que han utilizado el servicio y están dispuestos a compartir su experiencia con lo cual aumentan relevancia a la página.

Interacción

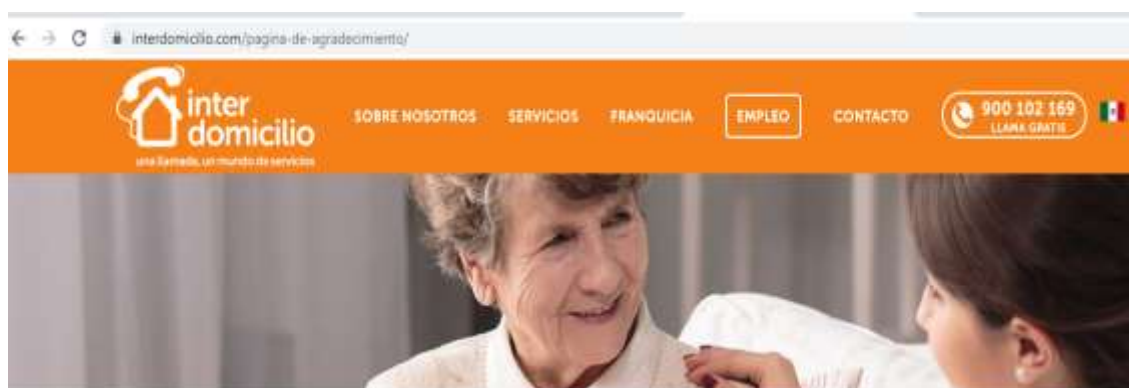
Recientemente lanzaron una App que cuenta con un modelo innovador de redimir puntos para canjearlos con servicios, a través de este modelo logra que los usuarios interactúen en su portal, la interface es muy amigable para el usuario. Complementa la interacción con un blog muy interesante con contenido relacionado a diferentes categorías, la más comentada es sobre cuidados infantiles.

Figura 7 *Homepage Plataforma Interdomicilio.com*



Fuente: <https://www.interdomicilio.com/>

Figura 8 Interface Plataforma Interdomicilio.com



Fuente: <https://www.interdomicilio.com/>

Implementación en el proyecto: aplicar un modelo de compensación similar a la remisión de puntos en base a las recomendaciones de los padres para las mejores niñeras, según los comentarios positivos se canjean con estrellas (sistema de valoración) que permita mejorar su ranking y que a su vez será publicado en la página. También crear un algoritmo de búsqueda para

que los perfiles que mejor ranking tengan sean los primeros en aparecer en el portal, con este sistema de calificación se crea un incentivo para la niñera y para los padres ayuda en la toma de decisión durante la selección.

BABYSITS <https://www.babysits.org/>

Babysits es una comunidad digital a nivel mundial que ofrece servicios para el cuidado de niños, es una solución inmediata y a la mano, su particularidad es que atiende emergencias que se presentan en el día a día, su público objetivo son madres trabajadoras con eventos particulares o de fines de semana. El sitio aplica el modelo de plataforma colaborativa que consiste en acercar a las personas con un fin en común. Babysits conecta de forma segura, rápida y económica a padres con proveedores de cuidado de niños y niñas.

Tiene presencia en 37 países, 28.500 ciudades con más de 1.500.000 miembros, es una red en global crecimiento.

Diseño

El registro en la plataforma Babysits es muy sencillo para las niñeras, crean su perfil de forma rápida para luego ser contactadas por los padres y programar encuentros. En la búsqueda se puede seleccionar filtros de acuerdo a la necesidad, lo cual mejora la experiencia del usuario, el proceso es flexible y sencillo, los criterios que se pueden aplicar son horarios, disponibilidad y perfiles de usuario. Adicional cuenta con motor de búsqueda geolocalizado.

Innovación

Como servicio innovador ofrece la posibilidad de compartir niñera, esto es posible gracias al modelo de plataforma colaborativa que aplica. La comunidad se crea a través de la afiliación de los padres al servicio premium cuya suscripción se paga de manera mensual y permite a la comunidad de padres tener acceso a la información de los perfiles de las niñeras, también impulsa como una comunidad cerrada a compartir contenido relevante y de interés común.

Interacción

Como característica que destaca el sitio es la creación y comunicación de contenidos relacionados al cuidado infantil que aumenta la interacción. Informan dentro de la comunidad contenido relevante y de interés común como, por ejemplo, consejos para madres primerizas, alimentación saludable, consejos para las niñeras, estimulación temprana, consejos para los padres, entre otros. Utiliza sus redes sociales para informar sobre los servicios disponibles.

Figura 9 Homepage Plataforma Babysits.org



Fuente: <https://www.babysits.org/>

Figura 10 Interface Plataforma Babysits.org



Fuente: <https://www.babysits.org/>

Implementación en el proyecto: como innovación nos gustaría impulsar en la comunidad el compartir niñera, sin embargo, se implementa en una segunda fase considerando que es un servicio muy delicado y se requiere contar con una comunidad que esté consolidada. Otra característica que destaca y que aplicaremos en nuestra propuesta es la creación de contenido relevante y de interés común, daremos énfasis a temas relacionados con el cuidado infantil.

SITLY <https://www.sitly.es/>

Es una comunidad que conecta padres con niñeras ofreciendo un servicio exclusivamente de cuidados infantiles. Una de las ventajas de la plataforma es su alcance, cuenta con más de un millón de usuarios en Europa y 210.000 en España, tiene presencia en países como Italia, Noruega, Dinamarca, Finlandia, Holanda, Argentina, Bélgica, Suiza y Holanda. La app facilita a los padres en apuros buscar niñera y contactar con otros padres para organizar el cuidado de sus hijos.

Diseño

La principal característica de esta App es la flexibilidad en los criterios de búsqueda, el usuario puede encontrar lo que necesita aplicando los filtros en función de horarios, disponibilidad y características de cada candidato. Puede elegir a la niñera ideal según el lugar donde viven, esto gracias a que la compañía cuenta con un motor de búsqueda geolocalizado, adaptado a cada ciudad que muestra la distancia a la que se encuentra cada niñera.

Figura 11 Homepage Plataforma Sitly.es



Fuente: <https://www.sitly.es/>

Innovación

Lo innovador de esta plataforma se evidencia cuando se ingresa, bien sea por la web o a través de su aplicación lo primero que se despliega es la posibilidad de “compartir niñera”, los padres pueden contratar a una niñera que cuide varios niños a la vez, procedentes de varias familias, lo único que deben hacer es coincidir en los horarios, ésta opción sobre todo es útil para cuando los padres tienen compromisos sociales, fiestas o celebraciones en común aportando un ahorro significativo a las familias. Este objetivo se logra compartiendo en la web los perfiles de los padres residentes en la misma zona. De esta manera la aplicación sigue el modelo de plataforma colaborativa.

Interacción

Internacionalmente encontramos múltiples aplicaciones que ayudan a las familias a ponerse en contacto con niñeras, sin embargo, lo que atrae de esta App es que no solo contacta a las niñeras con los padres, sino que conecta a los padres con otros padres para cuidar a los niños de forma colaborativa, es una App muy interactiva y está disponible para Android y Apple.

Figura 12 Interface Plataforma Sitly.es



Fuente: <https://www.sitly.es/>

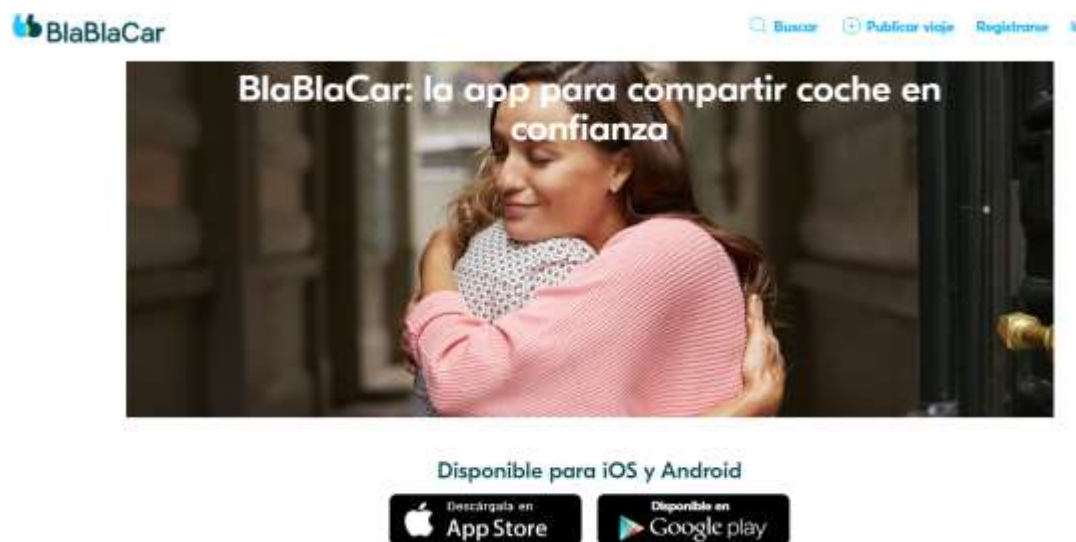
Implementación en el proyecto: usar la geolocalización para los miembros de la comunidad, permitir que la información de los perfiles de las postulantes esté visible para los miembros de la comunidad y que los padres puedan realizar recomendaciones en los perfiles.

Portales Colaborativos que Ofrecen Servicios no Relacionados al Cuidado Infantil

BLABLACAR <https://www.blablacar.es/apps-mobile>

BlablaCar es una página web y app móvil que permite la comunicación entre conductores y potenciales pasajeros de viajes puntuales, cuyo propósito es compartir gastos de combustible o viajar con compañía. La aplicación nació en Francia en el 2006 y se extendió a España en 2008, es una tendencia que se ha puesto muy de moda en los últimos años. Esto se debe, no solamente por la preocupación por el planeta (menos uso de autos, menos contaminación) sino también porque el hecho de compartir el automóvil es una manera de ahorrar dinero al realizar un determinado viaje, convirtiéndose en una plataforma colaborativa.

Figura 13 *Página para Descargar el App BlaBlaCar*



Fuente: <https://www.blablacar.es/apps-mobile>

Diseño

El secreto de la propuesta de BlablaCar además de lograr reducir los costos, es que resalta el valor de la confianza entre el conductor y los pasajeros, siendo la confianza el principal elemento en un modelo de plataforma colaborativa que lo plasma a través de un sistema de valoraciones entre usuarios de la plataforma.

Innovación

Una plataforma tecnológica que conecta personas desconocidas con intereses en común a través de la comunicación, son personas que gracias a la información que comparten se vuelven populares entre grupos que cuidan el medio ambiente.

Figura 14 *Interface de la Plataforma BlaBlaCar*



Fuente: <https://www.blablacar.es/apps-mobile>

Implementación en el proyecto: similar al ejemplo del carpooling, donde las personas sin conocerse deciden compartir su automóvil para viajar bajo un nivel de confianza, se busca para nuestro proyecto a partir de las recomendaciones de la comunidad crear reputación en el sitio. Aplicar un sistema de valoración con la asignación de estrellas en los perfiles de las niñeras para calificar su experiencia y calidad del servicio, con este sistema se genera confianza al usuario a la hora de contactar el servicio. Adicionalmente los padres pueden realizar recomendaciones de las niñeras a través de sus perfiles para que sean vistos por los miembros de la comunidad.

COUCHSURFING INC <https://www.couchsurfing.com/>

Comunidad global que consiste en una red de “amigos virtuales”, tienen como finalidad intercambiar servicios de hospitalidad y anfitriónaje en sus propias residencias. Es un portal que sigue los mismos criterios de Facebook al establecer una red de “amigos”, pero en este caso de viajeros, donde se conectan entre sí más de 324.000 personas de 220 países y de más de 31.000 ciudades del mundo. Los usuarios de la red que se conectan ofrecen sus casas para ser huésped de sus visitantes e incluso pueden servirles de guía en recorridos por la ciudad.

Figura 15 *Página para Iniciar Sesión en Couchsurfing.com*



Fuente: <https://www.couchsurfing.com/>

Innovación

Esta plataforma se basa en la confianza, el respeto y la palabra. Si bien fue fundada sin ánimo de lucro se convirtió en una empresa. La confianza en los usuarios que se inscriben en la red se gana gracias a los comentarios que se publican en los perfiles, mientras más información y referencias personales se comparten en los perfiles mejor será la experiencia del usuario que busque en la plataforma un servicio confiable.

Interacción

Hay bastante interacción entre los usuarios a través de las publicaciones y comentarios positivos que hacen en los perfiles, por lo tanto, las recomendaciones son clave para generar la confianza en un portal digital.

Implementación en el proyecto: para nuestro proyecto buscamos obtener la confianza de los usuarios a través de las interacciones de la propia comunidad de padres, esto se irá construyendo al compartir y publicar en sus perfiles comentarios sobre la calidad del servicio, recomendaciones de niñeras y testimonios de clientes.

Portal en Ecuador

AORA <https://aoraservicios.com/>

AORA es una App que está disponible en Ecuador y que ofrece servicios para el hogar, la oficina o el sector industrial, es una plataforma que reúne a una comunidad de profesionales que son seleccionados, capacitados y certificados a través de proceso de verificación de datos. Entrega el servicio a un costo que previamente ha sido aceptado por el cliente. Se puede dar seguimiento a la ubicación del profesional contratado similar al seguimiento que se realiza cuando se hace un pedido por la App Globo.

Diseño

Navegar en el App es sencillo, muestra las opciones del sitio con menús claros, la interface es amigable, la estructura de la página para la contratación de los servicios es concisa, tiene habilitado el pago con tarjeta de crédito o débito.

Innovación

Lo positivo de esta App es que cuenta con 2 aliados a través de los cuales capacita y certifica a los prestadores de servicios: BRONUNPRAXIS / ARGOS. Esto genera confianza a los usuarios que contratan el servicio. Es una aplicación que permite cotizar el servicio previamente, hay una tarifa base que se ajusta al finalizar la contratación del servicio.

Figura 16 *Homepage Plataforma Aoraservicios.com*



Fuente: <https://aoraservicios.com/>

Implementación en el proyecto: aplicar un proceso de afiliación para profesionales relacionados a servicios de niños e implementar talleres de inducción y capacitación para las nanas en temas relacionados al cuidado infantil, en una segunda etapa se propone evaluar la creación de la universidad de las nanas.

De la presente investigación del mercado, a modo de conclusión, se presenta un resumen comparativo de los portales locales e internacionales analizados (**Tabla 1**). Se incluye en la tabla las buenas prácticas que en lo posible adoptaremos en nuestro proyecto.

Tabla 1 Resumen Benchmarking

	Práctica 1	Práctica 2	Práctica 3	Práctica 4	Práctica 5	Práctica 6	Práctica 7
VARIABLES	TOP NANNY web site que ayuda a padres a encontrar niñera. Opera a través de anuncios. Ofrece servicios complementarios	INTERDOMICILIO el portal ofrece multiservicios profesionales para el hogar, es omnicanal se puede acceder a través del portal, desde la APP o telefónicamente	BABYSITS comunidad especializada en cuidados de niños conectando a padres y niñeras	SITLY plataforma colaborativa de padres y niñeras que ofrece el servicio de cuidados infantiles	BLABLACAR web site y app móvil que permite la comunicación entre conductores y potenciales pasajeros para viajes puntuales	COUCHSURFING comunidad virtual que tiene como finalidad intercambiar servicios de hospitalidad y anfitriones. Portal similar a Facebook para establecer una red de amigos	AHORA App local, ofrece servicios para el hogar, con una comunidad de profesionales certificados
WEB SITE	https://topnanny.es/	https://www.interdomicilio.com/	https://www.babysits.org/	https://www.sitly.es/	https://www.blablablacar.es/	https://www.couchsurfing.com/	https://aoraservicios.com/
DISEÑO	Ser un portal que visibilice a las nanas			Información clara y concisa		Navegación en la página sin tener que crear un usuario	Navegación intuitiva a través de enlaces desde el home
INNOVACIÓN	Crear filtros de búsqueda a través de localización por Google Maps	Implementar un sistema de calificación del nivel de experiencia de las nanas a través de gamificación	Ofrecer el servicio de niñeras emergentes o para eventos puntuales	Compartir niñera con miembros de la comunidad	Aplicar el modelo de valoración de los perfiles para aumentar la reputación de la marca		Certificar a los perfiles de nanas a través de talleres en cuidados infantiles. Formar una escuela para nanas.

TIPOS DE SERVICIOS			Brindar servicios complementarios relacionados a cuidados infantiles				Afiliar a profesionales en servicios complementarios a los cuidados infantiles
INTERACCIÓN	Mostrar las recomendaciones y comentarios de la calidad de los servicios	Usar múltiples canales como web, chat, blog, email y redes sociales para interactuar con el público, aplicar Inbound marketing	Compartir contenido relevante relacionado al cuidado infantil	Publicar recomendaciones en los perfiles de las nanas	Ser una plataforma colaborativa, interactuar y compartir experiencias y comentarios	Crear una API con WhatsApp para comunicarse con los usuarios del sitio que buscan niñera	

Fuente: Elaboración Propia

METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General de la Investigación

Conocer los intereses, necesidades y opiniones del público objetivo en la utilización de plataformas digitales como herramienta digital para la adquisición de servicios de cuidados infantiles.

Objetivos Específicos de la Investigación

- A. Identificar el público objetivo (usuarios) dispuestos a usar las plataformas digitales para la contratación de servicios de cuidados infantiles.
- B. Conocer cuáles son las principales plataformas digitales de consumo que utiliza el público objetivo (usuarios).
- C. Determinar los diferentes tipos de servicios relacionados con el cuidado infantil que el público objetivo actualmente demanda.

El objetivo del proyecto es la creación de una plataforma digital que brinde servicios de cuidados infantiles. El punto de partida es definir el perfil del potencial usuario de la plataforma (adaptador inicial), es decir el usuario a quién interesa o beneficia el producto mínimo viable y a su vez conocer su adopción a esta propuesta.

Es importante definir la curva de adopción de la innovación dado que nos ayuda a entender hacia quiénes enfocaremos nuestro producto, categorizando los usuarios de acuerdo a su disposición para adaptarse a la nueva tecnología o innovación (**Tabla 2**), lo menciona Everett Rogers en su libro *Diffusion of Innovations*, clasificando en 5 segmentos a los clientes, “las categorías de adopción son las clasificaciones de los miembros de un sistema social sobre la base de la innovación: Innovadores, adoptadores tempranos, mayoría temprana, mayoría tardía y rezagados” (Rogers, 1962, p.22).

Tabla 2 Características de los Perfiles de Clientes

CATEGORÍAS	INNOVADORES	ADOPTADORES TEMPRANOS	MAYORÍA TEMPRANA	MAYORÍA TARDÍA	REZAGADOS
------------	-------------	-----------------------	------------------	----------------	-----------

CARACTERISTICAS PERSONAS	Emprendedores, se adaptan a nuevas tecnologías, asumen riesgos	Visionarios, generan opinión y tendencia, compradores tempranos, buscan solución a sus problemas	Pragmáticos, se adaptan a las nuevas tendencias, toman decisiones en base a la utilidad	Cautelosos necesitan más apoyo a medida que se adaptan	Escépticos, lentos para adaptarse a nuevas tecnologías, lo hacen porque no tienen otra opción
---------------------------------	--	--	---	--	---

Fuente: Diffusion of Innovations. Elaboración Propia

Para este proyecto se definió como grupo objetivo a mujeres y hombres, ejecutivos, emprendedores, que trabajan en relación de dependencia o con ocupaciones particulares y del hogar, que viven en Guayaquil, Samborondón y Daule, con edades entre 25 a 50 años, que son independientes económicamente y que tienen hijos de 0 meses a 12 años, que les gusta pertenecer a grupos sociales, salir a divertirse y viajar. Se creó 3 perfiles iniciadores (**Tabla 3**):

Tabla 3 Descripción de los Perfiles Iniciadores

CATEGORÍAS	ENTUSIASTA TECNOLÓGICO	VISIONARIO	PRAGMÁTICO
PERFILES CREADOS	Son emprendedores de 26 a 33 años aproximadamente, de clase media, dispuestos a asumir riesgos, les entusiasma y se adaptan a la tecnología, son sociables, compran en línea, usan plataformas digitales, consumen Netflix, instalan Apps, les gusta divertirse con sus amigos e interactuar en redes sociales, tienen hijos de 0 meses a 5 años, cuidan su imagen, van al Gym, viajan con frecuencia	Ejecutivos con visión, aproximadamente entre los 34 a 39 años, generan opinión en redes sociales, sueñan con tener Apps que resuelvan sus problemas cotidianos, están bien económicamente, viven solos o con parejas en urbanizaciones privadas, compran en línea, salen a fiestas, piden a domicilio por Apps, usan portales para informarse, ven contenido relacionado a cuidados infantiles, noticias, recetas, les gusta pertenecer a comunidades digitales, tienen hijos de 6 a 10 años aproximadamente	Profesionales conservadores que se adaptan a las nuevas tendencias de forma discreta, aproximadamente desde los 40 años, deciden en base a la utilidad, usan redes para conectarse con familia y amigos, con o sin pareja, buscan apoyo en su núcleo familiar, son hogareños, disfrutan ver documentales, salen a restaurantes con su familia, al cine, consumen información en portales como El Universo, Comercio o

			Teléfono, con hijos de 5 a 12 años
--	--	--	------------------------------------

Fuente: Elaboración Propia

Se realiza un estudio cualitativo con un alcance descriptivo que permite conocer los intereses y motivaciones de los padres respecto al uso de plataformas digitales, es decir no será concluyente, sino que su objetivo es documentar ciertas experiencias, analizar los resultados para conocer su percepción de cómo funcionan las plataformas digitales, específicamente cómo interactúan como usuarios de un entorno virtual. “Los estudios descriptivos buscan especificar, las propiedades, las características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” como menciona (Fernández, Hernández y Baptista. 2010., p.80.).

Para el estudio definimos diferentes variables que nos ayudan a conocer los intereses, gustos y motivaciones del público objetivo en torno al uso de las plataformas digitales.

Para una mejor comprensión de lo que significa cada variable, detallamos su descripción para éste proyecto:

Uso Plataformas Digitales: indagar sobre las motivaciones, gustos, preferencias e intereses a la hora de utilizar las plataformas digitales, a fin de determinar la utilidad que dan a los portales.

Seguridad en Plataformas Digitales: se busca conocer si previo a ingresar a una plataforma indagan sobre la seguridad de ésta, hacen consultas, si preguntan a referidos de sus experiencias. Adicional explorar cómo perciben a las plataformas digitales, entender qué significado dan a la seguridad cuando navegan, qué nivel de confianza tienen cuando realizan búsquedas por internet y cuál es el atributo clave para elegir una u otra.

Hábitos y Prácticas de Consumo: conocer qué tipos de productos relacionados con el proyecto demandan, cómo hoy en día adquieren estos bienes y servicios, si lo hacen a través de medios digitales, con qué frecuencia, si tienen horarios preferidos para navegar o se dejan llevar por la necesidad puntual, cuánto tiempo dedican a la búsqueda de servicios por plataformas, saber si están dispuestos a contratar servicios por internet y que tipo de servicios.

Servicios Relacionados con los Niños: identificar las necesidades actuales del público objetivo, indagar si han contratado servicios de cuidados infantiles en plataformas digitales y otro medio que no sea por su entorno familiar o de amigos, si han utilizado este servicio por horas o momentos específicos, que otros servicios relacionados con el cuidado de niños han contratado, y saber si estarían dispuestas a contratar una niñera por internet.

Satisfacción de Necesidades: explorar su situación actual respecto de problemáticas, hoy por hoy como satisfacen sus necesidades relacionadas al cuidado infantil. Conocer si hay interés de pertenecer a una red con apoyo online, o si pertenecer a una comunidad de cuidados infantiles aporta como solución a sus preocupaciones al contratar una niñera.

Confianza de los Servicios Contratados: conocer cuáles son las variables que generan confianza para adquirir un producto por plataformas digitales, cuál es el nivel de confianza para hoy en día contratar estos servicios, cómo evaluaría las condiciones que deben cumplir las personas que ofrecen estos servicios, qué es lo que genera su confianza para contactar a través de un portal, cómo evaluaría un buen servicios de cuidados infantiles.

Condiciones Acordadas para el Pago del Servicio: investigar cómo prefieren realizar el pago por el servicio recibido, si escogen hacerlo antes, durante o después de recibir el servicio.

Servicios Complementarios: listar los servicios adicionales que les gustaría obtener en la plataforma, como por ejemplo recomendaciones para madres primerizas, estimulación temprana, terapia de lenguaje, consejos para nanas y padres de nutrición, etc.

Transformación Digital: conocer si está interesado en usar este tipo de servicio y porque usaría una plataforma digital, que lo motiva o apasiona de la digitalización y cómo sería su interacción con los usuarios, saber que considera indispensable para usar una aplicación de este tipo.

La entrevista es semiestructurada y dada la coyuntura actual del distanciamiento social provocado por la crisis del coronavirus, se propone la interacción virtual entre el entrevistador y el participante utilizando la plataforma de Microsoft, con su herramienta de videollamadas Teams. Para diseñar la guía de entrevistas se relaciona las nueve variables sobre las cuales buscamos respuesta, esto a la larga nos va ayudar junto con las preguntas abiertas a obtener del entrevistado la información necesaria para su posterior análisis con la finalidad de tener una

comprensión general del uso de las plataformas digitales. Se ha considerado como muestra homogénea únicamente a 18 personas porque no se pretende generalizar los resultados del estudio, su propósito es establecer una aproximación del comportamiento de los usuarios en base a sus experiencias en el uso de plataformas digitales, como menciona (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010):

Las entrevistas semiestructuradas por su parte se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas). (p .418)

A través de la indagación al grupo objetivo se conocen las pautas para crear el perfil del usuario adaptador, esto lo vamos a poder confirmar luego de realizar las entrevistas. Hemos dividido en dos partes la entrevista, la primera corresponde a una exploración con preguntas abiertas respecto al uso de las plataformas digitales, como indica (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) “Pueden hacerse preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, etcétera” (p. 424) que nos permita conocer cuál es el comportamiento de nuestro público objetivo en este entorno digital. Se analizan cinco de las nueve variables planteadas para este proyecto que son: plataformas digitales, seguridad, hábitos y prácticas de consumo, demanda actual del servicio y satisfacción del cliente.

En la segunda parte de la entrevista, se explica al entrevistado el alcance del prototipo y se plantea preguntas enfocadas a conocer su opinión respecto al producto, en esta parte de la investigación es sustancial conocer el interés del público objetivo hacia el portal de búsqueda de servicios de cuidados infantiles y comunidad digital, para lograrlo se propone analizar las variables relacionadas a la confianza (diseño de la plataforma), condiciones de pago (usabilidad de la plataforma), servicios complementarios (intencionalidad) y transformación digital (accesibilidad al sitio web).

Guía de Preguntas para Entrevistas a Profundidad

VARIABLES	PREGUNTAS
Uso plataformas	¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa, compra productos o servicios?

	<p>¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?</p> <p>¿Cuál es la que más usa?</p> <p>¿Con qué frecuencia visita las plataformas?</p> <p>¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida, Facebook, Instagram, la web, Apps móviles? ¿Por qué?</p>
Seguridad en las plataformas	<p>¿Cómo saber si una plataforma es segura?</p> <p>¿Qué verifica antes de usarla?</p>
Hábitos y prácticas de consumo	<p>¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios adquiere?</p> <p>¿Ha contratado algún servicio en este último año?</p> <p>¿Prefiere los canales físicos o digitales?</p> <p>¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidados infantiles?</p>
Servicios para el cuidado infantil	<p>¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?</p>
Satisfacción del cliente	<p>¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?</p> <p>¿Estaría dispuesto a contratar una niñera por internet?</p> <p>¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?</p> <p>¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?</p>
Confianza en el servicio	<p>¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)</p> <p>¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?</p>
Condiciones de pago	<p>¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales?</p> <p>¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?</p>
Servicios complementarios y transformación digital	<p>¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?</p>

Se realizó la entrevista a cinco mujeres y dos hombres con perfiles entusiasta, para el perfil visionario se consideró cuatro mujeres y un hombre, finalmente para el perfil pragmático se consideró cuatro mujeres y dos hombres, en total se entrevistó a 18 personas cuyos nombres y edades las detallados a continuación para una mejor interpretación:

Las siete personas entrevistadas para el perfil entusiasta tecnológico son: Abigail Moncayo (26 años), Diego Soria (30 años), Luis Silva (32 años), Catherin Muñoz (33 años), Mariuxi Arpi (33 años), Jenny Sánchez (34 años), y Jazmín Boero (34 años). Los cinco usuarios entrevistados para el perfil visionario son: Jéssica Tovar (35 años), Carlos Guerra (36 años),

Andrea Quimi (37 años), Tania Jimenez (39 años) y Andrea Escobar (39 años), por último, para el perfil denominado pragmático se entrevistaron a seis personas: Nadia Guzmán (42 años), Ana Vicky Rodriguez (45 años), Pilar Vargas (45 años), Franklin Avilés (44 años), Pedro Palacios (45 años) y Luisa Amador (48 años).

Conclusiones de las Entrevistas

Si bien los resultados del estudio revelan un alto índice de uso de las plataformas digitales para la compra de bienes y servicios, poco se conoce por parte de los usuarios entrevistados de opciones para contratación de servicios de cuidados infantiles a través de plataformas digitales, por tanto, podemos inferir que la creación de un portal digital para la búsqueda de servicios de cuidados infantiles resulta una solución innovadora para las personas que demandan este tipo de servicios. Para una mejor comprensión de los perfiles entrevistados se hizo un resumen comparativo con sus respuestas (**Tabla 4, Tabla 5**) en base a las nueve variables que se investigan, el cual se muestra a continuación:

Tabla 4 Conclusiones de las Entrevistas Primera Parte Early Adopters

EARLY ADOPTERS VARIABLES	ENTUSIASTAS TECNOLÓGICOS	VISIONARIOS	PRAGMÁTICOS
PLATAFORMAS DIGITALES	Coinciden en el uso de las plataformas de Facebook para conectarse con amigos y la familia e Instagram para buscar productos y tendencias. Utilizan portales bancarios para pago de servicios básicos y transferencia de efectivo, compran online en Amazon productos relacionados al cuidado infantil, ropa, medicina. Post pandemia compran alimentos, víveres y medicina a través de Apps de entrega a domicilio. Consumen contenido en Netflix, YouTube, usan WhatsApp, TikTok y Twitter	Las plataformas que utilizan más son Facebook e Instagram , las utilizan para estar conectadas con su familia, amigos cercanos y para encontrar páginas que ofrezcan productos y servicios relacionados a medicina, estética y cuidados infantiles. Todas confirman realizar transacciones bancarias en los sitios webs o a través de Apps, utilizan las Apps de entrega a domicilio para la compra de medicina, alimentos y comida preparada. Compran con frecuencia en portales como Amazon , Carters , Mercado libre , Del Portal , Pycca , etc.	Siempre usan las mismas plataformas, tienen que ser reconocidas o recomendadas por amigos, con menos frecuencia compran online sin embargo pos pandemia piden a domicilio medicina, comida e insumos médicos. Facebook lo tienen para estar en contacto con sus familiares e Instagram porque ahí encuentran productos o servicios a domicilio. Gustan de portales informativos: Twitter , El Universo , Ecuavisa . Usan los portales bancarios para hacer pagos de servicios básicos
SEGURIDAD	Revisan en las páginas los términos y condiciones para estar seguros cuando usan botones de pago, que tengan doble confirmación, ven las publicaciones y comentarios	Revisan publicaciones, comentarios fotos, si hay conocidos o famosos que siguen a la página, luego se animan a dar clic	Buscan que sean páginas conocidas, coinciden que los bancos son sitios seguros, para comprar usan siempre las mismas páginas porque ya tienen buenas experiencias de compra
HÁBITOS, PRÁCTICAS DE CONSUMO	Buscan en Instagram y Facebook, o revisan las recomendaciones que les llegan a sus portales, siempre están conectadas	Utilizan las referencias de los amigos, revisan tendencias en Instagram, algunas prefieren comprar las marcas conocidas	Siempre van a lo seguro, lo que ya les ha funcionado antes, no les gusta explorar sitios nuevos salvo que sean referidos de conocidos

SATISFACCIÓN	Están muy insatisfechas porque no hay otro proceso, dependemos de que alguien nos recomiende y luego confiar que funcione	Totalmente insatisfechas, no conocen otra manera de contratar que no sea por boca a boca	Es un problema sin solución, de toda la vida, coinciden que es el único proceso que conocen y lo aplican es a través de referidos
---------------------	---	--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5 Conclusiones de las Entrevistas Segunda Parte al Presentar la Ideación

EARLY ADOPTERS VARIABLES	ENTUSIASTAS TECNOLÓGICOS	VISIONARIOS	PRAGMÁTICOS
CONFIANZA (DISEÑO DE LA PLATAFORMA)	Todas coinciden que para entrar a la plataforma y contratar por ese medio, lo primordial es contar con información, poder revisar su perfil, saber a quién se va a contratar, definitivamente deben ser personas recomendadas, que se sometan a test psicológico, médicos, el diseño del sitio es secundario	Mencionan que la plataforma tiene que ganarse su reputación, les atrae lo de la comunidad digital porque genera pertenencia, así confían porque hay alguien real que garantice el servicio a través de la plataforma, quieren ver los perfiles de las niñeras, que se apliquen filtros del tipo de servicio que requieren para que la búsqueda sea efectiva	Sienten temor de contratar en la web a personas sin que sean recomendadas, piden que sean confirmados los antecedentes, referencias de los trabajos anteriores, que los empleadores hagan comentarios en la página de la calidad de trabajo, que se encarguen de todo el proceso legal, que se pueda elegir entre varios perfiles dependiendo del tipo de servicio que estén buscando
CONDICIONES DE PAGO (USABILIDAD)	Prefieren que sea a través de un botón de pagos, en cualquier momento del proceso, no les importa siempre que sea un servicio garantizado. Les gustaría que por el pago que realicen se contrate un tipo de seguro para aplicar garantía por inconformidad	Están dispuestas a pagar por el servicio una vez que hayan entrevistado y tengan conexión con la persona que van a contratar, antes no porque al ser un servicio tienen temor que no funcione, que se pueda efectuar el pago con tarjeta de crédito o débito	Les gustaría que se aplique un pago al inicio de la búsqueda y otro al final para asegurar que el servicio contratado sea el esperado, puede ser en efectivo o a través de transferencia, lo más importante para este grupo es que funcione
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (INNOVACIÓN)	Sería ideal que ofrezcan tutor sombra ahora que los niños están en teleclases, estimulación temprana, servicios de limpieza, terapias como por ejemplo de lenguaje	Coinciden que la estimulación temprana es muy útil para cuando son niños pequeños, otro servicio que contratan es de limpieza del hogar	Para este grupo lo importante es contar con una plataforma que ofrezca el servicio de niñera y empleada doméstica garantizadas

TRANSFORMACIÓN DIGITAL (INTERACCIÓN)	<p>Creen que, sí es importante crear la comunidad para apoyarse entre todas, hacer grupos por urbanizaciones o en los trabajos se puede empezar a referir personas conocidas por la página</p>	<p>Coinciden que es una problemática real, que es muy complicado solucionarlo, pero estarían dispuestas a compartir en la comunidad información para apoyarse, sobre todo a sus amigas y compañeras de trabajo</p>	<p>Les parece lindo que se puedan ayudar entre sí, también es una excelente oportunidad para ayudar a las empleadas que ahora están sin empleo por la crisis del covid19</p>
---	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Mapa de Empatía

El mapa de empatía es una herramienta que nos ayuda a conocer a nuestro público objetivo y definir en base al análisis de lo que piensan, sienten, dicen, hacen, ven y oyen respecto del uso de las plataformas digitales y de la creación de un portal de servicios de cuidados infantiles. El presente mapa de empatía se desarrolló en base a la información obtenida en las entrevistas que se aplicaron a los perfiles construidos para el proyecto. Para una mejor comprensión del mapa es importante presentar un resumen descriptivo de los perfiles:

Descripción de Early Adopter

Para el desarrollo del proyecto se construyeron tres perfiles:

1.-Luis (Perfil Entusiasta): Es un millennial (33 años), está casado, tiene un niño de 5 años, Economista y está cursando una maestría, consume contenido en apps como Hbo, Espn, Directv, juegos para su hijo y delivery, usa todo el tiempo sus redes sociales desde su celular, le gusta el cine, usa portales bancarios y de entretenimiento. Se conecta con la familia por Facebook, hace video llamadas por Teams, Messenger, en Instagram sigue páginas con intereses y características en común (vida saludable, deportes, entretenimiento, nutrición, autos). Luis trabaja como especialista en finanzas para una empresa de servicios, cuida de su imagen, se alimenta saludablemente, realiza ejercicio, comparte al aire libre con su familia. Disfruta viendo tenis, fútbol y series o películas. Compra en portales digitales ropa, víveres y medicina. Tiene auto, utiliza como medios de pago para comprar en las plataformas digitales las tarjetas de crédito o débito, es muy divertido, le apasiona la tecnología. En base a las entrevistas realizadas a las personas con este perfil se plantea el mapa de empatía (**Tabla 6**):

Tabla 6 Resumen Mapa Empatía Perfil Entusiasta

¿QUÉ PIENSA/SIENTE?	¿QUÉ DICE/HACE?
<p>Es una excelente idea los portales digitales Comparten información útil Deben publicarse las recomendaciones en los perfiles En las redes sociales encuentro de todo Ofrecer garantías en los portales si es un servicio No es seguro contratar a niñeras por la web Preocupado porque no tiene una segunda opción Es mejor las recomendaciones de amigos o la familia El portal debe ofrecer confianza y seguridad Ahora es más seguro comprar por plataformas Es una gran oportunidad para ayudar a las niñeras</p>	<p>Pregunta a sus amigas del trabajo por referidos Comparte videos y fotos con su hija Usa frecuentemente Instagram y Facebook Actualiza en sus estados lo que busca para que la refieran Menciona que es interesante este emprendimiento Usa con frecuencia portales web Prefiere pagar cuando recibe el servicio o producto Todo lo hace a través de plataformas digitales Revisa todos los comentarios y publicaciones antes de entrar Descarga contenidos en las plataformas como videos y películas Es digital, todo lo hace online</p>
¿QUÉ VE?	¿QUÉ OYE?
<p>Hay mucha información falsa en las redes sociales Descarga contenido en youtube Publicaciones, fotos y recomendaciones de sus conocidos Ve series en netflix, descargas de youtube Las actualizaciones en los estados de sus contactos Ve todo lo relacionado a su trabajo en twitter Los modelos de negocio migran a lo digital Ve que hay oportunidades de emprender en portales Las noticias que se publican en redes sociales</p>	<p>Escucha las recomendaciones de sus amigos Escucha música en spotify mientras maneja Audio libros que descarga en la web Post de redes sociales y voice note Audio libros en su móvil Escucha vídeos del reino infantil con su hija Las historias que han pasado cuando contratan a las niñeras Las recomendaciones de sus contactos Música cuando hace ejercicio Escucha a sus amigas quejarse de las niñeras</p>

Fuente: Elaboración Propia

2.-Andrea (Perfil Visionario): Es soltera y vive con sus padres, trabaja en una empresa de telecomunicaciones, tiene una hija, le gusta mucho viajar, hacer compras, salir con su familia los fines de semana, comparte todo el tiempo con su hija. Es fanática de Instagram, le parece una red social muy completa en donde encuentra de todo, además le ayuda a estar al día con las últimas tendencias en cuanto a la moda, sigue páginas que están relacionadas al cuidado infantil, moda, belleza y últimas tendencias. Siempre está pendiente de las promociones de venta de tickets de avión porque le encanta viajar con su hija al exterior, hace todo por plataformas digitales, ahora usa más los portales para comprar víveres y medicinas tras la pandemia, también usa Facebook para estar en contacto con sus amigos y familia. Es una mujer independiente, tiene auto y maneja algunas tarjetas de crédito y débito. Compra por internet para aprovechar los precios y las promociones que hay. Cuida de su imagen, va al gimnasio, al cine y sale con sus amigas.

En base a las entrevistas realizadas a las personas con este perfil se plantea el mapa de empatía (**Tabla 7**):

Tabla 7 Resumen Mapa Empatía Perfil Visionario

¿QUÉ PIENSA/SIENTE?	¿QUÉ DICE/HACE?
<p>Es una gran alternativa buscar en las redes sociales Desconfianza para contratar, pide referencias Es una excelente idea un portal de este tipo Las recomendaciones es lo más importante Temor, instaló cámaras en su casa para supervisar Aplicar test psicológicos y exámenes a las postulantes Siente que lo más seguro es que sea recomendada Siente que es un proceso muy complicado contratar a niñera Instagram es una plataforma en donde encuentra todo Revisa por seguridad las publicaciones y comentarios Realiza verificaciones de información previo a comprar</p>	<p>Ahora más que nunca hay que cuidarse Pregunta las referencias y llama a confirmar Consulta a sus amigos o familia por recomendaciones Publicar en las redes sociales que necesita niñera Tuvo una mala experiencia con una agencia física de empleos Pregunta a compañeras de trabajo para que le recomienden Publicar en el estado de WhatsApp que busca niñera Busca en Instagram páginas para contratar niñeras Verifica los comentarios, las publicaciones de usuarios Considera que sería ideal contar con un portal de servicio No sabe qué hacer si la niñera no va algún día a trabajar</p>
¿QUÉ VE?	¿QUÉ OYE?
<p>Personas que publican en las redes sociales de todo En Instagram encuentra las tendencias Le encanta ver series en netflix No es de explorar nuevas páginas, va a lo seguro La confianza es lo primordial, lo primero que revisa son publicaciones, y comentarios de otros usuarios Son muchas las personas que pasan por este problema Ve que ahora todo se busca por redes sociales Las historias en Instagram para estar actualizada Instaló cámaras en su casa, las chequea todo el tiempo Revisa las noticias que se publican relacionadas a su trabajo</p>	<p>A sus amigas que tienen problemas para contratar Que no todas las noticias que se publican son ciertas Que hay bastantes personas que se han quedado sin trabajo No ha escuchado de alguna página que ofrezca este servicio Las recomendaciones de trabajos anteriores Escucha la radio a través del móvil cuando va al trabajo Descarga videos en youtube para su hijo Charlas relacionados a la situación de su hija Los videos en tiktok de sus amigas Escucha que se están usando más las plataformas digitales</p>

Fuente: Elaboración Propia

3.- Pilar (Perfil Pragmático): es una mujer muy cuidadosa, tiene dos hijos, casada, por su trabajo usa redes sociales y portales de información, el que más utiliza es Twitter porque puede leer todo lo relacionado a su profesión, es comunicadora estratégica y relacionista pública. Utiliza con frecuencia portales de compra y bancarios, los primeros porque ya tiene definidas marcas, tipo de ropa y tallas y para ella es mucho más rápido hacer compras online, no le gusta ir a la tienda, todo lo hace digitalmente para aprovechar el tiempo, y en el caso de portales bancarios usa los de sus bancos preferidos, hace todos los pagos de servicios básicos, transacciones bancarias y transfiere efectivo, hace años que no pisa una agencia bancaria. Disfruta mucho con su familia, es una mujer tradicional y relajada, no explora sitios desconocidos, le gusta ir a lo seguro, tiene un solo carro en su casa porque no le gusta conducir, prefiere ir leyendo mientras se traslada de un lugar a otro, le encanta la lectura, le asigna alrededor de tres horas al día para leer sobre temas de interés en redes sociales. Le encanta disfrutar del campo junto a su familia y salir a buenos lugares a comer.

En base a las entrevistas realizadas a las personas con este perfil se plantea el mapa de empatía (**Tabla 8**):

Tabla 8 Resumen Mapa Empatía Perfil Pragmático

¿QUÉ PIENSA/SIENTE?	¿QUÉ DICE/HACE?
<p>Pienso en alguien que conozca y me de confianza Siente terror que maltrate a su hijo Siente que está en manos de la niñera Sería irresponsable dejar con una desconocida a su hijo Importante realizar exámenes y test psicológicos a postulantes Confirmar las referencias e información de la postulante Siente mucha desconfianza contratando en internet Para usar un portal, primero debe saber qué persona está tras el Pienso que deben encargarse de todo el proceso, incluso el legal Confirmar los antecedentes penales y referencias de las niñeras</p>	<p>En caso de recomendaciones, lo primero que hace es confirmar con el empleador anterior Usa portales para compra y transacciones bancarias Consulta a sus amigas para que le recomienden Se apoya con sus familiares porque no tiene a nadie conocido Le aterra pensar que la niñera que contrate sea mala Pregunta a compañeras de trabajo para que le recomienden Confirma las referencias telefónicamente, luego realiza la entrevista a la postulante Busco todo en redes sociales para mi hija, sobre todo en Instagram</p>
¿QUÉ VE?	¿QUÉ OYE?
<p>Programas infantiles con sus hijos Las noticias que publican los portales del Universo y Ecuavisa Páginas en Instagram que ofrecen varios servicios y productos Publicaciones en redes sociales y actualización del estado WhatsApp Redes sociales, las publicaciones y publicidad en las páginas Ve que algunos emprendimientos se manejan por Instagram En Facebook publicaciones de venta de productos Hay mayor consumo de pedidos a domicilio Revisa las redes sociales de los perfiles a los que sigue Hay páginas en Instagram que ofrecen productos y servicios Por la pandemia se ha incrementado los pedidos a domicilio de productos y ciertos servicios</p>	<p>En otros países si funcionan estos portales Las empleadas de urbanizaciones se organizan a través de grupos de WhatsApp Las plataformas no son todas seguras Comparten oportunidades de empleo por chats Que las personas no tienen otra forma de conseguir niñera Contratan solo a personas recomendadas Son más las personas que compran a través de internet Se apoya en sus familiares o amigos como primera opción Hay muchas niñeras desempleadas por el Covid19</p>

Fuente: Elaboración Propia

Es importante mencionar a partir de los datos obtenidos en el proceso de entrevistas, que se ha puesto de manifiesto las problemáticas actuales entorno al proceso de contratar una niñera, puntualizando el grupo objetivo sobre los tipos de servicios que esperan recibir a través del portal de servicios de cuidados infantiles, así como las preferencias a la hora de contratar a una niñera (**Anexo 1**).

Para una mejor comprensión, presentamos a continuación un resumen de los tipos de servicios que actualmente están demandando los padres y que intentaremos considerarlos en la construcción de nuestro producto mínimo viable (**Tabla 9**).

Tabla 9 *Tipos de Servicios Requeridos*

TIPOS DE SERVICIOS				
ALCANCE DEL SERVICIO	NANA EMERGENTE	NANA POR HORAS	NANA PUERTAS AFUERA	NANA PUERTAS ADENTRO
	Emergencias, noches, fines de semana, eventos puntuales	Desde 4 a 20 horas por semana	En el domicilio de los padres, 40 horas por semana	Vive en casa de la familia y ayuda a diario

Fuente: Elaboración Propia

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Descripción del Producto

Para cientos de padres que tienen hijos pequeños persiste la complicación de quien cuida a sus hijos dado que los niños pequeños no se pueden dejar solos en casa, salvo contadas excepciones que tienen a sus abuelos, tíos o algún familiar que los apoya en el cuidado, no obstante, para una gran mayoría acudir a un tercero es la única opción.

¿Qué hacer en estos casos? La opción a la que recurren los padres es contratar a una niñera para que cuide a sus hijos. En la actualidad para la contratación de una niñera los padres buscan a través de la familia y su entorno de amistades información sobre personas que trabajan en este sector y que puedan recomendar dado que se conocen o han recibido en algún momento sus servicios, sin embargo, el proceso de contactar a estas personas boca a boca no siempre

funciona porque se circunscribe a los contactos de sus allegados disminuyendo las posibilidades de encontrar suficientes perfiles calificados.

La plataforma web resuelve uno de los problemas cotidianos a los que se enfrentan los padres: Contactar ágilmente a personas con experiencia en el cuidado de niños. A través de la plataforma los usuarios pueden acceder a los perfiles, revisar la experiencia y recomendaciones de niñeras en cualquier momento.

Nombre de la Marca

Para seleccionar el nombre de la plataforma se consideró que sea un nombre corto, de fácil recordación, amigable, identificable para el público objetivo, que transmita de forma clara la promesa de valor que la marca quiere comunicar y que además se pueda asociar a un dominio que sea fácil de recordar por los usuarios que equivale a más visitas a la página web.

Se sugirió los siguientes nombres:

1. Naninas
2. Mi nona
3. Mi nana

Para el análisis se utilizó Google Trends que es una herramienta que permite conocer sobre las tendencias de búsqueda y su frecuencia en redes sociales, a través de este mecanismo se evalúa e identifica que el término nana es uno de los más usados por los usuarios en redes sociales relacionado con el concepto de contenido de la plataforma.

Complementariamente se aplicó una encuesta digital a través de WhatsApp al grupo objetivo definido como mujeres y hombres, ejecutivos, emprendedores, que trabajan en relación de dependencia o con ocupaciones particulares y del hogar, que viven en Guayaquil, Samborondón y Daule, con edades entre 25 a 50 años, que son independientes económicamente y que tienen hijos con edades comprendidas entre 0 meses a 12 años.

Es importante mencionar que el término “nana” es una expresión muy utilizada coloquialmente para referirse a una persona que cuida a niños pequeños, la palabra refiere a las niñeras o señoras de servicios domésticos que ofrecen sus servicios a familias principalmente en

segmentos socioeconómicos medio, medio alto y alto. A partir de este punto en el documento para mencionar a una niñera usaremos el término nana.

La encuesta se aplicó a 33 personas de las cuales el 71,9% prefirió como nombre Mi nana. Por último y con el propósito de consolidar la personalidad de la marca al definir su nombre, se consideró para hacer más fácil que la comunidad se conecte y aumentar el engagement rate, aplicar como mejora el unir las dos palabras del nombre seleccionado por el público objetivo, con lo cual se obtuvo como nombre de marca “**MiNana**” que incluye como palabra clave “nana” y que por ahora está disponible para ser creada como cuenta de usuario en redes sociales.

Logo de la Marca

Figura 17 *Isologotipo de la Marca MiNana*



Fuente: Elaboración Propia

Particularidades:

- Se diseñó un isologotipo representado por un texto y una tipografía que sugiere la actividad del sitio. Utilizando una tipografía moderna para el logo de MiNana que conecte con el público objetivo, el desafío es que sea un diseño creativo y que además persuada al usuario a formar parte de la comunidad. La propuesta del logo acorde a un producto digital prioriza la estética al ser más orgánica para lograr que transmita la personalidad de la marca y se relacione con la actividad de cuidados infantiles.

- En lo concerniente al tipo de letra se elige trabajar con la familia de lato, es una tipografía estándar que se usa en diversas aplicaciones. Pero más que todo se usa por su simplicidad dentro de su originalidad, en el producto MiNana hace que siga una línea sobria y directa que es lo que pretende llevar la marca.
- Para la creación del logo se trabajó con colores que son el resultado de una combinación de colores primarios y que nos ayudan a comunicar las motivaciones de la marca, eligiendo como principales el color naranja, morado y verde para acompañarlos con un color blanco.
- El color naranja significa alegría y creatividad, se eligió para darle un toque creativo de entusiasmo y la aventura de estar con nosotros, es un color perfecto para logotipos de marca de productos que se asocian con la confianza, constancia, alegría, amistad y valor, se usa mucho en productos relacionados a niños.
- El color verde frecuentemente se asocia con armonía, vida y naturaleza, se selecciona un verde en tono suave para que pueda generar algunas sensaciones que despiertan serenidad y tranquilidad, bien nombrado como el color de la calma.
- El morado tiene prioridad porque transmite serenidad, elegancia y sofisticación, que es principalmente lo que se busca combinar con un toque moderno e innovador el producto MiNana.
- Por último y no menos importante se tiene el blanco, es un color que destaca otros colores, facilita la lectura y se asocia a lo fácil y sencillo, con un toque de pureza, transparencia, simplicidad y humanidad que va a tono con los valores de la marca descritos más adelante (Figura 18).

Objetivos del Producto

1. Crear una plataforma web para conectar a familias con personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles en las ciudades de Guayaquil, Samborondon y Daule.
2. Entregar una opción bajo una propuesta digital para el proceso de búsqueda y contratación de servicios de niñera.
3. Formar una comunidad de cuidados infantiles

4. Capacitar a las nanas para mejorar sus perfiles, promoviendo el desarrollo de estos grupos minoritarios al visibilizarlos en el portal web.

Misión del Producto

Somos una comunidad de cuidados infantiles que busca conectar a familias con personas que ofrecen servicios. MiNana es una plataforma digital basada en la confianza generada de forma colaborativa a través de la comunidad. Brinda a los padres soluciones rápidas y efectivas en la búsqueda de niñera y servicios complementarios de cuidados de niños.

Visión del Producto

Ser la primera plataforma digital colaborativa de cuidados infantiles con inclusión social de grupos minoritarios en Ecuador.

Valores de la Marca

Para definir los valores de la marca pensamos en aquellos valores que podemos compartir con nuestros potenciales usuarios para crear de esta manera una relación profunda y de confianza, que logre permanecer a lo largo del tiempo, por lo tanto, definimos valores que nos conecten con dicha audiencia y que además sean percibidos como beneficios intangibles al utilizar la plataforma (figura 18):

Figura 18 *Valores de la Marca*



Fuente: Elaboración Propia

Características del Producto

Con estos antecedentes, la plataforma digital MiNana busca transformar el proceso tradicional de contactar niñeras a un proceso digital, a través de un sitio web en donde por las recomendaciones de una comunidad privada y con un fácil registro los padres puedan acceder a perfiles de personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles.

Cabe señalar que el sitio web propuesto se convierte en una alternativa innovadora para satisfacer la necesidad de contactar con un servicio de niñera. Por otro lado, desde el punto de vista social la creación del sitio web MiNana se convierte en una bolsa de trabajo en línea para este grupo de mujeres, favoreciendo su desarrollo al tener la posibilidad de ser contactadas por una comunidad digital de padres.

Existen dos grupos de usuarios que están interesados en ingresar al portal web: a) Mujeres de edades comprendidas entre los 18 a 50 años residentes en sectores rurales o urbano marginales que hoy en día ofrecen el servicio de cuidado de niños, b) Padres o familias que demandan el servicio de niñeras.

Para el caso de las postulantes a niñeras se registran con un usuario de nanas para dejar sus datos de contacto, esta información se aloja en una base temporal y pasa a un proceso de verificación con el propósito de confirmar su autenticidad. Posteriormente se procede a la publicación del perfil.

Cabe destacar que, si bien los usuarios no registrados en la página pueden navegar en el sitio, no pueden visualizar la información de los perfiles de nanas, manteniendo así la confidencialidad de la información. Para tener acceso a la información de los perfiles se controla que el usuario inicie sesión con un usuario y contraseña.

Similar a la funcionalidad descrita en el párrafo anterior para que la comunidad de padres pueda contactar a una niñera debe ingresar con usuario y clave, por lo tanto, no pueden los padres acceder al perfil sin haber creado su usuario. En el sitio web se puede revisar la parte de condiciones de uso, en donde se especifica lo concerniente a los servicios ofrecidos, responsabilidades de la plataforma, normar y términos de la comunidad, condiciones de uso y manejo confidencial de los datos de los usuarios que son almacenados con propósitos internos.

La plataforma está lista para integrar un botón de pagos que acepte tarjetas de crédito y débito como medio de pago. Un sistema de pasarela de pagos integrado al portal web mejora la experiencia del cliente al momento de contratar servicios porque los percibe como un sitio confiable. Esta funcionalidad estará lista en la segunda fase del proyecto.

En la segunda fase del proyecto se podrá contratar a través de la plataforma servicios profesionales para el cuidado infantil, entre los cuales se tiene: terapia de lenguaje, terapia física y de rehabilitación, estimulación temprana. Estos servicios que serán complementarios dentro de la página y que están relacionados al cuidado infantil fueron seleccionados en base a las encuestas realizadas al grupo objetivo.

Para iniciar la navegación en MiNana se ingresa a la siguiente URL <http://jp-agenciadigital.com/minana/> (figura 19).

Figura 19 Homepage Plataforma MiNana



Fuente: Elaboración Propia

Diseño del Producto

Esquema de la Interface

El diseño de la interface de la plataforma se realizó a partir de los principios de la teoría de *self_determination*, es decir, se deben satisfacer las tres necesidades psicológicas fundamentales para la motivación de un ser humano, es así, que se adapta el diseño y el grafismo con colores identificables al tipo de servicio brindado por MiNana, pero con un tono más moderno e innovador, para que el sitio sea reconocible y se asocie al resto de las entidades gráficas y visuales de la actividad de cuidado de niños.

La plataforma muestra una serie de elementos coincidentes como el logotipo y declaración de intenciones reconocible a través de sliders que se desplazan en el homepage, esto servirá para describir brevemente la principal actividad a la que apunta MiNana. Se utilizaron los colores para representar estas motivaciones, el naranja representa la competencia, el morado la autonomía y finalmente el verde para representar el relacionamiento (figura 20).

Figura 20 Slider en Homepage Plataforma MiNana



Fuente: Elaboración Propia

El producto está diseñado para que los usuarios puedan navegar a través de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, eso hace que sea imprescindible que el sitio se muestre lo

mejor posible en este formato la cual es una tarea ambigua y difícil en algunos casos, sobre todo por la actual variedad de sistemas operativos y versiones de navegadores que conviven entre sí, pero MiNana tiene ese enfoque. Así también la plataforma está lista para integrarse a un servicio externo de monitoreo en tiempo real que permite a los usuarios hacer seguimiento en línea desde sus dispositivos móviles.

Acceso a la Plataforma

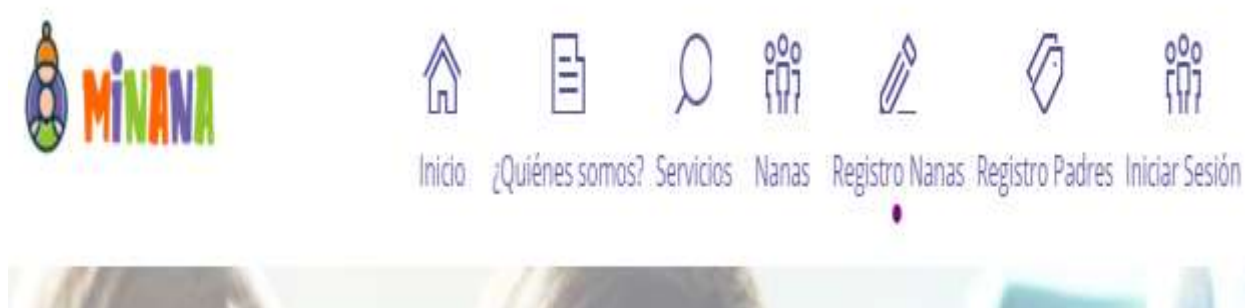
Para poder acceder a la plataforma no es obligatorio estar registrado como usuario, sin embargo, aun cuando pueda acceder y navegar no podrá visualizar el perfil completo de las nanas. Para acceder a la información tiene que iniciar sesión. Se describe a continuación el proceso para registrarse como nanas o padres.

Página de Registro Nanas

Paso 1

En la página de inicio dar clic en el menú Registro Nanas como se muestra a continuación:

Figura 21 Menú Registro Nanas




Fuente: Elaboración Propia

Al dar clic muestra el siguiente formulario para rellenar: nombre, ciudad, fecha de nacimiento, celular, e-mail, y seleccionar los años de experiencia. Al completar los datos básicos debe adjuntar la hoja de vida y describir una pequeña reseña de la experiencia y dar clic en enviar.

Figura 22 *Página de Registro Nana*

Registro

Recibiremos tu formulario de registro y una vez revisado te brindaremos una respuesta.



Nombre *	Celular *
Ciudad *	E-mail *
Fecha Nacimiento *	Experiencia ▼

Hoja de Vida

Seleccionar archivo Ningún archiv...seleccionado

Cuéntanos sobre tu experiencia laboral *

ENVIAR

Copyright © 2020 MINANA. Todos los Derechos Reservados.

Fuente: Elaboración Propia

Paso 2

Al realizar la acción de enviar aparece el siguiente mensaje para informar al usuario que debe comprobar su dirección de correo electrónico.

Figura 23 Ejemplo de Texto por Comprobación de Correo Electrónico



Fuente: Elaboración Propia

Paso 3

Para comprobar el correo electrónico el usuario recibe un mensaje a su dirección de correo. Tiene que dar clic en la liga Activar la cuenta. Cabe mencionar que al ser el registro como nana se informa al usuario a través del mismo correo un texto que indica: en breve nos comunicaremos contigo para continuar con el proceso.

Figura 24 Ejemplo de Envío de Correo Electrónico para Registro en Portal

De: MiNana.ec <no-reply@minana.ec>
Enviado el: martes, 29 de septiembre de 2020 18:39
Para: FIN Katty Peñaherreta <kpenaherreta@claro.com.ec>
Asunto: Activa tu cuenta

Gracias por tu interés en ser parte de MiNana, Katty.

En breve nos comunicaremos contigo para guiarte con el proceso.

[Activar la cuenta](#)

Para confirmar que eres tú.

Fuente: Elaboración Propia

Al dar clic en el link Activar la cuenta lo dirige a la plataforma y muestra el siguiente mensaje:

Figura 25 Ejemplo de Correo Electrónico para Crear un Usuario

Antes de crear tu cuenta

Nuestra misión es ayudar a las familias y personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles mediante una comunidad basada en la confianza entre usuarios. Hacemos esto al crear ciertos estándares que esperamos que cumplan todos los miembros de nuestra comunidad. Antes de crear tu cuenta en MiNana, te pedimos que por favor aceptes las normas de nuestra comunidad y términos de servicio.

Normas de la Comunidad

Acepto interactuar con miembros de la comunidad de MiNana con respeto y sin prejuicios. Siempre me comunicaré de manera clara y verazmente. Me comprometo a respetar los acuerdos hechos con otros en la plataforma. [He leído y entiendo las normas de la comunidad.](#)

Términos de Servicio

También estoy de acuerdo con los [Términos y Condiciones](#) y [Política de privacidad](#).

Quiero recibir promociones, ofertas especiales y encuestas de MiNana.

Aceptar

Declinar

Fuente: Elaboración Propia

Para finalizar dar clic en aceptar. En el caso de activar el botón declinar aparece el siguiente mensaje:

Figura 26 Ejemplo Envío Correo Electrónico por Eliminación Cuenta

Tu cuenta e información han sido eliminadas

A pesar de haber eliminado tu cuenta de nuestra plataforma, por favor ten en cuenta que nos interesa que formes parte de nuestra comunidad, puedes volver a intentar en otro momento registrarte.

Tu opinión cuenta

Para mejorar nuestros servicios para otros usuarios, nos gustaría saber la(s) razón(es) por la(s) que has eliminado tu cuenta de MiNana. Por esto, te pedimos que por favor dediques unos minutos para decirnos por qué has eliminado tu cuenta, y si tienes algún consejo o comentario para nosotros.

Contacto

Fuente: Elaboración Propia

Al dar clic en el botón contacto puede dejarnos un mensaje con sus comentarios.

En la plataforma se siguen los 3 pasos anteriormente explicados para efectuar el registro como Nana, no obstante ahí no termina el proceso, para que el perfil de nana pueda visualizarse el administrador de la plataforma tiene que autorizarlo. Para lo cual se implementa un proceso administrativo que consiste en: verificar la información básica, los antecedentes penales, entrevistar al postulante, confirmar referencias laborales y años experiencia. Al finalizar esta gestión administrativa se coordina una inducción y capacitación al postulante y se procede a publicar el perfil de la nana.

Página de Registro Padres

Es similar al proceso antes descrito con la única diferencia que no requiere un proceso de autorización para la creación del usuario en la plataforma.

Paso 1

En la página de inicio dar clic en el menú Registro Padres como se muestra a continuación:

Figura 27 *Página Registro Padres*



Fuente: Elaboración Propia

Al dar clic se despliega los siguientes campos para rellenar: nombre, ciudad, fecha de nacimiento, celular, e-mail, describir una corta reseña de su expectativa y dar clic en enviar:

Figura 28 Formulario de Registro Padres

Registro Padres
Forma parte de esta comunidad y ayúdanos a cumplir sueños.



Nombre *

Celular *

Ciudad *

E-mail *

Fecha Nacimiento *

Cuéntanos sobre tu expectativa *

ENVIAR

Fuente: Elaboración Propia

Paso 2

Al realizar la acción de enviar aparece el siguiente mensaje para informar al usuario que debe comprobar su dirección de correo electrónico:

Figura 29 Ejemplo Texto Correo Electrónico para Comprobar Autenticidad



Comprueba tu correo electrónico

Para formar parte de nuestra comunidad de confianza, hemos enviado un correo electrónico a kpenaherreta@claro.com.ec con un enlace para verificar tu dirección de correo electrónico.

[> ¿No recibiste el correo electrónico?](#)

Si no ves un correo electrónico nuestro en unos minutos, podrían haber sucedido algunas cosas:

- El correo electrónico está en tu carpeta de spam
- La dirección de correo electrónico que has introducido tenía un error o un error tipográfico
- Accidentalmente nos has proporcionado otra dirección de correo electrónico
- No podemos enviar el correo electrónico a esta dirección

[Reenviar email](#)

Fuente: Elaboración Propia

Paso 3

Para comprobar el correo electrónico el usuario recibe un mensaje a su dirección de correo como el siguiente:

Figura 30 Ejemplo Correo Electrónico para Activar Cuenta

De: MiNana.ec <no-reply@minana.ec>
 Enviado el: martes, 29 de septiembre de 2020 18:39
 Para: FIN Katty Peñaherreta <kpenaherreta@claro.com.ec>
 Asunto: Activa tu cuenta

Nos alegra que te unas, Katty.

[Activar la cuenta](#)

Para confirmar que eres tú.



Fuente: Elaboración Propia

Para avanzar con el proceso dar clic en el enlace Activar la cuenta que lo dirige a la plataforma, ahí muestra el siguiente mensaje:

Figura 31 Ejemplo Correo Electrónico para Crear Cuenta en Portal

Antes de crear tu cuenta

Nuestra misión es ayudar a las familias y personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles mediante una comunidad basada en la confianza entre usuarios. Hacemos esto al crear ciertos estándares que esperamos que cumplan todos los miembros de nuestra comunidad. Antes de crear tu cuenta en MiNana, te pedimos que por favor aceptes las normas de nuestra comunidad y términos de servicio.

Normas de la Comunidad

Acepto interactuar con miembros de la comunidad de MiNana con respeto y sin prejuicios. Siempre me comunicaré de manera clara y verazmente. Me comprometo a respetar los acuerdos hechos con otros en la plataforma. [He leído y entiendo las normas de la comunidad.](#)

Términos de Servicio

También estoy de acuerdo con los [Términos y Condiciones](#) y [Política de privacidad](#).

Quiero recibir recomendaciones, consejos y encuestas de MiNana.

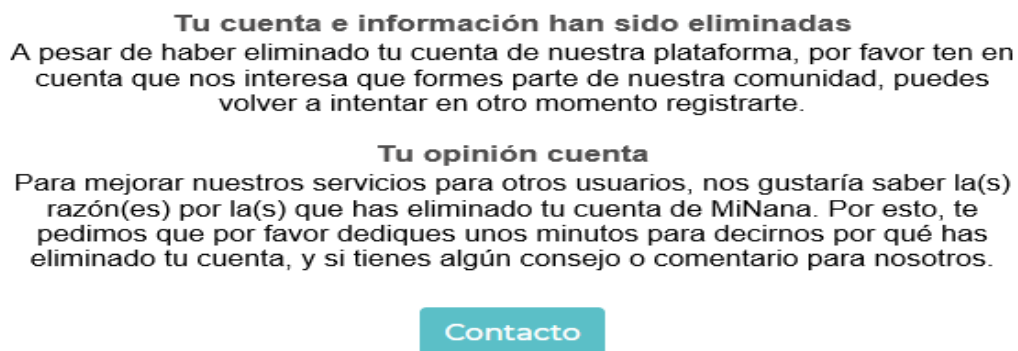
[Aceptar](#)

[Declinar](#)

Fuente: Elaboración Propia

Para culminar dar clic en aceptar. En el caso de seleccionar el botón declinar aparece el siguiente mensaje:

Figura 32 Ejemplo Correo Electrónico por Eliminación de Usuario



Fuente: Elaboración Propia

Página para Iniciar Sesión

El inicio de sesión en MiNana es muy sencillo, se puede realizar desde varios enlaces mientras está navegando, esta funcionalidad es posible dado que no es obligatorio iniciar sesión para explorar la plataforma mejorando la experiencia del usuario:

- A. Al dar clic en el menú INICIAR SESIÓN como se muestra en la figura siguiente, se solicita dirección de correo electrónico y contraseña del usuario:

Figura 33 Iniciar Sesión





Iniciar sesión

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

[¿No tienes una cuenta? Regístrate](#)

Fuente: Elaboración Propia

- B. Al navegar en el homepage se muestra el enlace BUSCAR NANA (figura 34) al dar clic lo dirige a la página Nanans, aquí para acceder a los perfiles pide iniciar sesión:

Figura 34 *Iniciar Sesión _ Enlace*



Fuente: Elaboración Propia

- C. Al navegar en el homepage al dar clic en los botones de CONTRATAR, VER o REVISAR NANAS (figura 35) lo redirige a la página de los perfiles de nanas en donde pide iniciar sesión:

Figura 35 Iniciar Sesión _ Enlace



Fuente: Elaboración Propia

D. Al dar clic en el menú NANAS (figura 36) muestra los perfiles de las nanas, sin embargo, para ver el detalle pide iniciar sesión:

Figura 36 Iniciar Sesión _ Enlace



Fuente: Elaboración Propia

- E. Al dar clic en el menú SERVICIOS (figura 37) se muestra una página con los tipos de servicios, al accionar el botón BUSCAR en cada uno de ellos lo redirige a los perfiles de nanas en donde pide iniciar sesión para ver el perfil:

Figura 37 Iniciar Sesión _ Enlace



Fuente: Elaboración Propia

- F. En la página de inicio (homepage) se despliegan frases inspiradoras que motivan a los usuarios a unirse a la comunidad, al dar clic en el enlace "TU NANA IDEAL" redirige al usuario a la página de nanas, aquí podrá iniciar la búsqueda, pero para ver los perfiles tiene que iniciar sesión (figura 38).

Figura 38 Iniciar Sesión _ Enlace



Fuente: Elaboración Propia

Cuando el usuario navega en la página de inicio al dar clic en el botón “más información” o “regístrate” se despliega una pantalla (figura 39 y 40) que pide rellenar la información básica similar a lo descrito en la parte de iniciar sesión.

Figura 39 Enlace “Más Información”



Fuente: Elaboración Propia

Figura 40 Enlace “Regístrate”

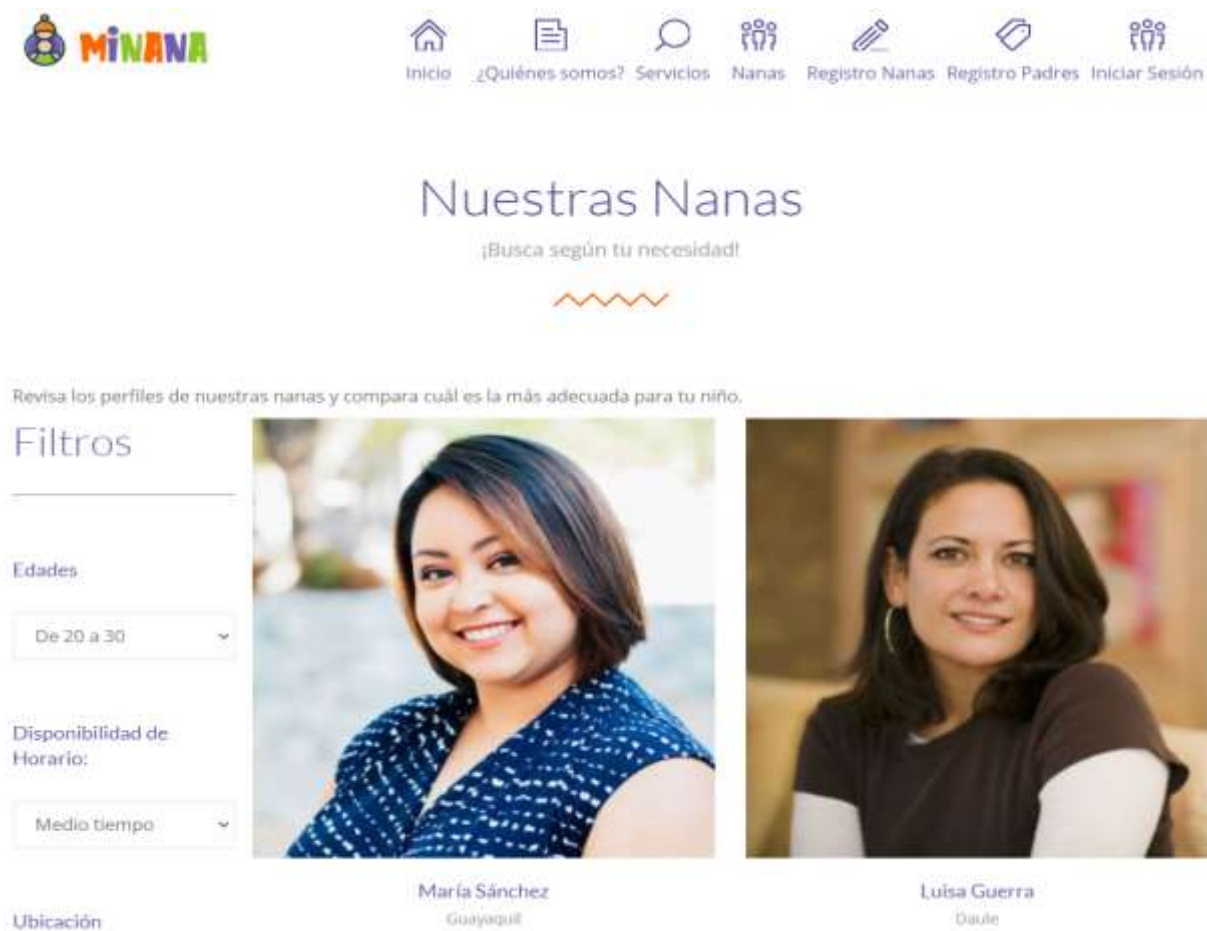


Fuente: Elaboración Propia

Búsqueda y Activación de Filtros. - Existen cinco tipos de filtros para mejorar la experiencia del usuario cuando ejecuta una búsqueda en la plataforma. Para tener acceso a la

información el usuario inicia sesión con usuario y clave desde el home o en el menú nanas, aquí podrá seleccionar por las variables que más se adapten al servicio que está buscando (figura 41):

Figura 41 *Uso de Filtros*



Fuente: Elaboración Propia

Paso 1.- Seleccionar los filtros según su necesidad

Figura 42 *Filtros Disponibles*



MINANA

Filtros

Edades
De 20 a 30

Disponibilidad de Horario:
Tiempo completo

Ubicación
Samborondón

Fecha Fin:
09/09/2020

Quiero una Nana que cuide a:

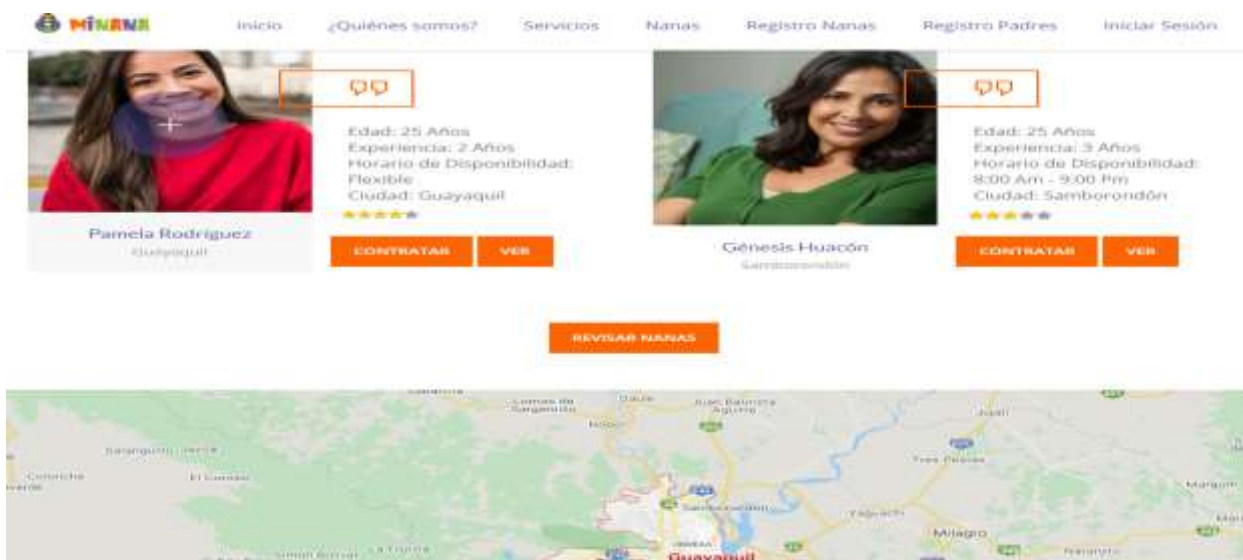
- Bebés de 0 a 2 años
- Niños de 2 a 7 años
- Adolescentes de 7 años o más

Experiencia
1 a 3 años


Fuente: Elaboración Propia

Para un óptimo funcionamiento del filtro ubicación la plataforma se integra con Google Maps para considerar la ubicación del solicitante y mostrar la disponibilidad de los perfiles más cercanos al domicilio (figura 43).

Figura 43 *Búsqueda con Google Maps*




MINANA Inicio ¿Quiénes somos? Servicios Nanas Registro Nanas Registro Padres Iniciar Sesión



Pamela Rodríguez
Guayaquil

Edad: 25 Años
Experiencia: 2 Años
Horario de Disponibilidad:
Flexible
Ciudad: Guayaquil

[CONTRATAR](#) [VER](#)




Génesis Huacón
Samborondón

Edad: 25 Años
Experiencia: 3 Años
Horario de Disponibilidad:
8:00 Am - 9:00 Pm
Ciudad: Samborondón

[CONTRATAR](#) [VER](#)

[REVISAR MAPAS](#)



Fuente: Elaboración Propia

Al finalizar la selección de filtros dar clic en botón buscar.

Paso 2.- Revisar los perfiles para conocer a las niñeras seleccionadas. Puede visualizar la experiencia, referencias y disponibilidad. Es posible chequear si las características de los perfiles coinciden con lo que busca en una niñera, para avanzar en el proceso deben accionar el botón enviar, el cual dispara un mensaje al perfil preseleccionado, aquí se genera un primer contacto con la persona seleccionada a través de un correo electrónico.

En esta parte del proceso el usuario al ingresar al perfil de la nana tiene acceso a revisar los comentarios o recomendaciones que han dejado otros usuarios, al dar clic en la sección de la valoración a través de las estrellas como se muestra en la siguiente ilustración podrá visualizar los comentarios y qué persona los realiza (figura 44):

Figura 44 Revisión Comentarios en Perfil Nanas

The image shows a user profile for Ana María Sandoval. On the left, there is a circular profile picture of a woman. To the right of the picture, the name "Ana María Sandoval" is displayed in a large blue font, followed by "Tipo de perfil: Padres" in a smaller orange font. Below the name, several details are listed: "Hijos: 2", "Edad hijo(s): 1, 3 años", "Nana actual: María Sánchez", "Horario: Medio tiempo (mañana)", and "Tiempo registro: 8 Meses". To the right of these details is a section titled "Comentarios" in blue. This section contains two comment bubbles. The top bubble is dated "17/05/2020" and contains the text: "Debo decir que después de un mes de contratar a la nana me siento muy satisfecha. ¡Seguiré con el servicio, gracias!". The bottom bubble is dated "12/04/2020" and contains the text: "Hoy es el primer día de trabajo de la nana que contraté, espero que haga un excelente trabajo con mis hijos." The entire profile information is enclosed in a light blue border.

Fuente: Elaboración Propia

La escala de valoración para calificar el servicio que usa la plataforma es la siguiente:

Figura 45 Clasificación de Valoración del Servicio

★ ☆ ☆ ☆ ☆	El servicio no me gustó en absoluto	Una estrella
★ ★ ☆ ☆ ☆	El servicio no me gustó	Dos estrellas
★ ★ ★ ☆ ☆	El servicio estuvo bien	Tres estrellas
★ ★ ★ ★ ☆	El servicio me gustó	Cuatro estrellas
★ ★ ★ ★ ★	El servicio me encantó	Cinco estrellas

Fuente: Elaboración Propia

Paso 3. –En esta parte del proceso el usuario tiene acceso al número de contacto o correo electrónico del perfil seleccionado, con lo cual puede coordinar una entrevista para conocer mejor a la niñera e interactuar con ella para saber si es la niñera ideal.

Página para Contratar Nana. – Este proceso se puede realizar una vez que ha culminado la etapa de las entrevistas y ha seleccionado a la nana, para lo cual el usuario deberá ingresar a la etiqueta contratar Nana, al dar clic se desplegará un formulario con la información de la Nana que va a contratar, para finalizar dar clic en el botón enviar. En este punto se envía un correo electrónico al administrador de la plataforma informando el postulante seleccionado, el representante de la plataforma se pondrá en contacto con el usuario solicitante para culminar el proceso el cual en esta parte inicial del proyecto se ejecutará de forma manual (figura 46):

Figura 46 Menú para Contratar Nana



María Sánchez
 Tipo de perfil: **Nana**
 ★★★★★

Niños cuidados: 22
 Edad: 28 Años
 Cliente Actual: Ana María Sandoval
 Horario de Disponibilidad: Flexible
 Tiempo registro: 25 Meses

CONTRATAR

Opiniones

Ana María Sandoval
 Debo decir que despu
 me siento muy satisf
 ★★★★★

Tania Lucero Hinojosa
 Muy contenta con la s
 responsable en todo, l
 ★★★★★☆

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de la plataforma estarán disponibles otras etiquetas que permiten de manera directa acceder a la lista de nanas, realizar el proceso de registro como padres o como nana, así como un apartado de preguntas frecuentes tal como se ilustra en la (figura 47):

Figura 47 Preguntas Frecuentes



Fuente: Elaboración Propia

Servicios Complementarios

En el menú servicios se muestra dentro de la página la opción de otros servicios complementarios que están disponibles en la plataforma en la segunda fase del proyecto. Son actividades relacionadas al cuidado de los infantes cuyo servicio lo brinda un profesional y que han sido seleccionadas en base a las necesidades actuales descubiertas en el proceso de investigación efectuado al grupo objetivo, entre las cuales tenemos: terapia de lenguaje, estimulación temprana, terapia física y de rehabilitación, el proceso de contratación es similar al señalado anteriormente para contratar nanas (figura 48):

Figura 48 Otros Servicios



Fuente: Elaboración Propia

Gamificación

Es una técnica de aprendizaje que usa elementos del diseño de juegos en contextos no lúdicos con el fin de conseguir mejores resultados. Citamos como sus objetivos principales el asimilar mejor ciertos conocimientos, mejorar habilidades y recompensar determinadas acciones de los usuarios. Es una tendencia muy utilizada en el marketing digital que aporta en el compromiso de los participantes a través de un diseño óptimo para transmitir conocimiento (Universidad de Málaga, 2013). Se consideró implementar niveles de experiencia en el cuidado de niños para categorizar a las nanas en nuestro sitio web, dichos niveles se obtienen a través de la asignación de insignias.

La gamificación es el uso de incentivos para conseguir que el usuario adopte un comportamiento que nos interese. En MiNana estos incentivos serían los puntos virtuales que se asignan para subir de posiciones en el ranking a las nanas. Estos niveles nos ayudarán a convertirnos en un referente de comunidad positiva al generar confianza y a aumentar la seguridad de los padres a la hora de decidir por la contratación de una niñera, consiguiendo de esta manera que el usuario use la plataforma.

Uno de los objetivos al apoyarnos en este mecanismo de reconocimiento es que las nanas suscritas dentro del sitio alcancen el nivel de experiencia más alto “experto”, lo que nos aporta en la reputación de la marca porque se publica en sus perfiles la calificación obtenida lo cual es percibido positivamente por el público que frecuenta portales de servicios, generalmente revisan las calificaciones otorgadas por otros usuarios del sitio.

Para nuestra propuesta aplicamos un sistema de valoración a través de la entrega de insignias por parte de la plataforma web que se publican en el perfil de las nanas. La asignación de las insignias se determina en 4 niveles de acuerdo a la experiencia del usuario: principiante, intermedio, avanzado y, por último, experto. Los niveles se construyen en base al cumplimiento de ciertas actividades y por recomendaciones que obtienen de los usuarios de la plataforma. Este sistema de calificación pretende dar mayor visibilidad a las niñeras al momento de ser contactadas y ayudar a los padres en la decisión. ¿Cómo incentivar a la nana?, creamos un algoritmo de búsqueda para que los perfiles con más insignias sean los primeros en aparecer en las búsquedas dentro del sitio. Para una mejor comprensión, su clasificación se consigue de acuerdo al siguiente detalle:

Principiante: puede registrarse en la web, va a necesitar un poco de tiempo para poder pasar al segundo nivel, se publica foto de perfil y datos personales, podrá ganar la insignia conforme va acumulando experiencia. Cuando se registra el perfil se asigna 1 medalla.

Intermedio: es usuario de la plataforma, se muestra foto de perfil con información personal y preferencias de horarios. Tiene que acumular al menos 1 contratación, una recomendación de un cliente satisfecho, obtener más del 60% de las opiniones positivas, no menos de 3 meses de antigüedad en la plataforma. Se asignan 2 medallas cuando ha cumplido los requisitos descritos.

Avanzado: usuario con registro y verificación de datos en la plataforma, con 3 opiniones (>70% positivas), 6 meses de antigüedad y foto de perfil. Es acreedor de 4 medallas al cumplir los requisitos señalados.

Experto: ha pasado por el proceso de escalar los 3 niveles anteriores, cuenta con 6 opiniones (>80% positivas), 9 meses de antigüedad, foto de perfil y amplia experiencia. Lo

bueno de llegar a ser “experto” es que la gente confía mucho en este perfil, por lo tanto, será más fácil su conversión en el sitio. Cuenta con 5 medallas una vez que ha llegado a este nivel.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Campaña de Lanzamiento de la Plataforma Digital MiNana

Inbound Marketing

El inbound marketing es una estrategia que se basa en acompañar al posible cliente con contenidos interesantes desde los primeros pasos de la toma de decisión, es decir, aportar contenido de valor al consumidor para que se acerque a la marca en busca de información, consejos o simplemente entretenimiento (Naranjo Moreno, 2020).

Lo primordial es lograr experiencias valiosas que generen un impacto positivo en el público objetivo. ¿Cómo lograrlo? Atrayendo al sitio web a través de contenido útil y relevante a padres de familia y nanas, estableciendo una conversación en torno a temas en común en las redes sociales. Aplicando este método se almacena información antes del lanzamiento oficial de la plataforma para crear la base de datos con los potenciales usuarios.

El propósito es conectarse con el público a través de herramientas comunicacionales instantáneas como post e historias en Instagram, el chat y correo electrónico, que permita interactuar y convertirse en sus asesores, especialistas en comprender sus necesidades y en encontrar soluciones de manera ágil y segura. Lo esencial es atraer la atención del usuario e influir en su decisión de contratar un servicio.

La estrategia es generar una conversación en medios digitales para abordar problemáticas actuales al momento de buscar una nana descubiertas en la investigación de campo, ofreciendo a través del sitio web una opción que genere confianza y credibilidad en todo el proceso de contactar a una niñera. A través de un landing page que brinde tips para solucionar sus dificultades más recurrentes solicitar a cambio llenar información básica de contacto.

Se dará énfasis a los videos en redes sociales, la idea es grabar videos con la participación de madres que cuenten sus historias en torno a este concepto para lograr una conexión con el público, la intención mediante estas intervenciones es que se cree confianza en la marca y que se

haga visible para el público, romper esa creencia de que contactar a una persona por plataformas digitales es inseguro, preparando a la página para la segunda fase del proyecto.

Estrategia de Comunicación

El plan de acción para el lanzamiento oficial se hará por etapas, las mismas que se desarrollan en función al cumplimiento de los objetivos descritos a continuación, de una forma cronológica con una mezcla de actividades de marketing de contenido, BTL y relaciones públicas.

Objetivo General

Posicionar la plataforma MiNana como una herramienta digital que conecta a familias con personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles.

Objetivos Específicos

1. Introducir la página web MiNana al mercado como una opción digital para la contratación de servicios de cuidados de niños
2. Fortalecer la imagen de la marca MiNana para posicionarse en la mente de los clientes (padres de familia y nanas), impactando en ellos a través de una experiencia única de servicios transparentes y seguros.
3. Compartir contenido de interés que revele la conexión entre usuarios para formar una comunidad digital.
4. Convertir a la marca MiNana como un referente que visibilice a un grupo minoritario (niñeras) en canales digitales.

Concepto Creativo de la Campaña

¡Busca y Conéctate con tu Nana Ideal!

El eslogan creado busca resumir las acciones que el cliente debe realizar para contratar el servicio en el portal web y que al acompañarlo con el contenido audiovisual logre cautivarlo generando call to action para que visite el portal web.

Para aumentar la llamada de acción a través de las publicaciones en los diferentes post en las redes sociales, se utiliza varias imágenes (tipo carrusel) en donde se introduce en una de estas imágenes una llamada de acción o una breve descripción de la marca para darle notoriedad.

Los mensajes a comunicar en las piezas audiovisuales que se usan para la campaña de lanzamiento es: somos una comunidad colaborativa que busca conectar a familias con personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles, tu tranquilidad es lo primordial, deja a tus hijos en las mejores manos.

Usando un tono en la comunicación cercano, familiar, empático se busca informar a la comunidad a través de canales digitales de la nueva plataforma, dar a conocer la marca, acercar sus servicios mediante un click y enviar un link para que se puedan afiliar de forma rápida a la página web a través de correos electrónicos.

Primera Etapa

Objetivo: Introducir la página web MiNana al mercado como una opción digital para la contratación de servicios de cuidados de niños.

Se inicia la campaña con la creación de una cuenta en las redes sociales Instagram y Facebook como MiNanaec. En estas cuentas se comparte contenido de interés con la intención de que el público objetivo que busca a través de estos medios contratar servicios para solucionar sus necesidades se sienta motivado en esa interacción a visitar nuestro sitio web logrando notoriedad para la marca.

Los canales digitales de manera inicial que se utiliza es Instagram y Facebook, haciendo énfasis en Instagram por ser la red más utilizada por el público objetivo, será una campaña de expectativa con publicaciones en post, Stories y videos.

Como estrategia de comunicación principal en la campaña de lanzamiento participan como voceros madres, padres y nanas en los videos, fotografías para post, testimoniales, piezas gráficas para lograr una conexión real a través de sus experiencias reales en torno a las problemáticas de contactar personas para el cuidado de sus hijos.

Los post en Instagram son una interesante herramienta para lograr la interacción y sirven como espacio para comunicar noticias a la audiencia que llamen la atención sobre el nuevo

servicio. Para ello, se usan fotografías de personas reales con hashtags con los cuales los interesados pueden seguir los movimientos que se crea según la estrategia de comunicación y los objetivos planteados.

Para los posteos en redes sociales se eligen gráficas con diseños que muestren las actividades y características que se espera de una Nana, así también los siguientes hashtags se toman como base por los resultados obtenidos en la netnográfica que se realizó para el proyecto: #nanas, #tunanaideal, #MiNana, #lohacemosporyparati.

Complementariamente, la difusión de una campaña masiva en Facebook para reclutamiento de nanas a través de post con gráficas que inviten a la acción de registro en la plataforma como una opción laboral. En simultáneo se buscará tener presencia a través de actividades BTL en eventos que se desarrollan en lugares concurridos por el público de forma masiva como son los centros comerciales ubicados en el norte y sur de la ciudad de Guayaquil para promocionar la afiliación a los padres y niñeras en el sitio web.

Entrega de flyers informativos en las entradas principales a los centros comerciales El Dorado, Mall del Sol, Mall el Fortín y Mall del Sur para dar a conocer la marca, el servicio que brinda y motivar a postulantes a la acción de suscribirse en la plataforma, de tal manera que permita crear una base de datos de nanas. En los folletos se incluye la descripción de los servicios que ofrece la plataforma y los requisitos para inscribirse como Nana, así como los pasos a seguir para formar parte de la comunidad.

Segunda Etapa

Objetivos: Potenciar la imagen de la marca e incrementar usuarios en la plataforma con la generación de contenido.

A través de la generación de contenido de interés en las redes sociales, formación de portavoces para difundir el sitio en cuñas de radio y tour de medios para incrementar los usuarios. Se entrenará a madres voceras designadas por la directiva para que sean la voz de MiNana frente al público, para ofrecer una experiencia más auténtica y mostrar la personalidad de la marca a través de publicación de videos en redes sociales.

El tour de medios se organiza en simultáneo a la campaña de expectativa en redes sociales y comprenderá entrevistas en programas radiales y televisivos enfocados en temas de familia, juveniles y de cuidados de niños. El objetivo es dar a conocer la plataforma, el alcance de sus servicios y las personas que representan la marca para generar confianza en el público objetivo.

La generación de contenido para buscar captar al público debe mezclar matices emocionales, reales y lúdicos. Difundir a través de mensajes cortos, concisos y que muestren la realidad actual en la búsqueda de niñeras para llamar la atención del público y que tengan curiosidad de conocer la plataforma. Los usuarios asocian a las interacciones en redes con una mayor sensación de bienestar a sus problemáticas, se obtienen mejores resultados cuando la marca se esfuerza con interacciones peculiares.

La creación de videos testimoniales genera contenido audiovisual y nos permite conocer la historia de cada madre, padre o niñera en la red. Involucrando al usuario en estas historias a través de las interacciones para destacar los beneficios que obtiene al dejar a sus hijos en las mejores manos como mensaje de comunicación en la campaña de lanzamiento del portal web.

Piezas Gráficas para Redes Sociales y Afiches Publicitarios

Con el propósito de dar a conocer la plataforma y cumplir con uno de los objetivos del sitio que consiste en ofrecer una alternativa de búsqueda fácil para los padres y sobretodo confiable para contactar nanas a través del portal web, se crea un eslogan que resume las acciones que el usuario deberá realizar en la plataforma para cumplirlo *¡Busca y Conéctate con tu Nana ideal!*, la intención es mantener la cercanía en la resolución de los puntos de dolor del grupo objetivo, difundiendo a la audiencia las acciones que debe llevar a cabo a través de la plataforma para encontrar a potenciales candidatos que pueden brindar el servicio de cuidados infantiles.

Para el lanzamiento de esta campaña se elabora post y videos para Instagram para los padres a fin de dar a conocer la plataforma, con lo cual se permite crear contenido auténtico para manejar el engagement de la marca y llevar tráfico al sitio web. Complementariamente realizar post en Facebook para aumentar las tasas de atención de niñeras e invitar a suscribirse a la página creando base de datos.

Videos para Instagram y Facebook

En base a los resultados obtenidos en la investigación para este proyecto, se determinó que el mayor tiempo que los usuarios pasan en Instagram lo destinan para ver videos, razón por la cual se decide crear videos sobre la marca como pieza clave dentro de la estrategia de comunicación dirigidos a la audiencia categorizada como padres, aumentando con esta actividad el alcance orgánico en redes sociales.

Para obtener buenos resultados los videos se realizan con testimonios reales de madres y padres que se han enfrentado con problemáticas a la hora de buscar una Nana en donde comenta que la plataforma MiNana fue la solución, estos videos sirven como una herramienta de promoción e invitan al usuario a visitar el sitio web.

Las publicaciones de video provocan más interacciones que las imágenes ayudando a generar conversiones.

a. Video para el Feed

Para llenar el perfil, el video aparece al inicio con un formato en MP4 con una duración de 3 a 60 segundos y un tamaño máximo de 50MB. Son tutoriales con los pasos prácticos para suscribirte a la plataforma para los usuarios y otro con la explicación de cómo funciona la plataforma MiNana.

b. Video para Instagram TV

En este formato el video se puede extender hasta 1 hora, sin embargo, en la primera fase de la campaña se cargan videos cortos máximo de 15 minutos para que la audiencia se enganche con la marca. Para destacar a los potenciales clientes de MiNana se realiza el video con entrevistas en vivo a madres y padres de familia para dar a conocer al público cómo el producto satisface su necesidad.

En este tipo de videos se cuentan las historias reales de madres que han tenido problemas a la hora de contratar una niñera y que creen que MiNana es una innovadora alternativa que aporta en la solución para contactarlas. Se hará otro tipo de video en donde se describa la experiencia de una nana que presta sus servicios, así como cápsulas en donde se incluye tips para

las nanas de cómo mantener ocupados y felices a los pequeños, elaboración de recetas y consejos útiles a la hora de alimentar a los pequeños que cuidan.

c. Video para Instagram Stories

Son pequeñas cápsulas con una duración de 15 segundos que incluye stickers de la marca en movimiento e interactivos para que sea atractivo para la audiencia. En estos se comparten mensajes inspiradores para las madres que provoquen una respuesta emocional y motiven a seguir la cuenta y recomendarla.

Post para Facebook e Instagram

Se utilizarán las siguientes piezas gráficas para la campaña de lanzamiento: ¡Busca y Conéctate con tu Nana Ideal!, se utiliza el mismo tipo de comunicación para los canales Facebook e Instagram, los cuales se han seleccionado para el lanzamiento de la campaña porque son los más utilizados por el público objetivo.

Figura 49 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 50 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 51 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 52 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 53 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 54 Ejemplo de Gráfica Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal, post FB/IG



Fuente: Elaboración Propia

Figura 55 Ejemplos de Posts Campaña Busca y Conéctate con tu Nana Ideal en IG



13:44 🔍 86%

← **Publicaciones**

 minanaec



Tu sólo tienes que escoger a la nana
www.minanaec.com



[Ver estadísticas](#) [Promocionar](#)

👍 🗨️ 📌

minanaec Tu tranquilidad es primordial. Seguimos todos los protocolos de bioseguridad. Tu sólo tienes que elegir a la Nana Ideal. Tus hijos en las mejores manos #minanaec#MiNanaIdeal

Hace 13 minutos · [Ver traducción](#)

 minanaec

☰ ○ <

que elegir a la Nana Ideal. Tus hijos en las mejores manos #minanaec#MiNanaIdeal

Hace 13 minutos · [Ver traducción](#)

 minanaec



Busca y conéctate con tu Nana Ideal
www.minanaec.com



[Ver estadísticas](#) [Promocionar](#)

👍 🗨️ 📌

minanaec Busca y Conéctate con tu Nana Ideal #minanaec#MiNanaIdeal#lohacemosparatiyporti#tutra tranquilidadnuestraprioridad#BuscaConéctatecontuNanaIdeal

Hace 13 minutos · [Ver traducción](#)

 minanaec

☰ ○ <

 minanaec



Tu sólo tienes que escoger a la nana
www.minanaec.com



[Ver estadísticas](#) [Promocionar](#)

❤️ 🗨️ 📌

1 Me gusta

minanaec En un sólo lugar y con un click encuentras a tu Nana Ideal. Tu tranquilidad es primordial, lo hacemos por ti y para ti. Sólo busca y conéctate con tu Nana Ideal #tunanaideal👩‍👧 #minanaec#buscayconéctatecontunanaideal#nana

Hace 6 días · [Ver traducción](#)

 minanaec

☰ ○ <

 minanaec



Busca y conéctate con tu Nana Ideal
www.minanaec.com



[Ver estadísticas](#) [Promocionar](#)

❤️ 🗨️ 📌

1 Me gusta

minanaec Ya no preguntes más, tu solo tienes que elegir a tu Nana Ideal, nosotros hacemos el resto. #MiNanaIdeal#minanaec#nana#tutraquietudadeslanuestra

Hace 6 días · [Ver traducción](#)

 minanaec

☰ ○ <



Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto general asignado para la campaña de lanzamiento en redes sociales se estima en \$2000, distribuido de la siguiente manera: Post IG \$800, post FB \$500 y creación de videos \$700.

METODOLOGÍA PARA EL TESTEO DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Objetivo General

Probar la plataforma MiNana para evaluar su importancia, facilidad de uso y opinión de navegación del público objetivo.

Objetivos Específicos

1. Calificar la experiencia de usuario en cuanto al uso de la plataforma web
2. Conocer la percepción del público objetivo sobre los servicios disponibles en la plataforma web
3. Explorar la opinión del público objetivo respecto de la intencionalidad de la plataforma web
4. Identificar recomendaciones y oportunidades de mejora en la plataforma web

Para llevar a cabo la presente investigación se define utilizar un enfoque cualitativo dado que lo que nos interesa es comprender la percepción del público objetivo acerca del uso de la plataforma digital, así como profundizar en la opinión de expertos en diseño de sitios web, la finalidad es identificar oportunidades de mejora basados en la forma en que estos perciben la plataforma digital.

Este enfoque metodológico integra herramientas de recolección de datos como grupos focales y entrevistas de opinión a expertos, lo que se busca a través de estos métodos es recolectar información del público objetivo con la intención de analizarlos y comprenderlos como lo señala (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) “al tratarse de seres humanos los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias, procesos y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea, de manera individual, grupal o colectiva” (p.409).

Grupo Focal: consiste en reuniones de grupos pequeños de personas que interactúan por un período extendido, en donde los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Se ha seleccionado como unidad de análisis a las madres y padres que cumplen los perfiles de Early Adopter (entusiasta, visionario y pragmático). Son 7 participantes: Perfiles entusiastas Jenny Sánchez (34 años), Catherin Muñoz (33 años) y Luis Silva (32 años). Perfil visionario Andrea Quimi (37 años) y Jéssica Tovar (35 años). Perfil pragmático Nadia Guzmán (42 años) y Ana Vicky Rodriguez (45 años). La dinámica se desarrolla mostrando en directo el funcionamiento del producto y simultáneamente se plantea un banco de preguntas a través de un formulario de Google (Tabla 10) relacionadas a las siguientes variables:

Diseño de la Página: calificar la importancia para el usuario de los atributos del sitio web como son color, forma, texto, imágenes, tamaño y tipografía de letra.

Intencionalidad: probar si cumple con el objetivo del sitio web de facilitar el acceso a los padres con personas que ofrecen servicios de cuidados infantiles.

Usabilidad: evaluar el grado de eficiencia, eficacia y satisfacción de los usuarios al interactuar entre las páginas del sitio web.

Accesibilidad: confirmar si la organización de menús, títulos y enlaces en el sitio web permiten navegar de manera fácil e intuitiva.

Recomendaciones y Mejoras: conocer la opinión en sentido general de los usuarios respecto al sitio web.

Tabla 10 *Guía de Tópicos Grupo Focal*

Variables	Preguntas
Diseño de la página web	<p>¿Le parece atractiva la página web?</p> <p>¿El lenguaje utilizado, el tamaño y la tipografía de las letras son claras y permiten la fácil recordación del contenido?</p> <p>¿El orden utilizado para cada una de las secciones de la página es ordenado y ayuda a una mejor experiencia para el usuario?</p> <p>¿Los recursos que utiliza la página como fotografías, información de los usuarios registrados, etc. representan un apoyo para el usuario?</p> <p>¿La forma como ha sido diseñada la página web representa una experiencia integral a los usuarios?</p>
Intencionalidad	<p>¿Los recursos que utiliza la página web (calificación de familias y colaboradores, comentarios de la experiencia, seguridad en el registro) representan un nivel de confianza para los usuarios?</p> <p>¿La página web ayuda a crear una comunidad entre padres y colaboradores?</p>

	¿La página web entrega una solución integral para los padres a través de la oferta de servicios que pueden encontrar?
Usabilidad	<p>¿La navegación en la página web permite al usuario tener acceso de forma ágil al servicio que desea?</p> <p>¿Los procesos de búsqueda ocurren de manera rápida y fácil?</p> <p>¿La página utiliza herramientas adecuadas para la retroalimentación del usuario hacia la página y la solución de problemas que se le presente?</p> <p>¿La página entrega herramientas que facilitan al usuario aprender a utilizarla?</p>
Accesibilidad	<p>¿Los menús en la página web son fáciles de usar?</p> <p>¿Siente que a través de los filtros y enlaces la búsqueda de información en la página web mejora?</p> <p>¿La utilización de la página se fortalece por el acceso adecuado a la información que necesita el usuario para utilizar la página?</p> <p>¿La página web permite al usuario acceder a la información, decidir y adquirir un servicio en un tiempo adecuado?</p> <p>¿La página web evita que el usuario caiga en errores?</p>
Recomendaciones para mejorar el sitio web	<p>¿Qué más le gustaría agregar a la página de MiNana que permita mejorar la experiencia al usuario?</p> <p>Detalle 5 fortalezas que tiene la página</p> <p>Detalle 5 debilidades que tiene la página</p>

Fuente Elaboración Propia

Para la calificación del cuestionario se utilizó la escala de Likert en donde se incluye las siguientes opciones: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo (Anexo 2).

Entrevistas de Opinión de Expertos: en las entrevistas cualitativas pueden hacerse preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos y hechos, historias de vida y percepciones que se desarrolla en una reunión íntima, flexible y que nos sirve

para intercambiar información (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). En este punto es necesario incorporar un grupo de expertos para conocer sus opiniones respecto a la plataforma digital propuesta en el presente proyecto.

La unidad de análisis para las entrevistas son profesionales especializados en diseño de plataformas digitales, creación de productos y servicios en medios digitales. Para la evaluación se plantean preguntas semiestructuradas (Tabla 12) relacionadas a algunos de los atributos del método de evaluación heurística (Nielsen, 1993) como diseño de la página, intencionalidad, usabilidad, accesibilidad y recomendaciones. El análisis heurístico es un buen punto de partida para prevenir y solventar errores de usabilidad en los sitios web que puede ser aplicado con mejores resultados en etapas tempranas del proyecto.

En el desarrollo de las entrevistas de opinión a expertos se obtiene una retroalimentación inmediata de las sugerencias de mejora para cualquier tipo de sitio web. Cabe indicar que dado el distanciamiento social derivado de la pandemia las entrevistas se efectúan a través de la herramienta de Microsoft Teams luego de lo cual se comparte por WhatsApp el link para ingresar al cuestionario diseñado en la aplicación formularios de Google para calificar la plataforma web en donde se utilizó la escala de Likert para calificar el cuestionario (Anexo 3).

A continuación, se presenta una breve descripción de los perfiles de expertos que participaron en el testeo de la página web:

Tabla 11 Descripción de Perfiles de Expertos

Nicolás Guillen	Jean Pierre Rodriguez	Goldy Rivas
Gerente de Desarrollo de Productos con más de 20 años de experiencia en creación de nuevos productos para una empresa de servicios	CEO JP Agencia de Publicidad con 10 años de experiencia en diseño de productos digitales, consultoría y desarrollo de Apps/Website	Máster en Diseño y Dirección de Arte, Postgrado en Estrategias de Comunicación, Licenciada en Gestión de Diseño y Comunicación Visual, Cursando Máster en Comunicación Digital con 15 años de experiencia en Diseño, Comunicación y Marketing Digital

Fuente: Elaboración Propia

Para evaluar el prototipo por parte de los expertos se empleó un cuestionario considerando las siguientes variables y preguntas:

Tabla 12 *Guía de Preguntas para Entrevista a Expertos*

Variables	Preguntas
Diseño de la Página	<p>¿Considera que el diseño de la interface: estructura, organización, etc. de la página web son los adecuados?</p> <p>¿Cree que es adecuado el diseño de contenido, interlineado, espacios, fondo de diapositivas, recursos multimedia, enlaces externos e internos?</p> <p>¿El lenguaje utilizado, el tamaño y la tipografía de las letras son claras y permiten la fácil recordación del contenido?</p> <p>¿El orden utilizado para cada una de las secciones de la página es ordenado y ayuda a una mejor experiencia para el usuario?</p> <p>¿Los recursos que utiliza la página como fotografías, información de los usuarios registrados, etc. representan un apoyo para el usuario?</p> <p>¿La forma como ha sido diseñada la página web representa una experiencia integral a los usuarios?</p>
Usabilidad	<p>¿La navegación en la página web permite al usuario tener acceso de forma ágil al servicio que desea?</p> <p>¿La página utiliza herramientas adecuadas para la retroalimentación del usuario hacia la página y la solución de problemas que se le presente?</p> <p>¿La página entrega herramientas que facilitan al usuario aprender a utilizarla?</p> <p>¿Los enlaces tienen un nombre que corresponde con el contenido de la página a la que van dirigidos y cumple con las expectativas de lo que esperaba encontrar?</p> <p>¿El look y feel se corresponden con los objetivos, características y servicios de la página web?</p> <p>¿La legibilidad de la información le parece adecuada?</p>

Intencionalidad	<p>¿El logotipo es significativo, identificable y suficientemente visible?</p> <p>¿Los recursos que utiliza la página web (calificación de familias y colaboradores; ¿comentarios de la experiencia, seguridad en el registro) representan un nivel de confianza para los usuarios?</p> <p>¿La página web ayuda a crear una comunidad entre padres y colaboradores?</p> <p>¿La página web entrega una solución integral para los padres a través de la oferta de servicios que pueden encontrar?</p> <p>¿El eslogan o tagline, expresa realmente que es la empresa y los servicios que ofrece?</p> <p>¿La estructura de organización y navegación es la más adecuada?</p> <p>¿Hay un flujo adecuado de la interacción con la aplicación?</p>
Accesibilidad	<p>¿Se hace un uso correcto del espacio visual de la página web?</p> <p>¿Las instrucciones de uso de la página web son visibles?</p> <p>¿Los menús, títulos y enlaces en la página web son fáciles de operar?</p> <p>¿La utilización de la página se fortalece por el acceso adecuado a la información que necesita el usuario para utilizar la página?</p> <p>¿La página web permite al usuario acceder a la información, decidir y adquirir un servicio en un tiempo adecuado?</p> <p>¿La página web evita que el usuario caiga en errores?</p>
Recomendaciones	<p>¿En sentido general cómo evaluaría la página web de MiNana, que mejoras recomienda se implementen?</p> <p>Detalle 5 fortalezas que tiene la página</p> <p>Detalle 5 debilidades que tiene la página</p>

Fuente Elaboración Propia

RESULTADOS DEL TESTEO DEL PROTOTIPO

Evaluación del Grupo Focal

Para una mejor comprensión en la siguiente tabla se muestra un resumen de los datos recolectados para cada variable en el desarrollo del grupo focal:

Tabla 13 Resultado Testeo con Grupo Focal

Variables Evaluadas	Resumen Respuestas
Diseño de la Página	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A la mayoría del grupo objetivo les parece atractiva la página, sienten afinidad ➤ A todos les gusta el lenguaje, el tamaño y tipografía utilizados en la web ➤ El grupo está de acuerdo con el orden de la página porque ayuda a encontrar de manera rápida lo que buscan ➤ Los entrevistados consideran adecuados los recursos multimedia utilizados
Usabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La navegación en la página permite acceder a la información que están buscando ➤ Todo el grupo considera que las búsquedas son fáciles y rápidas de operar ➤ La mayoría está de acuerdo con las herramientas de feedback para el usuario ➤ Para el grupo entrevistado la página muestra herramientas para solucionar problemas
Intencionalidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para todos los participantes tanto las recomendaciones, calificaciones y comentarios representan un nivel de confianza para el usuario ➤ Todos piensan que la página ayuda a crear una comunidad entre padres y colaboradores ➤ Para todo el grupo la página representa una solución integral para los padres a través de la oferta de estos servicios
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para la mayoría de los participantes los menús son fáciles de usar ➤ Todos sienten que los filtros y enlaces mejoran la búsqueda ➤ Los participantes coinciden con que el uso de la página se fortalece por el acceso a la información relevante para el usuario ➤ Para todos los entrevistados la página permite acceder, decidir y adquirir un servicio en tiempo adecuado

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos en esta primera parte del testeo (**Anexo 2**), permiten tener en cuenta que hay interés por utilizar una plataforma digital para la contratación de servicios de cuidados infantiles, sin embargo, es importante considerar que los aspectos de seguridad, confianza y reputación para lograr que el público objetivo recomiende la página web, son claves para el buen desempeño del prototipo.

Durante el desarrollo del testeo con la participación interactiva del grupo objetivo se probó que la página muestra la información que buscan de manera sencilla, en cuanto al diseño para la gran mayoría de las personas entrevistadas los colores, el tipo de letra y el tamaño son apropiados, sienten afinidad al realizar el recorrido por el sitio dado que comprenden su contenido y lo perciben como una solución accesible para contactar a personas que ofrecen estos servicios.

El acceso al sitio les parece rápido, mencionan que los menús son sencillos con la posibilidad de operarlos sin dificultad. Creen que el nombre de la página es de fácil recordación y les parece pegajoso. Opinan que aporta de manera clave en la toma de decisión, por un lado, las recomendaciones de usuarios dentro de la comunidad, y, por otra parte, los comentarios que se publican en los perfiles de las nanas. Sugieren evaluar la factibilidad de aplicar un test de personalidad a las postulantes y cargarlo en los perfiles para que los padres puedan visualizarlo en línea.

Uno de los principales comentarios que mencionan es el poder ingresar al portal sin iniciar sesión, lo perciben como algo diferenciador en relación a otras páginas web, les agrada que pida iniciar sesión cuando se da clic en visualizar el perfil de una niñera porque sienten alivio que funcione así, creen que el portal es muy oportuno hoy en día como una alternativa digital para encontrar este tipo de servicios.

Para la mayoría del grupo sería importante contar con un video explicativo de las personas que están detrás de este proyecto, mostrar videos con los testimonios de los padres sobre el servicio, y habilitar una atención virtual para consultas tipo chat porque les parecería muy útil en la página. También les gustaría que el portal se integre con una App para realizar seguimiento en línea similar a como funciona el App de Globo.

Evaluación de los Expertos

Para la segunda parte de la evaluación se muestra a continuación un resumen de las conclusiones y recomendaciones por cada variable propuestas por los expertos (**Anexo 3**):

Diseño de la Página

- El diseño de la página es atractivo, el uso de colores, tipografía y tamaño de letra es apropiado logrando afinidad con el usuario en la navegación.
- El esquema de navegabilidad facilita al usuario desplazarse por la página, el diseño ordenado que denota confianza para el usuario al momento de realizar las búsquedas mantienen al usuario en la página, los menús son claros y concisos facilitando las consultas.
- En cuanto al lenguaje y tono de comunicación para los expertos es el adecuado, el usuario no abandona la página porque las etiquetas y enlaces permiten obtener información de forma sencilla mejorando la experiencia del usuario a la hora de realizar búsqueda de la información.
- El orden utilizado en los menús, el uso de recursos multimedia como fotos e imágenes, la posibilidad de aplicar filtros en las búsquedas mejora la experiencia del usuario.

Usabilidad

- Es una página que incentiva a la navegación, el orden utilizado en los menús te desplaza con facilidad, los enlaces mejoran la experiencia de navegación.
- El sitio web es una excelente propuesta como opción digital que aporta en la mejora de este proceso para los padres, el uso de recursos multimedia como fotos e imágenes y la posibilidad de aplicar filtros en las búsquedas mejora la experiencia del usuario.
- Un evaluador sugiere incluir un buscador de palabras claves para mejorar la experiencia del usuario.

Intencionalidad

- Los evaluadores coinciden en que hace falta un llamado a la acción más directa.
- Consideran que la parte de los testimonios tiene que ser más visible para el usuario porque esto es lo que genera confianza, sugieren compartir videos con testimonios en la página y que además se difunda videos testimoniales por redes sociales para comunicar el producto.

- Todos consideran que es una gran iniciativa la creación del sitio web porque aporta en la resolución de una problemática actual a través de una opción digital, creen que si hay un nicho de mercado para el producto.

Accesibilidad

- Un experto señala que hay demasiado texto en la página que puede confundir al usuario, recomienda cambiarlo a videos.
- Recomiendan no salir de la página cuando se realiza la acción de buscar, esto podría crear confusión al usuario.
- Sugieren que el ingreso al sitio sea a través de un sitio seguro para que genere confianza al usuario, este punto se explicó a los evaluadores si está contemplado para la puesta en marcha del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL PROTOTIPO

La información obtenida permitió abordar el proceso de mejora del proyecto desde varias perspectivas:

1. En primer lugar, el resultado de la investigación reveló que el mayor problema que existe a la hora de contactar a una niñera es la ausencia de fuentes de consulta confiables, por lo cual el prototipo constituye una opción digital admitida por el público objetivo para contactar a personas que colaboren en el cuidado de sus hijos, mejorando una problemática local a la hora de buscar niñera.
2. El portal cumple los requerimientos en cuanto a diseño, accesibilidad, usabilidad e intencionalidad, sin embargo, se puede mejorar lo concerniente a la comunicación en el sitio web, para dar a conocer a través de un video las personas que representan la marca, generando así confianza a los usuarios.
3. El servicio resulta muy interesante para los usuarios, no obstante, no deja de ser una preocupación si el desempeño de las niñeras que contacten a través del portal es confiable y garantizado, por lo cual es fundamental informar de manera clara y precisa a los usuarios las normas de la comunidad y condiciones de responsabilidad de la plataforma.

4. Uno de los principales retos del proyecto es lograr armar una base de datos con personal capacitado y que esté dispuesto a brindar sus servicios afiliándose a la red.
5. Crear contenido de interés es clave para generar engagement en el portal, hay que compartir información relevante pre y post lanzamiento de la plataforma para lograr que los usuarios sientan afinidad con el sitio y lo recomienden.
6. El portal web beneficia a niñeras y personas que se especializan en servicios de cuidados infantiles a través de las publicaciones de sus perfiles, esta acción aumenta la posibilidad de ser contactadas por los usuarios.
7. Del análisis realizado durante el desarrollo del prototipo podemos concluir que resulta muy conveniente en una segunda etapa crear una aplicación móvil, de esta manera los usuarios que navegan a través de sus dispositivos móviles y están más familiarizados con el uso de aplicaciones para servicios podrán usarlo.
8. Como objetivo del proyecto a mediano plazo está el aportar en el desarrollo de este grupo de mujeres con la creación de una escuela de nanas para ofrecer talleres y capacitación en actividades relacionadas a los cuidados infantiles que complementan sus habilidades.
9. Ciertas recomendaciones de mejora pueden ser resueltas a través de una campaña de publicidad digital con el uso de videos porque resume de mejor manera para comunicar la propuesta de valor del sitio.
10. Resulta interesante conocer que el prototipo es un negocio escalable porque en el mercado local no existe una solución digital que atienda esta necesidad, en un mediano plazo se puede monetizar el sitio a través de la incorporación de otros tipos de servicios complementarios a la contratación de niñeras y que estén relacionados a niños.

REFERENCIAS

- Aguado, J., Martínez, I., & Feijóo, C. (2013). *La Comunicación Móvil*. Barcelona: Gedisa.
- Alonso, L. (2017). Consumo Colaborativo y Economía del Bien Común: las Razones de un Debate. *Revista Española de Sociología*, 26(1), 87-94. Obtenido de [file:///C:/Users/kpenaherreta/Downloads/65474-Texto%20del%20art%C3%ADculo-200896-1-10-20180523%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/kpenaherreta/Downloads/65474-Texto%20del%20art%C3%ADculo-200896-1-10-20180523%20(1).pdf)
- Aragón, J. (2019). Notas Sobre ¿Una Nueva Revolución Industrial? Economía Digital y Trabajo. *Confederación Sindical de Comisiones Obreras*, 11-22. Obtenido de <https://www.ccoo.es/152806c7bbdfac28c2bde95f40e00c0d000001.pdf>
- ARCOTEL. (2020). *Detalle del Número de Cuentas y Estimados de Usuarios del Servicio de Acceso a Internet por Prestador*. Agencia de Control y Regulación de las Telecomunicaciones. SIETEL, Quito. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/servicio-de-acceso-a-internet-sai2/>.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). *Social Network Sites: definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Campos Freire, F., & Rúa Araújo, J. (2015). *Las Redes Sociales Digitales en el Ecosistema Mediático*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Digital.
- CareEcuador. (2018). *Situación del Trabajo Remunerado del Hogar en Ecuador*. Quito. Recuperado el 30 de Marzo de 2020, de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2018/12/CARE-FOLLETO-TRH-1.pdf>.

- Carlos, M., Olga, H., Angels, P., Gerard, V., Josep, S., & Maribel, Á. (2014). *Cultura Digital y Transformación de las Organizaciones*. Barcelona: RocaSalvatella.
- Castells, M. (2001). *LA GALAXIA INTERNET. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. (J. Plaza, Ed.) Barcelona: Plaza y Janés.
- Castells, M. (2008). *LA ERA DE LA INFORMACION: Economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). México: Siglo xxi, editores s.a. de c.v.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.
- Causset, M. (2009). *EL CONCEPTO DE COMUNIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA SOCIO - HISTÓRICO-CULTURAL*. Cuba.
- CECE, C. E. (2020). *Pedidos por Canales Digitales se han Multiplicado por 15 en Ecuador Durante la Emergencia por el Coronavirus COVID-19*. CECE. Quito: Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. Obtenido de <http://cece.ec/pedidos-por-canales-digitales-se-han-multiplicado-por-15-en-ecuador-durante-la-emergencia-por-el-coronavirus-covid-19/>.
- CEPAL. (2020). *Comisión Económica para América y el Caribe*. Naciones Unidas. Recuperado el 15 de Agosto de 2020, de <https://www.cepal.org/es>
- Charon, J. (2009). *Symbolic Interactionism: an Introduction, an Interpretation, an Integration*. London: Pearson.

- DeloitteEcuador. (2018). *Mujeres Ejecutivas 2018, una Radiografía de las Mujeres Ecuatorianas*. Quito: DeloitteEcuador. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/deloitte-analytics/articles/mujeres-2018.html>.
- El Expreso. (14 de Mayo de 2020). *Economía, Despidos de Trabajadores*. Obtenido de Expreso.ec: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/quito-supera-guayaquil-despido-trabajadores-11406.html>
- EL UNIVERSO. (25 de Agosto de 2019). *Entre "ladies"*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/larevista/2019/08/25/nota/7481097/ladies>
- El Universo. (9 de Agosto de 2020). *LinkedIn es visto como bolsa de empleo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/30/nota/7924242/ecuador-linkedin-es-visto-como-bolsa-empleo-se-le-puede-sacar-mas>
- Euromonitor, I. (2020). *Las Diez Principales Tendencias de Consumo*. Santiago: Euromonitor, Internacional.
- FORBES, S. (2019). *Productividad Exponencial de Mamas Ejecutivas*. Madrid: Forbes. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/6-consejos-mujeres-poderosas-mama-exitosa/>.
- García. (2015). *Comunicación y Sociedad. Nueva Epoca*, 45-65. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n23/n23a3.pdf>
- Hassan Montero, Y. (2015). *Experiencia de Usuarios: principios y métodos*. s.f. Obtenido de https://www.mcarrendealba.com/wp-content/uploads/2018/05/Experiencia_de_Usuario_Principios-y-metodos.pdf

Hassan, Y. (2004). Propuesta de adaptación. *Revista Española de Documentación Científica*, 330-344.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *METODOLOGIA de la investigación* (Quinta Edición ed.). México: McGrawHill.

IESS. (2020). *Indicadores de Afiliación Trabajadoras del Hogar*. Quito. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/>

INEC. (2019). *Indicadores Laborales*. Quito. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf.

Islas, O. (2013). *Investigar las Redes Sociales. Comunicación Total en la Sociedad de la Obicuidad*. México: Razón y Palabra.

Kantar. (2020). *Investigación de Mercado*. Guayaquil.

López , F. A. (2016). *La Accesibilidad en Evolución: La Adaptación Persona-Entorno y su Aplicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Martínez Polo, J., & Navarro Beltrá , M. (15 de MARZO de 2020). ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO SOBRE REPUTACIÓN DIGITAL. *Revista de Comunicación de la SEECI*(51), 83,107. doi:<http://doi.org/10.15198/seeci.2020.51.83-107>

McLuhan, M. (1996). *Comprender los Medios de Comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

- MIES. (2012). *Desarrollo Infantil Integral*. Quito. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Libro-de-Pol%C3%ADticas-P%C3%ABlicas.pdf>.
- Naranjo Moreno, F. (2020). *Inbounng Marketing 2020: Atraer, convertir y vender en canales digitales* (Vol. Versión Kindle). Observatorio Digital.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. EEUU: Academic Press.
- Nielsen, J. (2002). *Usabilidad de Páginas de Inicio*. España: Pearson Alhambra.
- Nielsen, J. (2006). *Usabilidad Prioridad en el Diseño*. España: Anaya multimedia.
- Nielsen, J. (2013). *Usabilidad en Dispositivos Móviles*. España: Anaya Multimedia.
- Nielsen, J. (2013). *Usabilidad en Dispositivos Móviles* . España: Anaya Multimedia.
- OCDE. (2015). *Perspectivas de la OCDE Sobre la Economía Digital*. Ciudad de México: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Obtenido de <https://www.oecd.org/acerca/impacto/alcanzar-los-ods-en-las-ciudades-y-las-regiones.htm>
- OCU, O. E. (2019). *Plataformas Digitales Colaborativas* . Madrid.
- OIT, O. I. (2019). *Las Plataforma Digitales y el Futuro del Trabajo*. Ginebra. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_178173.
- ONU. (2019). *El Progreso de las Mujeres en el mundo*.
- O'Reilly, T. (2017). *WTF?: What's the Future and Why It's Up to Us*. HarperCollins, 2017.

Pedreño Muñoz, A. (2016). La Sociedad Digital y la Empleabilidad. *Nueva Revista* . Obtenido de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/6911>

Plaza, J. J. (Diciembre de 2019). La Nueva Organización Empresarial: Capitalismo, Digitalización y Economía Colaborativa. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, 7(4), 366.

Primicias.ec. (13 de Mayo de 2020). *Tendencias de Consumo de Ecuatorianos*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de Primicias.ec:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-cambio-gastos-emergencia-coronavirus/>

Primicias.ec. (6 de Junio de 2020). La Pandemia deja sin Empleo a las Trabajadoras del Hogar. *Primicias*. Recuperado el 15 de Agosto de 2020, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/covid-deja-sin-empleo-trabajadoras-hogar/>

Real Academia Española. (2014). *Redes Sociales*. Recuperado el 15 de agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/p%C3%A1gina#EeZ5dsI>

Real Academia Española. (2014). *La Web*. Recuperado el 15 de Agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/p%C3%A1gina#QMNzUAt>

Real Academia Española. (2014). *Comunidad*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/comunidad?m=form>

Real Academia Española. (2014). *Comunicación*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n?m=form>

- Romero, E., & Bocanegra, L. (30 de septiembre de 2018). *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales Aplicadas*. Universidad de Granada: ISBN 978-84-338-6318-8.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones* (Vol. Primera Edición). Barcelona: Gedisa, S.A.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los Medios*. Barcelona: Gedisa.
- Serrano, E. (2009). Accesibilidad vs usabilidad web: evaluación y correlación. *Investigación Bibliotecológica*, 23(48), 61-103. Obtenido de <http://www.ejournal.unam.mx/ibi/vol23-48/IBI002304804.pdf>
- Tello Leal, E., Sosa Reyna, C., Mariby Lucio, C., & Flores Morelos, M. M. (2010). Análisis de los servicios de la tecnología Web 2.0 aplicados a la educación. *No solo Usabilidad*, 9.
- Tramullas, J. (2003). De la Usabilidad al Diseño Centrado en el Usuario. 107-110. Obtenido de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2003/marzo/3.pdf>
- UNESCO. (2014). *Participación de las Familias en la Educación Infantil Latinoamericana*. Chile: Trineo S.A. Recuperado el 17 de Agosto de 2020
- UNICEF. (2019). *AVANZANDO EN LA IMPLEMENTACIÓN de las "Directrices sobre las modalidades alternativas de Cuidado de los niños"*. Reino Unido: The Centre for Excellence for Looked After Children in Scotland.
- Universidad de Málaga. (2013). *Gamificación como Estrategia de Marketing Interno*. España: Capital Intangible. Obtenido de <https://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/455>
- Universo. (29 de Junio de 2020). Más de 10 000 emprendedores y pymes se agrupan en plataformas digitales en Ecuador. pág. s.f. Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/06/25/nota/7884600/plataformas-digitales-negocios-emprendedores-ecuador>

We Are Social. (15 de Agosto de 2020). *We Are Social*. Obtenido de <https://wearesocial.com/>

Wolf, G., & Miranda, A. (2011). *Construcción Colaborativa del Conocimiento*. México.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas a Profundidad a Perfiles Early Adopter

PERFIL ENTUSIASTA

1.- Jenny Sánchez. - es casada, con 34 años de edad, tiene dos niños de 10 años y 1 año 2 meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Compra productos o servicios?

Yo uso Facebook e Instagram, son las que mayormente uso, porque de ahí tengo algunas redes sociales como Twitter, pero estas dos son las que más uso para temas de comunicados, para un tema de comunicación prefiero Facebook porque ahí tengo gente más cercana. Instagram lo veo como un medio para poder comunicarme o informarme de un tema específico, en tema de compras uso tipti, rappi, también los uso para comprar vestimenta, artículos de belleza generalmente, temas de comida, en pandemia. También uso otras redes sociales, tengo algunos portales bancarios y Apps

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Instagram lo uso mucho como portal de compra, para buscar medicina, en las redes sociales me informo mucho, por ejemplo busco doctores, odontólogos, clínicas, pero para temas de comida cuando son tickets grandes en supermercados ahí uso aplicaciones como tipti, rappi, glovo, coral, por ejemplo coral me ayudó bastante durante cuarentena, las demás aplicaciones colapsaron, por ahora uso con menos frecuencia porque ya hemos vuelto a comprar productos de manera presencial, pero si necesito un servicio y no es con urgencia sigo usando los portales

¿Cuál es la que más usa?

Amazon para comprar y Facebook e Instagram para recomendaciones, todo lo consigo a través de plataformas digitales, ahora que me estoy haciendo tratamientos uso mucho Instagram para buscar referidos

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

A Facebook e Instagram entro diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Prefiero Facebook porque tengo amigos más cercanos, en Instagram tengo a gente desconocida, pero prefiero Facebook como un tema de recomendación e Instagram lo uso para buscar, en cambio Amazon es la que más uso como portal de compras internacional, luego localmente las Apps para entrega de víveres como rappi, tipti, coral, ubereats, glovo, también uso

los portales bancarios para transacciones como pago de servicios básicos, todo lo pago a través de internet

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Bueno lo primero que veo en la página para el caso de doctores que sean reconocidos, yo veo que tengan gente conocida como clientes, de ahí veo sus publicaciones. No he tenido problemas, uso casi siempre las mismas plataformas

¿Qué verifica antes de usarla?

Lo primero que veo es que la página tenga referidos, por ejemplo, ahora yo estaba buscando tratamientos para mi cara y comencé a ver algunas clínicas de belleza y cosmetología vi una que tenía gente conocida, veo que hayan trabajado con gente famosa o conocida, o porque amigos me recomiendan, entro a ver las fotos, sus publicaciones y de ahí me animo, me gustan las páginas que tienen botón de pagos porque no tienes que dar tus datos de la tarjeta por teléfono, eso nunca me ha gustado

¿Realiza compras por internet?

Si

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Compra de ropa, maquillaje, insumos médicos, alimentos, reserva de servicios odontológicos, médicos y estéticos. Prácticamente todo lo hago a través de las plataformas digitales, más con lo de la pandemia.

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Para hacer compras prefiero los canales digitales por la pandemia, ahora que estoy haciéndome atender uso mucho las plataformas para contratar a médicos, reservar, buscar especialistas

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, el único proceso que conozco es a través de recomendaciones de gente conocida, es el proceso con el que me he podido adaptar, contratar a través de recomendaciones

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Por redes sociales, yo puse en mi estado “necesito asistente doméstica, responsable y honesta” y de ahí la gente me comenzó a escribir, también escribí por Facebook e Instagram, y me escribieron mis contactos referenciando a personas que conocen, son amigos míos, no son

amigos íntimos, son conocidos de las redes, y una amiga que me ayudó con otro contacto de la persona que trabajó con ella, la señora la tenía agregada a mi WhatsApp y ella me refirió a una compañera, las empleadas tienen grupos de WhatsApp, ella vio mi estado de WhatsApp que necesitaba niñera y sus contactos le refirieron personas que estaban buscando, amigas y conocidos, todo por recomendaciones

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No, me ha ido súper mal, si tú me recomiendas otro proceso yo lo hago porque no conozco otra forma, no hay otra manera y la única con la que me he podido acomodar es esta, la verdad no me gusta para nada, siento que hay un problema que tiene que resolverse, no me ha ido muy bien, ha tenido pésimas experiencias en estos meses, he tenido cuatro empleadas en un mes, hasta me han robado

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Lo primero que quisiera que tenga es, no sé si llamarlo catálogo, pero una especie de banco de personas que cumplan con el perfil que estás buscando, que te haga un tipo de test, que te muestre lo que tú estás buscando porque es desgastante estar contando toda la historia a todas las personas que entrevistas, que me genere confianza con sus referencias, con información de la persona que puede revisar, saber dónde ha trabajado y que por qué salió, desde la confirmación de los datos, la parte legal, realizarle investigación de sus antecedentes, confirmar sus experiencias anteriores, lo primero que revisara es las referencias de la persona que voy a contratar, lo **ideal** sería que la empresa se encargue de toda la parte legal, que se encargue de todo el proceso.

Me sentiría cómoda al contratar por un medio digital, sería ideal que se encarguen de todo, para mí sería una gran ayuda la verdad, y creo que hay algunas personas en esta situación

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

El servicio, que se encarguen de todo. Correr el mínimo riesgo, que me garanticen a través de todos los filtros la persona que voy a contratar, que me dé seguridad

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Las recomendaciones, los comentarios que hacen las personas en las páginas

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Las referencias, que se puedan confirmar los trabajos anteriores que ha realizado y saber porque ha salido; que se puedan confirmar y verificar sobre todo la información de cada persona.

Ahora “es algo así como que yo escuche que una persona está buscando trabajo”, pero nadie la conoce y ese es el problema. Tener cámaras es una gran ayuda, ahora paso solo viendo las cámaras, si tengo alguna duda en la noche reviso para ver cuál ha sido su trato, ahora son tantas cosas que se escuchan, que le pegan, que los tratan mal, pero sí, esto es un gran problema, entonces para mí lo primero que busco es la seguridad, bueno hoy en día hay mucha informalidad, hay gente que les paga menos, pero yo si me preguntas no quiero tener problemas, para mí es prioridad y si eso me da seguridad yo estoy dispuesta a pagar una comisión pago lo que sea para que mi hijo esté bien. Yo pago lo que sea para que me aseguren la parte legal y la seguridad. Me parece genial el servicio, si lo llevas a la realidad sería lo máximo, es una solución para muchas personas que estamos en el mismo problema. Para mí sí, es un gran apoyo, el cuidado de los niños no puedes tomarlo a la ligera, yo sí creo que es un gran apoyo para nosotras para las madres trabajadoras.

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Bueno hoy en día no sé si permitirán que se haga después porque es un tema de servicio, pero no me importaría pagar antes, siempre que me cumplan con lo que estoy pidiendo, sobre todo la seguridad, que no me pase lo que ya viví, tengo problema de pagarle lo que sea. Recomiendo aplicar un tipo de seguro para cualquier eventualidad para que puedas reclamar si te pasa algo con esa persona, sería espectacular si es que puedes incluir este tema del seguro y hacerlo realidad lo del servicio

2.- Abigail Moncayo, tiene 26 años, casada tiene un hijo de 1 año 3 meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Como portal de compras para alimentos como mariscos y carnes, compro pañales y ropa. Uso las plataformas de bancos y compra de servicios como medicina

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Portales para compras de alimentos

¿Cuál es la que más usa?

Instagram en mis ratos libres para ver noticias y temas de interés personal, es entretenido, ver a través de las imágenes, interesante porque publican post y hay bastante información importante sobre niños que es muy útil, sobre su avance, alimentación, pediatras, doctores y ahora sobre todo por la pandemia la están utilizando bastante para abarcar varios temas, y WhatsApp sirve personal y también profesional

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Todos los días, sobre todo ahora por la pandemia

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram, Facebook, LinkedIn y WhatsApp

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Primero el tema de cuánto tiempo tiene la página de creación, el tema del método de pago que utiliza, muchas veces indican las compras que han hecho sus clientes y que han sido satisfactorias, basándome en eso puedo decir que es una página segura porque ahora están estafando mucho en ciertas páginas

¿Qué verifica antes de usarla?

Su forma de pago, es bastante complicado tener la certeza, es una ruleta rusa

¿Realiza compras por internet?

Si, por Amazon si es del exterior

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Si compra de víveres, pañales, ropa y algo de medicina

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si, en algún momento tuve una consulta online a través de Instagram, con un pediatra que no era de aquí, claro que no es lo mismo que evaluarlo de manera presencial, pero en la situación en la que estamos es de mucha ayuda

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Si ahora más

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

No he contratado

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No he tenido necesidad de hacerlo

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Tendría que evaluar varios puntos sobre todo las personas que estarán al cuidado de mi bebe

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Calidad del servicio de la persona que estoy contratando, eso es lo más importante

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a si valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

En base a los comentarios y experiencias tanto en la adquisición de bienes y servicios, que se pueda revisar todo en la página

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Las referencias de las personas que estoy contratando, tener la información

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Durante el proceso, si es un tema en específico cuestión de horas, pero si es fijo me gustaría que sea al final por si hay algo que no cumple con mis expectativas y desista de contratar el servicio

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Estimulación temprana es importante, antes era fácil acudir a un lugar, por ahora es muy complicado recibir este servicio, e incluso que ahora alguien vaya a tu casa, considero importante que la plataforma te permite monitorear el servicio, es decir que puedas ver en línea, que den esa apertura a que uno pueda tener acceso para ver al bebe en cualquier momento y darle seguimiento a la persona que he contratado

3.- Diego Soria, es casado tiene 30 años y una hija de 1 año 11 meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

La que más uso es Rappi, por semana dos o tres veces, también compro en Amazon, mi esposa la usa más para comprar ropa, accesorios para la nena

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Portales para compras de alimentos, todo lo pedimos por Rappi, cuando es de comprar para mi hija en farmacias tengo que ir porque en la plataforma no sale el detalle de las tallas, y el stock, para evitarnos el riesgo de contagio todo lo pedimos por Rappi, hasta el supermaxi, la

única aplicación que tengo en mi teléfono es la App para ver las cámaras de mi casa, yo tengo DVR le cambie la clave y el que tiene acceso a las cámaras soy yo

¿Cuál es la que más usa?

Rappi, la uso todo el tiempo para todo, no he tenido problemas, y una vez que me cobraron doble enseguida me devolvieron, es inmediato

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Todos los días, sobre todo ahora por la pandemia

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram, Facebook, la que más me gusta es Instagram porque cuando estás navegando te muestra promociones de acuerdo a los rangos de edades, veo de todo, te va saliendo de acuerdo a tu edad las cosas que buscas, veo publicidad de comida, de hoteles, cosas para niños, y Facebook para estar conectados con los amigos

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Me baso en la eficiencia

¿Qué verifica antes de usarla?

Que tenga botón de pagos

¿Realiza compras por internet?

Sí, yo compro todo por Rappi, comida, pizza, tienen todo

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Si compro víveres, pañales, ropa y accesorios para la niña para no salir por temor al contagio y por el tiempo

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, todo lo pedimos por Rappi

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Si ahora más para evitar lo de contagios

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, ninguno

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

La niñera cuida a Bianca, la que tenemos contratada, nosotros teníamos a una señora que nos limpiaba la casa dos días a la semana, ella nos recomendó a esta persona y desde ahí diez con ella, se encarga de todo, sabe cuándo Bianca tiene hambre, nos ha ido súper bien, ella ve todo, la lleva al parque, cuando tiene sueño ya sabe

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Es difícil, tendría que pedir a alguien si conoce una persona, algún amigo que tenga niños y que conozca a una niñera que me recomiende, por ahora estoy satisfecho con la niñera,

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Si

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Para mí lo más importante es la confiabilidad de la persona, que la persona que sea contratada se haga una prueba de poligrafía para saber con qué tipo de persona se está tratando, la prueba es voluntaria y se hace aleatoriamente, eso te permitiría estar más seguro, en esta prueba sale todo, si ha robado, antecedentes, si miente o no, es un requisito indispensable para tener a una persona en casa que va a cuidar a tu hijo, da seguridad al contratante

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

La efectividad de la plataforma

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Un plus que pediría para la plataforma que venga adjunto con a la prueba de poligrafía, un test para conocer la personalidad como el 16PF, también referencias personales e historial laboral, con estos cuatro puntos puedes estar tranquilo con la persona que va a entrar a tu casa

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Lo ideal sería hacer un 50% al inicio y otro al final cuando has contratado a la persona

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Las validaciones de los perfiles, referencias y test psicológicos. Poner un patrón de búsqueda para que se pueda buscar de acuerdo a tu necesidad

4.- Catherine Muñoz, es casada, tiene 33 años y una niña de 4 años.

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Utilizo las plataformas dependiendo de lo que busque, a veces buscar recomendaciones, ver uso de productos o servicios o buscar ideas

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Las apps y la web, pero todo depende del público al cual uno se dirige

¿Cuál es la que más usa?

Yo soy usuaria de apps porque como me movilizaba bastante prefiero tener la información en el celular

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Depende tengo apps que visito diariamente como la de cuenta macronutrientes que es para llevar el control de mis alimentos. Spotify porque escucho música mientras manejo. Instagram porque me gusta ver las novedades y seguir mis cuentas o productos favoritos. Visité bastantes plataformas como mercado libre por la naturaleza de mi trabajo.

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram porque es muy visual y las marcas sacan sus promociones, y concursos en ese canal

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Me fijo en su contenido si es de calidad, si los links que tiene te llevan a los lugares correctos. Busco referencias en google sobre una plataforma

¿Qué verifica antes de usarla?

Verificar si otras personas la han usado

¿Realiza compras por internet?

Siempre

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

De todo me encanta la variedad de productos sobre todo cosméticos, ropa, zapatos y tecnología

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Ambos son importantes

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

Si niñeras 24/7

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?

No lo he usado, pero veo que tiene buena acogida, yo tengo una persona de confianza que contrató cuando lo necesito

¿Por qué lo prefiere?

Porque la conozco ya algunos años

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Si estoy satisfecha porque es una buena trabajadora, pero si algún día no la tuviese si contrataría a través de una comunidad me parece interesante

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Que les realicen test psicológicos a las niñeras y que se aseguren de tener recomendaciones fiables.

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Accesibilidad y nivel de servicio

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a si valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Las estrellas y los comentarios por supuesto y sobre todo reviso los comentarios de 5 y 1 estrella para ver qué fue bien y que mal

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

De donde viene si tiene recomendaciones si ha cuidado otros niños aquí y si es una persona sana mentalmente

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

La verdad es indiferente para mí, pero sí me gustaría que hubiera una política de garantía de calidad de servicio. ¿Te imaginas haberle pagado a una persona que le pego a tu bebé? ¡Pues no! ¡Devolución total y expulsión de ese ser!

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Tutoras sombra que ayuden a los niños en sus teleclases o ayuda de tareas. A veces las mamás llegamos cansadas de trabajar y no queremos hacer más tareas.

5.- Jazmín Boero, tiene 34 años, es casada y tiene 2 niñas (7 años y 4 meses)

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Para comprar productos y servicios.

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

La que me pueda ofrecer diferentes alternativas sobre el producto que estoy buscando. Especial atención a aquellas que incluyan reviews que se puedan verificar.

¿Cuál es la que más usa?

Instagram y Amazon.

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Una o dos veces a la semana.

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram y Amazon. Tienen links que vinculan información, también reviews e información dirigida. Interfaces amigables e intuitivas.

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Por su forma de pago

¿Qué verifica antes de usarla?

Método de pago.

¿Realiza compras por internet?

Si

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Variedad. Ropa, accesorios, ítems de casa, arte, manualidades, limpieza. Cursos.

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Digitales

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

La boca a boca. Por las referencias.

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No he tenido experiencia.

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Con reviews personalizados, que incluya hoja de vida de la persona con contactos que puedan dar referencias. Con excelente nivel de atención.

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Accesibilidad, disponibilidad y servicio.

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Reviews de usuarios, estrellas, fotos de productos actuales.

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Experiencia, contactos de referencia.

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Después de recibir el servicio para garantizar que se esté entregando o prestando lo contratado/comprado.

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Sí.

6.- Mariuxi Arpi. – casada, 32 años, tiene un hijo de 2 años 6 meses.

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Por supuesto, productos como (Amazon, del portal), para servicios (claro video - renta de películas) y para transacciones bancarias (App del BG)

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Amazon es muy buena - encuentras de todo, pagas seguro, tiene buen servicio al cliente

¿Cuál es la que más usa?

Para contratar/comprar: uso Amazon, Del Portal y Claro Video

Para sociales: uso WhatsApp e Instagram

Para lo que es entretenimiento: uso YouTube, Netflix y Claro Video

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Para compras: bajo y para sociales: altamente frecuente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

WhatsApp, Instagram, YouTube y Netflix

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Recomendaciones en Playstore (antes de bajarme la app), en sitio web, el candadito (instituciones financieras) y si es una institución reconocida (universidad)

¿Qué verifica antes de usarla?

Igual que la anterior, por recomendaciones en Playstore (antes de bajarme la app), en sitio web, el candadito (instituciones financieras) y si es una institución reconocida (universidad)

¿Realiza compras por internet?

Sí

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Comida del supermercado, para pedidos de comida y compra de ropa/regalos

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, comida

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Digitales

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

Ninguno

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras

No sé de opciones

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Que sea amigable de usar, que cuente con recomendaciones, que puedas hacer entrevista virtual con las candidatas potenciales

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

El nivel de contactabilidad y garantías

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores).

Que otras personas lo recomiendan, que conocidos ya lo hayan usado antes

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

El background de la niñera, su formación y las tarifas

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Pagar con tarjeta de crédito después de recibir el servicio preferiblemente.

Si hay inconformidades que te compense de algún modo, como por ejemplo retraso de llegada

7.- Luis Silva. – tiene 33 años, está casado y tiene un hijo de 5 años

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Actualmente uso plataformas digitales para pagar mis estados de cuentas bancarias, hago transferencias, tengo todas las aplicaciones de bancos, para compra de víveres como SuperEasy, en cuanto a entretenimiento tengo aplicación de ESPN, HBO, DirecTv en vivo, tengo para alimentación como Uber Eats, tengo el App Delportal, y bueno dentro de entretenimiento tengo la App de Supercines, también he utilizado Amazon, mercado libre, estoy afiliado a una comunidad de padres se llama Babycenter con tips del seguimiento para el desarrollo del niño

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Uso con frecuencia, cada vez que necesito hacer una compra o pago mis servicios básicos vía aplicaciones, hago todas las funciones del banco por aplicaciones para no ir al banco, igual para los alimentos, todo lo hago por plataformas digitales

¿Cuál es la que más usa?

SuperEasy ahora por la pandemia para comprar comida y los portales de banco

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Si claro las uso mucho, todas las redes sociales, todo el tiempo, me gusta mucho el estilo de vida saludable entonces sigo a las páginas que tienen que ver con eso, también me gusta el tenis, los vehículos, el fútbol, algunos temas los sigo a través de las redes todo el tiempo

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Si yo tengo bastante actividad en todas las redes sociales, WhatsApp, Instagram, Facebook, Facebook Messenger, ahora por la oficina ya conozco la nueva aplicación de Teams que es una excelente herramienta para reuniones de oficina, y ahora por el tema de pandemia el aislamiento social ha obligado a crear cuentas inclusive a mis papas hubo que crearles

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Antes de seguir a una página me gusta ver las personas que la siguen, saber quiénes son, reviso todos los comentarios

¿Qué verifica antes de usarla?

Igual que la anterior, por recomendaciones, veo comentarios, seguidores

¿Realiza compras por internet?

Sí, ahora por la pandemia mucho más

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

SuperEasy para comprar comida

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, comida

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Actualmente sí, 80/20 ha habido casos que no me ha llegado lo que pedí, pero por la situación en la que estamos las uso porque es preferible estar en casa

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, no he visto ningún tipo de servicio

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Actualmente no, gracias a Dios mi suegra vive cerca y nos ayuda mientras mi esposa y yo trabajamos, el fin de semana nos encargamos al cien por ciento de niño

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras

Para que una persona cuide a mi hijo, primero pediría recomendaciones dentro de mi familia, tengo un hermano que tiene también su niña pequeña y me dice que tiene una persona que me pueda cuidar a mi hijo lo haría, por un fin de semana o por algo en particular, pediría referencias en mi núcleo familiar y luego a mis amistades, no me siento completamente satisfecho, pero no hay otra forma de hacerlo

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Si realmente lo veo innovador y me atrae porque ataca una necesidad que tengo, porque en algún momento he tenido reuniones con los chicos de la universidad y mi esposa me ha dicho que ya se le hace delicado decirle a su mamá que lo cuide el fin de semana y por ese motivo nos toca quedarnos en la casa

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Sería muy importante para mí si esta aplicación de una u otra forma añade a su forma de prestar el servicio el sistema de cámaras, que pueda verlo en tiempo real a la persona que está en mi casa con mi hijo, que me permita ir tomando confianza e ir poco a poco relajándome, yo particularmente que soy minucioso en las cosas y tedioso sería un plus que yo pueda ver en tiempo real a la persona

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Que otras personas lo recomiendan, que conocidos ya lo hayan usado antes

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Si yo tengo una aplicación en este caso está respaldada por una compañía que cumple el proceso, y que yo pueda investigar el tema de políticas, procedimientos y ver referencias, e

investigaría con amistades que han tenido oportunidad de entablar un tipo de relación con ellos, investigarían los comentarios que les dejan en los blogs, pero si me interesaría porque hacia allá va mi este estilo “millennials”

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

No me importaría por la seguridad de mi hijo y la tranquilidad de mi esposa y la mía vale la pena pagar ese valor adicional, el valor de comisión me gustaría pagarlo al final cuando ya haya elegido a la persona

PERFIL VISIONARIO

1.- Andrea Quimí. - soltera, 37 años, tiene una hija de 5 años.

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Para comprar productos como medicinas, ropa, alimentos preparados y víveres. En cuanto a servicios están los de Courier, organizadores de fiestas y transacciones bancarias.

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Instagram porque encuentro de todo, Facebook para estar conectados con los amigos y familia.

¿Cuál es la que más usa?

Instagram

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diaria

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram, porque hay de todo.

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Por la manera de contactarse con el proveedor cuando vas a comprar el servicio y/o producto

¿Qué verifica antes de usarla?

Verificar referencias y las alternativas de contactarse por medio de mensajes y llamada telefónica.

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué?

Sí, porque es rápido y ahora por coronavirus es más seguro

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, delivery de alimentos preparados y víveres a través de Apps como Rappi y Delportal

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Digitales

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

Sí, una vez encontré una página en Instagram de una señora que te ayudaba con perfiles de personas que estaban buscando trabajo como niñeras, pero no recuerdo el nombre.

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

Lo hago a través de referencias de amigas, porque es más seguro debido a que ya se conoce el trabajo que han realizado anteriormente.

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No, porque no hay una agencia que te ayude con la contratación de manera rápida y segura

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Que sea confiable, que muestren las referencias laborales previamente certificadas y que comente la experiencia que tuvo con el perfil de la persona que voy a entrevistar.

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Su nivel de servicio y disponibilidad

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a si valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Las referencias de otras personas que han adquirido el producto

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Sus referencias, que le hagan una prueba psicológica, que sea evaluada por un médico general y saber que es una persona confiable. Si me gustaría contar con un servicio así.

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Me gustaría que fueran las tres opciones: Un primer pago antes de la selección, un segundo pago una vez seleccionada la terna y luego de que haya seleccionado a la persona tener 2 o 3 meses de prueba para realizar el pago final.

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Sí, cursos de primeros auxilios, cuidados infantiles y programas educativos.

2.- Jéssica Tovar. - Casada, 35 años, tiene un hijo de 1 año 11 meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Para hacer pagos en línea de servicios básicos, transacciones entre cuentas por diferentes pagos, a empresas públicas, por servicios recibidos de personas, por alguna venta que pudo ser adquirida vía online recorro a esta forma de pago. No uso con mucha frecuencia para comprar, sin embargo, si lo hago cuando necesito algo, la última compra fue mascarillas en pinto, compro cosas para mi hijo, ropa, biberones, chupones, suelo pedirlo desde Amazon.

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

La de Amazon por la variedad de artículos que puedes encontrar

¿Cuál es la que más usa?

Amazon

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Una vez al mes, no es mucho la frecuencia, es cuando necesito algo lo busco

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

La que mayormente utilizo es Facebook porque aquí puedo ver cómo están mis allegados y mis amigos, ahora Instagram lo estoy conociendo un poco más de servicios y las tendencias actuales. No uso aplicaciones de compras. La aplicación que suelo poner es la de Samsung Kids. El App de Supercines cuando se podía ir al cine la usaba.

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Al inicio al instalar te pide alguna seguridad, cuando pones los datos de la tarjeta de crédito es encriptada, al inicio me daba temor, pero ya luego confié de que no había ningún problema, en la aplicación si te daba lo de la seguridad cuando te colocan un mensaje al inicio, eso me da seguridad.

¿Qué verifica antes de usarla?

Adicionalmente hoy en día te llegan los mensajes de las tarjetas cuando realizas una transacción en la web de bancos el mensaje (OTP) confirmando por parte de tu tarjeta de crédito si has realizado la compra, adicional cuando he realizado compras a través de la App de multicines no he tenido contracargos, es decir en base a la experiencia de uso luego del tiempo que hago la transacción

¿Realiza compras por internet?

Si

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Compra ropa y artículos para niños, usa plataformas de bancos para el pago de servicios básicos y contribuciones públicas

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Definitivamente prefiero la aplicación por el tiempo que te ahorras, y más que nada por el tema del servicio

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No he visto hasta el momento, no

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

Por mis contactos, conocidos que tengan a alguien que me puedan recomendar, por recomendación de alguien, preguntar de donde se conoce a esta persona, indagar un poco más para contactarla y poder tener una conversación

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No, porque prácticamente porque es el recomendado de mi conocido, en realidad si queda esa intranquilidad, la necesidad te hace elegir a esa persona, pero te queda esa duda si es la persona es la más idónea, en cuanto a temas que sea primero la honestidad es uno de los puntos más importantes y luego que haga todo lo que dice que sabe hacer, siempre te queda esa duda.

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Primero considero que esa aplicación debería mostrarme las experiencias de casos exitosos que han tenido con otros clientes, como para poder tener referencia y saber si yo podría

tomar o no una decisión, para indagar un poco más y saber de esa persona y tomar la decisión si contratarla o no.

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

De pronto tener la asesoría o contar con algún servicio que te diga que cuentan con personas certificadas que hayan pasado por un proceso de análisis de esas personas y que no te lleguen a fallar, que te puedan garantizar la contratación de ese servicio

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Que exista alguien que te garantice el servicio, tener antecedentes, una comunidad en la página web en donde pueda explorar

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

A ciegas no la contrataría, esta empresa debe tener algún tipo de reputación ganada, no es que llega de la nada y ya la contrato, si contrato el servicio en una App que me garantice el servicio que voy a contratar

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Después de haber recibido el servicio porque tengo una mala experiencia de mi esposo con una compra que realizó a través de Glovo, la cual nunca llegó.

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Podría ser como servicios relacionados a quehaceres domésticos, un servicio de la persona que vaya y limpie con frecuencia, la estimulación temprana sería un punto importante, que la niñera te pueda ofrecer este servicio

3.- Carlos Guerra, es casado tiene 36 años y una niña de 1 año 10 meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Uso Facebook, WhatsApp, Instagram, son redes sociales no por un fin comercial, son para subir fotos o algo así, también por la pandemia uso los portales para pedir comida como Glovo, para evitar salir, los portales bancarios y el de Fybeca para pedir medicina

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Ahora por la pandemia todo lo que se pueda lo hago virtual

¿Cuál es la que más usa?

Glovo para pedir comida, todo lo pido por aquí

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram me gusta más, me parece bonita la interfaz, la presentación, de hecho, aunque las compras no las hago por Instagram, más uso WhatsApp

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Que sea recomendada, eso me hace sentir seguro

¿Qué verifica antes de usarla?

Siempre que yo vaya a utilizar una aplicación o plataforma de un servicio o producto me hace sentir seguro si alguien me la recomienda

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Si claro, todo lo compro por plataformas

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si claro, mi carro, por ejemplo, ahora solicito un servicio de lavado por WhatsApp para ahorrarme tiempo, me parece súper práctico

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Si ahora sí uso a diario plataformas

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, no lo he visto aquí

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Si muchas veces se me complica porque necesitamos a alguien, bueno hasta ahora solo lo he hecho con familiares, no con un tercero o con una guardería, solo con alguien de confianza

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Hasta ahora no he contratado a nadie, solo he utilizado a familiares

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Si me llamaría la atención, me llama mucho la atención porque es una necesidad que tengo en este momento, sí me gustaría probarlo para ver cómo me va

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

La persona que va a cuidar a mi hija, que tenga recomendación, eso me daría cierta tranquilidad, que estén los datos completos de la persona, número de cédula, teléfono, la dirección, de alguna manera eso me hace sentir más seguro, no la voy a conocer al 100% pero talvez con eso puedo indagar un poco más, me gustaría investigar sus antecedentes, eso me daría tranquilidad y más que nada en esta época de pandemia sería una prueba de covid19 cuando se la hizo y el resultado

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Que me muestre en el perfil todas las variables que yo quisiera saber para contratar a esa persona

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Que muestre el perfil que busco aplicando filtros, así yo no tendría que buscar entre todas, eso me genera confianza para usar la plataforma

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

No tendría problema en hacerlo antes o después, para mí no hay mucha diferencia

4.- Tania Jimenez, es soltera, tiene 39 años y una niña de 9 años.

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Bueno como todos sabemos la plataforma digital es un canal de comunicación dentro de la empresa y los clientes, por ejemplo, como cliente yo uso todo lo que tiene que ver con plataforma bancaria, ahora todo lo puedes hacer online, plataforma educativa de mi hija ahí veo sus notas, deberes, horarios, otra plataforma tiene que ver lo que uno compra como los ecommerce cuando uno compra como Amazon, eBay, hay un sin número de plataformas que se usan hoy en día

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

A diario la plataforma bancaria y la educativa por mi hija, todo lo pido por plataformas

¿Cuál es la que más usa?

Bancarias, a diario la del colegio de mi hija y Amazon 100% fanática

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Instagram en las noches, medio día, diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Hoy en día por tema comercial se está explotando mucho Instagram, uso LinkedIn, Facebook en menor publicación, pero me gusta los típicos mensajes que te dicen bíblicos de reflexiones, pero Instagram me gusta porque se está usando mucho para temas comerciales

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Sí, la típica en las letritas pequeñas de términos y condiciones, leo antes de dar clic para poder escoger a cuál plataforma entrar y a cuál no

¿Qué verifica antes de usarla?

Revisar términos y condiciones, me tomo un tiempo para revisar los comentarios

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Si claro, todo lo compro por plataformas

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si claro, yo todo lo hago por plataformas digitales

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Digital, todo lo puedes hacer online

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, de cuidados infantiles no he visto, pero la vez pasada vi una plataforma argentina, pero de cuidados de tercera edad que de hecho en Quito creo que ya abrió

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Si claro, es un tema un súper complicado, lo primero es recurrir a un familiar y si este la conoce pues me da esa confianza, yo sí he contratado, pero a así que algún conocido me refiera

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Si por los referidos, hoy recurre a las redes sociales y busco comentarios buenos para lanzarme a adquirir el servicio

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Que sea recomendado, de alguien que conozco que me lo pueda recomendar

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

El nivel de servicio, que sea una persona recomendada

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Si claro, yo reviso todo, si alguien me dice compra yo no lo hago hasta que, validar todas las diferentes aristas, por ejemplo, los postres de Diana Carrión, todo el mundo me hablaba, pero primero entre a la página y revise todo y me atreví cuando vi las recomendaciones y pedí y me fue todo bien, lo certifique viendo las páginas.

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Si soy un usuario de que todo lo hace digitalmente, obviamente vería los comentarios de mis conocidas, luego llamaría y vería que ponen, nos salvaría a todos para cuando tengamos un viaje de trabajo, yo sí lo usaría definitivamente

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Por ejemplo, ahora en las plataformas es tanto el precio, más envío, cuando dices en vía Samborondón es mucho valor, cuando es visible el precio no hay problema, no me gusta cuando lo hacen después, que publiquen los porcentajes. Glovo por ejemplo te lleva los productos de los supermercados, yo pedí y cuando llegaba los productos a mi casa llegaban incompletos, me paso que me salió una cuenta enorme y pague con la tarjeta y resulta que me llegó incompleto, presente un reclamo, pero fue un lío, eso no me gusta, ya no lo uso.

5.- Andrea Escobar, 39 años, es casada y tiene 2 hijos (de 17 y 5 años) ¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Ahorita básicamente para el tema de mi trabajo utilizo plataformas como Zoom, Microsoft teams, atiendo reuniones con mis clientes y para las reuniones con mis amigos y familia.

En algún momento utilicé Uber Eats, pero no me gustó, pedidos de compras o bocadillos si realizamos a las páginas directas en Instagram, también por mi hijo que está en un

emprendimiento hacemos pedidos también por vía WhatsApp, todo lo hemos encontrado por Instagram y a veces buscamos en Facebook

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Para comprar la mejor es Amazon, esa la prefiero

¿Cuál es la que más usa?

De manera local Instagram

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Utilizo mucho Instagram, Facebook tengo, pero no lo uso, me parece Instagram que es más privado, me gusta también porque aquí tienes toda la información

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Bueno entro a las páginas por referencias, y si no he averiguado sobre esa página lo que hago es que si compro le digo que hago el pago contra entrega

¿Qué verifica antes de usarla?

Yo soy un poco más temerosa, mi esposo es más arriesgado, yo entro si me recomiendan

¿Realiza compras por internet?

Sí, todo lo compro por estas plataformas

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Porque me las recomiendan, ahí entro y busco lo que necesito

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Sí claro, más ahora todo lo compramos en estas plataformas

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, lo que he visto es una página

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

A ella la contacté hace muchísimos años, mi hermano me la refirió porque trabajo con él, la contactamos porque fue un familiar que la conocía

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Soy súper práctica, ella está conmigo más de 10 años, pero ella es de las personas que me falta mucho, y que no me lo dice con tiempo y para mí es un serio problema, pero yo si tuviera con una llamada alguien que me facilite yo sí lo haría, porque no tengo otra opción, si nos pone a pensar el tema de la contratación de niñeras por esta vía es un problema porque es complicado quedarse sin niñera, más ahora en época de pandemia que no

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Si claro, me parece interesantísimo el tema, lo único que el lugar de donde voy a llamar para obtenerlas, que esa persona que va a venir a mi casa que en primer lugar no me vaya a robar, que no maltrate a mis hijos que sea recomendada, si pueden existir estas personas sería fantástico que sean enfermeras guardianas sería lo máximo

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Saber el tipo de servicio, que sea garantizado

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Revisar los comentarios de la página, mi esposo revisa los comentarios de las páginas

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Cuál fue su trabajo anterior y porque salió lo que hizo antes y donde trabajo y si tuvo la experiencia con niños, que se confirmen los antecedentes, que se expongan en la página, que la persona que represente la página me garantice que se hizo una investigación para que me dé algo de confianza

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Cuando ya la tengo a la persona porque recuerdo que en algún momento había agencias físicas en donde podías contratar y te cobraban una comisión antes, entonces puede ser que si no hay el perfil que necesitas no lo tendría que pagar

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Me gustaría limpieza

PERFIL PRAGMÁTICO

1.- Pilar Vargas. - Casada, tiene 45 años, tiene 2 hijos (9 y 10 años)

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Compras productos o servicios?

Uso plataformas internacionales como portales de compra, para pedir compras de víveres utilizo apps, para realizar transacciones bancarias en los portales de los bancos y pagos de servicios básicos. También uso redes sociales como Twitter e Instagram.

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Los portales de compras internacionales porque encuentro todo lo que busco, tiene marcas preferidas porque ya sabe las tallas, colores y el gusto. También las apps para entrega a domicilio y web bancos.

¿Cuál es la que más usa?

Amazon por ser una plataforma segura y con un elevado nivel de servicio al cliente, además es muy seguro para efectuar el pago, nunca ha tenido problemas.

Twitter porque es lectora y consume información por su trabajo, nacional e internacional.

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Twitter 3 veces al día, Instagram 3 veces a la semana y Facebook 1 vez a la semana. Maneja horarios para el acceso a las plataformas, hace aproximadamente 8 años usa Twitter.

Instagram la maneja como red social, no siempre la ve.

Plataformas de bancos, consumo de víveres, delivery diariamente.

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Lo que más uso es Twitter porque soy consumidora de información por mi trabajo, e Instagram como red social y como portal de compras Amazon.

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Para el caso de la web de bancos me siente seguro porque es de sus 2 bancos y sabe que ellos guardan todas las seguridades

Las usa por disponibilidad, por rapidez, es mucho más cómodo.

¿Qué verifica antes de usarla?

No explora plataformas nuevas, las que usa son porque tiene años usándolas sin ningún problema

¿Realiza compras por internet?

Sí desde hace algunos años

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Todo lo que es ropa lo compra por internet, porque es más rápido, no piensa en ir a la tienda a comprar ropa y ahora por la pandemia también compro víveres

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, post covid19 entrega a domicilio de alimentos

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Definitivamente el canal digital

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Lo hizo hace algunos años a través de una agencia de empleo, sin embargo, tuvo una pésima experiencia, luego de pasar por algunas dificultades le refirieron a una persona, la entrevistó y tuvo una conexión con ella y no ha tenido que cambiarla.

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

No lo usaría, tuvo una mala experiencia hace 9 años, por eso ahora no buscaría a una niñera por este canal.

Considera que es una oportunidad, que podría hacerlo si tuviera a alguien real detrás de la plataforma, que le garantice el servicio y con quien pueda confirmar las referencias de la persona que va a contratar.

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Conexión con la persona que va a contratar, en un mundo desconocido busca que sea alguien referido de un conocido más la confianza que pueda obtener de la persona con la cual estoy interactuando

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Las referencias, sumar los comentarios de personas que ofrecen estos servicios, reputación, experiencias de personas conocidas

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Necesito que sea una persona recomendada, para disminuir el riesgo de que te haga algo.

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Un porcentaje al inicio de la búsqueda y la otra al final cuando se realice la contratación.

¿Le gustaría servicios complementarios en la plataforma?

Sí, por ejemplo, servicios para el hogar como limpieza, lavado de ropa, etc.

2.- Nadia Guzmán. - 42 años, casada tiene una hija de 6 años, es contadora.

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Sí, utilizo plataformas para realizar compras de biomedicina, ropa, accesorios, también utilizo las Apps de los bancos para realizar pagos, transacciones de pagos al IESS por servicios básicos, hago transferencias bancarias, todo lo manejo a través de plataformas digitales.

Uso el Instagram para buscar información de bienes y servicios y aunque poco uso Facebook

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Instagram, definitivamente me parece muy completa, todo lo he encontrado a través de esta plataforma

¿Cuál es la que más usa?

Para compra uso Amazon e Instagram y los portales de los bancos, ahora por la cuarentena uso mucho los contactos de entrega de alimentos que vendían combos porque las aplicaciones de entrega a domicilio como Rappi, Glovo y las otras estaban colapsadas

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Instagram, me parece completa y me sirve mucho para los servicios que yo busco, sobre todo para grupos relacionados a mi hija y especialistas como por ejemplo terapeutas

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Bueno yo reviso cuando entro a una página es los comentarios, la información que está en el perfil, cuando se trata de charlas por ejemplo veo quien ha asistido o si lo recomiendan, luego de eso como siempre hay un contacto llamar para confirmar o les mando un mensaje

¿Qué verifica antes de usarla?

Los comentarios y referencias que se encuentran en los perfiles de las páginas

¿Realiza compras por internet?

Si

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Porque se encuentran las cosas que no hay aquí, por ejemplo, las medicinas de mi hija, así también los precios en ropa son mucho mejor y ya se sabe cuáles son las tallas que se usan, si no hemos podido viajar si hacemos las compras de la ropa de la niña y para mí también hago compras

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, algunos

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Los digitales, porque son mucho más rápidos y además así consigo lo que necesito, sobre todo ahora que uno no quiere salir

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

De niñera no, lo que yo he buscado y si encuentro es lo relacionado a las terapias de la niña

¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles? ¿Por qué lo prefiere?

Para mi caso todo lo he buscado y lo contacto a través de Instagram, contrato por ejemplo terapias, he contactado grupos para charlas, estimulación lo de la Canoterapia, ese tipo de servicios.

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Bueno no he necesitado buscar este servicio, y de lo que buscado no me acuerdo haber visto alguna página que lo ofrezca

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Bueno me gustaría que sea seguro, que se pueda confirmar la información

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

La disponibilidad

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a si valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Siempre reviso los comentarios, las publicaciones y lo que comentan las personas, luego confirmo los datos del perfil

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Sus referencias

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Bueno yo no tengo problema, porque hasta ahora de todo lo que he comprado siempre hay que pagar para recibir el servicio, me da igual siempre que reciba el servicio puede ser antes durante o después de contratarlo

3.- Ana Vicky Rodriguez, es soltera, tiene 45 años y un hijo de 5 años meses

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Para comprar o para enterarme de noticias

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Amazon, Facebook y WhatsApp

¿Cuál es la que más usa?

Para comprar Amazon, para enterarme de noticias Facebook o WhatsApp

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

En realidad, no uso mucho las plataformas

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Amazon y Facebook, no uso Instagram por mi hijo, porque no quiero que él entre y vea algo que no quiero que vea, más uso Facebook o WhatsApp

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

No soy amante de meterme a páginas que nunca he escuchado, a menos que tenga una historia o ya la conozca

¿Qué verifica antes de usarla?

No soy de entrar a otras plataformas, solo uso las que conozco y sé que son seguras

¿Realiza compras por internet?

Si

¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Productos, servicios no contrato, lo que hago es realizar pagos

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Lo que hago es pagar a través de las plataformas, no voy al banco, todo lo hago por las plataformas

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Ahora sí, lo hago por la pandemia, preferible hacerlo todo por plataformas por el tiempo para no estar corriendo, para no perder tiempo es preferible hacerlo todo por plataformas

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

La persona que cuida a mi hijo ya la conocía porque era la persona que primero limpiada al frente donde mi vecina, la contraté primero para que venga a limpiar cada quince días o una vez al mes, así la conocí, cuando nació mi hijo la contraté para que venga 4 horas cuando él bebe tenía un mes, y cuando me toco regresar a trabajar la contraté por 8 horas, pero ya porque la conocía, igual puse cámaras por toda mi casa, todavía las tengo, al principio desde mi trabajo miraba las cámaras todo el tiempo ya ahora le tengo confianza, igual las sigo viendo

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Me tocaría consultar a personas conocidas, por ejemplo, mi grupo de compañeros del banco del progreso si conocen a alguien, porque meter en mi casa a cualquiera primero o le pegan a mi hijo o le hagan algo, en mi casa está mi mamá, pero ella no tiene el control de todo porque ya tiene 80 años, tendría que preguntar a un conocido, me tocaría buscar entre gente conocida y que pueda confiar de que me están indicando de que tal persona es buena

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Claro sí, sí la utilizaría

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

De la plataforma buscaría que sea personas conocidas que tanto ponen de referencias si la persona es de tal edad dependiendo de la edad de los niños que ha cuidado, me tocaría buscar a alguien que haya cuidado a niños de la misma edad de mi hijo y que trate con personas mayores, saber si puedo tener contacto con la persona con la que trabajó antes para saber sus referencias, preguntar qué tanto saben de la persona que trabajó con ellos

Considero que la plataforma debe recomendar a la señora, indicar la edad de los niños que ha cuidado antes, para que uno de clic y pueda ver las referencias en su perfil

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Que las referencias se puedan confirmar, saber cómo fue con las personas que trabajó antes, la edad de los niños que cuidó antes

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Si

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Que sean con tarjetas de crédito o débito, como lo hago actualmente para otras plataformas en donde hago compras por ejemplo en Amazon, Pycca, que se ingresen los datos de la tarjeta y se hagan los pagos

4.- Franklin Avilés, es soltero, tiene 44 años y tiene 1 hijo de 10 años

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Bueno básicamente las plataformas habituales como las bancarias, alguna vez use Amazon, pero mejor pido que alguien me ayude, plataformas tengo desconfianza, porque me sucedió algo extraño con mi hijo que le active por Google para que juegue y resulta que me descontaron valores por otros juegos que le llegaban notificaciones a él para que siga utilizando y yo me enteré cuando me llegó el estado de cuenta que me cobraron

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Los portales de compra internacionales, y Tipti ahora en la pandemia nos ayudó mucho porque tiene código de barras para escanear el producto y volverlo a compras

¿Cuál es la que más usa?

Uso Instagram, ya Facebook no la uso, ahora solo uso Instagram porque es más visible, es como un catálogo, te da muchas opciones, a tantas cosas, si subes fotografía te preguntan si eres fotógrafo, es abierta a muchas cosas, me ayuda con los entrenamientos que subo que me ayuda a que me contacten otras personas porque ven mis publicaciones, me doy a conocer

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diariamente las uso, y cuando me llega un mensaje por algo que yo haya subido

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Me gusta Instagram porque es un catálogo y porque me siento seguro porque tiene algunas restricciones, te limita derechos de autor porque si subes un video con una canción te la detecta y te notifica

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Tengo desconfianza

¿Qué verifica antes de usarla?

En estas páginas por lo general te piden primero un pago

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Ahora no, pido que me ayuden con la compra

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Sí, entré en una página les escribí, pero en esta página se manejan que primero les hagan el pago, así que entré a comprar una camisa y me fue bien porque es una página que te piden que hagas el pago para hacerte la entrega del producto y el contacto fue en un centro comercial que es más seguro

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Si prefiero comprar por aquí

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, he visto de ejercicios, dieta, vitaminas en la línea que yo uso que es de cuidados o medicina, pero de niños no he encontrado

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

Para los niños se les hace más amigable estar con su mejor amigo, un día me tocó un día dejarlo en la casa del amigo porque la mamá del niño es conocida, y ahí tenía seguridad de que estaba con un amigo y con la mamá que es conocida de la mamá de Franklin

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

No, estoy atado de manos porque no tengo dónde acudir

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

En este caso tendría que tener la seguridad más que el servicio de la persona que los promueve, como no lo conozco no tengo la seguridad y confianza de dejarlo a mi hijo

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Bueno, este, en este caso sería como una persona que en el medio sea reconocida, que tenga la pedagogía, que sepa cuidar a niños, que sea estudiada, que sea recomendada para que me de la seguridad y que sea especializada en el servicio que va a ofrecer

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

Ganarse la confianza de servicio por la reputación de la persona que ofrece el servicio, que sea conocida en el medio, que sea alguien real que esté detrás de la plataforma y que incluso que la persona que contrate use uniforme, para dar confianza de la empresa

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Referencias, que sea honesta y que se haya confirmado sus datos, donde vive, su experiencia

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Si yo lo contacto por una plataforma, en este caso la plataforma me exigirá que le haga un pago, la desconfianza es que si le hago la transferencia y no me llega la persona que contraté, lo

mejor sería que se haga un pago al inicio y otra al final para asegurar que voy a recibir el servicio, parte de la confianza es que el dueño de la plataforma se pueda conocer con el usuario

5.- Luisa Amador, es casada, tiene 48 años y tiene 3 hijos de 23, 21 y 6 años

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Uso Instagram y Twitter, tengo Facebook, pero no lo uso ahora solo me salen los recordatorios de cumpleaños, también uso portales de compra internacionales y portales bancarios

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Los portales de compra internacionales, y Tipti ahora en la pandemia nos ayudó mucho porque tiene código de barras para escanear el producto y volverlo a comprar

¿Cuál es la que más usa?

Uso mucho Twitter porque es informativo, pero no comento, también Instagram para seguir páginas comerciales

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Diariamente las uso

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Me gusta Instagram porque ahí sigo a mis amigas, es una red privada no dejo que nadie me siga, es cerrado porque sé que en la plataforma hay páginas que no son manejadas por mis amigas sino por otras personas

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

No lo sé si son seguras, yo no puedo estar segura si la plataforma tiene alguna falla, compro siempre en las mismas, no uso páginas porque no me da seguridad

¿Qué verifica antes de usarla?

La verdad es que no entro a páginas que no conozco, no compro en páginas que no conozco

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Sí, cuando viajo todo lo tengo comprado por internet, pero localmente antes de la pandemia no es que he visto opciones para comprar, por ahí he comprado mascarillas, pero ha sido a través de WhatsApp y les he realizado la transferencia, mis compras son en portales internacionales cómo Amazon, Disney Store, Gap, Jani&Jack, Sears.

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

No, lo que hemos pedido es comida ahora en la pandemia a una página que se llama Chocolate

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

En Ecuador la tienda, no he tenido como que opciones para comprar digitalmente antes de la pandemia

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

La contraté porque era una persona recomendada de mi prima

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Si porque es una persona que le gusta trabajar con niños, pero es porque la persona me la recomendó y ella ha trabajado toda su vida con niños, no contrataría a un desconocido

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

No sería la primera en impulsarlo, definitivamente tendría que ser alguien recomendado y que además se haya confirmado sus antecedentes, referencias

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Que sea un servicio garantizado, que se encarguen de la parte legal, que incluso sean ellos los que facturen y paguen, que además no sea un servicio doméstico, sino que sea un servicio especializado el que voy a contratar por este portal, que la persona sea especialista por ejemplo en terapia o estimulación

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a sí valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores)

La reputación/marca, una página conocida

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Referencias, que sea honesta y que se haya confirmado sus datos, donde vive, su experiencia

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Sería muchísimo mejor si la plataforma (tú) te encargas de todo el proceso legal, para que no tenga que afiliarse, luego liquidar, tienes que investigar si la ley te permite hacerlo, para que yo no tenga que hacer nada.

6.- Pedro Palacios, es viudo, tiene 45 años, tiene 2 hijos de 14 y 11 años

¿Para qué utiliza cada una de las plataformas a las cuales ingresa? ¿Para comprar productos o servicios?

Uso plataformas para transacciones de pago de servicios básicos, transacciones bancarias, delivery para comida, para consultar información, temas de interés, para compra de ropa e importaciones uso Amazon, mis hijos la usan para juegos, también uso full redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

¿Qué tipo de plataforma es la que considera más útil?

Los portales bancarios, plataformas de compras, delivery y redes sociales

¿Cuál es la que más usa?

Uso mucho Twitter porque es informativo de cosas de política, gubernamentales, Instagram es social y delivery para todo tipo de productos, y Facebook lo uso para todo porque es más masivo

¿Con qué frecuencia visita las plataformas?

Uso full las redes, diariamente

¿Cuál de las siguientes plataformas es su preferida? Facebook, Instagram, la web, Apps móviles ¿Por qué?

Yo uso todas, Twitter para información gubernamental, sobre política y temas que me interesan, Instagram es más social y para comprar productos, en cambio Facebook está mezclado, ahí hago de todo porque es más masivo

¿Cómo saber si una plataforma es segura?

Yo analizo todo, voy hasta el fondo, llamo a las personas, verifico antes de todo, que tenga botón de pagos, los términos y condiciones

¿Qué verifica antes de usarla?

Yo si verifico todo, no confío, verifico la marca, producto, veo los comentarios y si es más del 60% de los comentarios buenos me animo y entro para realizar la compra, no entro por entrar llamo a las personas, confirmo que sea una página segura, tiene que tener botón de pago, tiene que ser una página completa.

¿Realiza compras por internet? ¿Por qué? ¿Qué productos o servicios?

Sí, compro lo que es ropa en Amazon y comida a través de delivery

¿Ha contratado algún servicio en este último año?

Si claro, yo he comprado por Instagram y me ha ido muy bien

¿Prefiere los canales físicos o digitales?

Ahora todo lo hago por plataformas

¿Conoce alguna plataforma que ofrezca servicios de cuidado infantil?

No, aquí no, sé que en Europa y USA si funciona, la gente la utiliza mucho y el pago es un poco caro, pero es por horas, tengo amigos en USA que se dedican a este negocio

**¿Qué medios utiliza para contratar este tipo de servicios actualmente? ¿Cuáles?
¿Por qué lo prefiere?**

Por referencia de un conocido, la persona que cuida a mis hijos la contraté porque me la recomendó una persona que conozco de mi trabajo, es su sobrina

¿Se siente satisfecho con los servicios actuales para la contratación de niñeras?

Ahora la persona que tengo me la recomendaron y me salió una buena chica, pero se dé personas que se les complica contratar a alguien porque no tienen tiempo para buscar

¿Si existiera un portal para contratar niñeras cómo le gustaría que fuera el servicio?

Por supuesto que sí, para abaratar costos y para hacerlo rápido creo que tendrá muchas personas que les gustará este proyecto, conozco a señoras y amigos que se les hace cuesta arriba contratar a una persona porque es un tema muy delicado, pero creo que es un proyecto para niños no tan pequeños porque a esa edad están con la mamá, abuelita, no los dejan solos, tiene que ser desde los 6 meses hasta los 11 años

¿Qué es lo que más le interesa, su diseño, accesibilidad, nivel de servicio, disponibilidad?

Para mí lo más importante es la calidad del trabajo de la persona que me están recomendando

¿Cuándo compra productos en alguna plataforma qué variables son las que más le generan confianza? (nos referimos con esta pregunta a si valida los comentarios, estrellas, reputación de la marca, experiencias anteriores).

Lo primero es la reputación/la marca de la empresa, que sea una página conocida

¿Si contratara a una niñera por un medio digital qué es lo primero que le gustaría saber?

Que me garanticen el trabajo de la persona que voy a contratar, tener sus referencias, que sea honesta y que se haya confirmado sus datos, que me muestre un certificado de sus antecedentes y médico

¿Cómo prefiere pagar cuando compra por medios digitales? ¿Antes, durante o después de recibir el servicio? ¿Por qué?

Lo mejor es que la empresa (plataforma) se haga cargo de todo eso, le pago como sea a la plataforma para que se responsabilice de todo, cuando tú dices en una plataforma que hay una comisión al usuario no le gusta, lo mejor es que eso esté en el precio del servicio, la gente está ocupada y quieren contratar un servicio en donde la empresa que poco a poco se va ganando la gente lo va a preferir.

Anexo 2: Resultados del Testeo del Prototipo con Grupos Focales

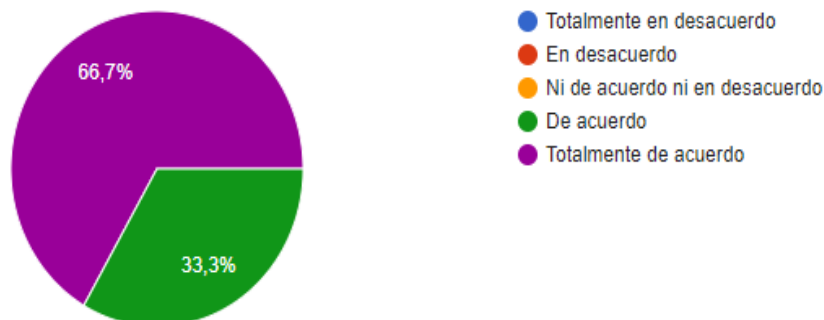


MiNana.ec.com (grupos focales)

Diseño de la página web

¿Le parece atractiva la página web?

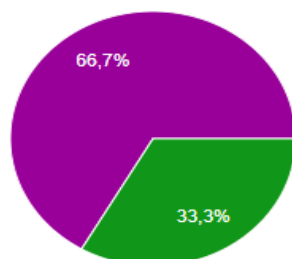
6 respuestas



Diseño de la página web

¿Le parece atractiva la página web?

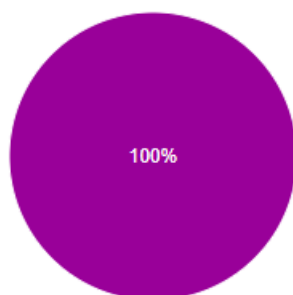
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El lenguaje utilizado, el tamaño y la tipografía de las letras son claras y permiten la fácil recordación del contenido?

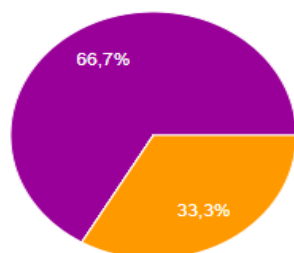
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El orden utilizado para cada una de las secciones de la página es adecuado y ayuda a una mejor experiencia para el usuario?

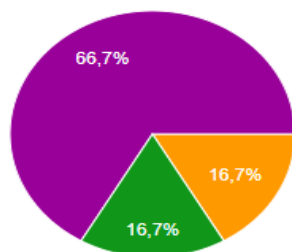
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los recursos que utiliza la página como fotografías, información de los usuarios registrados, etc. representan un apoyo para el usuario?

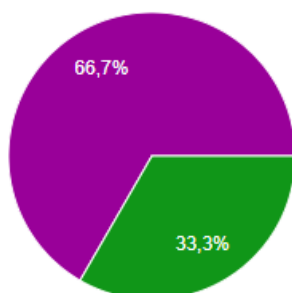
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La forma como ha sido diseñada la página web representa una experiencia integral a los usuarios?

6 respuestas

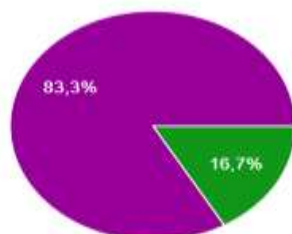


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Intencionalidad

¿Los recursos que utiliza la página web (calificación de familias y colaboradores, comentarios de la experiencia, seguridad en el registro) representan un nivel de confianza para los usuarios?

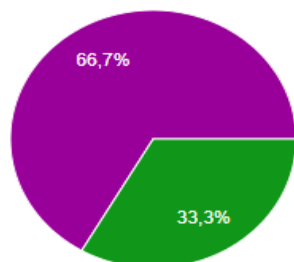
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web ayuda a crear una comunidad entre padres y colaboradores?

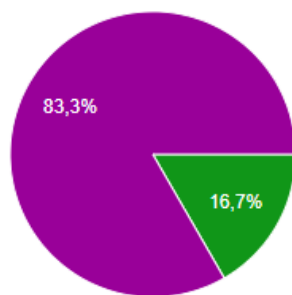
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web entrega una solución integral para los padres a través de la oferta de servicios que pueden encontrar?

6 respuestas

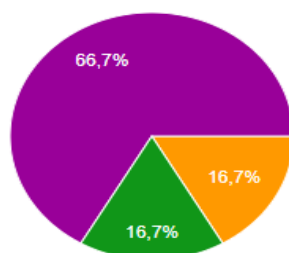


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Usabilidad

¿La navegación en la página web permite al usuario tener acceso de forma ágil al servicio que desea?

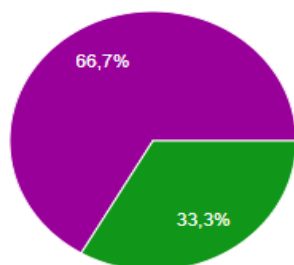
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los procesos de búsqueda ocurren de manera rápida y fácil?

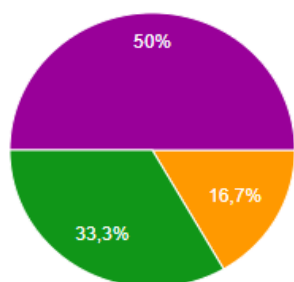
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página utiliza herramientas adecuadas para la retroalimentación del usuario hacia la página y la solución de problemas que se le presente?

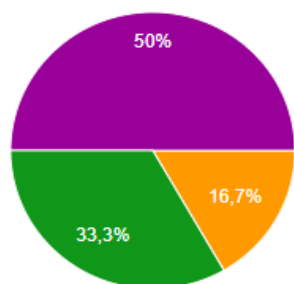
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página entrega herramientas que facilitan al usuario aprender a utilizarla?

6 respuestas

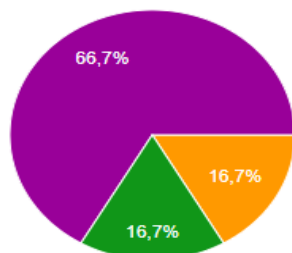


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Accesibilidad

¿Los menús en la página web son fáciles de usar?

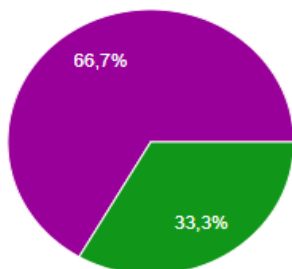
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Siente que a través de los filtros y enlaces la búsqueda de información en la página web mejora?

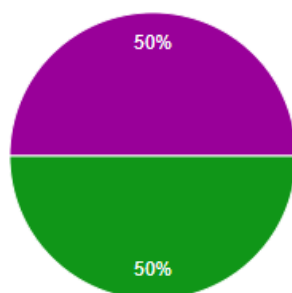
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La utilización de la página se fortalece por el acceso adecuado a la información que necesita el usuario para utilizar la página?

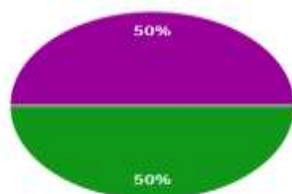
6 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web permite al usuario acceder a la información, decidir y adquirir un servicio en un tiempo adecuado?

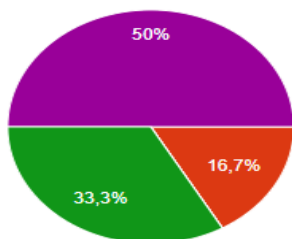
6 respuestas



● Totalmente en desacuerdo
● En desacuerdo
● Ni de acuerdo ni en desacuerdo
● De acuerdo
● Totalmente de acuerdo

¿La página web evita que el usuario caiga en errores?

6 respuestas



● Totalmente en desacuerdo
● En desacuerdo
● Ni de acuerdo ni en desacuerdo
● De acuerdo
● Totalmente de acuerdo

Recomendaciones para mejorar el sitio web

¿Qué más le gustaría agregar a la página de MiNana que permita mejorar la experiencia al usuario?

6 respuestas

Me gustaría que el administrador ponga un video de bienvenida explicando la utilización de la página. Esto generaría mayor confianza a los padres de conocer a la persona con la que mantendrían contacto de presentarse alguna consulta o inconveniente. También incluiría una opción de atención virtual para hacer consultas on line. Incluiría por un fee adicional un seguro de emergencias médicas.

Debería haber un cuestionario breve sobre el actuar de las nanas

*Agregar filtros en la búsqueda de nanas: por calificación o más recomendadas, más contratadas
*Diferenciar filtros de disponibilidad de horarios cuando se escoja nana emergente o permanente
*al escoger a una nana no veo necesario el campo de selección a quien quiero contratar, esto puede ocasionar que el padre escoja una nana que no desea

Integrar una App

Realizar seguimiento en tiempo real con la integración a un sistema de vigilancia con un proveedor externo

Una historia personal que redacte la necesidad de la página.. Xq nace este servicio y xq se diferencia de otro

Detalle 5 fortalezas que tiene la página

6 respuestas

Tiene un diseño agradable y de fácil navegación
 Emplea un lenguaje claro y la distribución de la información agiliza la búsqueda.
 Genera confianza a los padres, a través de los procesos de filtros, comentarios y experiencias de usuarios
 Se muestra como una página segura
 Muestra un servicio innovador para el mercado

Página web amigable
 Comunidad de amigos
 Necesidad del usuario
 Poder escoger la Nana q se ajuste a las necesidades
 Capacitación a nanas

Navegación
 Registro
 Filtros
 Contenido

Fácil y sencillo la navegación
 Excelente iniciativa digital que conecta a padres y nanas
 Intuitiva
 Soluciona una problemática a las familias
 Rápido acceso

Atractiva, tiene foro, comentarios

Innovación, seguridad, colores, ágil y resuelve un problema

Detalle 5 debilidades que tiene la página

5 respuestas

Debería cobrarse un fee por suscripción de los padres, independientemente de la contratación de la nana, para costear los gastos de la página.
 No hay opción para recuperar clave y/o usuario
 En la pantalla del celular las fotos de las nanas tapa el texto de algunos filtros y se ven ciertos casilleros montados
 En la tercera imagen de la página principal, el texto en naranja no se lee muy bien por el fondo de la foto
 No encontré más debilidades

El no poder controlar que la Nana reciba ofertas por fuera
 Oficinas físicas

No está integrada con un botón de pago
 No tiene App
 Cambiar la ubicación de la parte de testimonios, darle mayor relevancia

Anexo 3: Resultados del Testeo del Prototipo con Expertos

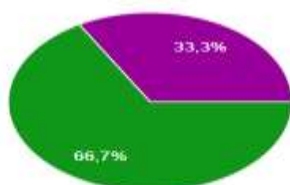


MiNana.ec.com (Evaluación Expertos)

Diseño de la página web

¿Considera que el diseño de la interface: estructura, organización, etc. de la página web son los adecuados?

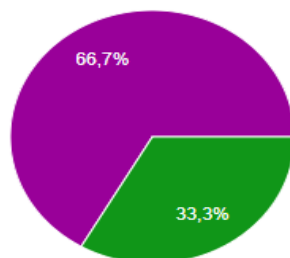
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cree que es adecuado el diseño de contenido, interlineado, espacios, fondo de diapositivas, recursos multimedia, enlaces externos e internos?

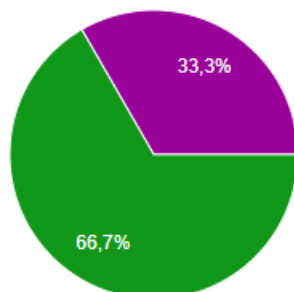
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El lenguaje utilizado, el tamaño y la tipografía de las letras son claras y permiten la fácil recordación del contenido?

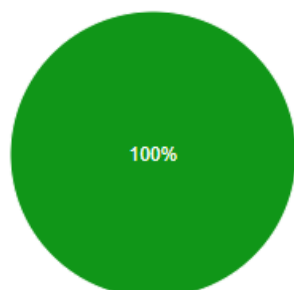
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El orden utilizado para cada una de las secciones de la página es adecuado y ayuda a una mejor experiencia para el usuario?

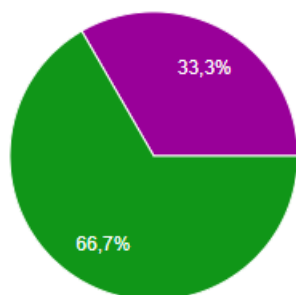
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los recursos que utiliza la página como fotografías, información de los usuarios registrados, etc. representan un apoyo para el usuario?

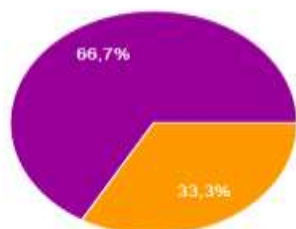
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La forma como ha sido diseñada la página web representa una experiencia integral a los usuarios?

3 respuestas

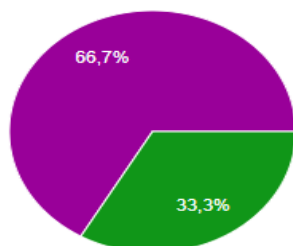


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Intencionalidad

¿El logotipo es significativo, identificable y suficientemente visible?

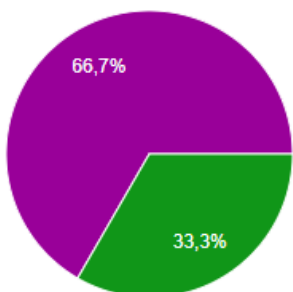
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los recursos que utiliza la página web (calificación de familias y colaboradores, comentarios de la experiencia, seguridad en el registro) representan un nivel de confianza para los usuarios?

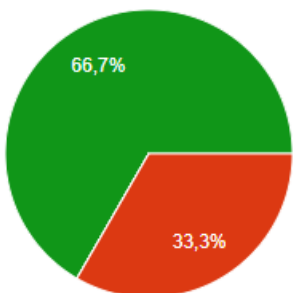
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web ayuda a crear una comunidad entre padres y colaboradores?

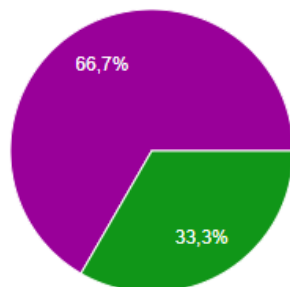
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web entrega una solución integral para los padres a través de la oferta de servicios que pueden encontrar?

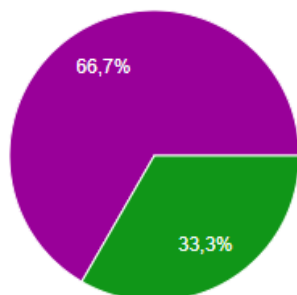
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El eslogan o tagline, expresa realmente que es la empresa y los servicios que ofrece?

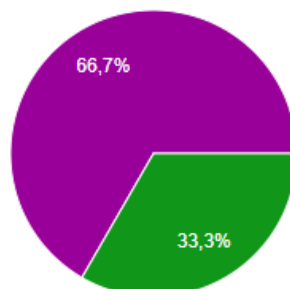
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La estructura de organización y navegación es la más adecuada?

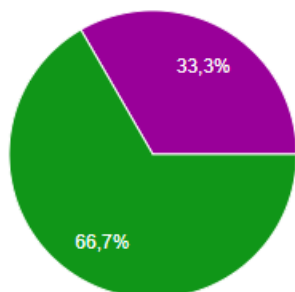
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Hay un flujo adecuado de la interacción con la aplicación?

3 respuestas

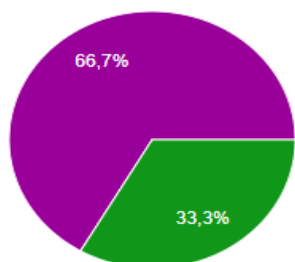


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Usabilidad

¿La navegación en la página web permite al usuario tener acceso de forma ágil al servicio que desea?

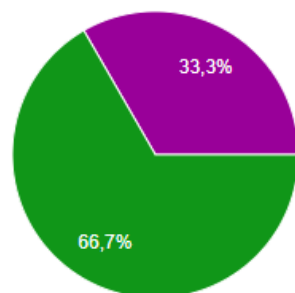
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página utiliza herramientas adecuadas para la retroalimentación del usuario hacia la página y la solución de problemas que se le presente?

3 respuestas

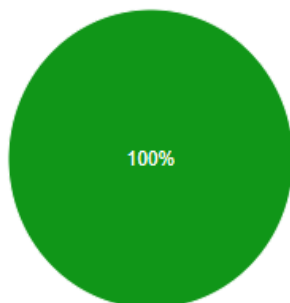


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página entrega herramientas que facilitan al usuario aprender a utilizarla?



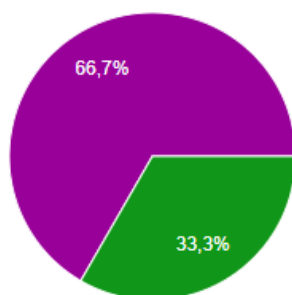
2 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los enlaces tienen un nombre que corresponde con el contenido de la página a la que van dirigidos y cumple con las expectativas de lo que esperaba encontrar?

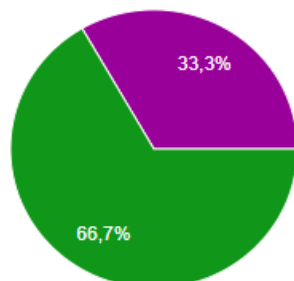
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El look y feel se corresponden con los objetivos, características y servicios de la página web?

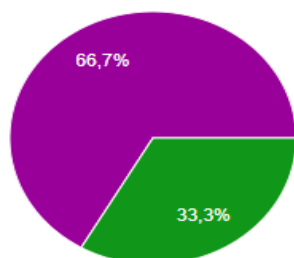
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La legibilidad de la información le parece adecuada?

3 respuestas

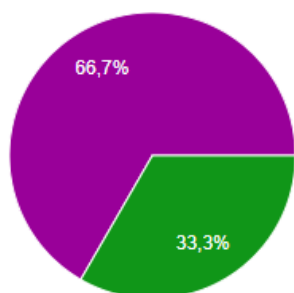


- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Accesibilidad

¿Se hace un uso correcto del espacio visual de la página web?

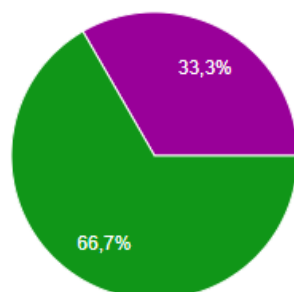
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Las instrucciones de uso de la página web están visibles?

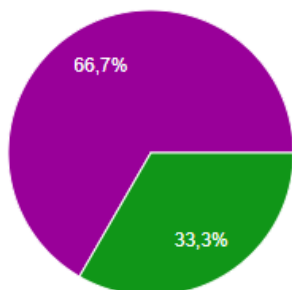
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Los menús, títulos y enlaces en la página web son fáciles de operar?

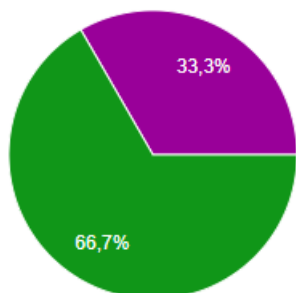
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La utilización de la página se fortalece por el acceso adecuado a la información que necesita el usuario para utilizar la página?

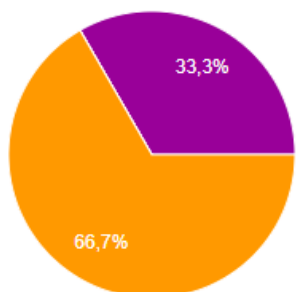
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web permite al usuario acceder a la información, decidir y adquirir un servicio en un tiempo adecuado?

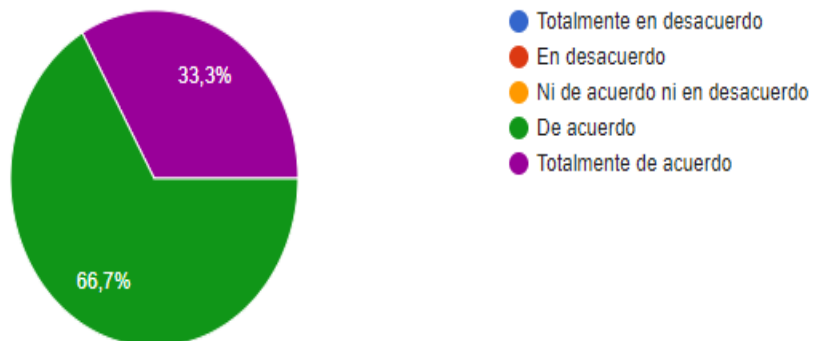
3 respuestas



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La página web evita que el usuario caiga en errores?

3 respuestas



Recomendaciones para mejorar el sitio web

¿En sentido general como evaluaría la página web de MiNana, que mejoras recomienda se implementen?

3 respuestas

Es una página que contiene información clara y puntual sobre los servicios que ofrece. Recomendaría implementar una puntuación de nanas con comentarios de los padres que han sido usuarios únicamente, para alimentar la credibilidad y aumentar la confianza en los padres sobre el uso de los servicios de las nanas registradas.

Que se sincronice con un app mobile

Usar mas testimoniales, cuidar la parte de confidencialidad de las postulantes, reforzar procesos de registro y hacerlo fácil y en partes... ir guiando a los usuarios paso a paso a través de correo electrónico

Detalle 5 fortalezas que tiene la página

3 respuestas

El esquema de navegabilidad facilita al usuario desplazarse en la página, diseño ordenado que denota valores de confianza, menú de servicios claro y directo, iconografía, tipografía y uso de fotografía adecuados para el mensaje, facilidad de contratación de nanas sin entrevistas presenciales con información suficiente.

Facil de leer, amigable, buenos colores, rapida, incentiva a la acción

tiene un gran propósito social la solución/producto, es aplicable a la realidad local, excelente nombre, buen look and feel

Detalle 5 debilidades que tiene la página

3 respuestas

Falta de feedback visible por parte de los usuarios, falta identificar las personas reales detrás de la empresa o de la página, pues hacerlo incrementaría la confianza de los padres al momento de usar sus servicios, un par de links te abren en otra pestaña, lo recomendable sería que no salgas de la pestaña o no abras otra sin autorización del usuario, agregar un buscador de palabras clave siempre ayuda a la navegación.

No tiene dominio original, no tiene app movil

Mucha info, tratar de resumir y poner la información necesaria para cada usuario, reforzar confianza con video testimonial, reforzar seguridad con video para validar identidad del cliente