**PROCESO DE APRENDIZAJE - 01**

CURSO

MODELOS DE NEGOCIOS Y STARTUPS

PERIODO

2025-01

NRC

4726

PROFESOR

* GONZALES QUEZADA VICTORIA JESÚS

INTEGRANTES

|  |  |
| --- | --- |
| APELLIDOS Y NOMBRES | CORREO ELECTRONICO |
| Pinedo Gutiérrez Christopher David | 72182243@mail.isil.pe |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Contenido

[1. Datos generales 2](#_Toc197090436)

[Idea de negocio: 2](#_Toc197090437)

[¿Por qué elegimos este producto? 2](#_Toc197090438)

[2. Tipo de modelo de negocio y sus características 3](#_Toc197090439)

[Tipo de modelo de negocio 3](#_Toc197090440)

[Características principales del modelo de negocio 3](#_Toc197090441)

[3. Orientación de la oportunidad de negocio? 3](#_Toc197090442)

[4. Identificación del problema o necesidad insatisfecha 4](#_Toc197090443)

[Paso 1: Identificar características del grupo de personas al que nos dirigimos 4](#_Toc197090444)

[Paso 2: Plantear hipótesis sobre el problema 4](#_Toc197090445)

[Paso 3: Validación del problema (hipótesis a validar con entrevistas) 5](#_Toc197090446)

[5. Análisis del consumidor 5](#_Toc197090447)

[6. Identificación de stakeholders (por lo menos 3) 5](#_Toc197090448)

[7. Validación del problema a través de una entrevista. 5](#_Toc197090449)

[8. Análisis de competencia 5](#_Toc197090450)

[9. Metodologías y tendencias Startups utilizadas 5](#_Toc197090451)

[10. Definición de Buyer persona 5](#_Toc197090452)

[11. Mapa de empatía 5](#_Toc197090453)

# Datos generales

## Idea de negocio:

|  |  |
| --- | --- |
| **Descripción de la idea** | **Nombre del producto** |
| Red tipo Uber, pero para técnicos del hogar (electricistas, gasfiteros, etc.) | Arregla.pe |

## ¿Por qué elegimos este producto?

Elegimos ***Arregla.pe*** porque responde a una necesidad cotidiana y generalizada en los hogares peruanos: encontrar técnicos confiables, disponibles y accesibles para resolver problemas del hogar como gasfitería, electricidad, carpintería, entre otros.

Actualmente, muchas personas dependen del “boca a boca”, ferreterías locales o redes sociales informales para contratar estos servicios, lo que conlleva riesgos de estafas, sobrecostos o servicios deficientes.

Además, existe una gran cantidad de técnicos independientes o semi-formalizados que tienen dificultades para acceder a clientes constantes y posicionar sus servicios.

***Arregla.pe*** busca conectar de forma segura y eficiente a estos profesionales con clientes que necesitan ayuda inmediata o programada, mediante una aplicación confiable y transparente.

Es una propuesta alineada con tendencias tecnológicas actuales y modelos validados en otros países, que aún no han sido masificados en Perú. Vemos una gran oportunidad para formalizar, digitalizar y escalar el acceso a servicios técnicos en el hogar.

# 1. Tipo de modelo de negocio y sus características

### Tipo de modelo de negocio

**Arregla.pe** se basa en el **modelo de negocio de afiliación** siendo esta una plataforma digital tipo marketplace para servicios técnicos.

### Características principales del modelo de negocio

#### a. Rentabilidad:

El valor se genera al facilitar la interacción entre técnicos y clientes. A mayor cantidad de usuarios en ambos lados, mayor es el valor de la red.

#### b. Escalabilidad:

Al ser un startup digital, puede crecer rápidamente a nuevas zonas geográficas con baja inversión en infraestructura física.

#### c. Innovación:

La plataforma puede cobrar un porcentaje por cada servicio realizado, además de posibles servicios premium para técnicos (destacar su perfil, herramientas de gestión, etc.).

# 2. Orientación de la oportunidad de negocio?

Esta oportunidad de negocio esta orientada a las **nuevas tecnologías** y al **uso de smartphones**.

#### a. Nuevas tecnologías:

Llevar al entorno digital un proceso que hoy se realiza mayoritariamente por recomendaciones informales, redes sociales o carteles físicos.

#### b. Uso de smartphones:

En un contexto donde los peruanos cada vez utilizan más apps y billeteras digitales, esta solución responde al cambio en la forma en que se contratan servicios.

# 3. Identificación del problema o necesidad insatisfecha

### Paso 1: Identificar características del grupo de personas al que nos dirigimos

#### a. Grupo objetivo:

Adultos peruanos residentes en zonas urbanas.

#### b. Rasgos demográficos:

Hombres y mujeres de 25 a 55 años.

#### c. Rasgos geográficos:

Principalmente Lima Metropolitana, seguido de otras ciudades como Arequipa, Trujillo, Piura, Chiclayo.

#### d. Estilo de vida:

Personas activas, con jornada laboral completa o tiempo limitado para resolver problemas del hogar.

#### e. Intereses y deseos:

Valoran su tiempo, la seguridad de su familia, y buscan soluciones prácticas, rápidas y confiables.

#### f. Uso tecnológico:

Acostumbrados al uso de smartphones, apps móviles y pagos digitales (Yape, Plin, tarjetas).

### Paso 2: Plantear hipótesis sobre el problema

“Creemos que muchas personas en zonas urbanas del Perú tienen dificultades para encontrar técnicos confiables, disponibles y seguros para solucionar problemas comunes del hogar como gasfitería, electricidad o mantenimiento, debido a la informalidad del servicio, la falta de canales organizados y la desconfianza en la contratación informal.”

### Paso 3: Validación del problema (hipótesis a validar con entrevistas)

Para validar esta hipótesis, se debe hablar directamente con personas que hayan tenido experiencias recientes contratando técnicos para su hogar y hacerles preguntas como:

- ¿Cómo sueles encontrar técnicos cuando tienes una emergencia en casa?

- ¿Has tenido malas experiencias al contratar técnicos informales? ¿Qué pasó?

- ¿Qué tan fácil o difícil te resulta conseguir un técnico confiable y disponible?

- ¿Estarías dispuesto(a) a usar una app que te permita contratar técnicos verificados, con tarifas claras y pago seguro?

# 4. Análisis del consumidor

# 5. Identificación de stakeholders (por lo menos 3)

# 6. Validación del problema a través de una entrevista.

# 7. Análisis de competencia

# 8. Metodologías y tendencias Startups utilizadas

# 9. Definición de Buyer persona

# 10. Mapa de empatía