**Zeyra - Todo lo que quieres, en un solo clic**

**Entrevista**Entrevistador: Juan Sebastián Gonzalez Horta  
Fecha: 27/08/2025  
Entrevistado/a: CEO de Zeyra

**Objetivo de la Entrevista:**

Obtener una visión clara y práctica sobre la misión, estrategia y prioridades de Zeyra desde la perspectiva del CEO, para orientar el desarrollo del producto, priorizar funcionalidades y alinear al equipo. Buscamos comprender el problema que Zeyra resuelve, el público objetivo, roadmap técnico y comercial, desafíos actuales y necesidades inmediatas que los desarrolladores y diseñadores deberán abordar en las próximas fases.

**Puntos a tomar:**

**A. Visión y propuesta de valor**

1. ¿Cuál es la misión de Zeyra y qué diferencia a la plataforma de otros e-commerce existentes?
2. ¿Qué problema principal queremos resolver para vendedores y para compradores?
3. ¿Cómo describirías el “producto mínimo viable” de Zeyra (qué debe tener sí o sí en el lanzamiento)?

**B. Público objetivo y mercado**  
4. ¿Quiénes son nuestros clientes objetivo (segmentos de usuarios) y por qué elegirían Zeyra?  
5. ¿En qué mercados / regiones vamos a concentrarnos primero y por qué?  
6. ¿Tenemos competencia directa o soluciones alternativas y qué aprendimos de ellas?

**C. Producto, UX y funcionalidades**  
7. ¿Cuáles son las 5 funcionalidades prioritarias que debemos implementar primero?  
8. ¿Qué expectativas tienes sobre la experiencia de búsqueda y discovery dentro de la plataforma?  
9. ¿Qué políticas o elementos de confianza (reseñas, garantías, sellos, devoluciones) consideras indispensables desde el día 1?

**D. Tecnología y operaciones**  
10. ¿Qué requerimientos técnicos críticos ves para garantizar rendimiento y escalabilidad?  
11. ¿Qué integraciones (pasarelas de pago, logística, ERP, terceros) son imprescindibles para el lanzamiento?  
12. ¿Cómo debemos manejar inventarios y sincronización en tiempo real (estrategia general)?

**E. Marketing, adquisición y crecimiento**  
13. ¿Qué canales de adquisición priorizaremos inicialmente (orgánico, redes sociales, marketplaces, afiliados, anuncios)?  
14. ¿Qué tipo de propuestas/promociones o estrategia de precios crees que impulsarán la adopción inicial?

**Respuestas dados por el CEO:**

## A. Vision y propuesta de valor

1. **Misión / Diferenciador:** Ofrecer una experiencia de compra rápida, simple y confiable; se destaca por su enfoque en usabilidad y velocidad.
2. **Problema principal:** Usuarios pierden tiempo encontrando productos y abandonan compras por procesos confusos o lentos.
3. **MVP:** Catálogo con fichas de producto, buscador básico, filtros por categoría/precio, carrito y checkout simplificado, panel admin para CRUD de productos.

## B. Público objetivo y mercado

1. **Clientes objetivo:** Pequeños y medianos vendedores; compradores jóvenes-adultos que valoran rapidez y facilidad.
2. **Mercados iniciales:** Mercado local/regional (ej. Colombia) con ventaja operativa; expansión posterior a países cercanos.
3. **Competencia:** Marketplaces y tiendas locales; ventaja competitiva en experiencia de usuario y rapidez de implementación para vendedores.

## C. Producto, UX y funcionalidades

1. **5 funcionalidades prioritarias:** Registro/login; panel admin de productos; buscador + filtros; carrito y checkout; gestión básica de pedidos.
2. **Expectativa sobre búsqueda:** Visible, rápida y relevante; idealmente con autocompletado y orden por relevancia.
3. **Políticas de confianza indispensables:** Información de envío y devolución clara, pasarela de pago segura y reseñas básicas.

## D. Tecnología y operaciones

1. **Requerimientos técnicos críticos:** Plataforma responsiva, rendimiento rápido, arquitectura modular y seguridad de datos.
2. **Integraciones imprescindibles:** Pasarela de pagos, proveedor de envíos/logística y sistema de notificaciones por correo.
3. **Inventarios / sincronización:** Stock por producto con bloqueo temporal en checkout; sincronización en tiempo real para evitar sobreventa.

## E. Marketing, adquisición y crecimiento

1. **Canales iniciales:** Redes sociales (orgánico y ads), SEO básico en fichas y alianzas con vendedores locales.
2. **Promociones para adopción:** Ofertas de lanzamiento, envío gratuito limitado y descuentos para primeros vendedores.

**Análisis de información recolectada**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ID** | **Requisito identificado** | **Tipo** | **Prioridad** | **Fuente** |
| R1 | Diferenciador | No Funcional | Media | Entrevista |
| R2 | Problema principal | No Funcional | Media | Entrevista |
| R3 | MVP | Funcional | Alta | Entrevista |
| R4 | Clientes Objetivos | No Funcional | Media | Entrevista |
| R5 | Mercados iniciales | No Funcional | Media | Entrevista |
| R6 | Competencia | No Funcional | Media | Entrevista |
| R7 | Funcionalidades prioritarias | Funcional | Alta | Entrevista |
| R8 | Expectativa sobre búsqueda | No funcional | Media | Entrevista |
| R9 | Políticas de confianza indispensables | No funcional (Confiabilidad) | Alta | Entrevista |
| R10 | Requerimientos técnicos críticos | No funcional (Seguridad) | Alta | Entrevista |
| R11 | Integraciones imprescindibles | Funcional | Alta | Entrevista |
| R12 | Inventarios | Funcional | Alta | Entrevista |
| R13 | Canales iniciales | Operacional / Beneficio | Media | Entrevista |
| R14 | Promociones para adopción | No Funcional (Disponibilidad) | Media | Entrevista |

Formato ajustado según normas APA 7ª edición: interlineado 2.0, títulos en negrita, referencias en orden alfabético, y enlaces formateados correctamente.