

Potencial de una APP de servicios de mantenimiento en la CDMX.

Lic. Marby Efraín Yerbés Irigoyen

Estudiante de posgrado, Universidad Autónoma de Yucatán – FCA

0000-0003-0590-6699

marby.yerves@correo.uady.mx

Dra. Olivia Jiménez Díez

Profesor de tiempo completo, Universidad Autónoma de Yucatán – FCA

0000-0002-4514-5241

jdiez@correo.uady.mx

Dra. Ruth Noemí Ojeda López

Profesor de tiempo completo, Universidad Autónoma de Yucatán – FCA

0000-0002-7137-8165

ruth.ojeda@correo.uady.mx

RESUMEN

De acuerdo con el estudio Digital 2022 de Wearesocial y Hootsuite, tan solo de 2021 a 2022 aumentaron los usuarios de internet de forma global en 192 millones, lo que representa un incremento del 4%. Un aspecto relevante de los proyectos comercializados a través de mercados de aplicaciones es su potencial de escalar. En México se ha presenciado la implementación gradual de plataformas como Uber, Rappi y AirBnB, que han ayudado a educar a los clientes respecto al uso de aplicaciones para la resolución de problemas de la vida cotidiana. La innovación empresarial se origina desde diversos modelos de negocio, un ejemplo son aquellas aplicaciones que enlazan con terceros y sirven de intermediario, tales como Mercado Libre, Uber y Didi, entre otros. Es precisamente este modelo el que se analiza para el trabajo que se presenta, cuyo objetivo general es determinar el nivel de aceptación de uso de una app para promover servicios de mantenimiento. La información primaria fue recabada utilizando la técnica de encuesta, aplicada a 142 cabezas del hogar, personas entre los 18 y 65 años, localizadas en la ciudad de México mediante contacto a distancia por medio de internet a través de la herramienta de investigación QuestionPro y se hizo un muestreo por conveniencia. Los resultados arrojan las cualidades del perfil del consumidor, los servicios esperados y los métodos de pago preferidos.

Palabras clave: Mercadotecnia, comercio electrónico, servicios, medios sociales e imagen de marca.

ABSTRACT

According to Wearesocial and Hootsuite's Digital 2022 study, from 2021 to 2022 alone, internet users increased by 192 million globally, representing an increase of 4%. A relevant aspect of projects marketed through application markets is their potential to scale. In Mexico, the gradual implementation of platforms such as Uber, Rappi and AirBnB has been witnessed, which have helped to educate clients regarding the use of applications to solve problems of daily life. Business innovation originates from various business models, an example are those applications that link with third parties and serve as an intermediary, such as Mercado Libre, Uber and Didi, among others. It is precisely this model that is analyzed for the work that is presented, whose general objective is to determine the level of acceptance of the use of an app to promote maintenance services. The primary information was collected using the survey technique, applied to 142 heads of the household, people between the ages of 18 and 65, located in Mexico City through remote contact via the Internet through the QuestionPro research tool and sampled for convenience. The results show the qualities of the consumer profile, the expected services and the preferred payment methods.

Key words: marketing, e-commerce, services, social media and brand image.

Introducción.

A medida que la tecnología avanza, surgen novedosas, y prácticas formas de realizar y adquirir productos y servicios para el goce y consumo. Esto, sumado a cambios voluntarios e involuntarios en el comportamiento del consumidor, presentan a las empresas oportunidades de negocio con base en estas nuevas tecnologías.

Con el avance de las tecnologías de comunicación se ha presentado una evolución en los hábitos de consumo, cambios a los que las empresas y expertos se mantienen vigilantes. De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (2020) en su Reporte 1.0 de Impacto Covid-19, la pandemia podía verse como un catalizador para el cambio en los hábitos de compra en línea, aunque forzado, podría impactar de manera profunda y a largo plazo, incrementando el 5.5% de penetración de ventas minoristas de ecommerce en México hacia el 15.5% que estas representan en promedio mundial. Quienes han sabido adaptarse, logran permanecer en el gusto del público, e incluso se ha dado el surgimiento de empresas inéditas a partir de la utilización de estos recientes medios.

El uso comercial de internet representa un cambio de paradigma, de acuerdo con el estudio Digital 2022 de Wearesocial y Hootsuite, tan solo de 2021 a 2022 aumentaron los usuarios de internet de forma global en 192 millones, lo que representa un incremento del 4%. La adopción de esta tecnología es favorecida por el fenómeno de la globalización y México no es la excepción, ya que de acuerdo con datos del mismo estudio existen 96.87 millones de usuarios de internet. Desde el inicio de su implementación podía vislumbrarse su gran potencial, mismo que detonó la creación de miles de empresas ávidas por establecerse en el mundo digital.

Un hito en el desarrollo de teléfonos inteligentes es el desarrollo de servicios de distribución de aplicaciones de terceros, tiendas de apps, el primero de los cuales fue App Store para la plataforma iOS de Apple de acuerdo con Siuhi y Mwakalonge (2016). Debido al éxito inicial de su dispositivo y plataforma, el resto de desarrolladores importantes en el mercado móvil siguieron los pasos de Apple y emularon su modelo, creando un nuevo mercado.

Un aspecto relevante de los proyectos comercializados a través de mercados de aplicaciones es su potencial de escalar, esto es, incrementar la capacidad operativa al ampliar los recursos con los que se dispone. Modelos que han sido probados con éxito en mercados limitados han podido conectarse con inversores que le permiten ampliar sus operaciones. En México se ha presenciado la implementación gradual de plataformas como Uber, Rappi y AirBnB, que han ayudado a pavimentar el camino para las nuevas iniciativas al educar a los clientes respecto al uso de aplicaciones para la resolución de problemas de la vida cotidiana.

A raíz de la pandemia generada por el virus Sars-Cov-2 en marzo de 2020, las empresas e instituciones se enfrentaron al reto de adaptarse a la nueva realidad, acelerando la implementación de inéditos canales digitales de atención, consulta, transacciones y servicio al cliente.

En México, hasta antes de la pandemia, el uso de aplicaciones para consulta y transacción de servicios directos, no era utilizado de forma tan general por la población. Empresas como Amazon, MercadoLibre y Uber han adaptado aspectos a la realidad del país y otros mercados emergentes, como son los métodos de pago y el incremento de seguridad, tanto para usuarios como para los prestadores de servicio.

A estos hechos hay que sumar la tendencia ascendente que presentan las estadísticas de los usuarios que han realizado transacciones vía internet, que de acuerdo con datos de la “Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares” (ENDUTIH, 2020) del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ha incrementado en un 344% respecto a las cifras del año 2015.

Tomando en cuenta los reportes Digital de Hootsuite, entre los años 2019 y 2021, el tiempo de uso que los consumidores dan a sus dispositivos han incrementado 13%, mientras que el Reporte 5.0 de Impacto Covid-19 de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) señala incrementos durante el periodo pandémico en cuanto a promociones, descuentos, envíos, opciones de entrega, opciones de pago, así como nuevos productos y servicios.

Dentro de las principales tiendas de aplicaciones, App Store y Google Play, se puede encontrar aquellas que por sí solas proporcionan un producto o servicio, tales como los servicios de streaming como Netflix y Disney+, aplicaciones de diseño como Canva, de ocio como TikTok, entre otras. Una segunda categoría está compuesta por aquellas que enlazan con terceros y sirven de intermediario, tales como Mercado Libre, Uber y Didi, entre otros. Es precisamente este último modelo el que se analiza para el trabajo que se presenta, para ello se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el potencial de una app de servicios de mantenimiento doméstico en la Ciudad de México? Con base en

ello se planteó como objetivo general determinar el nivel de aceptación de uso de una app para promover servicios de mantenimiento. Los objetivos específicos fueron:

1. Describir el perfil del consumidor de apps para servicios en el hogar considerando: características de vivienda, necesidades de servicio, frecuencia de uso, precio promedio, competencia, métodos de pago, sistema operativo móvil y redes sociales.
2. Identificar los servicios más esperados por los consumidores de apps.
3. Determinar los métodos de pago preferidos por los consumidores de apps.

Metodología.

Para contestar la pregunta de investigación y cumplir con los objetivos establecidos, se realizó una investigación cuantitativa que permitiera responder a la misma y conocer las características del consumidor potencial de esta nueva aplicación.

Diseño de la Investigación.

La información primaria fue recabada utilizando la técnica de la encuesta, que se aplicó a 142 cabezas del hogar, personas entre los 18 y 65 años responsables de la atención del predio en el que habitan. El público objetivo se localizó en la ciudad de México mediante contacto a distancia por medio de internet a través de la herramienta de investigación QuestionPro y se hizo un muestreo por conveniencia. Esta investigación responde a una necesidad de información por parte de una empresa que opera en la región, con un interés específico en desarrollar el mercado en este orbe con miras a expandirse a otros territorios en caso de alcanzar el éxito con esta implementación inicial.

Para complementar la información proporcionada por los usuarios potenciales, se investigaron los servicios de aplicaciones presentes en el mercado de corte similar a la propuesta de este documento. De la misma manera, se consideraron datos estadísticos de fuentes gubernamentales y no gubernamentales a cargo de estudios periódicos acerca de los usuarios y el mercado.

Con la obtención de los datos primarios y secundarios, se analizó la información para conocer el nivel de aceptación de la app de servicios, así como las cualidades del perfil del consumidor, los servicios esperados y los métodos de pago preferidos.

Algunas de las limitaciones para la recolección de los datos fueron: el acceso a los usuarios para la recolección de la información, así como la falta de recolección de datos con el público proveedor de los servicios y el contraste con las expectativas de los usuarios, debido a limitaciones de tiempo y recursos. La comparación de ambos públicos ayudaría a tener un panorama más claro respecto a la puesta en marcha de una empresa

Resultados y discusión.

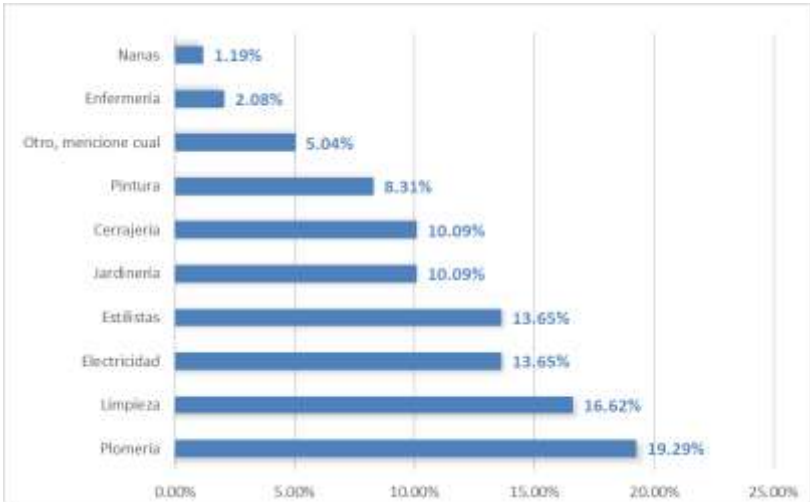
Investigación primaria.

Para esta investigación se diseñó y aplicó el cuestionario por el Centro de Desarrollo de Negocios (CEDENE), centro de consultoría y asesoría perteneciente a la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la UADY. En total, fueron aplicados 142 formularios a través de la aplicación QuestionPro.

Respecto al tipo de vivienda en la que habitan, el 91% de los encuestados afirma habitar en una casa independiente, contra el 9% que afirma habitar en un departamento. En la gráfica 1 se muestran los servicios contratados por los usuarios en el último año.

Gráfica 1.

Servicios contratados en el último año.



Fuente: Elaboración propia.

De los servicios señalados por los encuestados, el que contó con un mayor porcentaje de contratación fue el de plomería, seguido en segundo lugar por los servicios de limpieza y en tercer lugar se tuvo un empate entre electricidad y estilistas.

Los encuestados fueron cuestionados también respecto del precio pagado por los servicios adquiridos. Se calculó con los datos proporcionados el promedio de precios por servicio, presentado en la tabla 1.

Tabla 1.

Promedio de precio por servicio

Servicio	Precio promedio por servicio	Servicio	Precio promedio por servicio
Limpieza	\$521.57	Electricidad	\$1773.17
Estilista	\$515.48	Enfermería	\$458.33
Jardinería	\$598.93	Nanás	\$325.00
Plomería	\$811.05	Mantenimiento a/a	\$760.71

Carpintería	\$3775.00	Albañilería	\$27688.89
Pintura	\$2180.00	Cerrajería	\$430.00

Fuente: Elaboración propia.

Los servicios que en promedio representaron un mayor costo para los clientes fueron en primer lugar la albañilería, seguido de carpintería y pintura. Es importante mencionar que dentro de las respuestas que se obtuvieron para esta pregunta, existen valores muy extremos debido al trabajo solicitado por cada cliente, por lo que categorías como albañilería presentan montos de gasto anual muy elevados.

El medio por el que la gran mayoría de los encuestados encontró a los prestadores de servicio fue a través de la Recomendación con un 74%, seguido de Redes Sociales con un 15% y en tercer lugar Anuncio en las calles, con un 6%. Como parte de las opciones de respuesta estaban también las aplicaciones móviles o web, que obtuvieron un 2%, en ambos casos.

Se cuestionó respecto al uso de aplicaciones en dispositivos móviles, así como las aplicaciones que utilizaban, el 54.6% de los encuestados respondió de manera afirmativa e indicaron que la aplicación utilizada con mayor frecuencia fue Uber con un 19.9%, seguida por Facebook con 17.4% y WhatsApp con 10.6%. En la categoría Otros fueron agrupadas las aplicaciones que no contaron con más de una mención, como Asana, Hola Gus, PayPal, Pinterest y Waze, entre otros. De igual forma se cuestionó respecto al conocimiento del usuario respecto a aplicaciones para contratar servicios para el hogar. En su gran mayoría los encuestados manifestaron no tener conocimiento de app alguna para solicitar servicios para el hogar. Respecto a los que manifestaron conocer una aplicación con estas cualidades, una parte respondió con aplicaciones similares a las expresadas anteriormente (banca, entrega de comida, transporte, redes sociales) y las siguientes: Aliada, Ay Fix, Buxx, Iguanafix, lavadero, Mr Jeff, Tasker y Zolver.

En cuanto a los servicios que esperarían en una aplicación dedicada a la atención de necesidades del hogar, se tiene que el servicio de plomería ocupa el primer lugar con un 12.26%, seguido de servicios de electricidad con un 11.56%, cerrajería en tercer lugar con 10.72%, limpieza con un 10.58%, mantenimiento de a/a y albañilería con un 8.36% en ambos casos, carpintería con un 6.27%, tapicería con un 3.90%, nanas con un 3.06% y enfermería con 1.39%.

Respecto a las formas de pago, se les cuestionó respecto a tres medios electrónicos comunes: tarjeta de débito, tarjeta de crédito y PayPal. En el mismo orden fueron señaladas en la preferencia de los encuestados, con el 47.76% optando por el pago con tarjeta de débito, el 37.31% prefirió el pago con tarjeta de crédito y el 14.93% escogió PayPal. Posteriormente, se preguntó respecto a la plataforma en la que preferirían encontrar la aplicación, los resultados muestran una marcada preferencia por Android con un 33.80%, IOS con un 7.75%, página web con un 7.04%, iOS y Android un 8,45% y toda

Sobre las plataformas para ofrecer la aplicación, los encuestados preferirían encontrar la aplicación todas las opciones mostradas, con un 42.96%. De los sistemas operativos, Android tuvo un porcentaje mayor (33.8%) respecto de iOS (7.75%) y aplicaciones web (7.04%) para la misma pregunta.

Los encuestados fueron cuestionados respecto a las redes sociales que utilizan y se obtuvo que Facebook fue la red social con mayor porcentaje de respuestas con 47.52%, seguida de Youtube con 24.1% y en tercer lugar Instagram con 21.3%. Por último, los usuarios respondieron respecto a si usarían una aplicación de servicios para el hogar, los cuales comentaron de forma muy positiva respecto a la propuesta de una app de servicios, con el 90.9% seleccionando la opción afirmativa.

Investigación secundaria.

Para la investigación secundaria se consultaron en total tres fuentes principales: 1) el sitio web seccionamarilla.com.mx; 2) portales dedicados a la prestación de servicios y 3) las tiendas de aplicaciones de dispositivos móviles.

Respecto a la primera fuente, los resultados que se encontraron en seccionamarilla.com.mx se presentan en la tabla 2.

Tabla 2

Prestadores de servicios en la ciudad de México registrados en el sitio seccionamarilla.com.mx

Servicio	Número de empresas	Características
Plomería	50	<ul style="list-style-type: none"> De los 50 anunciantes, únicamente 10 aprovechan el espacio para anunciar más allá de la dirección y teléfono de sus empresas. En esta categoría se encuentran registradas empresas de multiservicios y microempresas.
Niñera	22	<ul style="list-style-type: none"> Categoría más dispersa que la anterior, con resultados de baja credibilidad, sin logotipos, sitios web y en algunos casos con direcciones sin precisión. Listados de empresas de otros giros que cuentan con “niñeras” como hoteles y restaurantes.
Jardinería	252	<ul style="list-style-type: none"> Algunos resultados muy relevantes y profesionales, que toman ventaja de las opciones de la plataforma y presentan un micrositio diseñado a la medida. Como en la categoría anterior, se muestra una mezcla entre los servicios de jardinería, sitios con jardín y suministros para jardín.

Enfermera	235	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de alta relevancia, que aprovechan los recursos disponibles en el sitio. • Cruce con servicios relacionados, como estancias y asilos para adultos mayores que ofrecen el servicio.
Estilista	621	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría con muchos listados de profesionales independientes, sin embargo, no hacen uso de logos y ubicaciones. • Cruce con otros servicios de belleza, como proveedores de insumos y profesionales de servicios tangenciales, como cuidado de las uñas y pies.

Fuente: Elaboración propia con información de seccionamarilla.com.mx.

Respecto a este primer buscador, se puede mencionar que a pesar de no ocupar el mismo sitio en la mente del consumidor que en décadas pasadas, continúa como referente y herramienta de promoción y ubicación para muchos negocios. El sitio incluso cuenta con aplicaciones móviles dedicadas y ubicación geográfica de los establecimientos. Dentro de las opciones que ofrece a los anunciantes se encuentran: dirección, teléfono, logotipo, enlace a correo electrónico y sitio web, horarios de atención, información adicional respecto a las formas de pago aceptadas, tipos de servicio ofrecidos dentro de las categorías de búsqueda, así como las modalidades de atención. En la investigación realizada se pudo notar que el sitio no posee un algoritmo de búsqueda muy refinado, ni presenta opciones para filtrar los resultados que presenta. Esto lleva a crear confusión en el usuario, como se menciona en la tabla 3.1 fueron diversas las categorías en las que se encontró errores y cruces con categorías tangenciales a las introducidas en la caja de búsqueda.

Por otra parte, los profesionales y empresas que se anuncian en el sitio tienen un rango muy amplio en cuanto a la presentación de sus servicios. Sánchez-Alzate y Montoya-Restrepo (2014) mencionan entre los elementos que generan confianza para la realización de una transacción de comercio electrónico: la reputación del vendedor, el riesgo percibido, la privacidad y seguridad, la asociación y el género del comprador. En el caso de seccionamarilla.com.mx, se puede decir que destaca en el rubro de asociación, ya que es una marca reconocida en el país y que ha operado por varias décadas, sin embargo, los demás rubros recaen en el prestador individual de servicios y no se presentan (en muchos casos) como vendedores respetables, que den garantías o aparenten profesionalidad y esto termina por generar desconfianza. Respecto al género del comprador, Murphy y Tocher (2011) en Sánchez-Alzate y Montoya-Restrepo (2014) mencionan la construcción y visibilidad de los cuatro elementos anteriores como un requerimiento de suma importancia cuando se realiza una oferta hacia mujeres.

A través de un motor de búsqueda se ubicaron diferentes páginas correspondientes a los servicios que pueden ofrecerse en la aplicación móvil a desarrollar, sin embargo, en el caso del servicio de

albañilería no se ubicaron resultados de empresas establecidas, únicamente directorios, por lo que no fueron incluidos.

Los resultados de esta búsqueda, así como las características y funcionalidades ubicadas en los mismos se presentan en la tabla 3.

Tabla 3.

Páginas de servicio en la ciudad de México halladas a través de un motor de búsqueda

Servicio	Empresa	Características
Carpintería	Carpintería y Ebanistería Hernández	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica anticuada respecto a su logo, sin embargo, su sitio web utiliza una plantilla moderna. Enlista los servicios y productos ofrecidos, los cuales se realizan a medida, cuenta con teléfono, correo electrónico, formulario de contacto y enlace a WhatsApp,
	Bórigo	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios y productos ofrecidos, los cuales se realizan a medida. Cuenta con teléfono, correo electrónico, formulario de contacto, programador de citas online y enlace a WhatsApp,
	Carpintería y Ebanistería Agaona	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con identidad gráfica, menciona ofrecer servicios de carpintería y ebanistería, los cuales se realizan a medida. Únicamente cuenta con formulario de contacto.
Cerrajería	Cerrajería Bautista	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con número telefónico, programador de citas online y enlace a WhatsApp, únicamente indica precio de servicio de duplicado de llave automotriz.
	Cerrajeros 24 Horas CDMX	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con enlace a WhatsApp y redes sociales y números telefónicos. La página es de difícil navegación y está sobrecargada de información.
	Cerrajeros Oportunos	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con correo electrónico y números telefónicos.
Electricidad	Electricistas a domicilio	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con

		número telefónico y enlace a WhatsApp, señala que acepta tarjetas de crédito.
	Electricistas CDMX	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, sucursales y números telefónicos, cuenta con número telefónico, correo electrónico y enlace a WhatsApp, señala que acepta tarjetas de crédito.
	Electricistas Express	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con número telefónico, formulario de contacto y WhatsApp.
	Enfermeras Narvarte	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, servicios personalizados, especialidad geriátrica, formulario de contacto, correo electrónico, teléfono, reservas en línea, redes sociales y enlace a WhatsApp.
	Enfermeras de México	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, servicios personalizados, especialidades pediátrica y geriátrica, formulario de contacto, correo electrónico, teléfono, redes sociales y WhatsApp.
Enfermería	Salus	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, servicios personalizados, particulares y empresariales, especialidades pediátrica y geriátrica, testimoniales de clientes, teléfono y WhatsApp
	Suvital	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño sencillo, servicios personalizados, especialidades pediátrica, geriátrica y rehabilitación post-Covid, teléfono, correo electrónico y enlace a WhatsApp.
	Care24	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, servicios con precios a la vista, diferentes medios de pago electrónico, opiniones de clientes, especialidades pediátricas, geriátricas y post-Covid, teléfono y correo electrónico.
Estilista	Ramuá	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica anticuada, diseño moderno, servicios de corte, depilación, tinte, extensiones, postizos, manicure y pedicure y eventos, teléfonos, formulario de contacto, redes sociales, correo electrónico, local físico, reservas en línea y enlace a WhatsApp.

	Confidence	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, énfasis y perfiles del personal, servicios de corte, depilación, tinte, tratamientos, manicure y pedicure, masajes, testimoniales, redes sociales, teléfonos, WhatsApp y ubicación en Google Maps.
	Punto3	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, información del personal, servicios de corte, depilación, tinte, manicure y pedicure, redes sociales, teléfono, y WhatsApp.
	Jardineros Unidos Mexicanos	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, variedad de servicios y venta de suministros, cuenta con correo, teléfono, formulario de contacto y enlace a WhatsApp.
Jardinería	Jardinería CDMX	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, variedad de servicios, cuenta con correo, teléfono y WhatsApp.
	Garden Central	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, tienda física, variedad de servicios, correo electrónico, teléfonos y chatbot.
	Grupo Koala	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, servicios complementarios a la jardinería, correo electrónico, formulario de contacto, teléfono y WhatsApp.
	Jardineros.mx	<ul style="list-style-type: none"> • Repositorio de empresas que se dedican al ramo en varias ciudades del país. Cada una ofrece a través del sitio sus servicios, cuenta con opiniones y reseñas, las cotizaciones y contacto se realizan a través de un formulario en el sitio.
Limpieza	Mi Dulce Hogar	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de servicio a través de la empresa, muestran cuotas a pagar por hora, servicios incluidos y no incluidos, detallan proceso riguroso de contratación de personal, requiere registro para contacto.
	Aliada	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de enlace de cliente a colaborador, las cuotas las definen las colaboradoras, así como los servicios que prestan, aunque permite seleccionar en búsqueda por personas que laven, planchen ropa y cocinen, dentro de los perfiles de las colaboradoras se muestran otras como cuidado de mascotas, así

		como calificaciones, comentarios y cuotas, requiere registro para contratación, pero permite la búsqueda y revisión de perfiles.
	Wipa	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, modelo de enlace de servicio a través de la empresa, cuenta con teléfono, correo electrónico, enlace a WhatsApp y redes sociales, no muestran cuotas, requiere registro para mayores datos y contacto con los clientes. Ofrece además servicios de plomería, electricidad y cerrajería.
	Aire Acondicionado Integral	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con número telefónico, programador de citas online, enlace a WhatsApp y redes sociales, acepta transferencias, depósitos y cheques.
Mantenimiento de A/C	ECMSA	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con número telefónico, programador de citas online y enlace a WhatsApp, acepta transferencias, depósitos y cheques.
	Resurtidora	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios y productos ofrecidos, cuenta con teléfono, formulario de contacto y chatbot. Atención a clientes residenciales e industriales, venta de equipos a todo el país.
	Sitly	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de enlace de cliente a colaborador, no muestran cuotas ni lo que se ofrece, requiere registro para mayores datos y contacto con los clientes.
Niñera	Babysits	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de enlace de cliente a colaborador, muestran cuotas a pagar por hora, requiere registro para contacto.
	Niñeras.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de servicio a través de la empresa, ofrece servicios corporativos, extendidos, externos y de especialidad, área de cobertura limitada, incluye formulario de contacto, teléfono, dirección y enlace a WhatsApp.

		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de servicio a través de membresías, ofrece servicios corporativos, extendidos, externos y de especialidad, área de cobertura limitada, incluye enlaces a redes sociales, formulario de contacto, teléfono, dirección y enlace a WhatsApp.
	Lovelynanny	
		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, diseño moderno, modelo de servicio a través de la empresa, ofrece servicios corporativos, extendidos, externos y de especialidad, incluye teléfono, dirección y enlace a WhatsApp.
	Minunu	
		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con número telefónico, correo electrónico y enlace a WhatsApp, galería de trabajos previos y tabulador de precios.
	Pintores CDMX	
Pintura		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, sucursales, cuenta con número telefónico, correo electrónico y enlace a WhatsApp, señala que acepta tarjetas de crédito y tabulador de precios.
	CityPaint	
		<ul style="list-style-type: none"> • Enlista los servicios ofrecidos y el área de cobertura, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con número telefónico, formulario de contacto y correo electrónico.
	ACMISA Comercial	
		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, tiene enlaces a perfiles de redes sociales, números telefónicos, correos electrónicos y formulario de contacto.
	Sr. Plomero	
Plomería		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, ofrece servicio 24 horas, cuenta con programador de citas online, números telefónicos, formulario de contacto y enlace a WhatsApp.
	Plomeros Coyoacán y Taxqueña	
		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, tiene números telefónicos, correo electrónico, formulario de contacto y enlace a WhatsApp.
	Plomería López	
		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos y que estos son facturables, tiene números telefónicos, correo electrónico, enlace a WhatsApp.
	Plomeros Integrales	

	Servicio Rodríguez	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, tiene números telefónicos, enlace a WhatsApp, señala que acepta tarjetas de crédito.
	Tapicería de Salas	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica básica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con teléfono, correo y WhatsApp.
Tapicería	Ziant	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con teléfono, correo electrónico, formulario de contacto, programador de citas online y enlace a WhatsApp.
	Alvadeco	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con identidad gráfica, enlista los servicios ofrecidos, cuenta con teléfono, correo electrónico, formulario de contacto, programador de citas online y enlace a WhatsApp.

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios consultados.

En todos los sitios consultados las empresas hacían mención de los servicios e incluso productos ofrecidos, siendo menos común que dieran información acerca de precios por la naturaleza del trabajo a realizar. También se notó la utilización de una pequeña gama de plantillas para sitios web, lo que terminaba dotando de un diseño común a empresas no relacionadas entre sí y que pudiera confundir a los usuarios.

En algunas categorías de servicio las empresas utilizan recursos encontrados en la red y presentados como propios, lo cual puede generar confusión en los consumidores. En algunos que tienen imágenes propias, estas pudieran ser de mejor calidad para realzar la imagen de la empresa y del trabajo realizado.

Respecto a los medios de contacto, existe la incorporación de nuevas tecnologías como los chatbots y los programadores de citas, sin embargo, debido a las limitaciones de este trabajo no fue posible comprobar la eficacia de estos métodos para programar una visita o servicio. El teléfono y WhatsApp son los medios generalizados para ubicar a los prestadores de servicio, salvo aquellos que incorporan plataformas para la contratación y/o selección del personal requerido.

Los sitios de carpintería consultados utilizan una variedad de imágenes de stock, lo cual resta confiabilidad al no tener a la vista muestras del trabajo realizado, salvo en uno de los sitios que mostraba algunas imágenes propias, pero de baja calidad. Los sitios muestran poca información acerca de las empresas y se limitan a enlistar los muebles y piezas que realizan y los métodos de contacto, los cuales también son limitados.

Respecto a las páginas de cerrajería consultadas, estas promovían la misma gama de servicios e incluso tenían el servicio de 24 horas. Dos de las tres páginas consultadas tenían sitios de aspecto antiguo y de diseño básico y en ninguna de ellas se observó un diseño responsivo, complicando la navegación de los sitios y la ubicación de la información requerida por los clientes.

En cuanto a los servicios de electricidad, los sitios consultados muestran un mejor diseño que otras categorías de trabajo similares como plomería y cerrajería. Las empresas manejan redes sociales, donde enseñan fotos y videos de trabajos en proceso y realizados, que ayudan a la imagen de la empresa y a mitigar dudas respecto a su contratación por parte de los clientes.

Los sitios de enfermería cuentan con un diseño profesional, más cuidado y con atención a especialidades. En solo uno de los sitios se mostraban los precios, por lo que en servicios similares se pudieran prestar a grandes diferencias de precios a expensas del cliente. Para este tipo de servicios los testimoniales son una herramienta que ayuda a inclinar hacia la compra, pero solo se encontraba presente en uno de los sitios visitados. Es quizá debido a la naturaleza de emergencia de los servicios que pueda darse de forma más expedita a través de una línea de contacto directo, como puede ser un teléfono o por medio de WhatsApp.

En los servicios de estilistas la búsqueda de empresas resultó ser menos fructífera en comparación de categorías previas, al aparecer predominantemente ofertas de empleo en lugar de servicios profesionales. Existe una similitud de servicios ofrecidos por las tres empresas ubicadas, se resalta la experiencia del personal en el ramo y en un caso su formación, certificación y origen. En el caso de servicios externos, solo una empresa mencionó esta posibilidad, pero únicamente para eventos, todos los demás servicios se realizan en el local.

Respecto a los sitios de jardinería, entre los resultados principales se encuentran empresas que se dedican a proyectos medianos y grandes, así como al diseño del hábitat y paisajismo, por lo que se orientan más a clientes corporativos, empresariales o industriales. Uno de los resultados es un repositorio de empresas de jardinería que aparentan ser de menor tamaño que las previamente mencionadas, por lo que pudieran abarcar a un sector más amplio. Se notó dentro de algunos de estos sitios una tendencia hacia la incorporación de servicios para huertos urbanos, lo cual conlleva adecuación e instalación de sistemas de cuidado y riego, así como suministros especializados como semillas, fertilizantes y control de plagas.

En los sitios dedicados a la limpieza consultados se puede ver un diseño moderno, limpio y profesional. Los sitios ofrecen tanto servicios a través de ellos, como de enlace cliente-prestador y en el caso de uno de los sitios también permiten la contratación a través de una aplicación. Se recalca el proceso riguroso de contratación en los sitios que asignan al personal para limpiar, mientras que en los que sirven de enlace presentan información acerca de las personas a contratar, con fotografías claras, descripción de habilidades, estadísticas como número de servicios, calificación y comentarios de clientes.

Los sitios de mantenimiento de aires acondicionados presentaron dos empresas en la categoría con la misma plantilla de sitio web, por lo que las características de ambas fueron muy similares. La tercera empresa que surgió a través de la búsqueda se presenta no solo como empresa de mantenimiento, sino que además comercializan en todo el país y prestan servicio residencial, comercial e industrial.

Los sitios consultados para el servicio de niñeras muestran un enfoque más profesional y pulido hacia el mismo. Existen dentro de este, dos vertientes principales; la primera es el modelo en el cual son los

padres quienes hacen un anuncio clasificado señalando los requerimientos que tienen y en uno de los casos la cuota que ofrecen por estos servicios. En la segunda vertiente, se encontró con un modelo de servicio directo en el que los clientes se acercan a las empresas para satisfacer sus necesidades y estas cuentan ya con un equipo de profesionales de cuidado y otras áreas, para lo cual el servicio es personalizado, a través de citas y cuenta con garantías y pagos electrónicos. Este segundo modelo es el que se pudiera emular de mejor forma en la app de servicios, ya que brindaría una mayor seguridad a los clientes que opten por este mismo.

Respecto a las empresas de pintura, señalan en sus sitios los servicios y cuotas básicas por m², con opciones con y sin pintura. También se hace mención a las marcas de pintura que se utilizan y en uno de los sitios se puede observar ejemplos del trabajo realizado. Uno de los sitios incorpora nuevas tecnologías como la utilización de drones para la supervisión del trabajo en sitios de difícil acceso o gran altura.

En cuanto a los servicios de plomería, se puede notar en varios de ellos el abuso de los mismos repositorios de imágenes, lo que resta credibilidad a las marcas al presentar una imagen ajena al servicio real proporcionado. En un par de páginas se encontraron fotografías del trabajo real y solo en una se mostraban videos de trabajos realizados. Los sitios contaban en general con un aspecto poco pulido para los estándares más recientes, quizá debido a la falta de actualización desde su creación.

Por último, en la categoría de tapicería se encontró que las empresas caen en vicios como la utilización de imágenes de stock, diseño muy básico de los sitios y poca información respecto a las empresas. Estos factores pueden interpretarse como informalidad por parte de las empresas e inhibir ventas potenciales.

En la actualidad, los sistemas operativos móviles más importantes son iOS y Android, tanto por el número de usuarios como por el volumen de transacciones llevadas a cabo a través de estas plataformas. Dentro de las tiendas de aplicaciones oficiales de las mismas se buscaron aplicaciones para las categorías previamente mencionadas, sin embargo, no se encontró aplicaciones dedicadas a todas las categorías. Las aplicaciones de servicio encontradas y sus características se describen en la tabla 4.

Tabla 4.

Aplicaciones móviles de servicios y sus características

Servicio	App	Plataforma	Características
Plomería	HogarExpertos	iOS/Android	<ul style="list-style-type: none"> • Permite el registro para proveedores o usuarios. • Además de este servicio, ofrece instalaciones, mantenimiento y emergencias. • Servicio urgente y programado. Se lee la ubicación del dispositivo, la confirma y se pueden dejar instrucciones más precisas.

			<ul style="list-style-type: none"> • Cuotas por diagnóstico de \$399 y \$199 para los servicios urgentes y programados respectivamente. Estas se abonan al total cotizado en caso de contratar el servicio de reparación. • No se muestra perfil del proveedor • Registro gratuito para usuarios • Tres niveles de membresías mensuales para proveedores de servicio: Básico (\$99), Black (\$399) y Black Premium (\$699). • Más que una app de servicios, se trata de un directorio comercial en el cual se puede seleccionar este y varios servicios para el hogar y personales, con perfiles en los que se puede ver la imagen del proveedor, una breve descripción y datos de contacto, así como la distancia a la ubicación que lee la app en el momento. • Registro gratuito para los usuarios, requiere de autenticación de cuenta vía SMS. • Cotiza servicios de reparación, instalación, mantenimiento o construcción. • Usuario define la urgencia de servicio, fechas y horarios del mismo, se le presenta opciones de profesionales para atender el mismo y decide con cuáles cotizar. • Aplicación principalmente para la contratación de limpieza del hogar, pero que puede incluir cuidado de niños y adultos. • Se hace un registro de perfil, se cotiza el servicio y puede ser desde una sola ocasión hasta empleos de planta. • Precios desde \$400 (cotizado una vez por semana, sin transporte y sin especificar dirección) hasta \$9500 (cotizado seis días por semana, sin transporte, sin especificar dirección, con cuidado de niños y adultos). • Pago en línea.
	AyFix	iOS/Android	
	Jelp	iOS/Android	
Niñera	Zolvers	iOS/Android	

Limpieza del hogar	Zolvers	iOS/Android	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia en varios países, se está implementando en otros servicios de plomería y electricidad. • Aplicación principalmente para la contratación de limpieza del hogar, pero que puede incluir cuidado de niños y adultos. • Se hace un registro de perfil, se cotiza el servicio y puede ser desde una sola ocasión hasta empleos de planta. • Precios desde \$400 (cotizado una vez por semana, sin transporte y sin especificar dirección) hasta \$9500 (cotizado seis días por semana, sin transporte, sin especificar dirección, con cuidado de niños y adultos). • Pago en línea. • Presencia en varios países, se está implementando en otros servicios de plomería y electricidad. • Contratación de personal y artículos de limpieza de forma ocasional o recurrente. No incluye cuidado de personas o mascotas. • Se hace un registro de perfil con domicilio y se puede cotizar el servicio solicitado. • Precios por hora ocasional de \$125 y hora recurrente (\$112.5) con un mínimo de cuatro horas de servicio. • Se especifica que lo que se compra es el tiempo, no la realización de tareas, por lo que es responsabilidad del usuario la carga de trabajo para optimizar el tiempo adquirido, dentro de este es posible asignar tantas tareas como tiempo haya disponible.
	Mi Dulce Hogar	iOS/Android	

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión.

Comenzando con el perfil del consumidor de aplicaciones móviles para servicios del hogar, se encontró que este reside principalmente en una casa habitación. El servicio que más necesita y con más frecuencia utiliza es el de plomería y pagó en promedio \$811.05 por cada ocasión de compra. Ubica a los competidores a través de sitios web propios y repositorios, ya que la oferta de aplicaciones es

mínima. Respecto al pago, prefiere utilizar la tarjeta de crédito, tiene un dispositivo con sistema operativo Android y perfil en Facebook.

Respecto a los servicios que reportó como necesidades principales se encuentran los de plomería, electricidad, cerrajería y limpieza. Los servicios que se contrataron con mayor frecuencia en el último año fueron plomería, limpieza y electricidad. El precio promedio de gasto por servicio varía en gran medida de acuerdo con los servicios contratados y la gama de trabajos y complejidades de los mismos. En la tabla 1 se presentaron los promedios de precios obtenidos a partir de la información proporcionada por los encuestados, las categorías con promedios más elevados fueron en primer lugar albañilería, seguido de carpintería y pintura.

Respecto a los competidores reportados por los consumidores, únicamente se identificó a Ay Fix como dentro de las aplicaciones para la prestación de servicios del hogar. Como parte de la investigación secundaria se analizó a aquellos competidores con presencia digital. En cuanto a los prestadores de servicio que ofrecen sus servicios a través del directorio seccionamarilla.com.mx, se encontró un amplio número de prestadores de servicio que aún utilizan el servicio, sin embargo, la plataforma no ofrece las mejores opciones de búsqueda ni filtros para refinar los resultados, por lo que puede complicar el uso por parte del cliente potencial. La categoría que arrojó mayores resultados fue la de estilista con 621 empresas y profesionales del ramo, mientras que la que contó con menos fue la categoría de niñera, con solo 22 registros.

En cuanto a los sitios web propios, se tomó en cuenta a los resultados más relevantes presentados por un motor de búsqueda. Dentro de todas las categorías se encontraban directorios similares a seccionamarilla.com.mx, sin embargo, se analizó a las empresas que contaban con un sitio propio. Los aspectos principales a resaltar de todas las categorías en general, son la utilización de imágenes de stock y plantillas genéricas. Se identificó a la agencia Aceleradora Digital de Negocios como proveedor de servicios de diseño web para varias de estas categorías, lo que resultaba en sitios muy similares y que pudieran terminar confundiendo al usuario al insinuar con el diseño una relación laboral entre empresas, la cual no existe.

En las categorías en las que se tiene contacto directo con la familia y los espacios de la vivienda se prestó una mayor atención hacia el diseño y herramientas del sitio. Como parte de buenas prácticas se señala en estos sitios aspectos como selección del personal, nombres, fotos, habilidades, comentarios y referencias al servicio prestado.

La muestra de aplicaciones de servicio disponibles en México es mucho más limitada en comparación a las que se encontró a través de las búsquedas web. Únicamente se encontró cinco aplicaciones, de las cuales una presentaba un directorio y no la posibilidad de contratar un servicio a través de la misma. De las otras cuatro, existen características similares como registro de usuario, cotización de servicio, programación de atención y pago en línea. Respecto al método de pago, el método preferido por los encuestados fue el pago a través de tarjeta de crédito. En los sitios y aplicaciones se encontró una amplia variedad de opciones de pago: efectivo, tarjetas, transferencias, pago en línea y cheque.

En cuanto al sistema operativo móvil, Android fue el preferido por los encuestados. Al analizar las apps encontradas, todas se encontraron tanto para Android como para iOS. Los usuarios reportaron utilizar en su mayoría las redes sociales Facebook, YouTube e Instagram. Analizando las aplicaciones principales mencionadas, resalta también el uso de WhatsApp, que también se considera una red social y además tenía una alta presencia como medio de contacto para los proveedores de servicio investigados.

Respecto a los servicios que los consumidores más esperarían para una app de servicio, las respuestas principales fueron: plomería, electricidad, cerrajería y limpieza. Los clientes encuestados se mostraron en su gran mayoría interesados por poder contratar servicios para el hogar a través de una aplicación, además de encontrarse dispuestos a utilizar medios digitales para realizar pagos. Se encontró muy poca competencia en este ámbito y no existe de momento una aplicación que cubra la totalidad de los servicios investigados.

Respondiendo al objetivo general del presente documento, existe un alto nivel de aceptación para una aplicación de servicios en la Ciudad de México, considerando la demanda que presentan estos, así como el tamaño de la población, el acceso a los medios digitales y la baja presencia de competencia en el mercado, sumado al interés de compra por parte de los consumidores meta.

Con respecto a los alcances de la presente investigación, se recomienda ampliar la consulta con los prestadores de servicio respecto a la intención de ofrecer los servicios a través de una aplicación. Esto será de suma importancia ya que sin la presencia de este personal no habrá una gran oferta de servicio. Además de la disposición, se deberá explorar los métodos de monetización y la disposición de los prestadores de servicio respecto a los mismos. Entre los métodos más comunes se encuentran las membresías de suscripción por intervalos de tiempo y las comisiones por contratación de servicio.

Será importante contemplar una evaluación preliminar de los prestadores de servicio, así como solicitar documentos que pueden incrementar la percepción de seguridad para el usuario como análisis toxicológicos, certificados de antecedentes no penales, certificados de vacunación, entre otros. Otro aspecto importante a tomar en cuenta para el lanzamiento de la aplicación será el conjunto de servicios a ofrecer a través de la aplicación. Será necesario considerar las expectativas del usuario y realizar una implementación gradual de los servicios disponibles, de modo que esto permita realizar pruebas y ensayos con todos los aspectos de la aplicación. Al realizar el lanzamiento de este tipo, resulta más ágil para la empresa el pivotar su concepto y oferta, aprovechando la retroalimentación de los clientes.

La aplicación debería además mostrar imágenes actualizadas del personal, así como dotarlos de identidad corporativa. En México, han resultado también muy exitosas las adaptaciones de pago en efectivo, por lo que también pudiera ser una opción a explorar, sin embargo, con el pago digital se garantiza la cuota que recibe la empresa y se ha convertido en un método más común que antes. Otra forma de pago a considerar es el pago a través de tiendas de conveniencia y las nuevas plataformas de pago digital. En México existen grandes cadenas de tiendas de conveniencia como Oxxo y Circle K a través de las cuales plataformas como Amazon han logrado superar la barrera del pago, acercándose a clientes sin acceso o con dudas respecto a los pagos digitales. Respecto a las nuevas formas de

pago digital, si bien PayPal es una de las procesadoras de pago más conocidas del mundo, existen alternativas mexicanas como Kueski Pay que se han colocado en la mente del consumidor a través de su participación en promociones nacionales como el Hot Sale y el Buen Fin.

Referencias.

Asociación Mexicana de Venta Online (2020). Reporte 1.0 Impacto Covid-19 en Venta Online México. <https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-1-impacto-covid-19-en-venta-online-mexico/>

Asociación Mexicana de Venta Online (2020). Reporte 1.0 Impacto Covid-19 en Venta Online México. <https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-1-impacto-covid-19-en-venta-online-mexico/>

Siuhi, S. & Mwakalonge, J. (2016). Opportunities and challenges of smart mobile applications in transportation. Journal of Traffic and Transportation Engineering (English Edition). 3. 10.1016/j.jtte.2016.11.001.

Wearesocial y Hootsuite (2022). Digital 2022 Global Overview Report. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-global-overview-report-january-2022-v05>