



**UNIVERSIDAD
MARCELINO CHAMPAGNAT**
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO PARA UNA PLATAFORMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTACTO DE FREELANCERS

Para optar el título profesional de

CONTADOR PÚBLICO

Autor (a)

VÁSQUEZ DELGADO, ANA BELÉN

Asesor (a)

Mg. RIVERA VÁSQUEZ, Gustavo

ORCID: 000-0002-1723-4618

Lima-Perú

2024

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mi madre y mis hermanas que estuvieron apoyándome en cada proceso de estudios, por enseñarme el valor de la vida, y los innumerables consejos que me sirvieron de bien para construirme como persona, también gracias por enseñarme que a pesar de las adversidades puedo lograr mis objetivos.

Agradecimientos

Agradecida con Dios, que no ha permitido rendirme a pesar de las dificultades y el desaliento, por bendecirme en cada uno de mis pasos. También por el gran apoyo de mi Universidad, y de mis asesores que con cada uno de sus correcciones y enseñanzas fueron de bien para crecer profesionalmente.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

PAT - 2024

Nombres:

Ana Belén

Apellidos:

Vásquez Delgado

Ciclo:

X

Código UMCH:

72653861

N° DNI:

72653861

CONFIRMO QUE,

Soy el autor del trabajo realizado y que es la versión final la que se ha entregado a la oficina del Decanato. El trabajo de suficiencia profesional es original, no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional. Ha sido realizado bajo la asesoría del Magister Gustavo Rivera Vásquez.

He citado debidamente las palabras o ideas de otras personas, ya se hayan expresado estas de forma escrita, oral o visual. Asumo la responsabilidad de cualquier error/omisión que pudiera haber en el presente trabajo.

Surco, 15 de noviembre de 2024



Firma



UNIVERSIDAD MARCELINO CHAMPAGNAT
Facultad de Administración y Contabilidad

ACTA DE SUSTENTACIÓN PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA TITULACIÓN - PAT

Ante el Jurado conformado por los docentes:

PRESIDENTA : Dra. Mónica Cecilia AGUIRRE GARAYAR
VOCAL : Mg. César SAN MIGUEL TRAVERSO
SECRETARIO: Mg. Julio César AQUJE MILANTA

Ana Belen VASQUEZ DELGADO, Bachiller en ADMINISTRACIÓN, ha sustentado su Trabajo Académico de Suficiencia Profesional, titulado “Plan de negocio para la implementación de una plataforma digital de búsqueda y contacto de freelancers.”, para obtener el Título Profesional de ADMINISTRADOR.

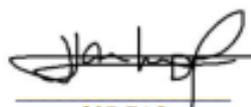
El Jurado después de haber deliberado sobre la calidad de la sustentación y del Trabajo Académico de Suficiencia Profesional, acordó declarar a la Bachiller en ADMINISTRACIÓN:

CÓDIGO	APELLIDOS Y NOMBRES	RESULTADO
72653861	VASQUEZ DELGADO, Ana Belen	APROBADO POR MAYORÍA

Concluido el acto de sustentación, la Presidenta del Jurado levantó la Sesión Académica.

Santiago de Surco, 13 de diciembre de 2024


PRESIDENTA


VOCAL


SECRETARIO

Índice

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Resumen Ejecutivo	9
ABSTRACT	10
1. Marco Conceptual	11
1.1. Antecedentes	11
1.2. Contexto del Mercado	12
1.3. Marco Legal	15
1.4. Bases teóricas y definiciones	16
2. Oportunidad y Justificación	18
2.1. Oportunidad	18
2.2. Justificación Práctica	19
3. Modelo de Negocio	19
3.1. Segmento de clientes	19
3.2. Propuesta de valor	20
3.3. Canales	20
3.4. Relación con el cliente	21
3.5. Flujo de ingresos	21
3.6. Recursos clave	22
3.7. Actividades clave	22
3.8. Alianzas o socios clave	23
3.9. Estructura de costos	23
3.10. Lienzo Canvas	24
4. Factores críticos de éxito	25
4.1. Del mercado	25
4.2. Del entorno	26
4.3. Operativos y de gobernanza	27
5. Componentes estratégicos	28
6. Objetivos	29
6.1. Objetivo general	29
6.2. Objetivos específicos	29
7. Aspectos societarios	30
7.1. Aspectos Societarios	30
7.2. Aspectos tributarios	31
7.3. Régimen laboral	34
8. Conocimiento del mercado	36
8.1. Análisis del mercado	36
8.1.1. Análisis PESTEL	36
8.1.2. Cinco fuerzas de Porter	50

8.1.3. Dimensionamiento del mercado	53
8.2. Investigación del mercado	57
8.2.1. Objetivos del estudio	57
8.2.2. Diseño metodológico del estudio	58
8.2.3. Muestra para las encuestas	58
8.2.4. Hallazgos y limitaciones del estudio	60
8.2.5. Conclusiones de investigación	63
8.3. Propuesta estratégica del Modelo de Negocio	64
8.3.1. Estrategia del marketing mix	64
8.3.2. Estrategia de posicionamiento	95
8.3.3. Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI)	97
9. Operaciones	98
9.1. Mapa de procesos	98
9.2. Definición de estándares de calidad	102
9.3. Gestión de recursos humanos	104
10. Plan de implementación	123
10.1. Descripción de tareas	123
10.2. Cronograma de tareas	125
11. Valorización de la propuesta	126
11.1. Presupuesto de ventas	126
11.2. Presupuesto de gastos operativos	129
11.3. Punto de equilibrio	130
11.4. Cálculo del WACC	131
11.5. Flujo de caja libre	132
11.6. Escenarios	133
11.7. VAN, TIR	133
Conclusiones	134
Recomendaciones	135
Referencias	136
Anexos	146

Índice de tablas

Tabla 1	24
Tabla 2	53
Tabla 3	54
Tabla 4	55
Tabla 5	56
Tabla 6	56
Tabla 7	59
Tabla 8	51
Tabla 9	73
Tabla 10	78
Tabla 11	79
Tabla 12	80
Tabla 13	82
Tabla 14	97
Tabla 15	103
Tabla 16	103
Tabla 17	104
Tabla 18	105
Tabla 19	106
Tabla 20	108
Tabla 21	111
Tabla 22	113
Tabla 23	116
Tabla 24	119
Tabla 25	121
Tabla 26	125
Tabla 27	126
Tabla 28	127
Tabla 29	127
Tabla 30	129
Tabla 31	129
Tabla 32	130
Tabla 33	131
Tabla 34	132
Tabla 35	133
Tabla 36	133

Índice de Figuras

Figura 1	13
Figura 2	14
Figura 3	30
Figura 4	32
Figura 5	33
Figura 6	35
Figura 7	38
Figura 8	40
Figura 9	41
Figura 10	41
Figura 11	42
Figura 12	42
Figura 13	43
Figura 14	45
Figura 15	65
Figura 16	69
Figura 17	72
Figura 18	75
Figura 19	75
Figura 20	81
Figura 21	83
Figura 22	83
Figura 23	84
Figura 24	85
Figura 25	86
Figura 26	86
Figura 27	88
Figura 28	88
Figura 29	89
Figura 30	91
Figura 31	93
Figura 32	98
Figura 33	100
Figura 34	100
Figura 35	101
Figura 36	104
Figura 37	120

Resumen Ejecutivo

En la actualidad el porcentaje de desempleo ha venido aumentando, a raíz de la llegada del covid-19 muchos profesionales quedaron sin trabajo sobre todo los jóvenes. Esta situación de pérdida de empleo y cambios en el panorama laboral ha suscitado un creciente interés en el trabajo freelance, el cual beneficia tanto a profesionales como a empresarios. Los beneficios que incentivan a las empresas a optar por estos servicios son: Reducción de costos, flexibilidad de horarios, inmediatez, experiencia, y expertos específicos.

En este punto aparece FREE-WORK una plataforma virtual dirigida a hombres y mujeres profesionales entre 20 y más de 50 años de edad, especialistas en diversas ramas, con un amplio mercado en Lima Metropolitana. Esta plataforma está dirigida a profesionales recién egresados ya que existe escasez de oportunidades laborales para jóvenes a nivel nacional el cual se debe a falta de experiencia, bajos salarios y distancia del trabajo. También amas de casa que son profesionales y que por diversas razones no pueden trabajar, jubilados experimentados, y en general a cualquier profesional que quiera trabajar de manera independiente.

Este proyecto requiere inversión inicial de S/52,085.00, el cual 60% serán cubiertos por recursos propios de accionistas y el 40% con préstamos de terceros. En el análisis financiero, se obtiene un resultado del VAN de S/156.701 y una TIR 59%, teniendo ganancias desde el primer año de funcionamiento. Además, dentro de ese trabajo se han visto aspectos como modelo de negocio Canvas, factores críticos, elementos estratégicos, los objetivos de desarrollo del negocio, y la investigación del mercado, entre otros.

ABSTRACT

Currently the unemployment percentage has been increasing, as a result of the arrival of covid-19, many professionals were left without work, especially young people. It is precisely this context of job loss and new forms of work that has led many people to become interested in self-employment, which benefits both professionals and entrepreneurs. The benefits that encourage companies to opt for these services are: Cost reduction, flexible schedules, immediacy, experience and specific experts.

At this point, FREE-WORK appears, a virtual platform aimed at professional men and women between 20 and more than 50 years of age, specialists in various branches, with a wide geographic market throughout Lima Metropolitana. This platform is aimed at recently graduated professionals since there is a shortage of job opportunities for young people nationwide which is due to lack of experience, low salaries and distance from work. Also housewives who are professionals and who for various reasons cannot work, experienced retirees, and in general any professional who wants to work independently.

This project requires an initial investment of S/52,085.00, of which 60% will be covered with the shareholders' own resources and 40% with loans from third parties. In the financial analysis, a NPV result of S/156.701 and an IRR of 59% is obtained, having profits from the first year of operation. Furthermore, within this work aspects such as the Canvas business model, critical factors, strategic elements, business development objectives and market research, among others, have been seen.

1. Marco Conceptual

1.1. Antecedentes

1.1.1. Antecedentes internacionales.

Riveros & Ortiz (2021). Diseñó “Plan de negocio para la creación de una plataforma digital denominada SOLVER” desarrollada en Colombia para gestionar un sitio web permitiendo a un cliente seleccionar de una red de Freelancer la mejor opción para llevar a cabo sus ideas o trabajos eficazmente y eficientemente. Los autores concluyeron que su proyecto es viable con un 25% de tasa mínima de rentabilidad, con un VAN económico y financiero de 193,7 millones y un TIR de 61,59%.

Kahl D. (2022) con su trabajo “Mento: Un marketplace de mentores” que es una plataforma donde freelances y empresas puedan acceder a un catálogo de mentores donde interactúen en temas de transformación digital, tales como marketing digital, implementación de softwares, inteligencia artificial, análisis de datos, ciberseguridad, sistemas de gestión, entre otros.

Según el análisis financiero, se determina que la inversión inicial requerida para llevar a cabo el proyecto es de \$570,000 dólares. Calculado con financiamiento, se muestra un VAN positivo de \$14.266.76 y una TIR de 25,3% y el 4to año se estima la recuperación de la inversión.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

Cantinet, N.; Calle, K.; Cisneros, N.; Flores, E. & Hidalgo J. (2021). “CONNECTA-DOS: Plataforma Freelance. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas”. En su investigación para obtener el grado de bachiller tanto en Administración y Marketing como Administración de Negocios Internacionales, llevaron a cabo un proyecto que propone la implementación de una

plataforma en línea con presencia en redes sociales que servirá como intermediario entre la oferta de los freelancers y la demanda, enfocándose en el público de Lima Metropolitana.

La plataforma CONECTA-DOS es viable en términos económicos-financieros, obteniendo un resultado del VAN de 26,184.85 soles y un TIR de 127%, además el resultado del Payback es de 1.38, que significa que el retorno de la inversión será aproximadamente en un año y 5 meses.

Gleiser. Y.; Laos K.; Olivares A. Pomar D. & Sevilla R. (2021) en su trabajo “PLAN DE NEGOCIO: CONSULTAONLINE.COM” para optar al grado académico de Magíster en Administración. El objetivo de este proyecto es establecer un mercado digital que facilite la conexión entre asesores y empresas que requieran asesoría digital de manera eficiente y confiable, con sede en la ciudad de Lima.

La evaluación de la planificación financiera confirmó la viabilidad del proyecto, utilizando herramientas como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Se determinó que el VAN y TIR serán de S/ 1.409.414 y 44,78%, respectivamente.

1.2. Contexto del Mercado

En latino América según un estudio realizado por ManpowerGroup (2022) sobre Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes, el cual fueron encuestados jóvenes entre 18 y 29 años. La investigación presenta un listado de los países donde le es difícil a los jóvenes conseguir trabajo, El Salvador es quien lidera esta lista con un 91%, seguida por Costa Rica 88%, Paraguay 87%, Argentina 86%, Colombia y Ecuador ambas con 85%, seguido por Perú con un 81%, y quienes se encuentran por debajo de esta cifra es Honduras 56% y Chile con el 44%.

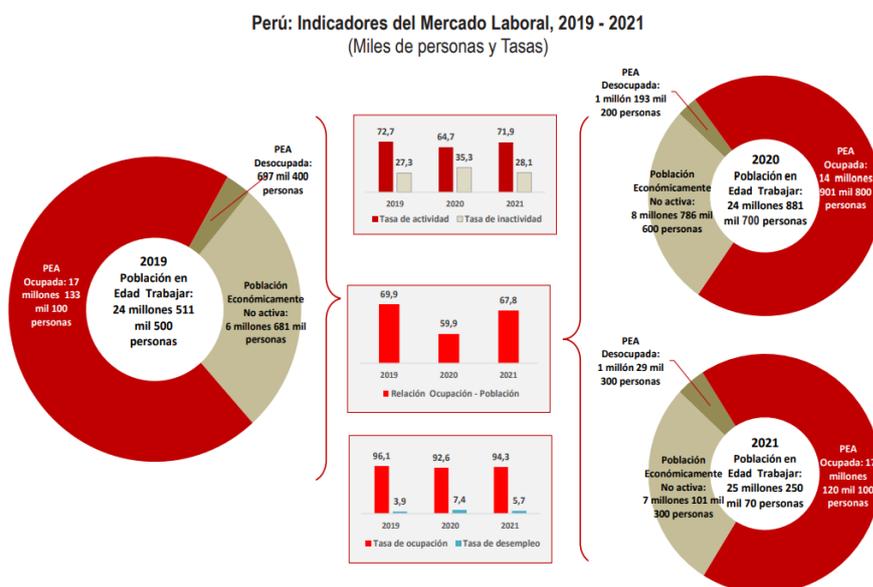
El estudio también señala que la razón por la que los jóvenes no consiguen trabajo es por tres principales razones que es por falta de experiencia 33% , bajo sueldo 19% y distancia al trabajo 13%.

Sin embargo, la encuesta antes mencionada también se le encuestó a más de 300 empleadores, el cual según el resultado las áreas con más vacantes para trabajar son todas las áreas pero las más solicitadas son las áreas Administrativas y Financieras 43%, seguidas por Comercial, Marketing y Ventas 16%.

Según la (INEI, 2022) en los últimos años las tasas de desempleo ha ido variando considerablemente, desde el año 2019 con una tasa de 3.9% y el año 2020 con un máximo de 7.4%, afectando especialmente a los jóvenes de 14 a 24 años (19,9%). A partir de 2021, este porcentaje ha comenzado a disminuir en (5,7%), seguido por el año 2022 situándose por 4,7%, pero a pesar de estas mejoras la tasa de desempleo se mantiene por encima de los niveles pre pandemia (2019).

Figura 1

Indicadores del Mercado Laboral, 2019-2021.



Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Perú: Evolución de los indicadores de empleo e ingreso por departamento, 2007-2021.

Figura 2

Perú: evolución de la tasa de desempleo, en el periodo 2007-2022 (porcentaje de la PEA).



Nota: “Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingresos por Departamento, 2007-2021 (INEI, 2022)” e “Indicadores del Mercado Laboral a nivel departamental y de principales ciudades, 2022: Principales resultados de la Encuesta Permanente de Empleo Nacional – EPEN (INEI, 2023)”

Según un estudio realizado por (Payoneer, 2022) el cual se basó en una encuesta dirigida a más de 2000 freelancers de diversos países incluido latinoamérica. El mercado laboral de los Freelance en los 2 últimos años ha aumentado a raíz de la pandemia del COVID 19, el cual señalan que la demanda ha aumentado a más del 30% y el 45% especifican que sus servicios se han mantenido constantemente. Pero las áreas más solicitadas fueron finanzas,

programación y marketing. Además que esta nueva forma de trabajo en línea ha permitido a muchos freelancers conseguir un trabajo 71%.

Mientras que a nivel nacional el mercado de los freelancers ha aumentado luego del inicio de la pandemia ya que cerca de 90.000 peruanos se registraron en la conocida plataforma de Workana, en donde los servicios más requeridos son las áreas de diseño, multimedia, tecnología y programación ((El Comercio, 2020).

1.3. Marco Legal

Trabajo:

- Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30036, Ley que regula el teletrabajo.
- Ley N° 1046/2021-CR y N° 1292/2021-CR Ley que regula el Teletrabajo. El cual es una modalidad especial de prestación de servicios que se basa en la utilización de plataformas virtuales para realizar el trabajo sin la presencia física del colaborador en el centro de labores.

Protección de Datos Personales:

- Ley N° 29733 - Ley de Protección de Datos Personales.
- Decreto Supremo N.º 003-2013-JUS - Reglamento de la Ley N.º 29733, tiene el objeto de garantizar el derecho fundamental a la protección de los datos personales.

Tecnología:

- Ley N° 27267 - Ley de Centros de Innovación Tecnológica, trata sobre lineamientos para la creación, desarrollo y gestión de Centro de Innovación Tecnológica.

- Ley N° 27309 - Ley que incorpora los Delitos Informáticos al Código Penal, trata sobre la utilización indebida de una base de datos, así como sus sanciones y exoneraciones.
- Ley 27269 y sus modificatorias – Código de Protección y Defensa del Consumidor
- Ley N° 29733 Ley de Protección de Datos Personales y sus reglamentos
- Ley N° 27291 Ley que reforma el Código Civil y permite medios electrónicos para la expresión de testamentos y el uso de firmas electrónicas.

Operatividad:

Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que los establecimientos de comercio deben contar con un libro de requisitos en forma física o virtual, y el reglamento establece condiciones, requisitos y demás distinciones para cumplir con la obligación a que se refiere el artículo antes mencionado.

1.4. Bases teóricas y definiciones

1.4.1. Bases teóricas

Business Model Canvas:

Es una herramienta para identificar los aspectos esenciales y plasmar en un lienzo las ideas emprendedoras del negocio. Es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor (Osterwalder, 2004).

Focus Group:

Es un grupo seleccionado de personas que reúne el investigador con el objetivo de debatir y comentar en base a su experiencia sobre un tema específico que está en investigación. Powell, Single & Loyd (1996).

Cinco fuerzas de porter:

Desarrollado por Michael E. Porter (1979) el cual ayuda analizar el nivel de competencia de un determinado sector para que las empresas establezcan estrategias y puedan afrontarlas.

WACC:

El coste medio ponderado del capital (en inglés Weighted average cost of capital) es simplemente la tasa de descuento para saber la viabilidad de un proyecto. Según ESAN (2019) WACC se utiliza cuando la financiación del proyecto se ve facilitada por el endeudamiento del capital y recursos de la empresa.

1.4.2. Definiciones**Freelancer:**

Se caracteriza por ser un trabajo en el cual las personas y/o profesionales brindan sus servicios a diversos usuarios de manera remota, es decir, el empleado realiza su trabajo de manera autónoma o independiente, sin restringir la barrera entre países que requieran de sus servicios (Gerencie.com, 2017).

Plataforma virtual:

La plataforma virtual es "un amplio rango de aplicaciones informáticas instaladas en un servidor cuya función es la de facilitar al profesorado la creación, administración, gestión y distribución de cursos a través de Internet" (Sánchez, 2009).

(Giraldo, V., 2019) La define como, espacios en internet que facilitan la utilización de diversos programas y aplicativos que ayudan a cubrir distintas necesidades, el cual se caracterizan por la utilización de menor recurso y además que cuentan con numerosas funciones para ayudar a solucionar diversos problemas.

2. Oportunidad y Justificación

A continuación se presentan las oportunidades para el avance de esta propuesta empresarial, y las justificaciones de la misma.

2.1. Oportunidad

Debido a la pandemia del covid-19, muchos sectores se vieron afectados, sobre todo el laboral que a raíz de ello trajo consigo la adopción de trabajos remotos, y además muchas personas se quedaron sin empleo provocando que muchas personas busquen trabajo de manera independiente. Según un estudio realizado por la ISIL (2020) sobre el “Futuro del trabajo en el Perú: tendencias y desafíos”, el cual fue encuestado a 809 empleados peruanos, el resultado resalta que el 25% trabaja como freelancer o planea hacerlo y el 60% planea iniciar un emprendimiento (Workana, 2018).

En este contexto de despidos y transformaciones laborales, ha surgido un creciente interés por el trabajo freelance, donde las personas optan por ofrecer sus servicios de manera independiente para mantener sus ingresos y para que las empresas encuentren una fuente de talento flexible. De ahora en adelante, se empleará el término "talento flexible", como lo sugiere Piera (2015), para referirse a aquellos profesionales independientes que no mantienen un contrato a largo plazo con sus empleadores y que pueden adaptarse rápidamente a las necesidades específicas, independientemente de la ubicación física o la proximidad al lugar de trabajo.

Entre los factores que incentivan a las empresas a optar por los servicios de trabajadores independientes, se destacan las siguientes ventajas: i) Reducción de costos, ya que al contratar expertos para un proyecto concreto, significa ahorro en capacitación e incluso del espacio físico de trabajo, ii) Flexibilidad de horarios, un freelance puede ser alguien que hace el trabajo de la

empresa cuando los demás están en descanso, por la noche o los fines de semana.
iii) Inmediatez, iv) Experiencia, y expertos específicos.

2.2. Justificación Práctica

Cada día las empresas prefieren contratar freelance porque para estos contratar freelancers es tercerizar un servicio, por tanto representa la reducción de costos (Diario Gestión, 03 de junio 2020).

Actualmente existen diversas páginas que ofrecen estos servicios que conectan a empresas y freelancers a nivel mundial, como workana, UpWork y Fiverr, que se diferencian por su modelo de negocio y nichos distintos de mercado, y al captar una gran demanda estas no tienen la capacidad para solucionar los diferentes problemas que presenta sus plataformas, los usuarios no tienen una respuesta rápida a sus reclamos por eso que se puede observar que los usuarios realizan comentarios negativos hechos en su Apps y redes sociales.

3. Modelo de Negocio

3.1. Segmento de clientes

Hombres y mujeres profesionales entre 20 y 65 años de edad. Según un blog publicado por (Workana, 2019), cerca del 65% de los freelancers tienen entre 21 y 40 años, y el 30% tienen más de 40 años.

Además se considera a profesionales freelance que ofrecen sus servicios conectándose con potenciales clientes, como empresas Pymes, emprendedores entre otros, que requieran contratar un servicio

Se toma en cuenta a todo Lima Metropolitana para tener una amplio portafolio de usuarios y/o clientes, y freelancers dispuestos a ofrecer sus servicios profesionales, con la posibilidad de ampliar la plataforma a futuro a nivel nacional.

Los usuarios por lo general tienen un estilo de vida sofisticado porque son profesionales más modernos e instruidos que se podrían adaptar a esta forma de trabajo; también son progresistas y modernos porque son emprendedores que buscan surgir económicamente.

3.2. Propuesta de valor

Diseñar una plataforma que facilite el contacto entre emprendedores y freelancers, brindando accesibilidad de empleo, donde el freelancer decide cuánto cobrar por cada trabajo realizado. El usuario puede escoger libremente el precio y los diversos freelancers que ofrecen los mismos servicios.

Ofrecer seguridad con el tema de incumplimiento tanto para los usuarios que son las empresas que buscan contratar un servicio de un profesional en línea, como para los freelancers.

Además de ello el cliente en caso lo requiera tendrá la opción de tener un asesor que le guíe en todo el proceso del servicio, para una mayor personalización, para asegurar la satisfacción del cliente con el servicio realizado.

3.3. Canales

La plataforma se dará a conocer mediante redes sociales, linkedin, web promocionando distintos post para cada segmento y atención telefónica para atender a las consultas o las dificultades que puedan tener los usuarios, y así también poder llegar de manera efectiva a los clientes potenciales y/o empresas.

3.4. Relación con el cliente

La plataforma se centrará en establecer una sólida conexión con el cliente o usuario, brindándoles asistencia personalizada de forma remota para resolver sus diversas consultas individuales.

Los Freelancer podrán hacer consultas rápidas, y reclamos, disponiendo de atención al cliente vía teléfono, WhatsApp, correo electrónico y redes sociales (Instagram, Facebook y LinkedIn). Para así lograr la fidelización del cliente, el cual se centrará en garantizar la seguridad y protección del consumidor, así como en ofrecer promociones exclusivas. Además, los Freelancers tendrán la oportunidad de compartir sus vivencias y testimonios sobre la plataforma dentro de un espacio dedicado para ello.

Respecto a las partes interesadas que son los usuarios empresas podrán tener acceso a la calificación a través de puntuaciones y comentarios del servicio que reciba de cualquier Freelancer. La interacción con los clientes se gestionará a través de la plataforma, las redes sociales, diarios y los medios de comunicación, ya que los usuarios y empresas están constantemente en búsqueda de información y gracias a estos canales se promocionarán estos servicios.

Cabe recalcar que las estrategias de experiencias del cliente se verán a detalle en el Marketing/Producto.

3.5. Flujo de ingresos

El principal ingreso de la empresa será el cobro de suscripción mensual por usar la plataforma, teniendo en cuenta 3 tipos de suscripciones: Plan Básico, plan profesional y plan premium.

Se ofrecen modalidades de pago en línea a través de tarjetas de débito/crédito Visa, así como mediante plataformas de pago como Paypal, PagoEfectivo y Niubiz.

3.6. Recursos clave

Para ejecutar las actividades de este proyecto, se requiere de lo siguiente:

Recursos humanos:

Administrativos, dedicados a la planificación, organización, dirección y control de las distintas áreas del proyecto, manteniendo el enfoque en los objetivos establecidos.

El equipo comercial y marketing, se encarga de la exposición de los servicios, su alcance y llegada al público, además de desarrollar estrategias de promoción u ofertas a través de medios digitales.

Personal de staff de atención al cliente, estará encargado de ofrecer a los usuarios información y asistencia con respecto a los servicios proporcionados por la empresa. Asimismo, gestionará las quejas, reclamaciones y sugerencias que puedan surgir.

Recursos físicos:

Se necesitará una oficina administrativa para la gestión de la empresa, además de brindarle una asistencia a los clientes, para ellos se requiere de: local, computadoras y útiles de oficina, etc.

Recursos Económicos: Capital aportado por los Socios y el préstamo bancario.

3.7. Actividades clave

Crear y mantener la plataforma web es crucial, dado que el uso de plataformas digitales es fundamental para los usuarios, quienes esperan una experiencia sin contratiempos al interactuar con ella.

La ejecución de un plan de marketing funcionará como una guía estratégica para la empresa, estableciendo estrategias, analizando el perfil de los competidores, evaluando la participación en el mercado y determinando metas a alcanzar.

En la plataforma el cliente calificará el trabajo que realice cada freelancer, el cual se le hará un seguimiento de las calificaciones de los proyectos realizados, para así de esa manera buscar mejorar.

Brindar acceso gratis por un mes a los nuevos usuarios freelancer, jóvenes recién egresados de las universidades que busquen tener una oportunidad laboral como primeras experiencias, y que puedan ir adaptándose a la plataforma, esto es como parte de la responsabilidad social de este negocio, y como parte de ello podrán tener acceso a manuales de uso de dicha plataforma web.

3.8. Alianzas o socios clave

Contaremos como socios a empresas interesadas en contratar los servicios de los freelancer suscritos, ellos serán parte de nuestra idea de negocio, el rol de las empresas es tener a esta plataforma como un socio aliado, donde puedan suscribirse de manera gratuita para publicar anuncios laborales para trabajos específicos y contratar cualquier freelancer disponible de acuerdo a sus necesidades.

Además, están los diseñadores web responsables de elaborar la plataforma, los expertos en publicidad en redes sociales que generarán diversos anuncios para atraer a nuevos clientes.

3.9. Estructura de costos

Los gastos necesarios para iniciar el proyecto son los siguientes:

Para poner en marcha este negocio se necesita de inversión inicial, siendo los principales recursos los activos fijos tangibles e intangibles, la plataforma web, la marca, muebles y equipos de oficina.

Gastos variables: Gastos de Ventas (comisión por ventas). No se ha tomado en cuenta los gastos de comisión de la pasarela de pagos, porque será asumido directamente por los Freelancers.

Gastos fijos, gastos de administración (salarios del personal, de oficina) y gastos operativos (dominio, alojamiento web, certificado SSL, servidores en la nube) y marketing y publicidad.

3.10. Lienzo Canvas

Tabla 1

Lienzo CANVAS

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> ● Empresas en general y/o gremios empresariales ● Diseñadores web y desarrolladores publicitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantenimiento de la plataforma digital ● Implementar plan de marketing ● Seguimiento de las calificaciones de los proyectos realizados. ● Dar acceso gratis por un mes a los nuevos Freelancer. 	<p>Una plataforma virtual que facilite el contacto entre empresas y freelancers especializados en distintas ramas (marketing, publicidad, consultas legales, tributarias, contables, etc.)</p> <p>Ofrecer seguridad en el cumplimiento tanto del servicio como del pago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se mantendrá la relación por interacción mediante la plataforma captando talento flexible para crear comunidad de usuarios en línea. ● Soporte a freelancers y usuarios de servicio ● Los usuarios califican el servicio a través de la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hombres y mujeres de entre 20 y 65 años de edad, especialistas en diversas ramas. ● Profesionales independientes que quieran ofrecer sus servicios. ● Usuarios: PYMES, emprendedores y empresas que busquen servicios
	Recursos clave		Canales	

	<ul style="list-style-type: none"> ● Recursos humanos ● Recursos físicos ● Freelancers capacitados ● Recursos tecnológicos (hardware y software) para diseñar la plataforma digital. ● Recursos económicos 	Además el cliente en caso lo requiera tendrá la opción de tener un asesor comercial que le guíe en todo el proceso del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma web ● Redes sociales ● Call center ● LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> freelancers. ● Usuarios con estilos de vida sofisticados, progresistas y modernas. ● Geográfico: Lima Metropolitana
Estructura de costos			Fuente de ingreso	
<ul style="list-style-type: none"> ● Inversión Inicial: Desarrollo de la plataforma web, muebles y equipos de oficina ● Gastos variables: Comisiones por ventas ● Gastos fijos: Mantenimiento de la plataforma (dominio, certificado de seguridad, hosting) Publicidad y marketing Gastos de personal Alquiler de oficina Servicios públicos: (Agua, luz e internet) Materiales de limpieza y oficina 			<ul style="list-style-type: none"> ● Cobro por suscripción mensual a Freelancer 	

Nota: Elaboración propia

4. Factores críticos de éxito

4.1. Del mercado

Tecnología e innovación:

La innovación en el modelo de negocios es esencial para la supervivencia en el mercado, especialmente en la era post-pandémica, donde muchas empresas han tenido que adaptarse para hacer frente a desafíos económicos y demandas cambiantes de los clientes. Un enfoque innovador puede permitir a los emprendedores anticipar las tendencias del mercado y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

Según un estudio de PA Consulting Group (como se cita en La República et al., 2022), afirma que el 66% de las empresas están en riesgo de no sobrevivir sin innovación, y la mayoría (76%) no se siente completamente segura de poseer las habilidades necesarias para fomentarla. Además, una de cada tres empresas aún no ha implementado cambios significativos en su estrategia de innovación.

La innovación en el modelo de negocios también puede aprovechar la tecnología para mejorar la eficiencia del servicio que se ofrece, reducir costos y tiempo, promover la sostenibilidad y anticiparse a los desafíos futuros.

Por último, la innovación en la atención al cliente se ha vuelto aún más crucial después de la pandemia, ya que los consumidores demandan un contacto más directo y continuo con las marcas. Es fundamental invertir en diversos canales de comunicación y fortalecer la relación con los clientes.

4.2. Del entorno

Empleo: La creación de empleo brinda a las personas los recursos necesarios para escapar de la pobreza, lo cual contribuye a una mayor estabilidad económica y social en nuestra nación. El desafío del desempleo es significativo, con más de un millón de personas desempleadas a nivel nacional (5.9%), mayoritariamente mujeres, están fuera de la fuerza laboral, incluyendo una proporción notable de jóvenes, lo que representa el 11.5% de la población desempleada. (INEI, 2023).

El desempleo no solo repercute considerablemente en la vida de aquellos que luchan por encontrar empleo, sino que también impacta negativamente en la economía en su totalidad. La disminución del desempleo es esencial para impulsar un crecimiento económico sostenido y mejorar el bienestar general de nuestro país. Cuando una nación logra reducir notablemente

su tasa de desempleo y alcanza récords de empleo, esto representa un logro de gran importancia con múltiples ventajas para la sociedad.

Además, la reducción del desempleo actúa como un motor para el crecimiento económico. Cuando más personas encuentran empleo, aumenta la demanda de bienes y servicios, lo que a su vez impulsa la producción y la inversión. Los trabajadores disponen de ingresos para gastar, lo que estimula la actividad económica y promueve la creación de nuevos puestos de trabajo. Asimismo, la disminución del desempleo implica que más individuos contribuyen al sistema de Seguridad Social, lo que ayuda a financiar programas gubernamentales y reduce la carga fiscal para el Estado.

4.3. Operativos y de gobernanza

Estrategias de publicidad: este elemento es indispensable para competir en el mercado, posicionar la marca y atraer más clientes, fijando un presupuesto promocional, para luego diseñar todo tipo de campañas para dar a conocer al público objetivo el servicio que se ofrece en esta propuesta.

Seguridad de los clientes: es esencial debido a la información personal que comparten (freelancers/empresas), lo que implica garantizar la seguridad de los datos de los usuarios. Además, se deben tomar precauciones con respecto a las opciones de pago para prevenir robos o fraudes.

Seguimiento de las calificaciones de los proyectos realizados: dentro de la plataforma habrá un espacio de retroalimentación, donde al final del servicio ambas partes se califiquen. Es por ello, que es esencial realizar seguimientos de los comentarios, ayudarán a entender si los resultados del trabajo son buenos. Existe un riesgo alto, al no haber una validación del profesional, de la parte académica ni del desempeño del servicio, por lo que los

comentarios y/o encuestas del servicio son relevantes para generar confianza y poder evaluar las posibilidades de mejora constante.

5. Componentes estratégicos

5.1. Visión

A los 5 años de funcionamiento lograr ser la primera plataforma digital líder en Lima Metropolitana, utilizada por cualquier tipo de empresa, que conecta a profesionales capacitados y empresas/usuarios de manera que estos generen valor compartido.

5.2. Misión

Conectar a freelancers y empresas a través de una plataforma digital de calidad, facilitando el contacto entre ambas partes, y a la misma vez generar empleo para los profesionales, generando una accesibilidad a un mercado más amplio.

5.3. Valores

Credibilidad: Fundamental para generar la confianza de los usuarios, atraerlos y retenerlos, ya que la oferta de los servicios y la interacción de los usuarios será mediante la plataforma digital.

Facilidad de uso y accesibilidad: Es fundamental que la plataforma sea intuitiva, de fácil navegación y tecnológicamente accesible. Los freelancers deben poder localizar proyectos de manera rápida, mientras que las empresas deben contar con un proceso eficiente para realizar contrataciones. Además, debe ser sencillo efectuar pagos y administrar los contratos.

Innovación: Significa estar en constantes cambios y mejoras para dar soluciones que generen impactos positivos en el servicio y las necesidades que los freelancer y las empresas puedan necesitar de la plataforma virtual.

Integridad: Adopción de una cultura ética en base a nuestro negocio, garantizando la igualdad de oportunidades, el respeto por todas las personas y la transparencia total.

6. Objetivos

6.1. Objetivo general

Posicionar como líder en el mercado peruano, y posicionarse como mejor plataforma de freelancers profesionales de Lima Metropolitana, logrando una rentabilidad del 40%, donde ambos segmentos se vean beneficiados y puedan interactuar de una forma fácil y segura desde el primer periodo de funcionamiento.

6.2. Objetivos específicos

- Conseguir un incremento de ventas anuales del 25% en el primer año de funcionamiento.
- Crear una estrategia oportuna para competir en el mercado de plataformas digitales, con el objetivo de alcanzar una participación del 30% en el mercado durante el primer año de operaciones.
- Mantener anualmente los costos totales de la empresa en un 30% con relación a las ventas.
- Implementar un sistema de calificación y reseñas que permita a freelancers y empresas evaluar mutuamente su desempeño, construyendo una red de confianza dentro de la plataforma.

7. Aspectos societarios

7.1. Aspectos Societarios

Esta empresa será constituida bajo la ley general de sociedades 26887, como una empresa de Sociedad Anónima Cerrada, S.A.C., luego se inscribirá en la SUNAT y Registros Públicos bajo régimen de MYPE tributario, las operaciones contables y financieras se llevarán a cabo de acuerdo con la norma legal de nuestro país.

Se eligió una S.A.C. por que tiene mayor regulación, separación entre el derecho y control, al ser una empresa que recién está surgiendo no va acceder a 20 accionistas.

Figura 3

Características de los Tipos de Empresa: EIRL, SRL, SAC y SA

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO MÍNIMO Y MÁXIMO DE SOCIOS/ACCIONISTAS	ÓRGANOS SOCIETARIOS	CAPITAL (FORMA EN QUE SE APORTA Y COMO SE DIVIDE)
Sociedad Anónima	Mínimo 2 y máximo 750	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Sub Gerencia -Directorio	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en acciones.
Sociedad Anónima Cerrada (con directorio)	Mínimo 2 y máximo 20	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Sub Gerencia -Directorio	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en acciones.
Sociedad Anónima Cerrada (sin directorio)	Mínimo 2 y máximo 20	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Sub Gerencia	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en acciones.
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	Mínimo 2 y máximo 20	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Sub Gerencia	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en aportaciones.
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Máximo 1	-Titular -Gerencia	Aporte en efectivo o en bienes.

Nota:

Estudio Contable Mera

7.2. Aspectos tributarios

Impuesto a la renta

Existen 4 regímenes tributarios los cuales son: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Regimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE tributario y Régimen General (RG).

Figura 4

Regímenes Tributarios

Conceptos	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta
Persona Natural o Jurídica	Sólo para Personas Naturales.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año.	Sin límite.
Límite de compras	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite.	Sin límite.
Comprobantes de pago que pueden emitir	Boletas de venta, Guías de remisión y tickets (*).	Facturas, boletas y todos los demás permitidos.		
Declaración Jurada Mensual/ Anual	Con el pago de la cuota mensual se tendrá por presentada la Declaración Mensual.	Sólo Declaración Mensual.	Declaración Mensual y Anual.	
Trabajadores	Sin límite.	Máximo 10 por turno.	Sin límite.	Sin límite.
Libros o registros contables que debe llevar	Ninguno	Sólo Registro de Compras y Ventas.	Según tus ingresos.	Según tus ingresos.
Valor máximo de activos fijos	S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite.	Sin límite.

Nota:

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

Para el tamaño de este negocio se ajusta al Régimen MYPE tributario, el cual está creado para las micro y pequeñas empresas, para incentivar su crecimiento económico de manera que brinda condiciones más simples para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Dicho régimen también está caracterizado por:

- Los ingresos en el ejercicio gravable no deben superar las 1700 UIT.
- Puede emitir diversos comprobantes: facturas, boletas de venta, tickets, liquidaciones de compra, notas de crédito y débito y guías de remisión.
- En el aspecto contable relacionado a los libros contables, este va a depender de los ingresos netos anuales:

Hasta 300 UIT solo debe llevar: Registro de Ventas, Registro de Compras, Libro Diario de Formato Simplificado.

De 300 UIT hasta 500 UIT: Registro de Ventas, Registro de Compras, Libro Diario, Libro Mayor.

Y los Ingresos brutos anuales mayores a 500 UIT y que no superen las 1700 UIT, están obligados a llevar: Registro de Compras, Registro de Ventas, Libro Diario, Libro Mayor, Libro de Inventarios y Balances.

Respecto al impuesto a la renta (IR), el porcentaje para el cálculo del impuesto también está sujeta a los ingresos anuales, según el siguiente detalle:

Figura 5

Impuesto a la Renta

Pagos a Cuenta Mensuales	
Ingresos Netos	Tasa
Hasta 300 UIT	1%
Más de 300 UIT hasta 1700 UIT	Coficiente o 1.5%

Impuesto a la Renta Anual*	
Renta Neta	Tasa
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.5%

**Tasas progresivas acumulativas*

Nota: Cálculo, declaración y pago del impuesto. SUNAT, 2019.

Impuesto general a las ventas

El Impuesto General a las Ventas (IGV) es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio (SUNAT, s.f.).

La tasa de esta obligación tributaria es el 18%, pero aplica 16% de IGV y el 2% es el Impuesto de Promoción Municipal (IPM).

(SUNAT, s.f.) El IGV aplica a todas las actividades, con excepción de las exportaciones y una lista de productos y operaciones consideradas exoneradas y/o infectas, indistinta a nuestro giro de negocio.

7.3. Régimen laboral

En Perú, los regímenes laborales son marcos legales que regulan las relaciones laborales entre empleadores y trabajadores. El sistema laboral peruano establece distintos regímenes según la naturaleza del trabajo, el tipo de contrato y el sector de actividad. Sin embargo, los regímenes que este negocio adoptará son:

Régimen MYPE (Micro y Pequeñas Empresas)

El régimen MYPE es un esquema simplificado de contratación laboral creado para fomentar la formalización de las pequeñas empresas. Así, sus condiciones laborales están dirigidas a las micro y pequeñas empresas, otorgándoles beneficios como cargas laborales reducidas en comparación con el régimen general, incluyendo los siguientes derechos:

Figura 6*Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Nota: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

Contrato de Prestación de Servicios

Los trabajadores independientes suelen firmar contratos de prestación de servicios con sus clientes o empresas contratantes. Estos trabajadores emiten Recibos por Honorarios, en los cuales establecen los honorarios que recibirán por su trabajo, los cuales pueden acordarse por proyecto, horas trabajadas o de manera mensual.

La duración del contrato puede ser determinada (para proyectos específicos) o indeterminada (si la relación se mantiene a largo plazo). Además, las condiciones de pago se definen en cuanto a plazos, métodos y montos para el pago de los servicios prestados.

8. Conocimiento del mercado

8.1. Análisis del mercado

8.1.1. Análisis PESTEL

Aspecto Político (desfavorable)

Inestabilidad política:

El panorama político en nuestro país, tiene variantes muy rápidas debido a múltiples problemas que se viene arrastrando, durante años, sin duda existe una estabilidad en este ámbito, ya que el Perú ha salido de una crisis política para entrar a otra.

Desde el fallido golpe de Estado de Pedro Castillo en 2022 y la toma del poder por la entonces vicepresidenta Dina Boluarte, quien luego se alió con la oposición de Castillo. Hace un año, más de la mitad de los peruanos estaban de acuerdo con las protestas en contra del gobierno de Boluarte y pedían nuevas elecciones. Después de un año de gobierno, las protestas han cesado pero aún así el índice de desaprobación de la presidenta es alto con un 83.70% a nivel nacional (RPP, 2024). Esta situación amerita llevar un control constante del flujo de caja, de las entradas y salidas de dinero.

Situación de las instituciones públicas del país:

La credibilidad de las instituciones públicas es baja en comparación con la confianza y la capacidad de respuesta de las autoridades. No solo desde la crisis en el Ministerio Público, sino la desaprobación del Congreso de la República y el Gobierno de Dina Boluarte. La desconfianza en el congreso es de 89% mientras que en el poder judicial 73% la población confía poco o nada en estas instituciones (La República, 2023). Estar preparados para situaciones ante emergencias, teniendo fundamentalmente planificación financiera.

Partidos políticos:

El abanico de partidos políticos es muy amplio, como no lo era hace muchos años. El 2022 se registraron 24 partidos políticos oficialmente registrados y al menos ocho de ellos están en proceso de registro. Estamos a tres años de las elecciones generales y habrá más de 30 partidos. Sin embargo cada vez más personas se sienten menos identificadas con partidos políticos, durante el 2023, más de 11 peruanos se desafiliaron de sus partidos políticos, causa de ello es el descontento y desconfianza de los ciudadanos, por esa razón existe una gran apatía de las personas por la política, ya sienten que los políticos no toman en cuenta su opinión (RPP, 2024).
Evaluar constantemente el contexto de mercado.

En resumen, esta situación no es favorable debido a la inestabilidad política en nuestra nación.

Aspecto Económico (Neutral)

PBI: La economía peruana tiene un saldo negativo el año 2023, con una caída esperada del PIB en -0,5%. Esta disminución estuvo determinada principalmente por la construcción (-8,7%) y la industria manufacturera (-5,8%). Salvo una recuperación post pandemia en 2021, el crecimiento de Perú nunca ha superado el 4% desde 2013. Es decir, nuestro país volverá a crecer en 2.6% , luego que el 2023 hubo una contracción de 0.05%.

Sin embargo, en nuestro sector servicios no existe una recesión tan profunda, ya que se tiene 0.3% de desempeño. El desafío para 2024 es la recuperación económica, con un crecimiento del PIB cercano al 3% anual, algo que aún no se logró el año 2023, a pesar de los esfuerzos del gobierno en los programas Con Punche Perú 1 y 2. (CCL, 2024).

Con lo señalado podemos establecer alianzas estratégicas, de acuerdo al crecimiento del mercado.

Figura 7

PBI por sectores económicos (Variación % real)



Fuente: INEI, MEF, BCRP, IEDEP

Elaboración: IEDEP

Nota: IEDEP, 2023, como se cita en CCL, 2024

Inflación

La inflación, una de las principales preocupaciones en 2021 y 2022, parece estar bajo control. Con tasas negativas en octubre (-0,32%) y noviembre (-0,16%), una inflación de diciembre del 0,17% garantiza una tasa acumulada del 3% anual. Las expectativas de inflación de noviembre están en el objetivo. Estos resultados le dan al BCRP la oportunidad de bajar aún más la tasa de referencia en los próximos meses.

En 2024, se espera que la economía nacional crezca a un ritmo moderado del 2,6%, y la mayoría de las industrias crecerán moderadamente debido al efecto rebote. Los sectores de comercio y servicios se espera que tengan un crecimiento del 3,3% y 2,7%, respectivamente. (CCL, 2023). Igual es recomendable tener una planeación financiera basada en escenarios.

Comercio electrónico

El mercado de comercio electrónico del país continúa creciendo significativamente, y el ritmo de las transacciones puede aumentar después de un aumento del 30% para 2022, con ingresos superiores a los 12,1 mil millones de dólares. Según la Cámara de Comercio Electrónico (CAPECE). Ante esta situación es favorable ofrecer atractivos descuentos y promociones ya que son una forma eficaz de atraer clientes e incentivar las compras.

En conclusión, este punto es de cierta manera neutral ya que la economía depende del aspecto político, sin embargo actualmente la economía va recuperándose gradualmente en diversos sectores.

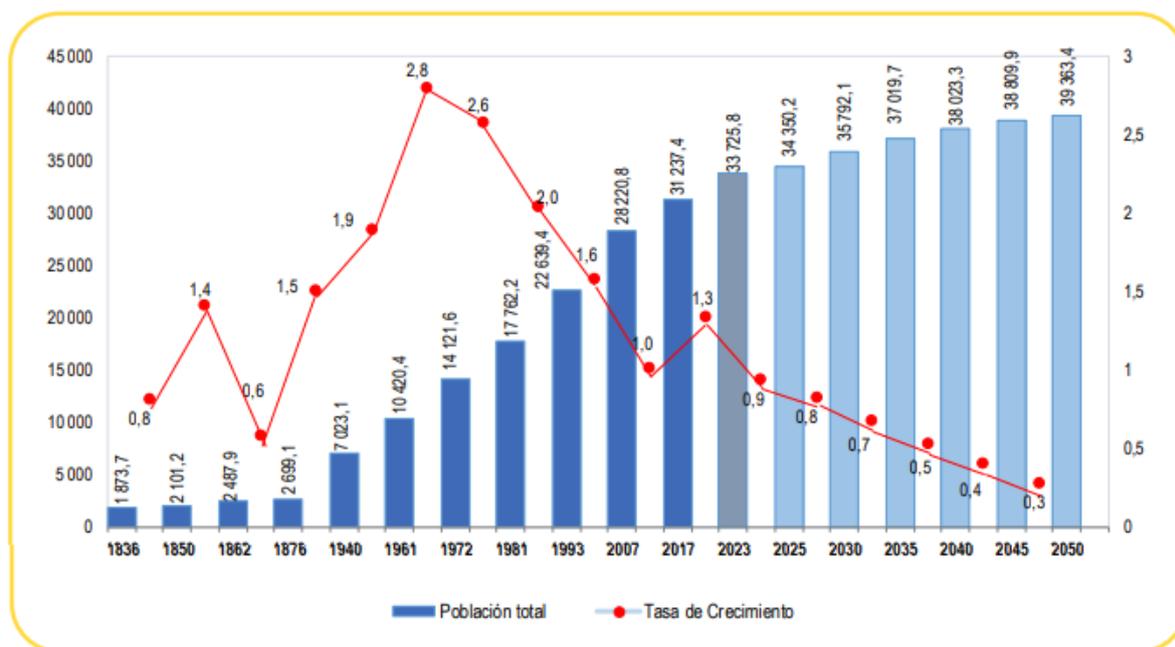
Aspecto Social (favorable)

Población

La población peruana al año 2023 alcanzó 33.725.800 habitantes, teniendo estimaciones para el año 2050 de 39.363.400 personas. Según las estimaciones y proyecciones, la población del Perú está compuesta por 16.727.000 hombres (49,6%) y mujeres 16.999.000 (50,4%). Por otro lado, el 59% del total de la población vive en la costa de nuestro país, seguido del 26,8% en la sierra y el 14,2% en la selva. Y el rango de edades más relevante es de 15-59 años de edad, representando el 62,3% en el año 2023. (INEI,2023). Es favorable filtrar geográfica y socialmente a la población con el fin de segmentar al público objetivo.

Figura 8

Evolución de la población peruana



Nota: Instituto Nacional de estadística e informática- INEI, 2023

Figura 9

Población y composición según sexo

Sexo / Índice de masculinidad	Población censada							Población Proyectada 2023
	1940	1961	1972	1981	1993	2007	2017	
Total	6 208,0	9 906,7	13 538,2	17 005,2	22 048,4	27 412,2	29 381,9	33 725,8
Hombres	3 067,9	4 925,5	6 784,5	8 489,9	10 956,4	13 622,6	14 450,8	16 727,0
Mujeres	3 140,1	4 981,2	6 753,7	8 515,3	11 092,0	13 789,5	14 931,1	16 998,8
Índice de masculinidad	97,7	98,9	100,5	99,7	98,8	98,8	96,8	98,4

Nota: Instituto Nacional de estadística e informática- INEI, 2023

Figura 10

Población y distribución por región natural

Región natural	Población censada							Población Proyectada 2023
	1940	1961	1972	1981	1993	2007	2017	
Total	6 208,0	9 906,7	13 538,2	17 005,2	22 048,4	27 412,2	29 381,9	33 725,8
Costa	1 759,6	3 859,4	6 243,0	8 462,3	11 547,7	14 973,3	17 037,3	19 914,2
Sierra	4 034,0	5 182,1	5 953,3	6 746,6	7 668,4	8 763,6	8 268,2	9 026,9
Selva	414,5	865,2	1 341,9	1 796,3	2 832,3	3 675,3	4 076,4	4 784,7
Estructura porcentual								
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Costa	28,3	39,0	46,1	49,8	52,4	54,6	58,0	59,0
Sierra	65,0	52,3	44,0	39,7	34,8	32,0	28,1	26,8
Selva	6,7	8,7	9,9	10,6	12,8	13,4	13,9	14,2

Nota: Instituto Nacional de estadística e informática- INEI, 2023

Figura 11

Composición poblacional por grupos de edad

Grandes grupos de edad	Población censada							Población Proyectada 2023
	1940	1961	1972	1981	1993	2007	2017	
Total	6 208,0	9 906,7	13 538,2	17 005,2	22 048,4	27 412,2	29 381,9	33 725,8
De 0 a 14 años	2 612,2	4 290,1	5 937,3	7 012,6	8 155,4	8 357,5	7 754,1	8 121,7
De 15 a 59 años	3 197,4	5 025,4	6 775,8	8 963,7	12 349,3	16 559,0	18 130,3	21 005,8
De 60 y más años	398,4	591,3	825,1	1 028,9	1 543,7	2 495,6	3 497,6	4 598,4
Estructura porcentual	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
De 0 a 14 años	42,1	43,3	43,9	41,2	37,0	30,5	26,4	24,1
De 15 a 59 años	51,5	50,7	50,0	52,7	56,0	60,4	61,7	62,3
De 60 y más años	6,4	6,0	6,1	6,1	7,0	9,1	11,9	13,6

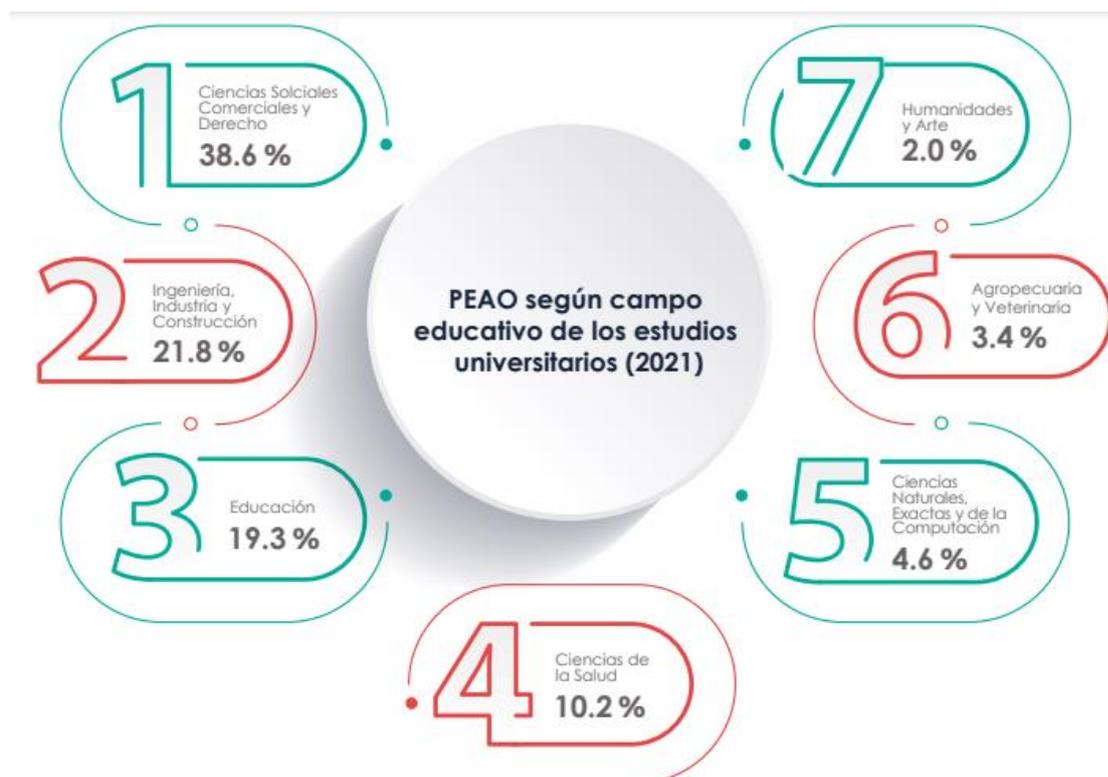
Nota: Instituto Nacional de estadística e informática- INEI, 2023

Grado de educación de la población:

El mercado laboral de las carreras profesionales más demandadas del país son: Ciencias sociales, comerciales y derecho (38,60%), ingeniería, industria y construcción (21,8%), educación (19,3%), ciencias de la Salud (10,2%), ciencias naturales, exactas y de la computación (4,6%), Agropecuaria y veterinaria (3,4%), humanidades y arte (2%), todos ellos egresados de la educación superior universitaria. Además, de los niveles de empleo de los jóvenes egresados, solo el 54.4% tiene un empleo adecuado, 19.9% se encuentra en condición de subempleo, el 13% se encuentra inactivo, y 12.1% está desempleado (SUNEDU, 2023). Ante esta situación, el proyecto solo se enfocará en profesionales que puedan brindar sus servicios remotamente.

Figura 12

Campo de educación

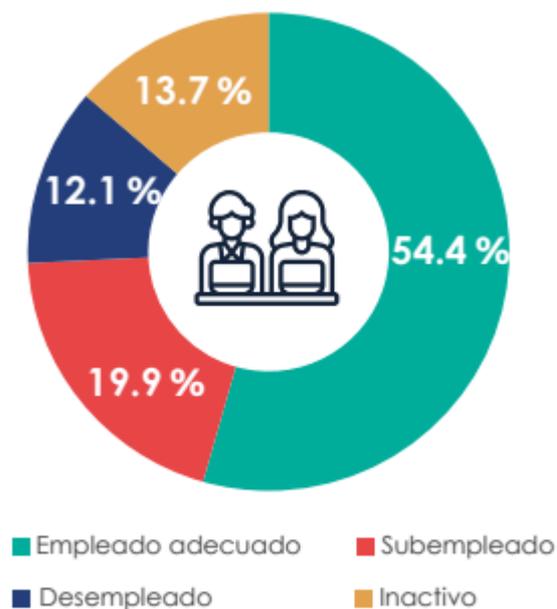


Nota:

Registro Nacional de Grados y Títulos (SUNEDU), 2023.

Figura 13

Jóvenes con educación superior universitaria culminada



Nota: Registro Nacional de Grados y Títulos (SUNEDU), 2023.

Trabajo remoto:

Debido a la pandemia del Covid 2019 muchas empresas se vieron obligadas a adaptarse a la nuevas formas de trabajar, como el trabajo de manera remota para poner a salvo a sus colaboradores, el cual trajo consigo tanto oportunidades como desafíos.

Luego de 2 años de teletrabajo, algunas empresas y sus colaboradores decidieron mantener esta modalidad de operación. Prueba de ello es que el 67% de los trabajadores prefieren seguir trabajando de manera remota, mientras que solo el 33% de los encuestados quiere volver al trabajo presencial. De acuerdo a una reciente investigación de la consultora Dench, cuya investigación arroja que dos tercios de los peruanos prefieren trabajar desde casa más días. Por otro lado, al 37% le gustaría un “lugar de trabajo libre”, donde el empleado pueda decidir libremente si quiere ir a su lugar de trabajo o trabajar en su casa sin ningún tipo de

coerción. Por otro lado, el 37% de los colaboradores se inclina más por el trabajo que incluye ambas modalidades, el cual consideran 3 días para ir a la oficina y 2 días para trabajar desde casa. En cambio el 26% restante prefieren trabajar el 100% desde su casa. (Diario Gestión, 2022).

Ante la gran cantidad de demanda disponible se debe realizar un filtro adecuado, de acuerdo a la disponibilidad, nivel de educación y tipo de carrera ya que no todas se pueden adaptar al trabajo remoto.

En resumen, esta situación es ventajosa debido a la gran cantidad de clientes potenciales.

Desempleo:

En el primer trimestre del presente año se registró una tasa de desempleo de 4,0%, y según regiones en la costa existe una mayor tasa de desempleo con 5,3%, principalmente en la costa central 6%, la tasa de desempleo fue de 2,6% en la Sierra y de 1,8% en la Selva. El desempleo en el primer semestre de 2022 afectó más a mujeres, jóvenes y universitarios. La tasa de desempleo de las mujeres fue de 4,7%, y los hombres de 3,5% siendo 1,2 puntos porcentuales más. Por grupo de edad, en el caso de los jóvenes que tienen menos de 25 años fue más alta con un 9,1%, seguida por los adultos de entre 25 a 44 años la tasa de desempleo era de 3.5%. Los menos afectados fueron los de 45 y más años de edad con 2,5%. (INEI 2022).

Frente a esta problemática, se debe ofrecer una oportunidad de trabajo y una fuente de ingresos a madres de familia y universitarios que se encuentren capacitadas y que tengan conocimientos necesarios para ofrecer sus servicios profesionales.

Figura 14

Tasa de desempleo según sexo, grupos de edad y nivel educativo

CUADRO N° 17
TASA DE DESEMPLEO, SEGÚN SEXO, GRUPO DE EDAD Y NIVEL EDUCATIVO
Trimestre Móvil: Abril-Mayo-Junio 2019 - 2022
Porcentaje

Sexo/Grupos de edad/ Nivel educativo	Trimestre Móvil				Variación (Puntos porcentuales)		
	2019	2020	2021	2022 P/	2022/2019	2022/2020	2022/2021
Total	3,6	9,3	5,8	4,0	0,4	- 5,3	- 1,8
Hombre	3,3	10,2	5,1	3,5	0,2	- 6,7	- 1,6
Mujer	4,0	8,0	6,6	4,7	0,7	- 3,3	- 1,9
Grupos de edad							
De 14 a 24 años	9,2	15,7	13,1	9,1	- 0,1	- 6,6	- 4,0
De 25 a 44 años	3,3	11,1	5,2	3,5	0,2	- 7,6	- 1,7
De 45 y más años	1,4	4,1	2,9	2,5	1,1	- 1,6	- 0,4
Nivel educativo							
Hasta primaria 1/	1,3	2,3	2,1	1,6	0,3	- 0,7	- 0,5
Secundaria	3,7	9,6	5,9	4,4	0,7	- 5,2	- 1,5
Superior no Universitaria	3,7	12,6	7,1	3,8	0,1	- 8,8	- 3,3
Superior Universitaria	5,7	14,1	8,4	6,2	0,5	- 7,9	- 2,2

Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)-Encuesta Nacional de Hogares.

Aspecto tecnológico (favorable)**Conectividad:**

En los primeros tres meses de 2022, 73 de cada 100 habitantes de 6 años y más utilizaron internet en el país, lo que muestra un aumento de 5,1 % comprándolo con el año 2021 que fue de 17.7%. Además el 91% de la población usan internet todos los días, cabe señalar que las tasas de uso de internet son iguales entre hombres y mujeres. A nivel de todo el país, el 95% de los hogares cuentan con al menos un servicio de Tecnología de Información y Comunicación (TIC), Al comparar este indicador con las cifras del mismo trimestre de los años 2021 y 2019 muestran un aumento de 0,2 y 1,9 puntos porcentuales.(INEI, 2022).

Cambio en hábitos de consumo:

Después de la pandemia, el uso de la tecnología ayudó a mejorar la cultura y la sociedad, proporcionando nuevas formas de aprendizaje. Los celulares y las computadoras ahora son parte de las herramientas de trabajo. Mónica Bravo, gerente de soporte de socios de Logitech para Colombia y Perú, dijo que una de las claves para mejorar la eficiencia de la empresa en 2024 será el uso de tecnología que promueva una comunicación fluida y una colaboración efectiva. Las videoconferencias se han convertido en una herramienta indispensable para conectar equipos distribuidos que trabajan en cualquier lugar. (Revista Económica, 2023). Gracias a estas ventajas, dentro de la plataforma los freelancers tendrán esta herramienta de videollamadas a través de la plataforma.

Amenazas informáticas:

Quienes trabajan de forma remota y utilizan sus propios ordenadores tienen más probabilidades de ser víctimas de determinadas amenazas cibernéticas. Si no implementa ciertas buenas prácticas y no toma las precauciones necesarias, corre un mayor riesgo de ser víctima de algunas de las amenazas informáticas que existen hoy en día. Los delitos digitales más comunes son: Fraudes en comercio electrónico, suplantación de identidad en redes sociales, phishing y estafas en línea. (El Comercio, 2023). Frente a esto, se debe tener controles de datos más estrictos, realizar copias de seguridad, contratar un software integral de seguridad, involucrar y supervisar que toda la empresa participe en la seguridad.

En conclusión, este punto es favorable porque cada vez más la población objetivo se adapta al uso de las TIC como una herramienta para realizar una negociación.

Aspecto ecológico (favorable)

Calidad de vida:

La generación actual de trabajadores utilizan la tecnología como su aliado, y a la vez mantiene un equilibrio y una sana integración entre la vida privada y la vida laboral. Trayendo beneficios a las empresas, a los colaboradores y a la sociedad en general.

Las ventajas de este tipo de empleo son una mayor disciplina y responsabilidad, así como una reducción del estrés y los conflictos laborales. También puede tener un buen impacto en los empleados, como ahorrar tiempo y dinero en transporte, ahorrar ropa y almuerzo y, por lo tanto, mejorar la calidad de vida. Además, se puede aumentar la productividad y reducir el ausentismo.

Los beneficios sociales del teletrabajo incluyen la reducción de la contaminación ambiental durante las horas punta, la inclusión de grupos desfavorecidos en el trabajo social, el impacto de la responsabilidad social corporativa y la creación de empleos en zonas rurales, y otros factores.(Camara Lima, s/f).

A raíz de esta problemática se puede brindar oportunidades para que individuos o empresas en áreas vulnerables o remotas proporcionen servicios y reciban capacitación a través de la plataforma digital.

En conclusión, este punto es favorable porque existen diversos profesionales desempleados por diversos factores y esta sería una oportunidad para poder trabajar desde casa.

Legal (favorable)

Contrato de locación de servicios según en los artículos 1710 a 1716 del Código Civil:

Es aquel en el que una persona (el locador) se compromete a realizar una tarea o brindar un servicio específico a otra persona (el locatario), a cambio de una remuneración. Es decir, se establecen condiciones de relación entre quien ofrece el servicio y quien lo recibe, basándose en obligaciones mutuas relacionadas con la calidad, el tiempo y el precio pactado entre las

partes. Las características de este tipo de trabajo son que no hay subordinación laboral, se acuerda un pago por el servicio o tarea específica, no se otorgan beneficios laborales como vacaciones, CTS o gratificaciones, y es frecuente en profesiones independientes como abogados, traductores, consultores, diseñadores, entre otros. Este negocio se adapta a este tipo de contratos ya que los freelance son profesionales totalmente independientes, que pueden trabajar desde casa, en sus horarios y tiempos disponibles.

Inicio y Funcionamiento de la empresa:

Ley general de sociedades N° 26887: Es un instrumento jurídico que proporciona instrucciones jurídicas para el normal funcionamiento de una empresa registrada bajo la forma de sociedad, con el objetivo de evitar actividades ilegales o sanciones relacionadas con su funcionamiento. La empresa se constituirá como “FreeWork online S.A.C.

Leyes de protección al consumidor:

Ley N° 29571 Código De Protección Y Defensa Del Consumidor: Se trata de un conjunto de normas para proteger y defender los derechos. Con un mecanismo eficaz de resolución de disputas sobre productos o servicios. FreeWork opera bajo esta ley para brindar a los consumidores seguridad y calidad esforzándose por cumplir con las expectativas de todos los consumidores.

Decreto supremo modificado N°011-2011-PCM: Las disposiciones contenidas en la Ley Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en la cual los consumidores tienen la oportunidad de expresar quejas o insatisfacciones, para poder expresar y Dar retroalimentación a la empresa para evaluar la naturalidad de la marca en conjunto con la agencia reguladora a desarrollar.

En el caso de comercio electrónico en el Perú, se tienen las siguientes leyes aplicables:

La Ley N° 27291 permite el uso de medios electrónicos para la declaración de voluntad y firma electrónica.

Ley 29733 - Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento, el cual regula los requisitos legales que debe cumplir una empresa que reciba, recopile, utilice, adquiera, almacene o divulgue información sobre una persona física.

En resumen, esta circunstancia es positiva ya que este tipo de trabajo o negocio se iniciará de acuerdo a ley, regulado en el país.

8.1.2. Cinco fuerzas de Porter

8.1.2.1. Nuevos competidores/ Baja

Las barreras de entrada para este sector es baja ya que se necesita poca inversión para desarrollar una plataforma digital, esto permite que nuevos competidores ingresen a la industria. No obstante, la red de clientes y expertos vinculados a esta plataforma, siendo el primer proveedor de este servicio en el mercado, constituye una barrera que dificulta la entrada de nuevos competidores al mercado.

8.1.2.2. Negociación con proveedores / Alta

Al tratarse de un negocio que se va a ofrecer de manera online, el poder de negociación será alta, ya que se necesita contratar los servicios de apoyo tales como proveedores tecnológicos, diseñadores de páginas web, proveedores de alojamiento web, marketing y pasarelas de pago (Paypal, PagoEfectivo, Visa, entre otros), y esto implica que una vez implementada dicha plataforma se generará mantenimientos, lo cual se realizará con la misma compañía que desarrolló el servicio por lo cual se generaría una dependencia y una

concentración de proveedores, porque se volvería más costoso cambiar la plataforma a otra solución que mantenga su funcionalidad fija.

Pero en esta propuesta de negocio los activos más importantes son los del talento humano que laboran dentro de la empresa.

8.1.2.3. Negociación con clientes / Baja

La cantidad de clientes potenciales es grande, porque la plataforma conectará a profesionales desempleados que buscan una oportunidad laboral y además aquellos que ya trabajan como freelancer y quieren ganar ingresos extra, esta plataforma les ayudará a ofrecer sus servicios profesionales a múltiples empresas.

Los freelancer tendrán acceso a diversas funcionalidades y beneficios que ofrece la plataforma de acuerdo al tipo de suscripción que compren. Además de la distinción en la propuesta de valor, su sensibilidad al precio es reducida, permitiéndoles seleccionar entre varias alternativas según sus requerimientos.

Asimismo, FreeWork ofrecerá un servicio de atención al cliente, donde los usuarios contarán con un asesor que los acompañará durante todo el proceso del servicio, asegurando una atención de calidad y personalizada.

Finalmente, nuestros clientes tendrán la seguridad y la garantía en sus pagos por los servicios realizados, ya que FreeWork será el encargado de cobrar por adelantado para luego desembolsarse al culminar con el servicio.

8.1.2.4. Productos sustitutos / Alta

Este tipo de negocio se encuentra en pleno crecimiento a nivel global, es por ello que la amenaza de sustitutos es alta, ya que para una empresa existen muchas formas de contratar a

proveedores o plataformas que ofrezcan este tipo de servicios. Muchos buscan a través de referencias a amigos y conocidos, y también recomendaciones en redes sociales.

Además otras plataformas ofrecen servicios donde el cliente escoge el precio por cada servicios de diferentes freelancers, lo que aumenta el riesgo de que los clientes recurran a servicios alternativos debido a la gran variabilidad de precios.

Pero los proveedores de servicios digitales no quieren invertir ni adoptar tecnologías innovadoras porque el resultado es costoso, lo que incrementa el riesgo de que los clientes busquen servicios alternativos. Los clientes esperan encontrar en una plataforma digital la agilidad de respuesta, el nivel de confianza y la oportunidad requeridos.

Aunque el uso de LinkedIn y redes sociales ha ganado relevancia en el mercado laboral peruano, todavía enfrenta algunos obstáculos en el país. Las grandes empresas y corporaciones ya utilizan LinkedIn de forma activa para reclutar personal, pero en las empresas más pequeñas, esta práctica es menos frecuente, ya que suelen optar por métodos tradicionales como ferias de empleo, recomendaciones personales o anuncios en sitios web locales de empleo y redes sociales. En sectores más conservadores, algunas empresas y candidatos aún no están completamente familiarizados con las redes sociales, porque les genera desconfianza o falta de conocimiento, y también existe el riesgo de encontrar perfiles falsos o no verificables. Aun así, esto sigue siendo una amenaza significativa para este negocio.

8.1.2.5. Rivalidad entre competidores

A nivel nacional existen competidores indirectos, y solo a nivel global se han identificado competidores directos. Sin embargo, el objetivo de esta plataforma es facilitar la conexión entre las empresas y los freelancers, ofreciendo un servicio de asesoría empresarial para brindar

apoyo y orientación al cliente durante el proceso de atención, lo que proporciona seguridad y confianza al cliente.

Por lo tanto esto reduce el riesgo de que el cliente cambie este servicio a otro proveedor. Además, en la competencia actual, no hay inversión en grandes campañas de marketing enfocadas en nuestro territorio.

La competencia en el mercado para un modelo de negocio como el de este proyecto es moderada.

8.1.3. Dimensionamiento del mercado

El análisis del mercado de este proyecto se centrará en la población profesional Freelancer de todo Lima Metropolitana, Hombres y mujeres de entre 20 y más de 50 años de edad, especialistas en diversas ramas profesionales.

Según CPI (2024) el total de la población en el Perú es de 34 millones 038 mil 500 habitantes, el cual 36,14% pertenece a Lima Metropolitana siendo 12 millones 302 mil 800. Pero INEI (2024) los que están en edad de trabajar son solo 8 millones 823 mil 700, que multiplicando por el porcentaje del 66.0% de PEA da un resultado de 5.823.300 personas económicamente activas en Lima Metropolitana

Se determinó el número de la población de nivel de educación, tanto en Superior No universitaria (técnicos) 20.85% y Superior Universitaria 27.21% siendo un total de la población de 2.798.500. Luego se determinó a profesionales que trabajan de manera virtual 5% lo que resultó en un total de 139.925 como demanda objetiva en Lima metropolitana (El Peruano, 2023)

Tabla 2*Identificación y definición de la Población*

Aspectos	%	Resultado
Población Total a nivel Nacional	100%	34.038.500
Población Total a Lima Metropolitana	36,14%	12.302.800
Población en edad de trabajar en Lima Metropolitana	100%	8.823.700
PEA	66,0%	5.823.300
Tasa nivel educativo:		
Sup. No universitaria (técnicos)	20,85%	1.214.000
Sup. Universitaria	27,21%	1.584.500
Total nivel educativo		2.798.500
Trabajan de manera virtual	5%	139.925
Total población objetivo		139.925

Nota: Elaboración propia

Después, para determinar el valor del mercado en soles, se procedió inicialmente a calcular el precio promedio del mercado. Esto implicó comparar los precios ofrecidos por los tres competidores principales que ofrecen servicios similares y los precios promedios de los trabajos freelancer más demandados en el mercado; dado que los principales competidores son empresas que operan a nivel internacional, se tomó en cuenta el tipo de cambio. El rango de precios promedio por suscripción mensual es de S/25.06 a S/162.00.

Tabla 3*Matriz de competidores*

Servicios	Consultao nline.com	Workana	Freelancer .com	precios promedio
Suscripción básica Mensual	S/. 35,00	S/. 18,65	S/. 21,52	S/. 25,06
Suscripción profesional Mensual	S/. -	S/. 64,34	S/. 195,44	S/. 86,59
Suscripción premium Mensual	S/. -	S/. 94,79	S/. 391,10	S/. 161,97
Comisión de transacción por el uso de plataforma	5%	20%	10%	12%

Nota: Elaboración propia

Para estimar la demanda primero se calculó en unidades multiplicando la población objetivo por la frecuencia de suscripciones al año (9 veces al año por persona). Luego el resultado se multiplica por precio promedio de venta el cual se obtiene un resultado de S/31.557.383.

Tabla 4

Dimensionamiento

Total población objetivo	139.925
Frecuencia de suscripción (anual)	9
TOTAL DEMANDA (UNID)	1.259.325
Precio promedio de venta	25,06
TOTAL DEMANDA EN SOLES	31.557.383

Nota: Elaboración propia

Se determina la demanda de tres competidores principales la primera obtenida de tesis nacional, ya que no existe competencia nacional se tomó información económica de las plataformas existentes internacionales que tienen presencia en nuestro país y que hoy en día muchos Freelance trabajan mediante esta plataforma.

La primera empresa competidora analizada es “CONSULTAONLINE.COM” Plataforma Freelance” se obtuvo de la Universidad del Pacífico (2021).

El segundo y tercer competidor dado que son internacionales se tomó en cuenta el tipo de cambio y la cantidad de peruanos suscritos a esta plataforma.

Workana registró cantidad de suscriptores al año 47.872 antes de pandemia, que multiplicados por la tasa de crecimiento 1,3% es 48.495 freelancer inscritos en su plataforma; mientras que Freelancer.com cuenta con peruanos suscritos de 135.483, también considerado

la tasa de crecimiento (Forbes Perú, 2021), multiplicado por el precio que cobran por membresía básica se obtiene sus ventas promedio.

Tabla 5

Cuadro de ventas de competidores

COMP 1: CONSULTAONLINE.COM	
Cantidad de suscriptores al año	4.800
Venta en soles	120.283
COMP 2: Workana	
Cantidad de suscriptores al año	48.495
Venta en soles	1.215.227
COMP 3: Freelancer	
Cantidad de suscriptores al año	135.843
Venta en soles	3.404.085

Nota: Elaboración propia

Por último, para comprender la Oportunidad de Mercado, es necesario determinar la Cantidad de Venta (Demanda total disponible) y la Cantidad de Venta en Soles (Demanda total disponible en moneda local), dando un resultado positivo.

Tabla 6

Oportunidad de negocio

Por empresa:	
Promedio cantidad de suscripciones al año	63.046
Precio promedio de venta	25
Total de competidores identificados	5
Demanda ocupada	
Cant venta al año (unidades)	315.229
Venta (en soles)	7.899.325
OPORTUNIDAD DE MERCADO	
Demanda Libre	
Cant de venta (total demanda libre)	944.096
Cant de venta soles (total demanda libre en soles)	23.658.058

Nota: Elaboración propia

Como se aprecia anteriormente la Cantidad de venta (total demanda libre) es de 944.096, esta cifra es el resultado de la diferencia entre la cantidad de venta al año de los competidores (315.229) y el total de demanda en unidades de Lima metropolitana es de 1.259.325 (tabla 4).

8.2. Investigación del mercado

8.2.1. Objetivos del estudio

Problema General

¿Cuáles son las características y beneficios de la demanda específica, las cualidades que buscan los freelancers en Lima Metropolitana para hacer uso de la plataforma?

Problemas específicos

- ¿Cuáles son las principales necesidades del público objetivo? (servicio)
- ¿Cuáles son los canales, preferencias y qué factores las determinan? (plaza y promoción)
- ¿Qué precio sería idóneo para este tipo de servicios? (precio)
- ¿Cuáles son los servicios que los usuarios consideran de mayor interés? (servicio)
- ¿Cuáles son las características de aceptación del cliente? (servicio).

Objetivo central

Determinar características y beneficios de la demanda específica, las cualidades que buscan los freelancers en Lima Metropolitana para hacer uso de la plataforma.

Objetivos específicos

- Analizar las principales necesidades del público objetivo
- Determinar el uso del canal establecido por la empresa, cuáles son sus preferencias y qué factores las determinan.
- Determinar los precios idóneos para los servicios que se ofrecen en la plataforma.
- Analizar cuáles son los servicios de mayor interés percibido por los usuarios.
- Definir las características de aceptación del cliente.

8.2.2. Diseño metodológico del estudio

En esta investigación se realizaron encuestas y Focus Group.

Investigación cualitativa:

Se ha realizado 2 Focus Group a las personas que apliquen con el perfil antes establecido en la segmentación del cliente, dentro del rango de 20 a más de 50 años de edad, con el fin de determinar las características, precio, plaza y promoción del servicio que ofrecemos. Se realizó a través de reunión virtual por medio de la aplicación Meet de Google.

Investigación cuantitativa:

Se han realizado encuestas al público objetivo en la cual son preguntas sobre las características que se busca y poder determinar el nivel de aceptación y la demanda que tendría el negocio.

8.2.3. Muestra para las encuestas

a) Población

La población está conformada por profesionales Freelancers en Lima Metropolitana que quieran trabajar por proyectos o tareas específicas de manera virtual para otras empresas.

b) Muestra

El tamaño de la muestra define el número de encuestas que van a ser realizadas a los freelancers que se encuentren dentro de la población del proyecto.

Fórmula para calcular tamaño de la muestra:

Se usa la siguiente fórmula porque se conoce el tamaño de la muestra, además se establece el nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

Z = Nivel de confianza.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

d = Nivel de precisión.

Tabla 7

Muestreo para encuestas

N	352.861
Z	1,96
P	0,50
Q	0,50
D	0,05

$$n = \frac{338.888}{883,11} \quad \mathbf{384}$$

Nota: Elaboración propia

8.2.4. Hallazgos y limitaciones del estudio

a). Hallazgos cualitativos focus

- Todos los participantes han usado de manera relativa una página o aplicación para buscar o contratar un servicio empresarial de manera virtual.
- Los participantes, consideran que es fácil buscar y contratar con empresas por internet, porque les ahorra tiempo y dinero, pero existen ciertos factores que lo dificultan como: confianza, accesibilidad, freelancers con experiencia, y eficiencia.
- La frecuencia en contratar a una FreeLancer profesional varía de manera mensual, cada 2 meses, cada 3 meses y/o 6 meses, pero también va a depender de la actividad de la empresa de acuerdo al tamaño del proyecto y de lo que se requiere.
- Los precios idóneos para los servicios freelancers que se ofrecen en la plataforma varían entre \$8 a \$10 dólares al mes como membresía por plan básico.
- Los participantes no están del todo satisfechos con las plataformas por diversos motivos como: las plataformas están en inglés, además que las empresas como clientes requieren pre-evaluar al freelancer antes de contratarlo y eso ninguna plataforma ofrece.
- Las actividades que mayormente tercerizan las empresas con un FreeLancer es: desarrollo web, de aplicaciones, diseño y publicidad, creaciones de contenido, marketing, manejo de redes sociales y asesoría legal.
- Las funciones que se podría añadir a las plataformas que ya existen actualmente para que se diferencien con la demás, son las siguientes: al ser plataformas extranjeras donde existen freelancers de todo el mundo, las empresas requieren que aumenten el

portafolio de profesionales peruanos para tener un trato directo al menos una vez durante el proceso de los proyectos que demandan de más tiempo. También, más rapidez en la búsqueda de freelancer de manera que se pueda filtrar por regiones. Además, dentro del perfil del freelancer poder encontrar una sección de recomendaciones de sus anteriores proyectos, y encontrar rango de mérito y listado de empresas que ya han trabajado anteriormente con dicho freelancers, y poder ver de alguna manera qué tan disponible está el freelancer al momento de aceptar un nuevo proyecto, ya que las empresas a veces necesitan proyectos de urgencia.

- Actualmente existe muy poca publicidad acerca de este tipo de negocio, algunos participantes han encontrado dichas plataformas de freelancers buscando por google, luego de haber leído algún artículo. También se enteraron de la existencia de las plataformas por linkedIn, anuncios de Google, computrabajo, Bumeran y Youtube.

- Los medios con los que las empresas quieren recibir publicidad y novedades acerca de este tipo de negocio son: redes sociales, correo electrónico, linkedin.

- Lo más importante para confiar en este tipo de servicio es: Soporte 24/7 y oficina física, pagos a través de billeteras electrónicas más conocidas, servicio de atención al cliente por vía telefónica, respaldo dando seguimiento a los profesionales freelancers, además que los perfiles de los freelancer estén previamente verificados, mostrando su historial de trabajo, recomendaciones y número de empresas que ya han trabajado con dicho freelancer.

b). Hallazgos cuantitativos de las encuestas

- Las empresas prefieren contratar a FreeLancer entre la edad de 25 a 30 años (49,6%) y de 32 a 38 años de edad (30,1%), y de 18 a 24 años el (10, 3%).

- Los encuestados señalan que la frecuencia con la que contratan un freeLancer profesional es cada 2 meses (52,1%), y cada 3 meses (37.6%), cada 6 meses (5.7%) y de manera mensual y semanal (4.60%).

- Las actividades que más tercerizan con un FreeLancer es Diseño y Publicidad (34,80%), desarrollador web (28,4%), marketing y ventas (11,7%) y manejo de redes sociales (5,7%).

- Los encuestados señalan que lo más importante para que ellos puedan confiar en el servicio es que exista servicio de atención al cliente vía telefónica (76.20%) soporte 24/7 (19,1%).

- El rango de precios que los encuestados están dispuestos a pagar es S/20-S/50 (61.3%), entre S/50-S/100 (30,1%) y de S/100 -S/150 un 8.5%.

- Los canales preferidos de los encuestados para recibir publicidad es a través de redes sociales 92.9%. Instagram (55%), facebook 34% y whatsapp 10.6%.

- Para el 64.9% de los encuestados lo más importante que debe tener una plataforma es servicio de atención al cliente personalizado y el 61,7% es que debe tener diferentes canales de comunicación de atención al cliente, y el 30.1% seguridad y aspecto del sitio web.

- **Limitaciones:**

La búsqueda para encuestar a la población objetivo se ha realizado por redes sociales, linkedin y contactos, pero aun no he llegado al tamaño de la muestra correspondiente. Los resultados presentados en la presente investigación se basan en 282 encuestados.

8.2.5. Conclusiones de investigación

La principal conclusión que se pudo obtener de la investigación de mercado es que se identificó las diferentes necesidades de los usuarios, a pesar que en nuestro país no existe un negocio igual al nuestro, los usuarios han buscado oportunidades laborales en plataformas freelancer extranjeras, a pesar que esten algunas en ingles y exista poca publicidad, de hecho las plataformas internacionales más usadas por los encuestados son Freelancer. com y Workana y el 100% de ellos afirma que ha trabajado en algún servicio profesional en los 12 últimos meses.

Los canales de comunicación más importantes para que los usuarios puedan conocer, recibir publicidad y promociones de nuestros servicios es a través de redes sociales, LinkedIn y correo electrónico.

Los precios idóneos para este servicio están entre el rango de S/20 a S/50 siendo el porcentaje más alto como plan básico 61.3% y de S/51 a S/100 un 30.1% como plan profesional, y como plan premium entre S/100 a S/150 representando un 8.5% por suscripciones mensuales. Teniendo coherencia con los precios promedio en el mercado.

Los servicios profesionales con mayor demanda son: Diseño y publicidad con 34,8%, Desarrollador web 28.4%, Marketing y ventas 11.7%, manejo de redes sociales 5.70%, creaciones de contenido 5%.

Finalmente, la mayor importancia para los usuarios en este tipo de servicios, es que la plataforma les brinde servicios de atención personalizados, y que a la vez les sea confiable, les brinde seguridad, sea eficiente, sea accesible y tenga facilidad de uso. El proyecto cuenta con una alta aceptación entre los participantes, ya que el 99.6% indica que definitivamente contrataría el servicio ofrecido por la plataforma.

8.3. Propuesta estratégica del Modelo de Negocio

8.3.1. Estrategia del marketing mix

8.3.1.1. Servicio

Free-work es una plataforma en línea que busca intermediar entre profesionales independientes y empresas que buscan un servicio específico, tales como: publicistas, redactores de contenido, desarrolladores web, traductores, marketing, entre otros. Es por eso que para garantizar el éxito de esta propuesta de negocio Free-Work se esforzará por proporcionar altos estándares de calidad en todas las etapas del servicio.

Dentro de los atributos tangibles de FreeWork, se caracteriza por el diseño elegante, funcional y modernidad, dando herramientas que faciliten el uso de la plataforma incrementando la eficiencia y garantizando la seguridad de uso. La temática del diseño de la página web, debe tener un color predominante asociado, porque crea una sensación que influye en el comportamiento y percepción del servicio que buscan los clientes.

Por otra parte, los atributos intangibles que ofrece FreeWork está enfocada netamente en brindar atención al cliente incluso antes, durante y después del servicio. También en brindar la seguridad del cliente, y evitar estafas, protegiendo los pagos y las transacciones que se realicen mediante la plataforma.

A continuación, se presenta el logotipo de nuestra empresa, el cual traducido al español significa “trabajo libre”, el cual hace referencia al libre trabajo que existe entre empresas y Freelancers, ya que ellos mismos son los que establecen sus términos y condiciones.

El logo de la marca es en forma de ave que representa la libertad y conectividad de interactuar libremente con los clientes brindando ideas creativas y de gran impulso. El logo se

divide en 2 partes la parte de color negro signica elegancia, sofisticado y aporta valor; el color azul significa profesionalismo, seriedad, inteligencia y seguridad.

Figura 15

Logo de la empresa



Nota: Elaboración propia

Servicio para freelancer

Free-Work permitirá a los freelancer tener un perfil completo con su curriculum vitae donde expondrán sus servicios, sus trabajos ya realizados, experiencias laborales y serán ellos los que proponen sus ofertas. Ellos mismos serán quienes se promocionen, podrán crear su marca personal, interactuar con más clientes y/o empresas y así poder crecer profesionalmente.

Para registrarse, el freelancer necesita establecer un nombre de usuario y contraseña, además de proporcionar los siguientes detalles: nombre completo, nombre de usuario, contraseña, número de teléfono, dirección de correo electrónico, aceptación de términos y condiciones, y luego crear el usuario.

Después de ello se podrá visualizar las diversas ofertas publicadas por los Usuarios y/o empresas, el cual podrá postular en caso cumpla con los requisitos solicitados.

Para dar seguridad a sus clientes Free-Work es quien se encarga de validar estos datos proporcionados por los Freelancer con el objetivo de dar servicios de alta calidad y eficiencia.

Servicio para usuarios y/o empresas

Los usuarios recibirán publicidades de Free-Work para así poder promover la página y que nuestros principales clientes conozcan nuestros servicios.

Los usuarios deberán registrarse con un usuario y contraseña, donde se validará sus datos: RUC, nombre o razón social de la empresa, correo electrónico, número de teléfono y aceptar términos y condiciones.

Dichos usuarios podrán publicar su oferta laboral, la descripción de lo que requieren, tiempo que necesitan, y todo lo que este trabajo exige. Todos los Freelancer disponibles postularán a esta oferta, el cual podrán ofertar sus precios.

Los usuarios podrán tener acceso al perfil de los postulantes para que pueda escoger de acuerdo a lo que necesita.

El usuario también tendrá a su disposición un Chat web en caso tenga consultas y quiera interactuar directamente con cualquier Freelancer por medio de la plataforma.

Luego que el usuario escoja al Freelancer con el que va a trabajar, se visualizará el método de pago, el cual se cobrará por adelantado con el fin de garantizar seguridad de pago a los Freelancer.

Después, se enviará al usuario una notificación indicando que su pedido se ha realizado con éxito, tanto en la plataforma web como por correo electrónico.

Por medio de FreeWork el freelancer cargará su trabajo o archivos finales trabajados, para que la empresa que lo contrató lo revise y apruebe el trabajo. Finalizando con una calificación que recibirá el freelancer por su servicio, el cual será importante para el freelancer ya que dicha calificación aparecerá dentro de su perfil como historial para nuevas empresas que quieran contratarlo.

Una vez conforme FreeWork se encargará de abonar a su cuenta al Freelancer por su servicio realizado. Es decir, nosotros seremos un intermediario, el cual retendremos el pago hasta que la empresa y/o usuario esté conforme con el servicio para liberar el dinero y pagar al Freelancer.

Estrategia de experiencia al cliente

Para gestionar la experiencia del cliente se realizó con mayor detalle en el Customer Journey (Ver anexo 1) donde se determinó los siguientes resultados:

La estrategia de experiencia del cliente se caracterizará por su eficacia, ya que, al tratarse de un servicio nuevo para ciertos freelancers, se proporcionará una comunicación clara y directa sobre la información del servicio y su utilización.

También se ofrecerá un servicio de atención personalizada y ágil que permitirá a los clientes contactar con la empresa, obtener un tiempo de respuesta eficiente y utilizar los recursos como redes sociales, la plataforma misma y la comunicación telefónica para mantener la transparencia en la comunicación con nuestros clientes.

Al tener una plataforma en línea que enlaza a freelancers y empresas, la estrategia de experiencia del cliente será sensorial, utilizando elementos visuales como fotografías, gráficos, descripciones, combinaciones de colores, formas, tendencias de diseño, el tamaño de las figuras y letras, con el objetivo de que los clientes tengan un impacto positivo y se logre crear esas conexiones con los clientes.

Finalmente, en el aspecto relacional, FreeWork busca fidelizar a sus clientes ofreciendo un buen servicio de atención al cliente, acompañando en cada proceso del trabajo que tendrá con diversas empresas, atendiendo sus necesidades, dudas, problemas que puedan surgir durante el servicio. Empezando desde los primeros pasos como freelancer dentro de la

plataforma, brindando información para tener un buen perfil profesional; de cómo postularse a un trabajo o proyecto, hasta las formas de cobro por el servicio realizado.

Respecto al proceso de atención al cliente, se identifican cinco canales vinculados a este proceso:

Departamento de atención al cliente

Mensajería electrónica

Plataformas de redes sociales

Comunicación telefónica

Chat en línea/Asesoría dentro de la plataforma

Una de las ventajas importantes que ofrece la plataforma, es en el aspecto de seguridad en los pagos a través de un sistema de depósito de garantía, para asegurar tanto a la empresa como al freelancer en los proyectos que realices conjuntamente. Para comenzar con el proyecto la empresa deberá pagar por adelantado el total de lo pactado con el freelancer, en este punto FreeWork actuará de intermediario, reteniendo el pago en garantía hasta que se cumplan los requisitos establecidos en el proyecto, siguiendo de cerca todo el proceso, y si ocurriera algún problema y ambas partes no logran ponerse de acuerdo, y la necesidad lo amerita, FreeWork actuará como arbitraje para dar solución al conflicto, teniendo como requisito indispensable haberse comunicado a través de la plataforma, ya que se usará como evidencia para el arbitraje.

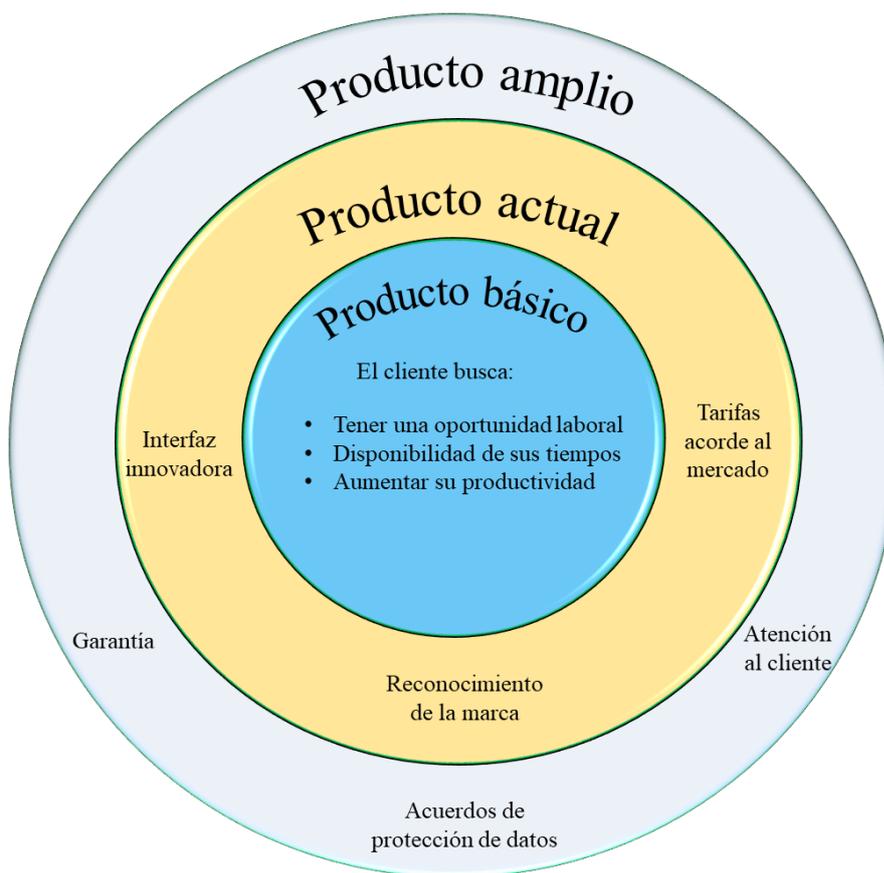
También se realizará entrevistas de trabajo para freelancers para asegurarse de que el perfil profesional sea atractivo y adecuado para las necesidades de los clientes. Aunque los freelancers no trabajan en un entorno corporativo tradicional, las entrevistas siguen siendo una excelente oportunidad para mostrar tus habilidades, experiencia y cómo puedes resolver los

problemas específicos de cada cliente. Y no solo es asegurar un perfil profesional sólido, sino también aumentar las probabilidades de cerrar un contrato satisfactorio y continuar creciendo en tu carrera como freelancer.

Niveles del producto y servicio

Figura 16

Niveles de servicio



Nota: Elaboración propia

Producto básico:

El valor fundamental para el cliente es:

- Tener una oportunidad laboral, contar con nuevas experiencias laborales y crecer profesionalmente, tanto para quienes están desempleados como para los que buscan obtener ingresos extra.
- Disponibilidad de sus tiempos, el freelancer es quien elige sus horarios, tiempos disponibles para trabajar, ahorra costos y tiempo en desplazamientos; y a la vez gestiona su vida personal y profesional.
- Aumentar su productividad, los freelance buscan aprovechar al máximo sus tiempos, energía y recursos con el fin de mejorar sus ingresos, rendimiento y eficiencia, haciendo más en menos tiempo y sin sacrificar la calidad y bienestar personal.

Producto actual:

Reconocimiento de la marca, FreeWork aspira a establecer su identidad de marca como una entidad que se preocupa por sus clientes, proporcionándoles una atención óptima desde el inicio hasta la finalización del servicio.

Interfaz innovadora, es el diseño de la plataforma, que les va a permitir a los usuarios interactuar de manera eficiente, fácil, segura y tener acceso a la información, la estructura de la web de FreeWork se detalla en la sección de Plaza.

Atención al cliente, FreeWork busca asegurar la satisfacción de sus clientes, contando con personal capacitado para ofrecer un servicio y atención de calidad. Se mantiene una comunicación directa y continua con los clientes, seguida de un seguimiento detallado del caso.

Tarifas acorde al mercado, según estudios de investigación realizados en este presente trabajo, ver precios en la tabla 9 en la sección de precio.

Además, el freelancer podrá escoger 3 tipos de planes de acuerdo a los beneficios que más le convienen. El plan básico, está pensado para aquellos freelancer que son nuevos en la

plataforma, y buscan sus primeras experiencias, e ir gradualmente escalando a medida que vaya teniendo clientes; el plan profesional es para freelancer que van empezando en FreeWok, pero ya tienen experiencia como freelancer; y el plan premium, está recomendado para freelancer que disponen de más tiempo y FreeWork es su principal fuente de ingresos. A continuación se detalla los beneficios que ofrece cada servicio.

Tabla 8

Beneficios de los planes de membresía.

Plan básico	Plan profesional	Plan Premium
Solo puede trabajar en 2 proyectos al mes.	Solo puede trabajar en 5 proyectos al mes.	Puede trabajar de manera ilimitada al mes.
Ver profesionales que se postularon al proyecto que te interesa	Ver profesionales que se postularon al proyecto que te interesa	Ver profesionales que se postularon al proyecto que te interesa
Chequear si tu propuesta fue leída o no	Chequear si tu propuesta fue leída o no	Chequear si tu propuesta fue leída o no
Videollamadas	Videollamadas	Videollamadas
	Ver perfil del freelancer elegido en los proyectos a los que te postulaste	Ver perfil del freelancer freelancer elegido en los proyectos a los que te postulaste
	Seguimientos a empleadores	Seguimientos a empleadores
		Notificación de nuevos proyectos
		Sello de freelancer premium

Nota: Elaboración propia

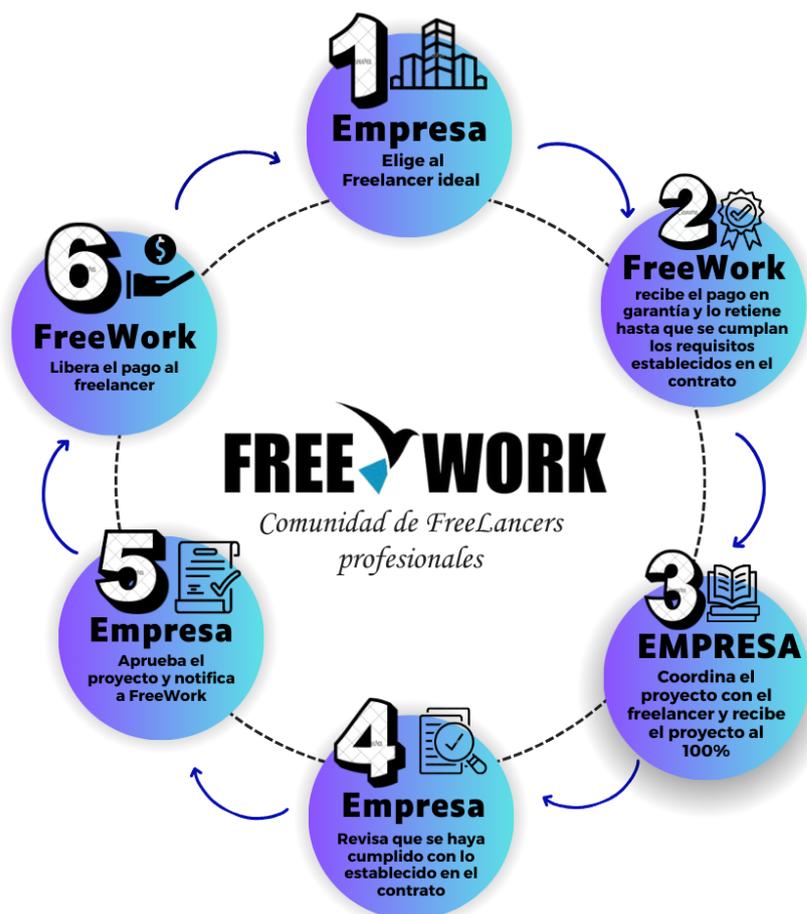
Producto ampliado:

Acuerdos de protección de datos personales, incluyendo su currículum vitae, experiencias laborales, información bancaria, ingresos generados en la plataforma y toda información vulnerable para el consumidor.

Garantía de todos los pagos que se realicen a través de la plataforma, FreeWork, es quien se encarga de cobrar por adelantado a las empresas, para después desembolsar el dinero al freelancer, una vez esté aprobado el trabajo realizado y la empresa esté conforme con el servicio, asegurando así la garantía de la transacción para ambas partes.

Figura 17

Garantía de los pagos



Nota: Elaboración propia

8.3.1.2. Atributos actuales de la competencia

Tabla 9

Comparación de competidores

WORKANA	FREELANCER
Marca internacional	Marca internacional
Plataforma de trabajo freelance y remoto más grande de Latinoamérica	Es el mercado más grande de freelancing y crowdsourcing del mundo, tanto por cantidad de usuarios como de proyectos
Operaciones en América Latina desde el 2012, y 2019 en SE Asiático.	Operaciones Globales provenientes de más de 247 países, regiones y territorios
País de origen: Argentina	País de origen: Australia
Propuesta de valor: Transformar de manera continua el mundo del trabajo, promoviendo la autonomía, el desarrollo de talento y la igualdad de oportunidades para todos, desde donde sea.	Propuesta de valor: garantizar que su sitio web sea lo más seguro posible ya que posee freelancers provenientes de todo el mundo.
<p>Ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para Freelancer: Suscripción mensual desde \$4.90 hasta \$24.90 ● Comisión por proyecto: de 5% a 20%, depende del monto cobrado ● Para Empresas: \$299/año o por USD 199 cada 6 meses 	<p>Ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para Freelancer: Suscripción mensual desde €4.95 hasta €89.95 ● Comisión por proyecto: 3% ● Para Empresas: €19.75 mensual €166.80 anual
<p>Los freelancer podrán, tener acceso a los siguientes beneficios más importantes de los planes de membresía, aunque está sujeto a tipo de plan:</p> <p>Contactos semanales desde 5 a 50, ver profesionales que se postularon al proyecto, ver el freelancer elegido en los proyectos a los que te postulaste, chequear si tu propuesta fue leída o no, estado de propuestas de tu competencia, valor promedio de las propuestas de tu competencia, búsquedas guardadas desde 3 a 10, proyectos en curso desde a ilimitado, videollamadas, habilidades adicionales en tu perfil de 5-20, seguir actividad de clientes de 5-20, certificación</p>	<p>Los freelancer podrán, tener acceso a los siguientes beneficios más importantes de los planes de membresía, aunque está sujeto a tipo de plan:</p> <p>Ofertas por mes desde 50 a 1500. Habilidades desde 50 a 400 Solicitudes de retiro diarias, desbloquear recompensas, proyectos favoritos ilimitados, foto de portada personalizada, participaciones gratuitas mensuales destacadas en concursos desde 3 a 30, participaciones gratuitas mensuales selladas en concursos 12 a 150, seguimientos a empleadores desde 5</p>

de habilidades, Retiros a mediados de mes, Retiros semanales, notificación de nuevos proyectos.	hasta ilimitados, extensiones gratuitas de proyectos, oferta en proyectos de alto valor, proyectos con acuerdo de confidencialidad
---	--

Nota: Elaboración propia

8.3.1.3. Servicio Ampliado

El cliente tiene la opción de solicitar un reembolso si encuentra condiciones inadecuadas.

Además, habrá un libro de reclamaciones disponible si el cliente no está satisfecho con algún aspecto del servicio ofrecido. El servicio de atención al cliente estará disponible a través de teléfono, correo electrónico, WhatsApp y redes sociales.

En la web, se pueden encontrar los siguientes atributos: FreeLancer más recomendados valorados con estrellas, últimos trabajos realizados, catálogo de Freelancer por categorías en caso el usuario busque algo específico, referencias de usuarios anteriores, tiempo de entrega, rango de precios que oferta el freelancer, y chat en línea.

Figura 18

Perfil en la plataforma web de un Freelancer

WORKANA **PRO** Contrata Busca trabajo Mis proyectos Mis finanzas **PRO** Freelancers

WORKANA > FREELANCERS > FREELANCERS EN COLOMBIA > PROFESIONALES ESCRITURA DE ARTÍCULOS > GUSMAR C.

PRO Gusmar C. ★ Valor hora: [oculto]

Redactor de contenido/Inbound Marketing/Editor

★★★★★ 4,97 / 5 Colombia

Redacción y Traducción - Marketing Digital [Ver certificaciones](#)

Habilidades (Máximo: 23)

ESCRITURA DE ARTÍCULOS SEO BLOGS ESCRITURA CREATIVA REDACCIÓN

EDICIÓN DE TEXTOS CORRECCIÓN DE TEXTOS ESPAÑOL EBOOKS EDICIÓN

ESCRITURA FICCIÓN ESCRITURA ONLINE INVESTIGACIÓN TRANSCRIPCIÓN

EMAIL MARKETING ESCRITURA SUSTITUTA REDACCIÓN DE GUIONES

PUBLICACIONES PARA RED...

CONTRATAR

Ranking

Workana: 114 de 2,505,122

Redacción y Traducción: 27

Rankeado en Colombia: 2

¿Cómo mejoro mi posición?

Proyectos finalizados: 276

Proyectos en curso: 9

Horas trabajadas: 10

Posición del perfil: Hero

Certificaciones: 2

Calificaciones de clientes 242

Último login: Hace 4 horas

Registrado: Hace un año

ENVIAR PAGO DIRECTO

Nota: Plataforma Virtual Workana

Figura 19

Calificación de clientes en el perfil de un Freelancer

Calificaciones de clientes (242) 48 clientes contrataron a Gusmar C. en más de una ocasión.

"¡Excelente! Entrega rápida y excelente comunicación." ★★★★★ +
Diana L. Hace 1 hora
Mejorar el artículo enfocado en Seo
ESCRITURA DE ARTÍCULOS EDICIÓN DE TEXTOS ESCRITURA CREATIVA WORDPRESS BLOGS SEO

"Recomendable para toda la comunidad workana, comunicativo y eficiente" ★★★★★ +
Cliente privado Hace 15 horas
Proyecto privado
ESCRITURA DE ARTÍCULOS EDICIÓN DE TEXTOS ESCRITURA CREATIVA

"Excelente comunicación, profesionalismo pero sobre todo calidad en el trabajo. Sin duda volveremos a trabajar con Gustar" ★★★★★ +
Cliente privado Hace 23 horas
Proyecto privado
ESCRITURA DE ARTÍCULOS EDICIÓN DE TEXTOS ESCRITURA CREATIVA

"Un placer trabajar con Gusmar" ★★★★★ +
PRO Fernando P. Ayer
Gusmar C - Redacción de artículos para revista digital sobre información en Canada

Nota: Plataforma Virtual Workana

8.3.1.4. Precio

- **Aspectos vinculados con el valor**

Funcionales

Brindar una plataforma web de calidad donde los Freelancers y empresas interactúen para un trabajo colaborativo, donde ambos se vean beneficiados.

Proporcionar un servicio al cliente que acompañe durante todo el proceso del trabajo, resolviendo posibles problemas o dudas, brindando un servicio que se preocupa constantemente por el consumidor.

Psicológicos

La generación de ahorro de tiempo se logrará a medida que los freelancers optimicen su tiempo, permitiéndoles realizar una variedad de actividades que previamente no podían llevar a cabo al tener que acudir físicamente a un lugar de trabajo.

El freelancer es libre en su trabajo, nadie le controla, es quien toma sus propias decisiones y es responsable del proyecto, eligen con quienes trabajar, además que sus ingresos va a depender de su trabajo.

Ventaja de flexibilidad de horarios, el freelancer es quien decide a qué hora trabajar, donde y como va realizar su trabajo desde cualquier parte donde se encuentre.

Económico

De acuerdo con los hallazgos de la investigación de mercado de este proyecto, el intervalo de precios que tiene una mayor aceptación entre nuestro público objetivo para la membresía oscila entre S/20 y S/100 al mes.

Basado en investigaciones llevadas a cabo por APEIM en el año 2024, del nivel socioeconómico de los hogares, promedian un ingreso familiar mensual de S/2,414.00, y dentro de los gastos mensuales en “servicios” las personas pueden gastar hasta S/115.00 soles promedio mensuales.

Por lo tanto, podemos inferir que el precio de nuestro servicio FREE-WORK se encuentra dentro del promedio, dado que nuestros precios son inferiores a los gastos mensuales que las personas suelen tener.

- **Estrategia de producto**

Free-work tendrá como estrategia fijación de precios basado en el valor para el cliente, ya que se cobrará en función del tipo de suscripción de membresía desde el plan básico, plan profesional y plan premium, el cual cada freelancer podrá escoger cualquiera de estas 3 opciones, de acuerdo a sus necesidades, brindando así un servicio cada vez más personalizado.

Además, se utilizará la estrategia de lanzamiento para nuevos productos, aplicando estrategias de penetración ya que nuestros servicios aún no tienen competencia directa en nuestro país. Introduciendo un precio inicial más bajo como método de prueba para promocionar el servicio en sus etapas iniciales, para atraer la mayor clientela posible y ganar cuota de mercado.

- **Precio del Servicio**

De acuerdo a los resultados cuantitativos arrojan un rango de precios de S/20.00 a S/100.00 por suscripción mensual, que los clientes estaran dispuestos a pagar.

Además, se tienen en cuenta los precios fijados por nuestros competidores en el mercado.

Nuestros competidores directos son internacionales, los cuales tienen planes de membresía mensual, precios establecidos en dólares y en euros. Realizando una convención a soles el competidor 1 tiene un rango de precios entre S/18.42 a S/93.62; y el competidor 2 entre S/21.20 a 385.26, considerando el tipo de cambio dólar 3.76 y euro 4.283 del día 24/01/2024 de la SBS.

Tabla 10

Comparación de precios mensuales de los competidores directos

Competidor 1	Competidor 1
WORKANA	FREELANCER
Plan PLUS \$ 4.90	Plan básico € 4.95
Plan profesional \$16.90	Plan profesional €44.95
Plan Premium \$24.90	Plan Premium €89.95

Nota: Elaboración propia

Según los datos obtenidos, FreeWork implementará un sistema de suscripción mensual con tres planes diferentes. Esto implica la identificación de los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto, con un rango desde S/20 hasta S/96.

Tabla 11*Tipos de servicios de suscripción*

Tipo de suscripción	Tipo de clientes	Precio
Plan básico	Ideal para quienes son nuevos en FreeWork y desean aumentar sus oportunidades.	S/20.00
Plan profesional	Diseñado para aquellos que han finalizado sus primeros proyectos y quieren seguir creciendo.	S/64.00
Plan Premium	Para profesionales de tiempo completo que quieran aprovechar al máximo la plataforma.	S/96.00

*Nota:**Elaboración propia*

Dentro de la suscripción ofrecida por FreeWork, se busca mantener la competitividad al mantener el precio dentro del rango establecido por el mercado, manteniendo un precio mensual similar al de la competencia.

8.3.1.5. Plaza**Tabla 12***Funciones por canal*

	Plataforma web	Redes sociales (Instagram, Facebook y LinkedIn)
Información	En este canal los usuarios podrán realizar tareas, gestionar actividades, colaborar con otros usuarios e interactuar utilizando las herramientas y funciones proporcionadas por la plataforma.	Dar a conocer el servicio que ofrece FreeWork, así como sus características, precio, beneficios y opiniones/testimonios.
Promoción	En todos los canales se mostrará la publicidad de la marca, así como información sobre suscripciones, descuentos y beneficios actualizados en tiempo real o diariamente.	
Contactos	El cliente tendrá la posibilidad de inscribirse y configurar su perfil, incluyendo información personal, métodos de pago y detalles relacionados.	No se lleva a cabo ningún intercambio de datos.
Distribución física	No hay una distribución física	
Financiamiento	Los clientes tendrán la opción de efectuar pagos a través de diversos medios, como tarjetas de débito/crédito Visa o plataformas de pago como Paypal, PagoEfectivo y Niubiz.	No se realizará cobros por medio de este canal.
Negociación	No hay negociación.	

Nota: Elaboración propia

- **Estrategia de canal**

La estrategia de canal de FreeWork es vertical y propia. Aunque la plataforma web está completamente bajo el control de la marca, la empresa actúa como intermediaria directa entre empresas y freelancers.

- **Intensidad de la distribución**

La distribución de FreeWork se caracterizará por ser selectiva, dado que no se trata de un producto de consumo masivo. Aunque se busca una cobertura amplia a nivel de Lima Metropolitana, el enfoque está dirigido únicamente a profesionales interesados en trabajar de manera independiente.

Figura 20

Plataforma virtual

The image shows the homepage of the FreeWork platform. At the top, there is a navigation bar with the logo 'FREEWORK' and links for 'Cómo funciona', 'Busca trabajos', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Publica un proyecto'. Below this is a secondary navigation bar with 'Quiero trabajar', 'Quiero contratar', 'Obtener Ideas', 'Recursos', and 'Más información'. The main content area features a large blue headline: 'CONTRATA EN LÍNEA A LOS MEJORES FREELANCERS PARA CUALQUIER TRABAJO'. Underneath, a sub-headline states: 'Accede a miles de Freelancers a nivel nacional. Paga de forma segura e impulsa tus proyectos en tecnología, marketing digital, diseños, contenidos y muchos más.' There are two prominent buttons: a pink one that says 'Contrata a un freelancer' and a dark grey one that says 'Gana dinero como freelancer'. To the right, a white circular callout box with a grey border lists three benefits: 'Publicar es gratis' (with a green checkmark icon), 'Garantía de satisfacción' (with a blue shield icon), and 'Pagos protegidos' (with a dollar sign icon). At the bottom of the page, there is a dark grey bar with the text '¿Necesitas asesoría comercial?' and the phone number '(01)1234567'.

Nota: Elaboración propia

8.3.1.6. Promoción

8.3.1.6.1. Mix de comunicación

8.3.1.6.1.1. Publicidad

FreeWork no solo necesita llegar a Freelancer si no también a empresas que quieran contratarlo, es por ello que se realizará publicidad enfocado a ambos tipos de usuarios.

FreeWork realizará anuncios mediante redes sociales, donde la marca se dé a conocer a nuestro público objetivo, mediante promociones, beneficios, características del servicio, ventajas, etc., generando así más confianza y empatía con la marca y captar nuevos clientes.

Las redes sociales para impulsar el negocio, se hará principalmente por Facebook, Instagram y linkedin. También, por google Ads, a través de las campañas de búsqueda, el cual consiste en mostrar nuestros servicios a los potenciales clientes que buscan activamente en el buscador de Google los servicios que ofrecemos. Y campañas de video para llegar a los clientes potenciales mientras ven o buscan videos en YouTube.

Tabla 13

Mix de comunicación

	Acciones a realizar
Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ejecutar campañas publicitarias en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn con el fin de alcanzar a una audiencia nueva. Compartir noticias y novedades. Publicar entre 2 a 4 post a la semana. ● Campañas a través de Google Ads, mediante campañas de búsqueda, y videos en youtube. ● Campañas equilibradas basadas en SEO y SEM.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ● 10% de descuento para suscriptores que pagan de manera anual. ● Periodo de prueba para nuevos usuarios válido por 1 mes. ● 5% de descuento para usuarios que recomiendan a otros a usar esta plataforma.

Nota: Elaboración propia

Figura 21

Publicidad para Freelancer en redes sociales.



FREEWORK

¿QUIERES TRABAJAR DESDE CASA?

UNITE A LA COMUNIDAD DE FREELANCER MAS GRANDE DEL PAÍS

¡SUSCRÍBETE AHORA!

MÁS INFORMACIÓN:
(01) 1234567
www.freeWork.com

The advertisement features a central image of a smiling woman with long dark hair, wearing a grey cardigan over a white t-shirt, sitting at a desk and working on a laptop. The image is framed by a large, light green circular graphic with a darker green border. To the left of the image is a blue rectangular area containing text. At the top left of the blue area is the 'FREEWORK' logo, where 'FREE' is in black and 'WORK' is in black with a blue checkmark above the 'W'. Below the logo, the text '¿QUIERES TRABAJAR DESDE CASA?' is written in bold blue letters. Underneath this is a horizontal line, followed by the text 'UNITE A LA COMUNIDAD DE FREELANCER MAS GRANDE DEL PAÍS' in black. At the bottom of the blue area is a black button with the text '¡SUSCRÍBETE AHORA!' in yellow, and a white hand cursor icon pointing towards it. Below the blue area, the text 'MÁS INFORMACIÓN:' is followed by the phone number '(01) 1234567' and the website 'www.freeWork.com'.

Nota: Elaboración propia

Figura 22

Publicidad para Freelancer en redes sociales.



Nota: Elaboración propia

Figura 23

Publicidad para Freelancer en redes sociales.

FreeWork
1 min · 🌐

¿Estás en busca de trabajo?
 Descubre todas las ofertas laborales del mundo virtual, marketing y publicidad, traductores, sistemas y mucho más en un solo lugar.
 Encuentra esta y otras ofertas laborales de la industria ingresando a [FreeWork](https://www.freeWork.com)

BOLSA DE TRABAJO!
 ENCUENTRA OFERTAS LABORALES AQUI
 www.freeWork.com

NECESITAMOS DISEÑADORES GRÁFICOS
 ¡SUSCRIBETE AHORA!
 MÁS INFORMACIÓN:
 (01) 1234567
 www.freeWork.com

NECESITAMOS TRADUCTORES
 ¡SUSCRIBETE AHORA!
 MÁS INFORMACIÓN:
 (01) 1234567
 www.freeWork.com

NECESITAMOS DESARROLLADORES WEB
 ¡SUSCRIBETE AHORA!
 MÁS INFORMACIÓN:
 (01) 1234567
 www.freeWork.com

NECESITAMOS CREADORES DE CONTENIDO
 ¡SUSCRIBETE AHORA!
 MÁS INFORMACIÓN:
 (01) 1234567
 www.freeWork.com

Ver estadísticas y anuncios Promocionar publicación

Nota: Elaboración propia

Figura 24

Publicidad para empresas en redes sociales.

VENTAJAS PARA CONTRATAR UN FREELANCER

- Reducción de costos
- Flexibilidad de horarios
- Inmediatez
- Expertos específicos

FREEWORK

Nota: Elaboración propia

Figura 25

Publicidad para empresas en redes sociales.



FREE WORK

(01) 1234567
@freework

HAZ CRECER TU NEGOCIO

Contrata en Línea a los mejores
Freelancers para cualquier
trabajo a nivel nacional

EMPIEZA AHORA

www.freeWork.com

Nota: Elaboración propia

Figura 26

Publicidad para empresas en redes sociales.

¡Contrata al freelancer ideal en 4 pasos en FreeWork!
#empresa #emprendimiento #negocio #freelancer #FreeWork

FREEWORK

¿COMO CONTRATAR A UN FREELANCER?

EMPEZA AHORA
www.freeWork.com

FREEWORK

PUBLICA TU PROYECTO

Cuéntale al Freelancer lo que necesitas, tu presupuesto y tus tiempos

EMPEZA AHORA
www.freeWork.com

FREEWORK

2 Compara las propuestas

Recibe las diferentes cotizaciones, chattea para resolver tus dudas, y elige a tu Freelancer ideal.

EMPEZA AHORA
www.freeWork.com

FREEWORK

3 Contrata a través de FreeWork

Realiza el pago a través de FreeWork según el monto negociado y lo guardaremos hasta que el Freelancer entregue lo acordado

EMPEZA AHORA
www.freeWork.com

FREEWORK

4 Revisa los avances

Da feedback, y recibe el trabajo final. Aprueba el proyecto terminado, califica al freelancer, y FreeWork liberará el pago a la cuenta del freelancer.

EMPEZA AHORA
www.freeWork.com

Nota: Elaboración propia

8.3.1.6.1.2. Promociones:

Dado que será un nuevo servicio o una nueva forma de trabajar para muchos usuarios, y está en proceso de introducción al mercado se brindará promociones y descuentos para todos los usuarios.

Las campañas serán:

1 mes gratis para nuevos usuarios. Y como responsabilidad social empresarial 3 meses gratis para profesionales recién egresados.

10% de descuento para suscriptores que pagan de manera anual.

5% de descuento para usuarios que recomiendan a otros a usar esta plataforma. El usuario tendrá descuento cuando se concrete la suscripción por recomendación, y el nuevo usuario haya permanecido más de 3 meses como cliente.

Figura 27

Promoción a nuevos usuarios válido por 1 mes



Nota: Elaboración propia

Figura 28

Descuento por pago anticipado



Nota: Elaboración propia

Figura 29

Promoción por dar recomendaciones



Nota: Elaboración propia

Relaciones públicas

Se establecerán acuerdos con influencers, periodistas y medios de comunicación para asegurar una presencia en sus recomendaciones y alcanzar al público objetivo.

Esto se llevará a cabo con la intención de compartir información sobre el servicio y sus múltiples ventajas, como ahorro de tiempo, facilidad de trabajar, bajos costos, etc. Logrando captar nuevos usuarios tanto freelancers como empresas.

Los periodistas o los diarios informativos pueden dar un espacio a manera de entrevista, para conocer los beneficios, características de esta plataforma, que no solo impulsa el empleo sino que beneficia a empresas que buscan potenciar su negocio a través de los distintos servicios que ofrecen los profesionales.

Los influencers y/o youtubers, harán mención y recomendarán el uso de la plataforma a través de sus historias, videos o fotos. Estos influencer podrían ser también potenciales usuarios de nuestra plataforma, ya que muchos pagan por que les realicen contenido para redes sociales (como por ejemplo editar sus videos para luego publicarlos), y este servicio se brinda dentro de nuestro modelo de negocio.

Para asegurar la estadía de la afiliación de nuestros clientes freelancer, necesitamos que empresas los contraten mensualmente, así que FreeWork buscará afiliarse a la red empresarial más grande del país como es la Cámara de Comercio de Lima, que dentro de sus beneficios es el networking destinado a fomentar la cooperación y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, ofreciendo nuestros servicios a empresarios peruanos.

8.3.1.6.1.3. Presupuesto de la comunicación:

La estrategia se centra en metas de comunicación, ya que se busca introducir y posicionar el servicio en el mercado. Por este motivo, la incursión en el mercado debe ser evaluada mediante un enfoque de economía de escala que permita a la empresa ingresar de forma segura y progresiva, buscando una mayor interacción a través de plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn.

Habrá un gasto anual destinado a la publicidad en Facebook e Instagram, utilizando el Feed, Exploración, Reels y Stories, alcanzando aproximadamente a 14,442 personas que visualizan el anuncio. El costo de la campaña será de S/2,000.00 mensuales, no superando los S/15,000.00 al año.

Figura 30

Alcance/Presupuesto Facebook e Instagram

Vista previa del anuncio

FreeWork
Publicidad ·

Somos FreeWork la plataforma digital de Freelancer del país.

FreeWork

COMUNIDAD DE FREELANCER
ENCUENTRA A LOS MEJORES FREELANCER PROFESIONALES DEL PERÚ

freework.com
FreeWork
Freework is flexible, glob...

Regístrate

Me gusta Comentar Compartir

Ejemplo 1 de 4

Todas las vistas previas

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas ⓘ 25,6 mil - 74,1 mil
Clics en el enlace ⓘ 607 - 1,8 mil

Resumen del pago

Tu anuncio estará en circulación durante 20 días.

Presupuesto total	S/ 2.000,00 PEN
S/100,00 por día durante 20 días.	
Importe total	S/ 2.000,00 PEN

Nota: Elaboración propia

En el caso de publicidad por Google Ads, se estableció un presupuesto estimado de S/2,316.00 anual, consiguiendo entre 390 y 760 clics en los anuncios cada mes, consiguiendo un alcance promedio de 3,450 clic anuales.

Figura 31

Alcance/Presupuesto Google Ads y youtube

 | Empieza a llegar a más clientes potenciales

Seleccionar una opción de presupuesto
 Moneda:
sol peruano (PEN) ▼

4,90 PEN al día de media · 149 PEN al mes como máximo
Según lo estimado, conseguirás entre 150 y 300 clics en tus anuncios cada mes

Recomendado para ti ⓘ

12,70 PEN al día de media · 386 PEN al mes como máximo ✓
Según lo estimado, conseguirás entre 390 y 760 clics en tus anuncios cada mes

25,90 PEN al día de media · 787 PEN al mes como máximo
Según lo estimado, conseguirás entre 790 y 1.540 clics en tus anuncios cada mes

Introducir mi presupuesto

Solo pagas por los clics que recibe tu anuncio. Es posible que algunos días gastes una cantidad inferior a la media diaria, y que otros días gastes una cantidad superior. No obstante, no pagarás más del máximo mensual por todo el mes. [Más información sobre los costes y los detalles del pago](#)

Nota: Elaboración propia

Para realizar campañas en linkedin se tendrá un presupuesto establecido de S/400 mensuales y un total de S/4,800.00 Según el artículo de la página Hablando Digital (2021) El costo promedio por clic tiene un valor de \$3.99 que convertido en soles es de S/15.16.

La gestión y administración de campañas SEM y SEO:

SEO (Search Engine Optimization), su objetivo es aumentar la visibilidad de un sitio web mediante la mejora de su posición en los resultados de búsqueda de forma natural.

Mientras que SEM (Search Engine Marketing), es una estrategia que se centra en anuncios pagados que aparecen en las páginas de buscadores.

FreeWork buscará trabajar por medio de agencias que ofrecen estos servicios. Según UDNET (2023), el precio promedio por campaña SEM es de S/300 soles y campaña SEO de S/800 soles mensuales, el cual se realizará de forma intercalada con las otras campañas publicitarias. Gastando un total de S/6.600 al año.

8.3.1.6.1.4. Tipo de promoción de venta:

Aquí se presenta el siguiente tipo de oferta promocional dirigida al consumidor:

Muestreo: el cual se ve reflejado por el periodo de prueba para nuevos usuarios válido por 1 mes, necesario ya que es la única manera de que los usuarios puedan conocer nuestros servicios, las diversas ventajas que esta ofrecen, e interactuar a través de la plataforma, para así aumentar el tráfico de usuarios a la plataforma.

Packs: 20% de descuento para suscriptores que pagan de manera anual, este incentiva que los clientes paguen por adelantado, obteniendo una mejor liquidez para la empresa, asegurando al cliente y por ende los ingresos, además que los usuarios se ven beneficiados por ahorro de precios.

Obsequios: 5% de descuento para usuarios que recomiendan a otros a usar esta plataforma. Es una manera de premiar a los usuarios por su preferencia y dar buenas referencias del uso de la plataforma. Además, esta campaña también nos beneficia porque a la vez se realiza una publicidad “boca a boca” ahorrando campañas de bajo costo de publicidad para llegar a más usuarios, ya que se basa en que los usuarios cuenten su experiencia a sus amigos o familiares, y recomienden sus experiencias positivas del servicio.

8.3.2. Estrategia de posicionamiento

Identificación de ventajas competitivas

FreeWork es un servicio que responde a la ventaja competitiva extrínseca, ya que aporta elementos de valor el cual se diferencia porque es un nuevo servicio novedoso, una nueva forma de trabajar para los usuarios, entre calidad y beneficios que aporta FreeWork permiten un uso diferenciado con la competencia dando un buen servicio del cliente, una plataforma que brinda seguridad de pagos; y elementos visuales que aporta la plataforma, brindando herramientas de fácil entendimiento, accesible, y eficiente. Incluso diferenciándose por la imagen de la marca, relacionado con el estilo visual del logo, colores, diseño de la plataforma, y garantía en el uso de la plataforma brindándole al usuario el logro de sus objetivos personales.

También es intrínseca porque ofrece a los usuarios 3 tipos de precios, para plan básico, profesional y plan premium, cada uno adaptándose a las necesidades que el cliente necesita, siendo un único pago mensual, a diferencia la competencia que además cobran otras comisiones adicionales.

Se tomó en cuenta los siguientes criterios para la selección de ventajas competitivas:

Alcanzable: Los clientes podrán acceder fácilmente al servicio que ofrece FreeWork, ya que los precios son accesibles y acorde al mercado objetivo, es por ello que se ofrece 3 tipos de precios, plan básico, plan profesional y premium, cada una diferenciándose no sólo por el precio sino por las características y beneficios que aporta cada plan de membresía.

Comunicable: FreeWork a través de sus canales de comunicación, con la página web, al igual que lo hace el mercado, va a describir el servicio novedoso, su diferenciación con sus competidores, y las diversos beneficios, fu, asimismo describir los 3 tipos de planes de membresía que caracterizan nuestros servicios.

Distintiva: Si bien es cierto que existen plataformas que ofrecen los mismos servicios en nuestro país, pero al operar a nivel mundial, tienen poco soporte y atención al cliente, además por la información recogida en la investigación de mercado muchos usuarios tenían problemas a la hora de pagar o cobrar, las plataformas están en inglés y a la hora de hacer un reclamo o consulta ellos no tienen un trato directo. Además, FreeWork cobrará un único pago mensual, a diferencia de sus competidores, que cobran comisiones por trabajos realizados. FreeWork tomará ventaja y se diferenciará en todo lo mencionado.

Selección de estrategia de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de FreeWork es “Más por menos”, porque para mis potenciales clientes, este sería un nuevo modelo de negocio y una nueva forma de trabajar, mis competidores directos son internacionales, con presencia en el mercado peruano, así que para introducir mi servicio en el mercado es necesario, ofrecer a un menor precio considerable, integrando el cuidado y seguridad del uso de la plataforma, y se realizará una comunicación directa, brindando un buen servicio al cliente.

Declaración del posicionamiento

Para los profesionales que buscan una oportunidad laboral o ganar un ingreso extra, FreeWork es una plataforma intermediaria entre empresas y profesionales, que ayudará a direccionar el desempeño y la capacidad de talento que muchos profesionales pueden ofrecer mediante esta plataforma que busca dar las herramientas, la tecnología, el buen servicio, la seguridad y la conectividad entre los usuarios.

8.3.3. Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI)

Según el modelo de negocio de FreeWork, se establecieron los siguientes criterios de evaluación para verificar y analizar la eficacia de la estrategia de marketing mix.

Calidad del Servicio: Su propósito radica en evaluar en qué medida se cumplen los estándares y expectativas del cliente con respecto a las percepciones y valoraciones del servicio.

Interacciones en redes sociales: Verificar la participación y comentarios de los usuarios en las redes sociales de FreeWork.

Satisfacción del cliente con el servicio: Después de que los usuarios hayan tenido experiencia e interacción con la plataforma, se les pedirá que completen una encuesta para compartir su opinión y evaluar su nivel de satisfacción con el uso de la plataforma.

Atención al cliente: El servicio/acompañamiento al cliente debe utilizarse como medida de la satisfacción del cliente utilizando varios canales (chat, teléfono y respuesta automática) para comprender qué tan bien se brinda el servicio al cliente y si cumple con los estándares y necesidades.

Tabla 14

Indicadores de Gestión

Indicador	Fuente y fórmula de medición	Frecuencia	Óptimo- Tolerable-Deficiente
Ventas bimestrales	% de cumplimiento del número estimado de ventas	Bimestral	Óptimo: >91% Tolerable: 90% - 80% Deficiente: <79%
Alcance de publicidad	Nuevos usuarios/ Total clientes*100%	Semanal	Óptimo: >20% Tolerable: 19%-10% deficiente:<9%
Gastos bimestrales de la empresa	% de cumplimiento del presupuesto estimado	Bimestral	Óptimo: >91% Tolerable: 90% - 80% Deficiente: <79%
Nivel de Satisfacción de Atención al cliente	Total de clientes Satisfechos/Total de consultas*100%	Mensual	Óptimo: >81% Tolerable: 51%-80% deficiente:<50%
Tasa de Desempeño de Freelancers (Rating Promedio)	Total de calificaciones de freelancers / Número de freelancers calificados*100%	Bimestral	Óptimo: >81% Tolerable: 51%-80% deficiente:<50%

Nota: Elaboración propia

9. Operaciones

9.1. Mapa de procesos

- **Mapa de procesos**

Figura 32

Mapa de procesos



Nota: Elaboración propia

9.1.1. Determinación procesos estratégicos

a) Procesos estratégicos

Los procesos estratégicos de FreeWork se alinean con la planificación estratégica, reflejando así la cultura organizacional de la empresa, la misión, visión, valores y objetivos anuales. Dentro de este proceso, el marketing y la publicidad juegan un papel fundamental. Dado que es un servicio nuevo y poco conocido en nuestra región, esta estrategia será crucial para darse a conocer y atraer nuevos clientes.

El seguimiento y control de calidad, indispensable para evaluar y controlar la conformidad del servicio a través de la plataforma; finalmente la investigación y desarrollo, esencial porque ayudará a actualizar continuamente la plataforma y así brindar un mejor servicio.

9.1.2. Determinación procesos de soporte

La gestión de tecnología, necesaria ya que permite administrar y producir de manera más efectiva y eficiente y aplicar mejoras continuas a la plataforma. La gestión de recursos humanos es necesaria para elaborar estrategias de contratación y retención de empleados, lo que contribuye a obtener mejores resultados. Además, la gestión financiera y contable

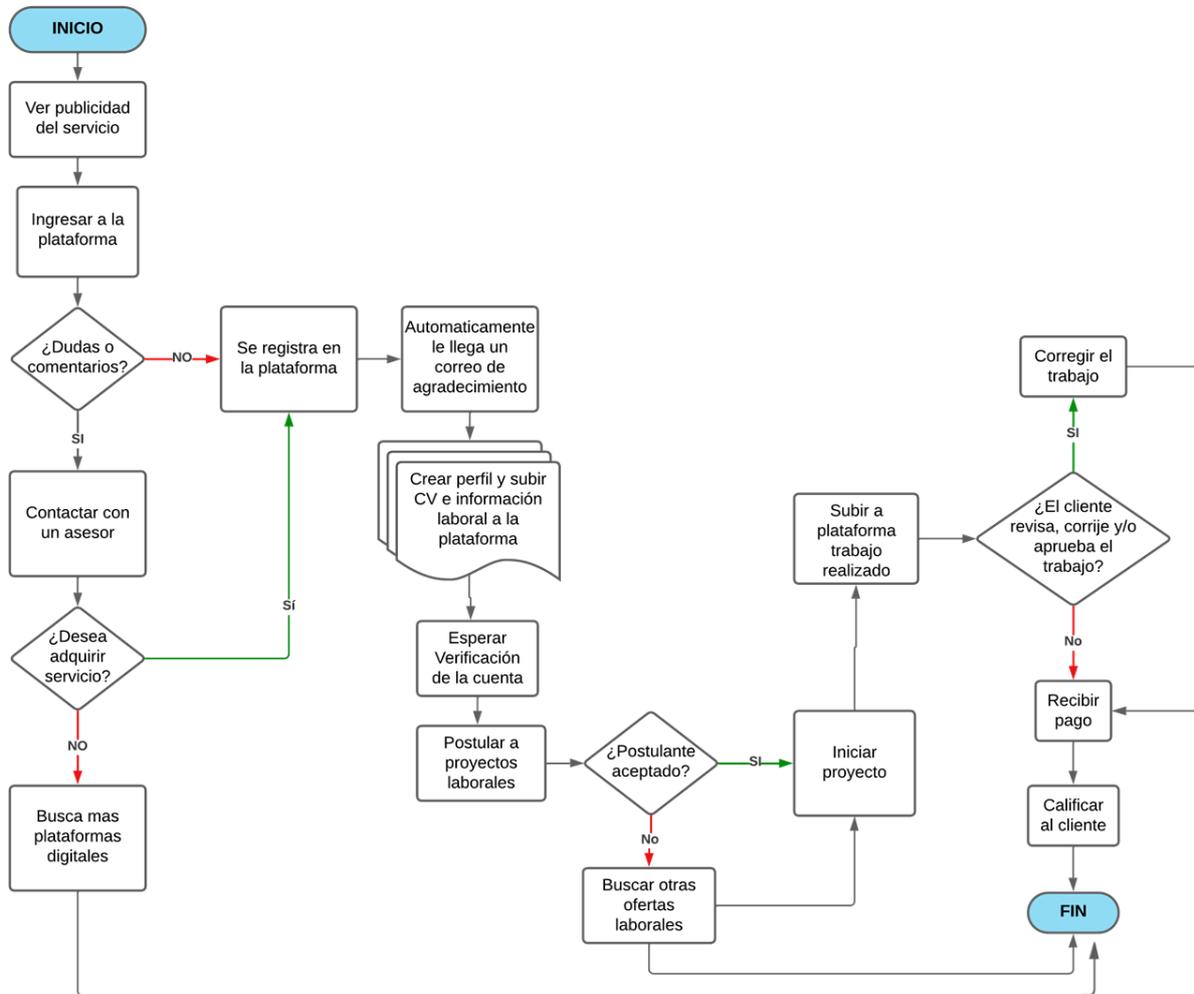
proporciona información y control sobre los recursos económicos, lo que permite establecer objetivos con mayor claridad.

9.1.3. Determinación procesos operativos

La gestión del servicio indirecto, son actividades que la plataforma pone a disposición de los Freelancer profesionales y las empresas que buscan de un servicio, donde ambos interactúan a través de la plataforma. FreeWork es un intermediario que solo cobrará por membresía mensual y no por comisiones por proyecto. Esto se complementa con el servicio postventa, donde se ofrece atención personalizada, asistencia y seguimiento en caso de consultas o inconvenientes para responder y resolver dudas y garantizar que los clientes estén satisfechos con el servicio.

Figura 33

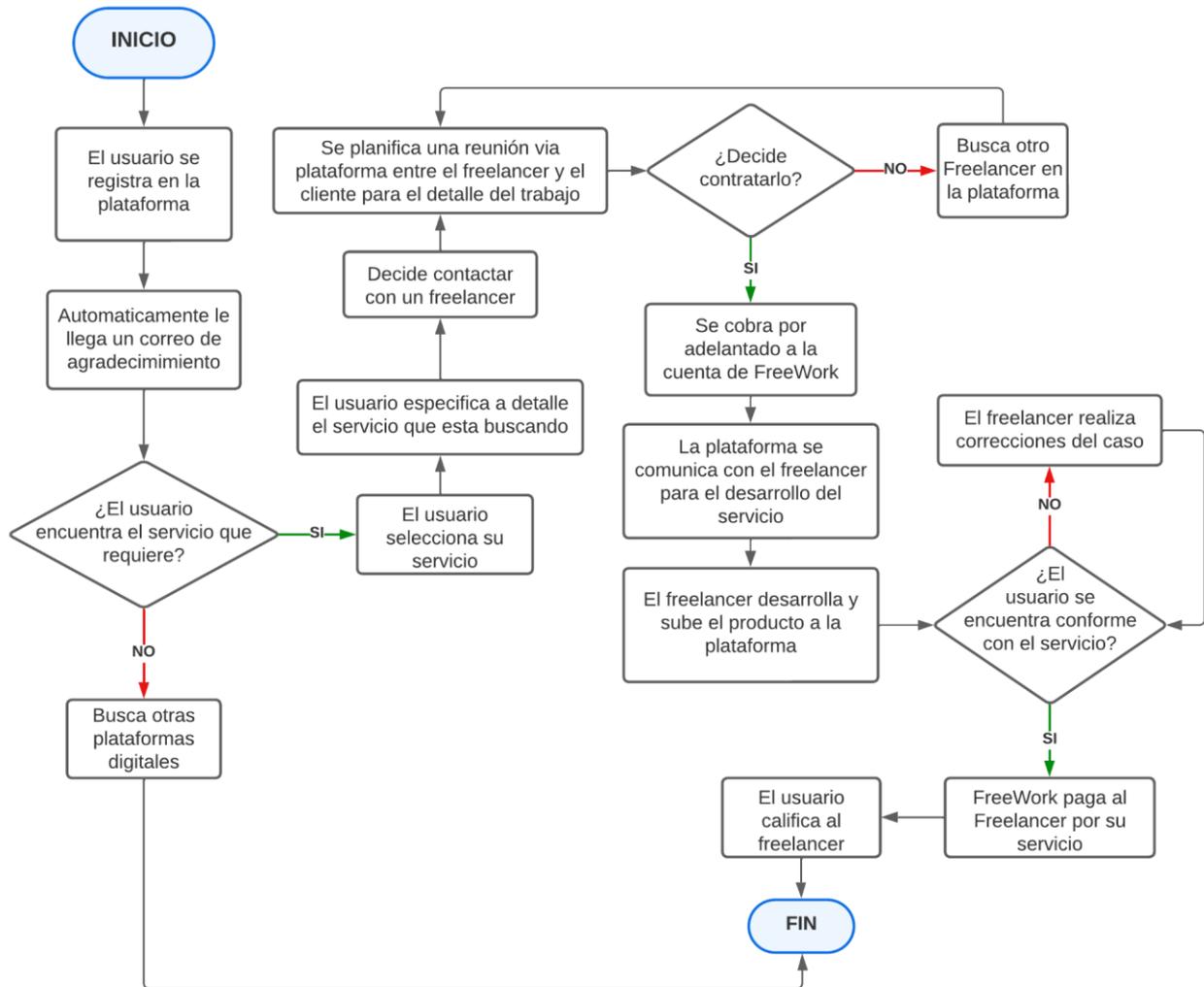
Flujograma de gestión del servicio al cliente/ Freelancer



Nota: Elaboración propia

Figura 34

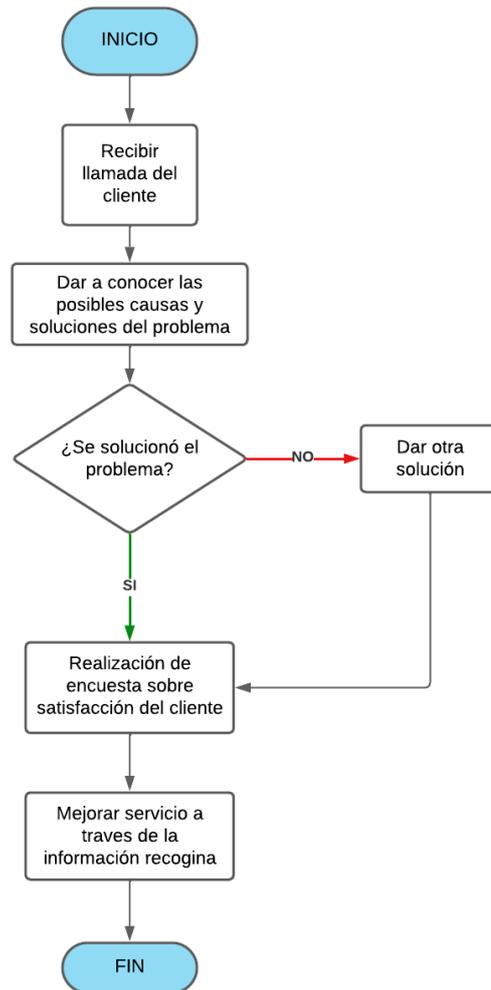
Flujograma de gestión del servicio al clientes/empresas



Nota: Elaboración propia

Figura 35

Flujograma de Servicio Post Venta / atención a reclamos



Nota: Elaboración propia

9.2. Definición de estándares de calidad

9.2.1. Métodos y sistemas de verificación

Los estándares de calidad de FreeWork serán medidos a través de nuestras redes sociales y sitio y la plataforma virtual (encuestas a clientes) y con informes y reportes entregados por las áreas de la organización, que nos permitirán evaluar los siguientes estándares de calidad.

Calidad del servicio

FreeWork examinará el nivel de satisfacción del servicio a través de su plataforma, considerando tanto las opiniones expresadas públicamente como las evaluaciones internas recopiladas de los datos generados en la plataforma. La evaluación de este nivel de calidad se llevará a cabo de la siguiente manera:

Tabla 15

Evaluación calidad del servicio

Evaluación de calidad del servicio	
Excelente	5 estrellas
Bueno	4 estrellas
Regular	3 estrellas
Malo	2 estrellas o menos

Nota: Elaboración propia

Nivel de satisfacción del cliente

Se realizará una evaluación del nivel de satisfacción tanto a los Freelancer como a los usuarios y/o empresas, para ello, se enviará una encuesta virtual por medio de correo electrónico.

La medición de este criterio de calidad se efectuará utilizando una escala de valoración que va de 0 a 5 estrellas.

Tabla 16

Nivel de satisfacción del cliente

Nivel de satisfacción del cliente	
Si de 10 clientes, se cuenta con...	
Excelente	4 - 5 estrellas
Bueno	3 estrellas
Malo	2 estrellas o menos

Nota: Elaboración propia

Criterios de medición de los estándares de calidad

Tabla 17

Criterios de medición de los estándares de calidad

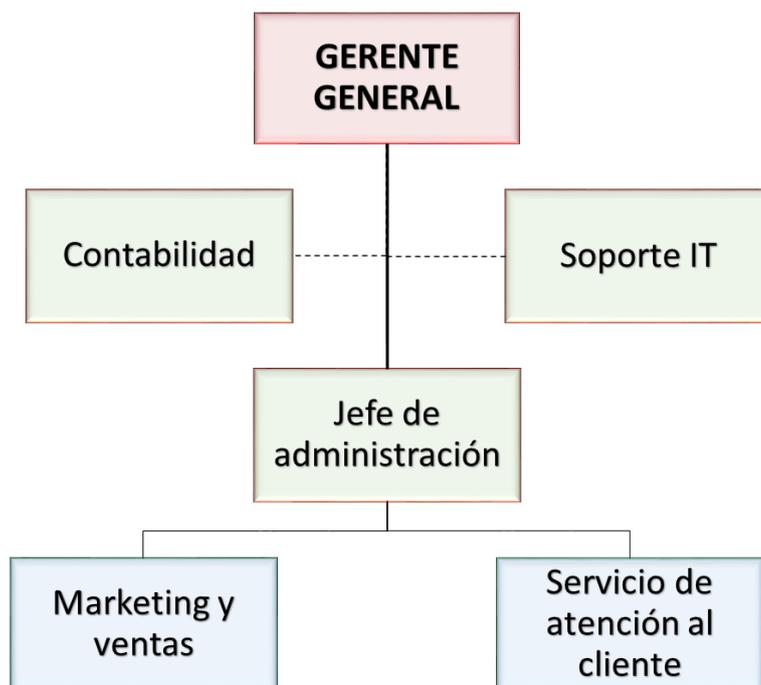
Indicador	Fuente y fórmula de medición	Frecuencia	Óptimo- Tolerable-Deficiente
Satisfacción del cliente	Calificaciones buenas o excelentes/Total clientes encuestados*100%	Mensual	Óptimo: >95% Tolerable: 94%-85% deficiente:<84%
Atención al cliente	Problemas en el servicio/Total de consultas/*100%	Mensual	Óptimo: >95% Tolerable: 94%-85% deficiente:<84%
Calidad de soporte web	Quejas y reclamos/Total cliente*100%	Semanal	Óptimo: <5% Tolerable: 6%-15% deficiente:>16%
Accesibilidad web	Tráfico web (número de visitantes)	Mensual	Óptimo: >95% Tolerable: 94%-85% deficiente:<84%

Nota: Elaboración propia

9.3. Gestión de recursos humanos

Figura 36

Organigrama



Nota: Elaboración propia

9.3.1. Determinación de puestos, funciones y competencias.

Dadas las especificaciones de FreeWork, se requerirá contratar personal para los siguientes roles en cada departamento:

Tabla 18

Lista de trabajadores

Área	Cantidad	Nombre del puesto
Gerencia General	1	Gerente General
	1	Jefe de administración
Administración	2	Personal de marketing y ventas
	2	Personal de servicio de atención al cliente

Nota:

Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO POR COMPETENCIAS



Tabla 19

Perfil del puesto - Gerente general

Nombre del puesto: Gerente General
Unidad o área a la que pertenece: Gerente General
Puesto al que reporta: Ninguna
Puesto (s) que supervisa: Administración y Marketing/Soporte

Misión del Puesto: Supervisa y gestiona eficazmente los recursos de la empresa, conforme a los planes estratégicos, para alcanzar los objetivos a corto y largo plazo.

Organigrama:



Relaciones internas	Motivo
Administración y Marketing	Informes de cumplimiento y desempeño Apoyar en las labores administrativas

Relaciones Externas	Motivo
---------------------	--------

Contador	Asesoría contable, tributaria y financiera reportando los estados financieros y económicos de la empresa.
Área de soporte	Informe de manejo de sistemas Informar hallazgos y descubrimientos para fomentar la innovación.

Equipos utilizados	Software requerido
PC/laptop	Microsoft Office
Celular	Android

RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Información confidencial	Financieros, administrativos y comerciales de la empresa.
Manejo de dinero	Si
Poder de representación	Si

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Controla, dirige y coordina las áreas de la organización.
2. Establece estrategias para el crecimiento del negocio, planteando objetivos a corto y largo plazo.
3. Administrar los recursos económicos de manera eficiente para inversión.
4. Controlar el desempeño y cumplimiento de normativas del personal de la organización.
5. Realiza negociaciones y representa los intereses de la empresa ante los socios claves, proveedores, clientes, grupos de presión.
6. Elaborar estrategias financieras para alcanzar objetivos.
7. Examinar los estados financieros de la empresa.
8. Desarrollar alianzas estratégicas que generen un mayor movimiento e intercambio comercial.
9. Identificar las necesidades del cliente, y mejorar la calidad del servicio.
10. Diseñar estrategia comercial y realizar seguimiento.
11. Gestionar el presupuesto asignado, controlar los gastos y asegurar el uso eficiente de los recursos.
12. Supervisar las ventas y el desarrollo del mercado para impulsar las operaciones.
13. Determinar los precios, descuentos y plazos, así como el presupuesto asignado para cada campaña o método que se utilizará.

COMPETENCIAS**COMPETENCIAS GENERALES**

Ética y moral

Responsabilidad
Compromiso
Liderazgo

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Título profesional de Administración, contador, Ingeniería o afines
Experiencia: Experiencia en el Cargo de MÍNIMO: 6 años. Experiencia en el Rubro de MÍNIMO: 3 años.
Post Grado: Maestría en Administración, Gestión o Sistemas
Conocimientos Especiales: Finanzas, Contabilidad, marketing y sistemas.
Informática: Microsoft Office, Redes Sociales, Uso pleno del sistema operativos Windows/MacOS y IOS/Android
Idiomas: Inglés intermedio

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Capacidad de negociación
Capacidad de planificación
Capacidad de comunicación y Proactividad
Manejo de Grupos

INDICADORES DE GESTIÓN

• % de metas cumplidas en el plazo establecido
• % de ventas proyectadas
• % rendimiento de los colaboradores
• % crecimiento de la organización
• Índice de desempeño financiero
• Satisfacción de los empleados

Nota: Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO POR COMPETENCIAS



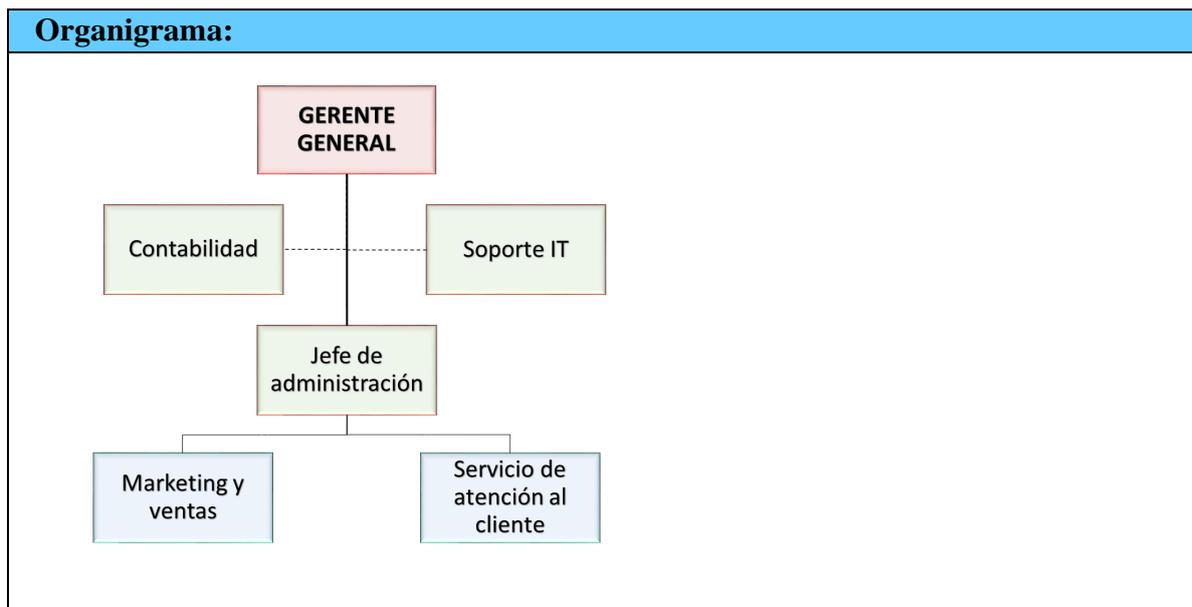
Tabla 20

Perfil del puesto - Jefe de administración

Nombre del puesto: Jefe de Administración
Unidad o área a la que pertenece: Administración
Puesto al que reporta: Gerente General
Puesto (s) que supervisa: Ninguna

Misión del Puesto: Gestionar los recursos y actividades que va a desempeñar el negocio, para garantizar el cumplimiento de los objetivos, y gestión de los recursos humanos.

Organigrama:



Relaciones internas	Motivo
Gerente general	Informes financieros de la empresa El análisis de los resultados de la entidad.

Relaciones Externas	Motivo
Comercial	Mantenerse actualizado con la información del área
Socios clave (programadores web, freelancers profesionales expertos)	Proceso de negociación contractual.

Equipos utilizados	Software requerido
PC/laptop Celular	Microsoft Office Android

RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Información confidencial	Informes Económicos y administrativos
Manejo de dinero	Si
Poder de representación	Si

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Planificar, coordinar procedimientos y sistemas administrativos.
2. Proponer planes de compras, realizar la gestión de contratación de proveedores y manejar los bienes y servicios de la gestión administrativa.
3. Tomar decisiones para cumplir con las metas y objetivos trazados.
4. Actualizar los datos de los clientes en la base de datos.
5. Revisar los perfiles de los Freelancers y las empresas usuarias.
6. Verificar que los datos proporcionados por los usuarios sean correctos.
7. Diseñar, seleccionar el talento humano, estructuras, métodos y procedimientos.
8. Gestionar, orientación a los cambios e innovación y solución de conflictos.
9. Servir de arbitraje para la resolución de conflictos en caso lo requieran los clientes.
10. Realizar los reportes de ventas y resultados mensuales y anuales.
11. Entrevistas a los nuevos freelancer para validar que perfil del puesto sea el adecuado
12. Realizar los reportes de ventas y resultados mensuales y anuales.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

Ética y moral

Responsabilidad

Compromiso

Manejo de Grupos

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Título profesional de Administración, finanzas y afines

Experiencia:

Experiencia en el Cargo de MÍNIMO: 5 años.

Experiencia en el Rubro de MÍNIMO: 3 años.

Post Grado:

Maestría en Administración de Empresas y/o gestión de personal

Conocimientos Especiales: Experiencia en alguna empresa relacionada al e.commerce o virtual.

Informática: Microsoft Office, Redes Sociales, Uso pleno del sistema operativos Windows/MacOS y IOS/Android

Idiomas: Inglés intermedio

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Capacidad de negociación
Capacidad de planificación
Capacidad de comunicación y Proactividad
Pensamiento crítico

INDICADORES DE GESTIÓN

• % de objetivos alcanzados dentro del tiempo previsto.
• % de eficacia y rendimiento
• % de fidelización de clientes a lo largo del tiempo
• Nivel de cumplimiento del presupuesto establecido

Nota: Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO POR COMPETENCIAS



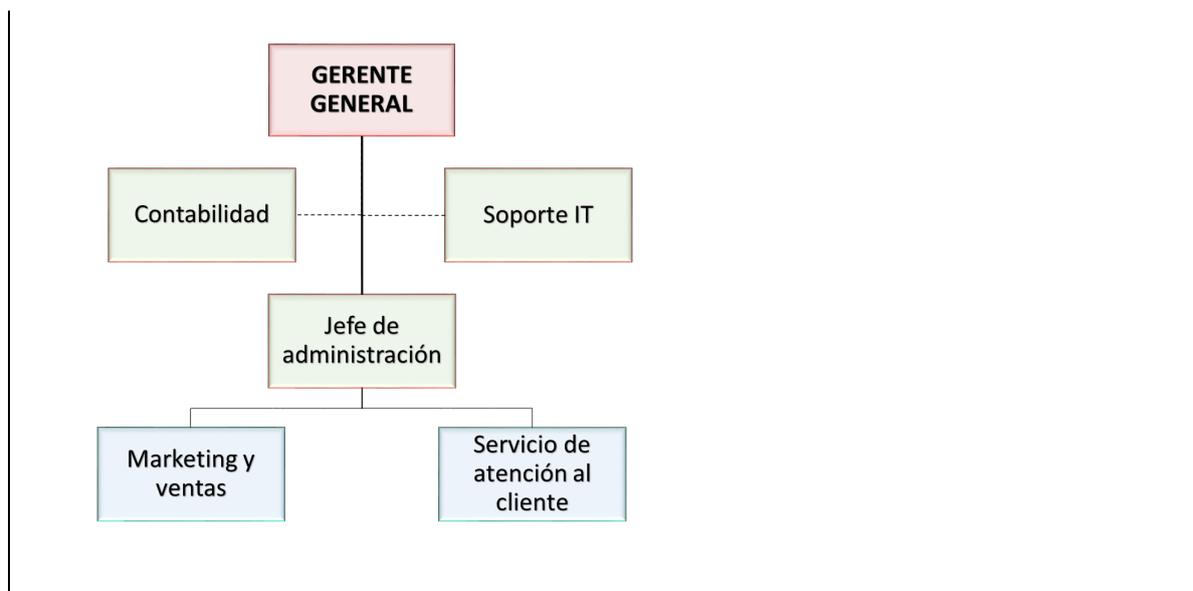
Tabla 22

Perfil del puesto - Personal de Marketing y ventas

Nombre del puesto: Personal de Marketing y ventas
Unidad o área a la que pertenece: Comercial
Puesto al que reporta: Jefe comercial
Puesto (s) que supervisa: Ninguna

Misión del Puesto: Desarrollar y ejecutar estrategias que permitan a la empresa conectarse con los clientes, generar clientes potenciales y ventas, y seguir las tendencias del mercado. Además, definir la estrategia de marketing y dar soporte a las ventas.

Organigrama:



Relaciones internas	Motivo
Jefe comercial	Reportes de marketing y publicidad. Informes de desempeño de la empresa.
Personal de atención al cliente	Permanecer al tanto de la información relevante del sector.

Relaciones Externas	Motivo
Ninguno	Ninguno

Equipos utilizados	Software requerido
PC/laptop	Microsoft Office
	Adobe Illustrator y Photoshop
Celular	Android/IOS (Meeting Apps y Redes Sociales)

RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Información confidencial	Informes de marketing y ventas de la empresa.
Manejo de dinero	No
Poder de representación	No

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Impulsar la imagen de marca.
2. Desarrollar estrategias para aumentar el crecimiento de las ventas.
3. Planificar y supervisar la puesta en marcha de las campañas y estrategias de Marketing.
4. Promocionar los servicios de la marca en numerosos canales de redes sociales.
5. Recolectar información de las necesidades del cliente.
6. Brindar información de los servicios del negocio.
7. Creaciones de contenido y analizar lo que hacen los competidores y encontrar formas de destacar en el mercado.
8. Apoyar en el seguimiento del servicio a cada cliente. Y cobranza en membresías.

COMPETENCIAS**COMPETENCIAS GENERALES**

Proactivo

Compromiso

Iniciativa y toma de decisiones

Dominio en atención a clientes

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Secundaria completa o Técnico

Experiencia:

Experiencia en el Cargo de MÍNIMO: 3 años.

Experiencia en el Rubro de MÍNIMO: 2 años.

Post Grado: No

Conocimientos Especiales:

Experiencia en una compañía vinculada al comercio electrónico o en línea.

Informática: Microsoft Office, Redes Sociales, Uso pleno del sistema operativos Windows/MacOS y IOS/Android, Adobe Illustrator y Photoshop

Idiomas: Inglés intermedio

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Capacidad de comunicación y Proactividad

Capacidad de investigar y entender al público objetivo

Habilidad para comunicarse efectivamente y ser proactivo

INDICADORES DE GESTIÓN

• Ingresos por ventas

• Cantidad de nuevos usuarios suscritos en la plataforma

• Porcentaje de visibilidad en línea de la marca

• % Porcentaje de clientes satisfechos

Nota: Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO POR COMPETENCIAS



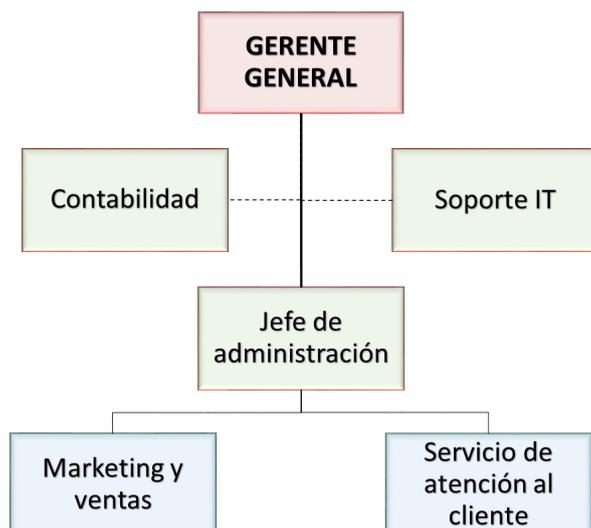
Tabla 23

Perfil del puesto - Personal de servicio de atención al cliente

Nombre del puesto: Personal de servicio de atención al cliente
Unidad o área a la que pertenece: Comercial
Puesto al que reporta: Jefe Comercial
Puesto (s) que supervisa: No

Misión del Puesto: Brindar soporte a los clientes, ya sea antes, durante y después del servicio brindado.

Organigrama:



Relaciones internas	Motivo
Jefe comercial	Informar sobre el desempeño y actividades en el departamento de soporte.

Relaciones Externas	Motivo
Aliados	Desarrolladores o ingenieros de sistemas para la creación y mejoramiento de la plataforma web.

Equipos utilizados	Software requerido
PC/laptop	Microsoft Office, Meeting Apps, ERP, Programa Nativo de Config. de APP y WebApp
Celular	Android/IOS (Meeting Apps y Redes Sociales)

RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Información confidencial	Información referente objetivos estratégicos y comerciales de la empresa, e Informes generales de la empresa
Manejo de dinero	No
Poder de representación	No

FUNCIONES DEL PUESTO

Principales funciones:

1. Responder las inquietudes o consultas sobre los servicios.
2. Hacer un seguimiento de las consultas y/o opiniones de los clientes.
3. Resolver problemas o quejas.
4. Trasladar las necesidades y sugerencias de los clientes a los demás departamentos.
5. Prevenir futuras incidencias.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

Habilidades comunicativas

Paciencia y autocontrol

Cuidado y sensibilidad

CONOCIMIENTOS

Formación académica: Secundaria completa o Técnico

Experiencia:

Experiencia en el Cargo de MÍNIMO: 3 años.

Experiencia en el Rubro de MÍNIMO: 2 años.

Post Grado: No

Conocimientos Especiales: Gestión de las redes sociales, conocimientos básicos en informática.

Informática: Microsoft Office.
Idiomas: No

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Habilidad para entender las necesidades y preocupaciones de los clientes mediante la empatía.
Capacidad de adaptación y responsabilidad.
Comunicación asertiva.
Solución de problemas
Gestión de plataformas de redes sociales.

INDICADORES DE GESTIÓN

• % Porcentaje de resolución de problemas
• % Tiempo promedio de gestión
• Porcentaje de consultas resueltas de los clientes.
• Porcentaje de satisfacción de los clientes.
• Porcentaje de reclamos gestionados.
• % de retención de clientes

Nota: Elaboración propia

9.3.2. Propuesta de evaluación de desempeño del personal.

La evaluación de desempeño, se realizará de manera cuantitativa y cualitativa, para ello, se llenará las siguientes tablas de información del evaluado con los datos correspondientes del trabajador y finalmente, el nombre del evaluador.

Se tomó solo un trabajador o puesto como ejemplo dentro del organigrama, los demás puestos de trabajo tendrán una aplicación similar de evaluación de desempeño, el cual podría variar de acuerdo a las funciones y características que requiere cada puesto de trabajo.

Formato evaluación del desempeño cuantitativa

Tabla 24

Evaluación del desempeño / Personal de marketing y ventas

Item	Indicador	Descripción del indicador	Unidad de medida	Peso	Meta	Real
1	Ingresos por ventas	Ingreso por ventas realizadas y cobradas durante el período	Soles	40%	S/. 30,000	
2	Cantidad de nuevos usuarios	Cantidad de usuarios suscritos en la plataforma durante el periodo	N° de usuarios	30%	50	
3	Alcance de la marca	Cantidad de usuarios que reconocen la marca	N° de usuarios	10%	200	
4	Satisfacción del cliente	Freelancers satisfechos	N° de clientes satisfechos	10%	200	
5	Fidelización del cliente	Clientes que vuelven a suscribirse y que nos recomiendan	N° de clientes recurrentes	10%	10	

Nota: Elaboración propia

Formato evaluación del desempeño cualitativa

Figura 37

Evaluación de Desempeño: Jefe de administración y finanzas

EVALUACION DE DESEMPEÑO						
A INFORMACION DEL EVALUADO					Estado	Revisar
CODIGO XXXXX	APELLIDOS Y NOMBRES INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO			FECHA DE EVALUACION XXXXXX		
POSICION INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO						
FECHA DE INGRESO INGRESE EL CÓDIGO DEL EMPLEADO						
NOMBRE DEL EVALUADOR Gerente General						
B ESCALAS DE EVALUACION						
ESCALA	DESCRIPCION				PUNTAJE	
RESULTADO DESTACADO	Desempeño que constantemente cumple y excede los requisitos en su puesto.				4	
RESULTADO BUENO	Desempeño que cumple con los requisitos exigidos en su puesto.				3	
PROXIMO A LO ESPERADO	Desempeño que no siempre satisface los requerimientos del puesto				2	
BAJO DE LO ESPERADO	Desempeño con serias deficiencias				1	
C EVALUACION						
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; display: inline-block;"> Marcar con sólo una (1) "X" en la calificación correspondiente </div>						
	BAJ	PROX	BUE	DEST	PUNTOS	
	1	2	3	4		
A. DESEMPEÑO DE LA FUNCION						
APTITUDES Y DESTREZAS PARA EL PUESTO				X	4	
CONOCIMIENTO DEL PUESTO				X	4	
RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES				X	4	
B. CARACTERÍSTICAS PERSONALES						
ORIENTACION AL CLIENTE INTERNO / EXTERNO			X		3	
TRABAJO EN EQUIPO			X	X	3	
C. CAPACIDAD ORGANIZATIVA Y EJECUTORA						
INICIATIVA				X	4	
ORIENTACION A RESULTADOS			X		3	
ADAPTACION AL CAMBIO			X		3	
MANEJO EFECTIVO DEL TIEMPO LABORAL			X		3	
EVALUACION GLOBAL					TOTAL PUNTOS	31
CALIFICACION	Favor Revisar			PROMEDIO	3.44	
Estado de Evaluación:	Revisar					

Nota: Elaboración propia

9.3.3. Matriz de consistencia de los RRHH

Tabla 25

Matriz de consistencia de los RRHH

Objetivo general del plan de negocio	Área/Unidad 1	Área/Unidad 2	Área/Unidad 3
Posicionarse como líder dentro del mercado y posicionarse como mejor plataforma de freelancers profesionales de Lima Metropolitana, logrando una rentabilidad del 30% al segundo año, donde ambos segmentos se vean beneficiados y puedan interactuar de una forma fácil y segura.	Área/Unidad: Gerencia General Puesto: Gerente General Funciones relacionadas: Definir y controlar los planes y estrategias del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Conseguir el 80% de las ventas proyectadas en el año.	Área/Unidad: Comercial Puesto: Jefe Comercial Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de comercialización del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Conseguir el 80% de clientes nuevos y reconocimiento de la marca.	-
Objetivos específicos del plan de negocio	Área/Unidad 1	Área/Unidad 2	Área/Unidad 3
Conseguir un incremento de ventas anuales del 30% en el segundo año de funcionamiento.	Área/Unidad: Comercial Puesto: Jefe Comercial Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de comercialización del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Conseguir mayor número de clientes en un 50% cada año.	Área/Unidad: Comercial Puesto: Personal de Marketing y ventas Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de marketing del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Incrementar anualmente las interacciones en redes en un 50%.	Área/Unidad: Comercial Puesto: Personal de Servicio de atención al cliente. Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de atención al cliente. Indicadores de desempeño relacionados: Incrementar anualmente la satisfacción del cliente en un 60%.

<p>Crear una estrategia oportuna para competir en el mercado de plataformas digitales, con el objetivo de alcanzar una participación del 30% en el mercado durante el primer año de operaciones.</p>	<p>Área/Unidad: Gerencia General Puesto: Gerente General Funciones relacionadas: Definir y controlar los planes y estrategias del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Incrementar anualmente las acciones de contactabilidad y referidos en un 50%.</p>	<p>Área/Unidad: Administración Puesto: Jefe de administración Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de administración del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Medir anualmente el desempeño global de la organización y lograr las metas y objetivos en un 50%.</p>	<p>Área/Unidad: Comercial Puesto: Jefe Comercial Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de comercialización del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Incrementar anualmente el presupuesto y acciones de promoción en un 50%.</p>
<p>Implementar un sistema de calificación y reseñas que permita a freelancers y empresas evaluar mutuamente su desempeño, construyendo una red de confianza dentro de la plataforma.</p>	<p>Área/Unidad: Gerencia General Puesto: Gerente General Funciones relacionadas: Definir y controlar los planes y estrategias del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Promover la resolución de disputas con un sistema claro y efectivo de mediación.</p>	<p>Área/Unidad: Administración Puesto: Jefe de administración Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de administración del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Un sistema de reseñas con al menos un 90% de participación tanto de freelancers como de empresas.</p>	<p>Área/Unidad: Comercial Puesto: Jefe Comercial Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de comercialización del negocio. Indicadores de desempeño relacionados: Alta tasa de satisfacción de usuarios basada en la calificación promedio</p>
<p>Mantener anualmente los costos totales de la empresa en un 30% con relación a las ventas.</p>	<p>Área/Unidad: Gerencia General Puesto: Gerente General Funciones relacionadas: Optimizar y controlar los recursos económicos del negocio.</p>	<p>Área/Unidad: Comercial Puesto: Jefe Comercial Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de comercialización del negocio.</p>	<p>Área/Unidad: Administración Puesto: Jefe de administración Funciones relacionadas: Definir y controlar el plan de administración del negocio.</p>

Indicadores de desempeño relacionados:	Indicadores de desempeño relacionados:	Indicadores de desempeño relacionados:
Elaborar y supervisar el presupuesto anual y medir el desempeño de los costos totales de la organización.	Controlar anualmente el costo total de la empresa en un 40% con relación a las ventas.	Controlar anualmente el costo total de la empresa en un 30% con relación a las áreas funcionales.

Nota: Elaboración propia

10. Plan de implementación

10.1. Descripción de tareas

Constitución de la empresa: Para iniciar formalmente con este presente negocio, se comienza por la constitución de la empresa en registros públicos, iniciando así los trámites formales según la ley general de sociedades, Sunat y demás normas legales establecidas en nuestro país.

Licencias de funcionamiento: Para iniciar con la actividad económica es necesario la autorización que otorga la Municipalidad de la zona donde esté ubicada la oficina de este negocio.

Establecer qué características debe tener la plataforma web y software: Esto incluye requerimientos funcionales: Registro y perfil de usuario (freelancers y empresas), publicación de proyectos por parte de los clientes, búsqueda de proyectos y postulación por parte de los freelancers, sistema de pagos seguro, sistema de calificación y reseñas, mensajería interna, panel de administración para los administradores de la plataforma; y requerimientos técnicos como la tecnología que se usará (lenguajes de programación, bases de datos, frameworks).

Diseño de la Plataforma: Diseñar la estructura visual y funcional de la plataforma para asegurar una experiencia de usuario fluida y atractiva, creando una interfaz coherente,

visualmente atractiva y fácil de usar, empleando colores, tipografía y elementos gráficos adecuados. Además, garantizar que la plataforma funcione correctamente en dispositivos móviles, tabletas y computadoras de escritorio. Desarrollar y organizar la base de datos para almacenar la información de usuarios, proyectos, transacciones y otros datos relevantes, utilizando tecnologías como MySQL, PostgreSQL o MongoDB. Incorporar sistemas de pago seguros como PayPal, Stripe o transferencias bancarias para procesar las transacciones de manera confiable. También, implementar funcionalidades esenciales como la creación de perfiles, la publicación de proyectos, la gestión de trabajos, búsqueda avanzada, mensajería interna y sistemas de calificación.

Pruebas de Calidad: Para garantizar que la plataforma opere de manera eficiente y confiable antes de su lanzamiento, es necesario verificar que todas sus funciones y características estén activas. Además, se debe evaluar la facilidad de uso, asegurando que los usuarios puedan navegar sin dificultades. También es fundamental comprobar que la plataforma sea rápida y capaz de manejar una gran cantidad de usuarios y datos, garantizar que esté protegida contra vulnerabilidades como ataques de inyección SQL o XSS, y verificar que funcione correctamente en distintos navegadores y dispositivos.

Contratación del personal: Durante esta etapa, se llevará a cabo la contratación de los pilares del equipo de trabajo para iniciar las actividades comerciales. Esto incluirá la capacitación en el uso de la plataforma.

Campañas de publicidad: el lanzamiento de la marca se iniciará para asegurar la prosperidad del negocio, realizando diversas campañas de publicidad para atraer darse a conocer con los potenciales clientes.

Inicio de actividades: Siguiendo todas todas las actividades anteriores el negocio está preparado para iniciar sus actividades comerciales, el cual comenzaría a partir de la semana 12.

10.2. Cronograma de tareas

Tabla 26

Cronograma de tareas

Actividades de implementación de la empresa	Periodo semanal												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Constitución de la empresa	■	■	■	■									
Licencias de funcionamiento					■	■							
Establecer qué características debe tener la plataforma web y software		■											
Diseño de la Plataforma			■	■	■	■							
Pruebas de Calidad							■	■	■				
Contratación de colaboradores								■	■	■			
Ejecución de campañas publicitarias											■	■	
Inicio de actividades													■

Nota: Elaboración propia

11. Valorización de la propuesta

11.1. Presupuesto de ventas

Continuando con la evaluación en la valoración de la propuesta, se identificó la demanda no satisfecha basada en el dimensionamiento inicial realizado, que fue de 944.096 freelancers. La cobertura por capacidad de oferta es del 1.18%, lo que, al multiplicarse por la demanda no satisfecha, nos da como resultado una estimación de 11.140 unidades de demanda.

La tasa de crecimiento de la demanda es de 3,20%, según el informe estadístico de la BCRP (2023), sin embargo se tomó en cuenta la estimación de la tasa de deserción de la demanda de 10% según (Julio O, 2023) que disminuyendo este porcentaje, el total la tasa de crecimiento es 2.88%. Y según el boletín informativo del INEI (2023) la tasa de crecimiento de precios en el sector servicios fue de 3,24%.

El presupuesto de ventas se elaboró considerando los siguientes elementos:

Tabla 27

Data para cantidad estimada de la demanda

Demanda no atendida (unidad)	944.096	
Cobertura por capacidad de oferta	1,18%	
Cantidad estimada de la demanda (unidad)	11.140	unidades
<hr/>		
Cantidad estimada de unidades	11.140	
Tasa de crecimiento de la demanda	3,20%	PBI
Deserción 10%	-0.32	
Tasa de crecimiento de la demanda	2.88%	
Tasa de crecimiento del precio	3,24%	Inflación (servicios)
PRECIOS OFRECIDOS:		
Plan Básico		
Precio Unitario (S/.20,00 inc IGV)	16,95	Sin IGV
Plan profesional		
Precio Unitario (S/.64,00 inc IGV)	54,24	Sin IGV
Plan premium		
Precio Unitario (S/.96,00 inc IGV)	81,36	Sin IGV

Nota: Elaboración propia

Para establecer la cantidad estimada de clientes en unidades, para cada tipo de plan, se tomó en cuenta los resultados de la investigación cuantitativa, donde el 61,30% prefieren el plan básico, el 30,30% encuestados pagarían suscripción profesional y el 8,40% tendría plan Premium. De acuerdo a estos resultados obtendremos nuestro presupuesto de ventas.

Tabla 28*Estimación de la demanda.*

	Cantidad de la demanda	Valor Venta	Total anual
Plan Básico 61,30%	6.829	16,95	115.746
Plan profesional 30,30%	3.376	54,24	183.079
Plan premium 8,40%	936	81,36	76.132
Total cantidad estimada de la demanda	11.140	152,54	374.957

*Nota: Elaboración propia***Definición de la estructura de costos del producto**

Este tipo de servicios no incurrirá en costos directos e indirectos, ya que es un tipo de negocio que solo necesita de inversión inicial, luego solo incurrirá en gastos fijos y variables para el funcionamiento de este negocio. Por tal razón no se presenta una estructura de costos.

Sin embargo, para asegurar el éxito del presente negocio se han establecido planes de marketing y promociones, los cuales pueden diferir significativamente en los costos del servicio que se ofrece. Es por ello que, se ha establecido estimaciones de los usuarios que se benefician de las promociones.

Tabla 29*Estimación de los planes de promoción*

Descuentos por pronto pago	10%
Descuento por recomendación	5%
1 mes gratis para nuevos usuarios	
Población objetivo	11.140
N° estimado de beneficiarios que aprovechan un descuento 65%	4.011
Precio promedio	S/.33,66

Porcentaje de descuento estimado 15%	5,05
Total	S/.20.248
1 mes gratis para nuevos usuarios	928
Total	S/.31.246
TOTAL DESCUENTOS ANUALES	S/.51.494

Nota: Elaboración propia

Tabla 30

Inversión inicial del proyecto

Gastos operativos	Cantidad	Total 1er año
Laptop - oficina	7	S/.17.500,00
Celulares	7	S/.5.600,00
Muebles y equipos de oficina	7	S/.5.600,00
Desarrollo de la plataforma web	1	S/.20.000,00
Constitución de la empresa y patentes	1	S/.1.885,00
Capacitación al personal	7	S/.1.500,00
Total Inversión Inicial		S/ 52.085,00

Nota: Elaboración propia

11.2. Presupuesto de gastos operativos

Estos gastos son fundamentales para mantener la operación de la empresa y no están relacionados con la producción de servicios directamente, sino con el mantenimiento de la infraestructura y los recursos que permiten la prestación de servicios.

Respecto al mantenimiento de la plataforma, existen diversos precios, y eso puede variar de acuerdo al tipo de negocio dependiendo de la complejidad de la plataforma, el tráfico y las características que se requieran, en el caso de este tipo de plataformas el costo por mantenimiento es S/5,664.00 anual según Gleiser, Y., Laos, K., Olivares, A., Pomar, D., & Sevilla, R. (2021)

Tabla 31

Presupuesto de gastos

Gastos de ventas			
Detalle	cantidad	Costo mensual	Costo anual
Jefe de comercial	1	S/.3.000,00	S/.36.000,00
Personal de marketing y ventas	2	S/.2.400,00	S/.28.800,00
Comisión por ventas	2%	S/.312,46	S/.7.499,14
Personal de servicio de atención al cliente	2	S/.2.400,00	S/.28.800,00
Publicidad y marketing	1	S/.1.993,00	S/.23.916,00
Servicio tercerizado de soporte técnico	1	S/.1.000,00	S/.12.000,00
TOTAL		S/.11.105,46	S/.137.015,14

Gastos de administrativo			
Detalle	cantidad	Costo mensual	Costo anual
Mantenimiento de la plataforma (dominio, certificado de seguridad, hosting)	1	S/.655,00	S/.7.860,00
Gerente General	1	S/.5.000,00	S/.60.000,00
Jefe de administración	1	S/.3.000,00	S/.36.000,00
Alquiler de oficina	1	S/.3.380,00	S/.40.560,00
Servicio tercerizado de contabilidad	1	S/.850,00	S/.10.200,00
Servicio públicos: (Agua, luz e internet)	1	S/.700,00	S/.8.400,00

Materiales de limpieza y oficina	1	S/.400,00	S/.4.800,00
TOTAL		S/.13.985,00	S/.167.820,00

Nota: Elaboración propia

Dentro de la comisión por ventas está basado metas alcanzadas, al ser este un negocio que recién inicia se fijará un porcentaje de 2% para motivar al equipo de ventas y, al mismo tiempo ser sostenible para la empresa.

11.3. Punto de equilibrio

La distribución mensual de los gastos administrativos, gastos de venta, depreciación y amortización, se ha dividido entre los 3 planes de membresía, básico, profesional y premium.

No se ha tomado en cuenta los gastos de comisión de la pasarela de pagos, porque será asumido directamente por los Freelancers.

Tabla 32

Punto de equilibrio

Valor de venta unitario (membresía mensual):	
Plan Básico	S/.17
Plan profesional	S/.54
Plan premium	S/.81
Costo variable	S/.0
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN (promedio)	S/.33.66
MOD	
	S/.0
Gastos Administrativos	S/.13.985
Gastos de Venta	S/.11.105
Depreciación / Amortización	S/.687
TOTAL GASTOS	S/.25.777
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	S/.766
PUNTO DE EQUILIBRIO (Soles)	S/.12.981

Nota: Elaboración propia

11.4. Cálculo del WACC

Tabla 33

Capital Asset Pricing Model	
Estructura de Capital	
Pasivo	40,00%
Patrimonio	60,00%
Costo del Dinero para Terceros	
Costo de la Deuda	31%
Tasa de Impuesto a la Renta	10,00%
Costo Neto de la deuda	27,90%
Costo del dinero para los accionistas	
Tasa libre de riesgo	5,22%
Prima de mercado	6,76%
Beta desapalancada	0,9
Beta apalancada	0,93
Riesgo país	167
	1,67%
Retorno del Accionista	13,18%
Costo ponderado de capital	
WACC	19,07%

Nota: Elaboración propia

La estructura de capital se proporciona por recursos propios (60%) y préstamos con terceros o inversionistas (40%). Además, el costo de la deuda, se hará a través de financiación en forma de préstamo bancario o socios con capital. Según la (SBS, 2023), la tasa de interés promedio del sistema bancario es 31% para las microempresas.

11.5. Flujo de caja libre

Tabla 34

Flujo de caja libre

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas brutas		374.957	398.254	422.999	449.281	477.197	506.846	538.338	571.787	607.314	645.048
Descuentos (promociones)		-51.494	-54.694	-58.092	-61.701	-65.535	-69.607	-73.932	-78.525	-83.404	-88.587
Ventas Netas		323.463	343.561	364.907	387.580	411.662	437.240	464.407	493.262	523.910	556.462
Costo de venta		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margen bruto	-	323.463	343.561	364.907	387.580	411.662	437.240	464.407	493.262	523.910	556.462
Gastos Administrativos		-167.820	-173.257	-178.871	-184.666	-190.650	-196.827	-203.204	-209.788	-216.585	-223.602
Gastos de Ventas		-137.015	-141.454	-146.038	-150.769	-155.654	-160.697	-165.904	-171.279	-176.829	-182.558
EBITDA	-	18.628	28.849	39.999	52.145	65.358	79.716	95.299	112.195	130.496	150.302
Depreciación / Amortización		-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740	-5.740
EBIT	-	12.888	23.109	34.259	46.405	59.618	73.976	89.559	106.455	124.756	144.562
Impuestos		-1.289	-2.311	-3.426	-4.640	-5.962	-7.398	-8.956	-10.645	-12.476	-14.456
Depreciación / Amortización		5.740	5.740	5.740	5.740	5.740	5.740	5.740	5.740	5.740	5.740
NOPAT	-	17.339	26.538	36.573	47.504	59.396	72.318	86.343	101.549	118.021	135.846
CAPEX	-48.700	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Working Capital	-3.385	-2.500	-2.665	-2.932	-3.331	-3.907	-4.730	-5.913	-7.632	-10.168	-13.987
Flujo de caja libre	-52.085	14.839	23.873	33.641	44.173	55.490	67.588	80.430	93.918	107.852	121.858

Nota: Elaboración propio

11.6. Escenarios

Los escenarios se determinaron considerando las siguientes variaciones:

En el estado pesimista, se redujo el precio en un 8%, mientras que en el estado optimista, se aumentó en un 5%. Esto se realizó para evaluar cómo cada servicio o flujo de ingresos podría afectar el VAN y el TIR en diferentes situaciones.

Tabla 34

Escenarios de variación de precios

	Valores reales	Pesimista	Realista	Optimista
Plan Básico	16,95	16,10	16,95	17,80
Plan profesional	54,24	51,53	54,24	56,95
Plan premium	81,36	77,29	81,36	85,42
Cantidad	11.140	11.140	11.140	11.140
VAN	156.701	13.677	156.701	246.091
TIR	59%	22%	59%	85%

Nota: Elaboración propio

11.7. VAN, TIR

Como se puede observar, se obtuvo un VAN de S/156.701 y una TIR de 59%, el cual es mayor que el WACC de 19.07%. Dando como resultado que el proyecto es viable.

Tabla 35

VAN-TIR

WACC	19,07%
VAN	156.701
TIR	59%
TIRM	29%

Nota: Elaboración propio

Conclusiones

Un factor importante en la optimización y desarrollo de la idea de negocio de FreeWork viene de la demanda, porque la demanda es muy alta, de 1.259.325 lo que supera con creces la demanda satisfecha, teniendo 944.096 de demanda desatendida, y 315.229 atendida, para muchas personas el mercado actual de freelancer, es desconocida debido a que los competidores directos invierten poco o nada en el Perú. FreeWork obtiene el primer año de funcionamiento ventas netas de S/323,463.00 logrando utilidad neta después de impuestos de S/14,839.

FreeWork pretende seguir creciendo económicamente, apoyándose por campañas de marketing, innovando constantemente la plataforma e invirtiendo en talento humano, lo que le permite atender con éxito a un número cada vez mayor de consumidores. Pues la propuesta de valor de FreeWork exige que el personal de la empresa esté capacitado para brindar servicios de calidad a través de una atención personalizada, guiando al cliente en todo el proceso de servicio, y a la vez la plataforma les sea confiable, les brinde seguridad, sea eficiente, sea accesible y tenga facilidad de uso. Logrando así alcanzar una participación de 1.18% en el mercado desde el primer año.

El proyecto requirió de inversión inicial de S/52,085 que se destinó principalmente al desarrollo de la plataforma web y compra de equipos de oficina, de los cuales el 40% fue aportado por los socios y el 60% de préstamos con terceros. El cual para seguir con funcionamiento del negocio requiere de gastos fijos y variables los cuales se sostienen con los ingresos obtenidos, ya mencionados anteriormente.

El proyecto presenta una TIR del 59%, que supera el WACC del 19.07%, y un VAN positivo de S/156.701 lo que demuestra la rentabilidad de la inversión del proyecto. Recuperando la inversión en un 28.49% el primer año.

Recomendaciones

Es absolutamente necesario un conocimiento profundo del mercado para poder crear una propuesta de valor funcional y convincente, y establecer mejoras y mayor capacidad en la plataforma web, para poder cubrir una mayor demanda libre, visto en el dimensionamiento de mercado.

Se debe considerar realizar nuevos estudios de mercado para saber si es recomendable cobrar por comisiones por cada proyecto que se realice a través de la plataforma ya sea a empresas o freelancers, así poder tener mayores ingresos y mejores resultados de utilidad.

Se recomienda realizar un seguimiento de la campaña publicitaria, ya que es crucial atraer una cantidad considerable de nuevos clientes para cumplir con los objetivos de ventas del proyecto. Además, es necesario fortalecer las campañas, promociones y descuentos para asegurar que los clientes reconozcan el valor del servicio e impulsen más compras, lo que podría aumentar las ventas promedio y posicionar la marca frente a otros competidores internacionales.

Es necesario monitorear a los clientes de manera continua para comprender su experiencia y satisfacción del servicio, evitar inconvenientes y brindar soluciones rápidas para asegurar la fidelización de los clientes.

Referencias

- Anuncios en línea en LinkedIn: lo que debes saber.* (2021, junio 22). Hablando Digital. <https://hablandodigital.com/datos-costos-anuncios-linkedin/>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM). (2024) *Niveles Socioeconómicos 2023-2024.* <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2024/01/APEIM-Informe-de-Niveles-Socioeconomicos-2023-2024-Version-WEB.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2023) *Estadística demanda interna.* <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM04947AA/html>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2021) *La evaluación y el futuro del trabajo a distancia en el Perú.* <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-187/moneda-187-07.pdf>
- Calderon, J. O. (2023, 9 agosto). Ciberseguridad en el Perú: ¿Cómo se encuentra el país en esta materia? *El Comercio Perú.* <https://elcomercio.pe/respuestas/como/ciberseguridad-en-el-peru-como-se-encuentra-el-pais-en-esta-materia-seguridad-digital-tdpe-noticia/?ref=ecr>
- Cámara de Comercio Lima (CCL). (2024) *¿A cuánto se elevaría el PBI para el primer trimestre y qué sectores tendrán mayor crecimiento?.* <https://lacamara.pe/a-cuanto-se-elevaria-el-pbi-para-el-primer-trimestre-y-que-sectores-tendran-mayor-crecimiento/>
- Cámara de Comercio Lima (CCL). (s/f). *Teletrabajo: una nueva tendencia de desarrollo laboral en el Perú.* https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r717_2/inf_esp_ed_dig_717.pdf

Cantinet, N., Calle, F., Cisneros, N., Flores, E., & Hidalgo, J. (2021). *CONECTA-DOS: Plataforma Freelance* [Tesis de bachiller, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Lima, Perú].

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657278/Natalie_AC.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Carrasco, A. (2023, 27 diciembre). *Economía peruana: análisis 2023 y desafíos para 2024*. La Cámara. <https://lacamara.pe/economia-peruana-analisis-2023-y-desafios-para-2024/>

Claro. (2021). *Teletrabajo: realidades, retos y tendencias para el 2021*.

<https://hablandoclaro.pe/negocios/teletrabajo-realidades-retos-y-tendencias-para-el-2021>

Cotos, A. & Moreno V. (2020) *Plataforma digital basada en un modelo de negocio B2B2C para búsqueda y contacto de Freelancers – Piura Perú*. [Tesis de bachiller, Universidad César Vallejo. Piura, Perú].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54382/Cotos_YAA-Moreno_ZVR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Banco Central De Reserva Del Perú (BCRP). Índices fin de periodo (variación porcentual) - IPC sin Alimentos y Energía - Servicios.

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05200PA/html>

Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública (CPI). (2024). Perú: Población 2024.

<https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/PER%C3%9A%20POBLACI%C3%93N%202024.pdf>

Diario Gestión. (2020, 03 de junio). *Cuatro sectores que están contratando profesionales freelance*. <https://gestion.pe/fotogalerias/4-sectores-que-estan-contratando-profesionales-freelance-noticia/>

Diario Gestión. (2022, 4 de mayo). Dos de cada tres trabajadores prefieren trabajar más días en casa que en oficina. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/trabajo-remoto-dos-de-cada-tres-trabajadores-prefieren-trabajar-mas-dias-en-casa-que-en-oficina-rmmn-noticia/>

Diario Gestión. (2022, 26 de julio). *Perú en caos tras primer año de presidente Pedro Castillo*. <https://gestion.pe/peru/politica/peru-en-caos-tras-primer-ano-de-presidente-pedro-castillo-noticia/?ref=gesr>

El Comercio. (2020, 11 de agosto). *Freelancers en el Perú crecen a triple dígito en pandemia: ¿Qué categorías son las más contratadas?* <https://elcomercio.pe/economia/peru/freelancers-en-el-peru-crecen-a-triple-digito-en-pandemia-que-categorias-son-las-mas-contratadas-freelance-diseno-tecnologia-programacion-worlana-noticia/?ref=ecr>

Ecommerce (2021, 9 de marzo). *¿Cuáles son los precios de las plataformas de streaming en el Perú?* <https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2021/streaming-peru.html>

Espinoza, S. (2024, 27 de febrero). Desaprobación de la presidenta Dina Boluarte llega al 83.7% a nivel nacional, según encuesta de CPI. *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/politica/gobierno/dina-boluarte-desaprobacion-de-la-presidenta-llega-al-837-a-nivel-nacional-segun-encuesta-de-cpi-noticia-1537181>

El Peruano. (2023, 05 de mayo). *Teletrabajo: Perú ya registra más de 220,000 personas bajo esa modalidad laboral*. <https://www.elperuano.pe/noticia/211923-teletrabajo-peru-ya-registra-mas-de-220000-personas-bajo-esa-modalidad-laboral>

Gerencie.com. (2017, septiembre 22). *Trabajo Freelance*.

<http://www.gerencie.com/trabajo-freelance.html>

Gleiser, Y., Laos, K., Olivares, A., Pomar, D., & Sevilla, R. (2021). *Plan de negocio: consultaonline.com* [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico. Lima, Perú].

https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3165/GleiserYaquir_Tesis_maestria_2021.pdf?sequence=1

Guinaldo, V. (2019). *Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?*

<https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/#:~:text=Las%20plataformas%20digitales%20o%20plataformas,lugar%20para%20satisfacer%20distintas%20necesidades>

Forbes Perú. (2021). *Tras su 'boom' por la pandemia, ¿cómo avanza el empleo freelance en Perú?*

<https://forbes.pe/capital-humano/2021-11-06/tras-su-boom-por-la-pandemia-como-avanza-el-empleo-freelance-en-peru>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2019). *Perú: Estructura empresarial 2019*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1817/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Comportamiento de los indicadores de mercado laboral a nivel nacional*.

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-empleo-nacional-abr-may-jun-2022.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *El 72,5% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a internet en el primer trimestre de 2022*. <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-111-2022-inei.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Nota de prensa N°138-2022 Producto Bruto Interno*.
<https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-138-2022-inei.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingresos por Departamento, 2007-2021*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1870/1ibro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *PERÚ Comportamiento de los Indicadores del Mercado Laboral a Nivel Nacional y en 26 Ciudades primer trimestre 2023*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4980278/Per%C3%BA%3A%20Comportamiento%20de%20los%20Indicadores%20del%20Mercado%20Laboral%20a%20nivel%20Nacional%20y%20en%2026%20Ciudades%20-%20I%20Trimestre%202023.pdf>

INEI. (2023). *Situación de la Población Peruana. Una mirada hacia los jóvenes, 2023*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1911/1ibro.pdf

INEI.(2023).Informe de precios: variación de los indicadores de precios de la economía. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5628201/4986539-informe-de-precios-n-1-enero-2024-variacion-de-los-indicadores-de-precios-de-la-economia.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). Situación laboral de Lima Metropolitana.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6780447/5874407-informe-de-empleo-n-8-trimestre-may-jun-jul-2024.pdf?v=1723733880>

ISIL insights. (2020). *Futuro del Trabajo en el Perú: Tendencias y Desafíos*.

<https://insights.isil.pe/futuro-del-trabajo-en-el-peru-tendencias-y-desafios/>

IPSOS (2021). *Impacto de la pandemia en nuestro ocio*.

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-04/Impacto%20pandemia%20en%20Ocio.pdf>

Julio, O. (2023) *Plan de negocios para determinar la viabilidad de la implementación de una startup que contrata servicios de freelancer en lima metropolitana* [Tesis grado, Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima].

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/26336/ORIA_ROJAS_JULIO_PLAN_NEGOCIOS_DETERMINAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kahl D. (2022) *Mento: Un marketplace de mentores* [Trabajo de Licenciatura, Universidad de San Andrés. Buenos Aires, Argentina].

<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/19375>

La República. (2022). GLOBOECONOMÍA. *Innovar o morir: Importancia de la innovación en el modelo de negocio*.

<https://www.larepublica.co/globoeconomia/innovar-o-morir-importancia-de-la-innovacion-en-el-modelo-de-negocio-3435609>

ManpowerGroup. (2022). *Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes*.

[https://www.manpowergroup.pe/wps/wcm/connect/manpowergroup/47cb2684-de23-4bab-ab64-](https://www.manpowergroup.pe/wps/wcm/connect/manpowergroup/47cb2684-de23-4bab-ab64-75ccf882402b/PERU_Escasez+de+Oportunidades+Laborales++para+los+J%C3%B3venes+2022.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-47cb2684)

[75ccf882402b/PERU_Escasez+de+Oportunidades+Laborales++para+los+J%C3%B3venes+2022.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-47cb2684](https://www.manpowergroup.pe/wps/wcm/connect/manpowergroup/47cb2684-de23-4bab-ab64-75ccf882402b/PERU_Escasez+de+Oportunidades+Laborales++para+los+J%C3%B3venes+2022.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-47cb2684)

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2022). *En el 2022 la economía peruana crecerá 3,3% según proyecciones del Marco Macroeconómico Multianual 2023-*

2026. https://www.mef.gob.pe/en/?option=com_content&language=en-GB&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7487&lang=en-GB

Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology*. Lausana: Universidad de Lausana.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7368617.pdf>

Pantoja, K. V. (2024, 1 marzo). La desafiliación de partidos en el Perú: ¿una muestra de apatía política de parte de los ciudadanos? *RPP Noticias*.

<https://rpp.pe/politica/elecciones/la-desafiliacion-de-partidos-en-el-peru-una-muestra-de-apatia-politica-de-parte-de-los-ciudadanos-noticia-1537926?ref=rpp>

Payoneer. (2022). *Global freelancer income report. The ongoing rise of the freelance revolution* [Informe global de ingresos de freelancer. El auge continuo de la

revolución freelance]. <https://pubs.payoneer.com/docs/freelancer-income-report-2022-en.pdf>

Pereda, D., & Pereda, D. (2023, 28 agosto). Crece desconfianza en el Gobierno: en un año el descrédito pasó de 70 a 85%. *La República.pe*.

<https://larepublica.pe/politica/gobierno/2023/08/28/crece-desconfianza-en-el-gobierno-en-un-ano-el-descredito-paso-de-70-a-85-cvr-congreso-dina-boluarte-iep-desaprobacion-congresal-300496>

Powell, R., Single, H., & Loyd, K. (1996). Focus Groups in Mental Health Research: Enhancing the Validity of User and Provider Questionnaires. *International Journal of Social Psychiatry*. 42(3), 193-206.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7878893.pdf>

Readi, E. (2017). *Diseño de un plan de negocios para una plataforma online de coaching ejecutivo* [Tesis de Magister, Universidad De Chile. Santiago De Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144745/Diseno-de-un-plan-de-negocios-para-una-plataforma-Online-de-Coaching-Ejecutivo.pdf>

Economía, R. (2023, 21 diciembre). *Tendencias tecnológicas en el sector empresarial para el 2024 - Revista Economía*. Revista Economía.

<https://www.revistaeconomia.com/tendencias-tecnologicas-en-el-sector-empresarial-para-el-2024/>

Riveros, W. & Ortiz, M. (2021). *Plan de negocio para la creación de una plataforma digital denominada SOLVER* [Tesis de maestría, Universidad EAN, Colombia]

<http://hdl.handle.net/10882/10944>.

Salinas, B., & Ibarra, N. (Eds.). (2019). *En torno a la innovación en Educación Superior.: Estudios, perspectivas e investigaciones*. Publicaciones de la Universidad de Valencia. <https://books.google.com.pe/books?id=tU6-DwAAQBAJ&pg=PT72&lpg=PT72&dq=%22un+amplio+rango+de+aplicaciones+inform%C3%A1ticas+instaladas+en+un+servidor+cuya+funci%C3%B3n+es+la+de+familiar+al+profesorado+la+creaci%C3%B3n,+administraci%C3%B3n,+gesti%C3%B3n+y+d>

SBS. (2023). Tasa De Interés Promedio Del Sistema Bancario. <https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

SUNAT. (n.d.). *Carpeta Régimen MYPE Tributario*. <https://orientacion.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/REMYPe.pdf>

SUNEDU (2023). La Universidad en Cifras.

UDNET (2023). *¿Cuánto cuesta hacer SEO en Perú?*. <https://comunidad.udistrital.edu.co/guythony/cuanto-cuesta-hacer-seo-en-peru/>

Universidad ESAN (2019). *La importancia del WACC en las finanzas empresariales*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-importancia-del-wacc-en-las-finanzas-empresariales>

Workana. (2018). *Cada vez más empresas prefieren contratar freelancers*. <https://blog.workana.com/releases-mexico/cada-vez-mas-empresas-prefieren-contratar-freelancers/>

Workana. (2019). *Reporte Workana: ¿Por qué los profesionales están eligiendo cada vez más la vida freelance?* <https://blog.workana.com/emprendimiento/reporte-workana-2019-por-que-los-profesionales-eligen-la-vida-freelance/>

Workana. (2024). Encuentra un Freelancer
<https://www.workana.com/es/jobs?country=PE>

Anexo 2

Guía de pautas

GUÍA DE PAUTAS NIVEL DE SATISFACCIÓN DE PLATAFORMA PARA FREELANCER Octubre/ 2022

I. PRESENTACIÓN

Buenas noches mi nombre es Ana Belén Vásquez Delgado, soy estudiante de la Universidad Marcelino Champagnat, y estamos recogiendo información para evaluar sobre sus experiencias sobre plataformas para contratar servicios de FreeLancer, especialmente de las principales plataformas que son usadas en nuestro país. No existen respuestas buenas ni malas, su opinión es muy importante para recopilar esta información.

II. FASE DE CALENTAMIENTO

Objetivo: El objetivo de esta parte es conocer y confirmar el perfil del grupo participante, su uso del canal internet, así como presentar al moderador del Focus y romper el hielo con ellos.

- ¿Cuál es tu nombre?
- ¿Cómo se llama tu empresa?
- ¿A qué se dedica tu empresa?
- ¿Qué actividad o actividades de tu empresa podrías tercerizar?

III. ASPECTOS GENERALES DEL USO DE LA PLATAFORMA

Objetivo: El objetivo de esta parte es determinar el uso de este canal, cuales son sus preferencias y que factores las determinan.

1. Entrando al mundo del internet, cuéntame ¿Sueles buscar servicios empresariales por internet?
2. ¿Has usado alguna vez una página o aplicación para buscar o contactar un servicio?
3. ¿Con qué frecuencia en promedio al mes busca servicios por internet?
4. ¿Utilizaría una plataforma digital que le permita buscar y contactar servicios?
5. ¿Consideras que es fácil buscar y contactar un servicio por internet?

IV. HÁBITOS DE LOS CLIENTES QUE USAN PLATAFORMA PARA CONTRATAR SERVICIO DE FREELANCERS

Objetivo: El objetivo de esta parte es determinar el porcentaje de comisión idóneo para los servicios que se ofrecen en la plataforma.

- ¿Qué plataformas usan para contratar servicios freelancers?
- ¿Qué servicios o productos suelen solicitar con más frecuencia?
- Si responden varias ¿Qué banca plataforma usan más? ¿Por qué?
- ¿Con qué frecuencia buscas contratar a una persona para un servicio/producto? ¿Y las operaciones que hacen son de ustedes? O de ¿alguien más? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son los tipos de servicios que suelen contratar por internet? ¿Por qué?
- De las que me mencionaron ¿Cuáles contratan más? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Qué tanta seguridad les da el acceso? ¿Qué opinan de ello?
- ¿Qué funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de las que ya existen actualmente?

V. PERFIL DEL CANAL DE INTERNET DE SU ELECCIÓN:

Objetivo: El objetivo de esta parte es evaluar el servicio ofrecido por los bancos en el canal de internet así como identificar los beneficios mas significativos para los clientes.

- ¿Están a gusto/satisfechos con el servicio de las plataformas de freelancers que ya existen? ¿Por qué?
- A su criterio ¿Qué empresa considera que cuenta con la mejor plataforma de freelancer? ¿Por qué?
- ¿Qué les gustaría que tenga/agreguen las plataformas para buscar freelancers? ¿Cómo sería? Descríbalo.

IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DE WORKANA, FREELANCERS.COM, FIVER Y UPWORD

Objetivo: El objetivo de esta parte es conocer y evaluar la performance los principales plataformas de los competidores.

Se preguntará por cada Banco lo siguiente:

- Si les menciono la plataforma virtual del Workana ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente?
- Si tuvieran que imaginarse que la plataforma de Workana/ fiver/ UpWord es una persona ¿Cómo sería? ¿De qué edad sería? ¿De qué sexo? ¿Cómo es su personalidad? ¿A qué se dedica? ¿Tiene auto? ¿De qué marca?
- ¿Cuenta con publicidad? ¿Dónde vieron, escucharon o leyeron publicidad sobre las plataformas de servicio freelancer?

VI. PLAN DE MARKETING Y PRECIO

- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio que brinda esta plataforma?
- ¿Cómo te gustaría que ofrezcan los productos/servicios?
- ¿Qué necesitarías para confiar en este servicio?
 - Pagos a través de transferencias bancarias
 - Soporte 24/7

Anexo 3

Transcripción Focus Group 1

Presentación

Ana: Buenas noches con todos, mi nombre es Ana Belén Vázquez Delgado, soy estudiante de la universidad Marcelino Champañán de la carrera de contabilidad y esta reunión es para hablar acerca de la experiencia de contratación de freeLance a través de cualquier plataforma virtual así que siéntanse en libertad de poder contestar las preguntas que se les va a hacer, ya que va a ser muy importante para mi tema de investigación y los resultados van a ser este únicamente académicos, y sin mas que decir quisiera conocerlos un poco más, saber sus nombres?, como se llama la empresa donde trabajan?, a que se dedica dicha empresa?:

¿Cual es tu nombre, como se llama la empresa en la que trabajas y a que se dedica?

Thalía: Buenas noches con todos, mi nombre es Thalía Tello, la empresa en la que trabajo se llama Software Group S.A.C. La empresa se dedica a lo que es desarrollo de software, de plataforma web , páginas web, extender redes de seguridad y todo lo que involucra en eso.

Oliver: Qué tal cómo están todos, mi nombre es Oliver flores básicamente lo que nosotros tenemos ahorita es una agencia de marca personal es decir nos enfocamos solamente en desarrollar la marca personal de emprendedores empresarios, nos enfocamos en lo que es el

diseño, publicidad y todo lo que tenga que ver con redes sociales para poder ayudar a una persona a emprender.

Rodrigo: Hola Me llamo Rodrigo un gusto con todos, bueno la empresa que yo trabajo se llama Electronica San Isidro del Peru S.A.C, es una empresa del rubro de los servicios soporte técnico sea televisores, equipos de sonido, más que todo equipos domésticos de línea marrón y línea blanca y también nos dedicamos a brindar servicios empresariales.

Bryan: Buenas noches con todos Mi nombre es Bryan de paz, la empresa donde laboro se llama Misión tecnológica, básicamente se dedica a venta de equipo de cómputo y servicio de mantenimiento de la marca HP.

ASPECTOS GENERALES DEL USO DE LA PLATAFORMA

Ana: Entrando al mundo del internet cuentenme:

1. ¿Suelen buscar servicios empresariales por internet ?

Thalía: Sí o sea Definitivamente sí, porque eso nos ahorra muchas cosas entre lo más importante que es el costo de planilla o sea todo lo que conlleva eso ahorramos un montón y en internet podemos encontrar incluso trabajar con gente que no vive acá y no demoras tanto buscando personas y las entrevistas también las haces muy rápido, ahorro económico también y tiempo.

Oliver: Por supuesto que sí, porque generalmente en internet encuentras varias opciones empresariales Por ejemplo puedes ver el tema de la calidad, los productos o cómo te dan los servicios y pues en internet obviamente tienes varias opciones a las cuales tú puedes recurrir y pues tener mucho ahorro y rapidez.

Rodrigo: Sí yo también recurro a plataformas para el tema de buscar freelancer uno porque nos ayuda a ahorrar tiempo, porque también es un ahorro en planilla y también es un trabajo independiente donde hay más libertad de expresarse y hacer su trabajo como ellos quieren y desenvolverse de la mejor manera.

Bryan: En mi caso si busco servicio por internet ya que como resultado a ello podemos ahorrar tiempo y lo bueno de todo es que puedes convivir con varias personas o sea trabajar con ellos que pueden ser de otro país o quién sabe provincia también y la comunicación puede ser más fluida y también pueden trabajar desde casa o cualquier lado del mundo, obteniendo buenos resultados.

Ana:Ok, muchas gracias, seguimos con lo que es la segunda pregunta:

2. ¿Has usado alguna vez una página o aplicación para buscar o contratar un servicio empresarial, y cuales son?

Thalía:Yo he usado Fiverr y también Freelancer, generalmente de esas he usado varias veces por trabajo y Bumeran también, pero sobre todo Freelancery Fiverr más que todo cuando se trata de desarrollo.

Oliver: Yo he utilizado solo una plataforma para el trabajo, la usé para lo que es diseño, utilicé la plataforma Freelancer para contactar algunos diseñadores para trabajar con ellos

Rodrigo: Yo uso plataformas Freelancer y tambien Computrabajo, en veces he recurrido a foros bueno páginas de comunidades Por ejemplo yo estudio en la universidad de Lima y hay un grupo donde la gente pues puede mandar ofertas freelance y ellos aceptan y se contactan con ellos para algún tipo de trabajo y obtener ganancias.

Bryan: Buenas qué tal, en mi caso también uso Freelancer y básicamente la empresa también usa grupos de Facebook en grupo de Freelancer para ver la capacidad de varios freelance y poder seleccionar para un determinado trabajo.

Ana: Claro son plataformas que no son peruanas pero que muchas empresas de aquí del Perú lo usan, son muy famosas en Latinoamérica.

Pasamos a la tercera pregunta:

3. ¿Utilizarías una plataforma digital que te permite buscar y contactar servicios empresariales?

Thalía: Sí, definitivamente sí, para mí es un plus, muchísimo más fácil, claro que si utilizaría sin pensarlo dos veces.

Oliver: Por supuesto que sí utilizaría, pues nos da varias opciones y si hay un respaldo de una plataforma de una empresa pues es mucho mejor que contratarlo así nomás por Facebook porque no hay mucho respaldo ahí, entonces eso también es un tema, pues si utilizaría plataformas virtuales.

Rodrigo: Yo si usaría plataformas para contactar gente en modalidad Freelance, una que es mas facil y dos por que puedes tener más cercanía y contactarte directamente con la persona, pero siempre tenemos que ser bien meticulosos y saber seleccionar el tipo de profesional que estás buscando y así tener buenos resultados.

Bryan: Claro que sí utilizaría, y con mayor razón cuando esa plataforma es dada por una empresa, ya que nos da más seguridad y tranquilidad como consumidor no.

Ana: Ok, gracias, vamos a la cuarta pregunta:

4. ¿Consideras que es fácil buscar y contratar un servicio empresarial por internet?

Thalía: Yo creo que fácil fácil no es porque en veces te toca gente que no hace bien el trabajo y tú ya le pagaste un 50% o le pagaste cierto porcentaje y al final te va a tocar pagar más porque va a invertir más horas que tan fácil no es, puedes guiarte de las recomendaciones pero igual siempre tienes el riesgo y no lo tienes ahí como para ver si de verdad está trabajando o los llamas y no contestan porque probablemente estén en otros proyectos o en otras chambas.

Ana: Claro eso también va a depender del tipo de la plataforma porque en veces por un trabajo que tú haces o sea un trabajo que tú contrates de un freelancer creo que hay plataformas que dan el pago después de realizar el trabajo.

Oliver: Considero que sí es fácil, va a depender también de los servicios que nosotros busquemos, hay algunos servicios que es un poco difícil de contactar, los más fáciles son el tema de los diseños, marketers, pero hay algunas opciones que tenemos que tratarlo yo creo que personalmente y hay algunas cosas que algunos profesionales y los contratos se hacen de manera un poco más personalizada porque eso va con temas de tu empresa que tiene que ver con mucha confianza, es fácil?, yo creo que sí y dependiendo diría yo dependiendo del perfil de las personas que busques o los profesionales que busques.

Rodrigo: Sí, yo creo que es fácil, o sea de que es fácil sí lo es pero que encuentres la persona idónea que estás buscando y que tenga capacidades, tenga cualidades que te faciliten el trabajo, eso es lo complicado; creo que como dije la oferta es muchísimo pero ya está en ti saber seleccionar perfiles, currículums. En el caso de los diseños de los creativos, eso es la verdadera chamba porque de qué encuentras si encuentras pero que te resuelvan y que te ayuden a que no

estés batallando o diciendo no está bien o no me gusta, esa es la parte complicada, pero ofertas siempre hay.

Bryan: Bueno en mi caso creo que en parte sí es fácil encontrarlos pero lo difícil es que te solucionen el problema y que hagan un buen trabajo.

Ana: Muchas gracias, pasamos a la siguiente pregunta:

5. ¿Qué plataformas usan para contratar servicios freelancers?

Thalía: Yo uso workana, freelancer como tal que es una página puedo dar las recomendaciones esas dos son las que uso con más frecuencia y también a veces uso fiverr.

Oliver: Yo uso el único que he podido tener digamos un poco más de cercanía y es el de Hans Será porque tampoco he estudiado mucho porque tan solo para buscar un perfil de una persona que estoy buscando tuve que estudiar cerca de 20 perfiles para poder contactar a uno entonces eso también me tomó tiempo por eso hasta ahorita los contactos que he podido sacar han sido de Facebook.

Bryan: En mi caso Freelancer también pero actualmente la empresa utiliza Facebook para darle la oportunidad a varios jóvenes o ya a personas adultas y sinceramente ayuda a solucionar los problemas.

Ana:

6. ¿Con qué frecuencia buscas contratar a un freelancer profesional? ¿ y las operaciones que hacen son de ustedes? o de ¿alguien más? ¿por qué?

Thalía: Yo diría que generalmente cada dos meses estamos contratando pero depende del proyecto, tu puedes contratar cada dos meses o puede ser cada seis meses también lo más frecuente del año pasado por ejemplo ahí ha sido cada dos meses, prácticamente ingresaba alguien o salía alguien pero porque hemos tenido proyectos bien cortos, ahora las operaciones que hacíamos obviamente no eran de nosotros como tal, o sea es una empresa que nos encargaba el desarrollo de su página web y nosotros le encargamos al chico que está que trabaja con nosotros para que haga el desarrollo.

Oliver: En mi caso yo te diría que mensual estamos contratando a un freelancer, y las operaciones que realizamos son las de nuestros clientes.

Rodrigo: Sí, yo creo que la frecuencia varía, bueno en diseños serían cada 6 y 7 meses que están sacando Campañas de una promoción, unos remates que están haciendo servicios, pero también tenemos otra modalidad de Freelancer que son contratar personal de apoyo más que todo, como nos dedicamos a los servicios de logística, pero si te podría decir que depende mucho de los servicios o trabajos que se están realizando.

Bryan: En mi trabajo hacemos el servicio cada 3 meses solamente, la empresa ofrece un servicio de mantenimiento soporte cada 3 meses y promoción varias empresas que hacemos soporte, por ejemplo contratan tres jóvenes o a veces señoritas, por las operaciones que realizamos.

Ana: Gracias, vamos a la pregunta siete:

7. ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar como porcentaje del precio del servicio por el servicio que brinda esta plataforma?

Thalía: Yo creo que de 5 a 10% está bien, incluso puede ser hasta un 30% dependiendo de qué tan bueno sea la gente que tú encuentres ahí que no te genere retroceso.

Oliver: Generalmente nosotros buscamos los precios más bajos para poder básicamente sacar una rentabilidad, buscamos dinero con poca inversión, Generalmente está entre un 30% y 20% en aproximadamente, dependiendo del freelancer también, del experto porque a veces sus costos son un poco elevados y sí o sí se necesita, entonces ahí todo cambia.

Rodrigo: Sí yo también creo que hasta un 10% a 15% pero claro depende básicamente de la tarea ya estratégica que se toma decisiones más sofisticadas el costo sería un poco más, pero si son tareas que no son tan complicadas yo diría que data desde un 5% a 10% y claro que también involucra la experiencia del freelancer profesional.

Bryan: Yo diría que desde un 10% a 15% según el trabajo encomendado.

Ana: Gracias por su aporte, seguimos con la pregunta número 8:

8. ¿Están a gusto/satisfechos con el servicio de las plataformas de freelancer que ya existen? ¿Por qué?

Thalía: Yo creería que sí, o sea es que la verdad en algunas cosas te podría decir que sí y en otras cosas que no, por ejemplo:

Si se trata de diseño te podría decir que sí, te diría que no si se trata de desarrollo porque es difícil encontrar un buen desarrollador, pero definitivamente podría decir que si a tener que contratar publicando mi anuncio y todo, mi opinión es que veo mejor a la Plataforma Freelancer.

Oliver: Podría decir en un 50% porque todavía no me he entrado digamos a un 100% en cuál es el funcionamiento total, yo diría que no me siento tan a gusto, a un 50%.

Tuve una experiencia en Behance al buscar más perfiles me limitaron hasta cierto punto si no me equivoco y luego tenía que pagar para buscar a más personas, entonces ese es un punto no favorable.

Rodrigo: Yo creo que depende de las áreas también que estás buscando, porque claro como dice estrellas si buscas temas de diseño qué es lo que nosotros con más frecuencia hemos buscado, y claro la charla con el profesional ayuda mucho.

Bryan: A gusto a gusto por ahora sería Freelancer nada más porque nuestro rubro si nos da un buen resultado, no podría decirte sobre otros rubros.

Ana: Muchas gracias.

9. A su criterio ¿Qué empresa considera que cuenta con la mejor plataforma de freelancer? ¿por qué?

Thalía: Yo creo que freelancer, la verdad su plataforma es bien interactiva, es bien fácil de usar, hay una sección Incluso si nunca has usado algo así puedes aprender súper rápido no te tomará más de media hora, así que definitivamente por eso es bien rápida, fácil de usar, simple, bastante sencilla y encuentras lo que buscas súper rápido también y tiene un montón de gente.

Oliver: En mi caso yo todavía no tengo una plataforma favorita y pues voy a estar buscando, están comentando bastante de freelancer y quiero ver qué tan interesante es, pues no tengo mucha experiencia en buscar bastantes plataformas y me encantaría conocer más sobre ello.

He usado linkedin pero no llegamos a contratar personas, en facebook si saqué algunas personas, pero los trabajos no se ven tan profesionales como se dicen.

Rodrigo: La plataforma que más he usado es Freelancer, pero también en una oportunidad contactamos una persona un apoyo de contabilidad por LinkedIn Por hacer el ámbito laboral y

también con Fiverr y con seguridad me quedo con Freelancer por que es más extenso y más seguro.

Bryan: Yo diría que freelancer, ya que es más conocido y también podemos conversar de manera fluida ya que podemos encontrar personas que hablan el mismo idioma que nosotros.

Ana: Gracias:

10. ¿Cada vez que necesitas contratar un servicio lo encuentras por internet?

Thalía: Claro que si

Oliver: Por supuesto

Rodrigo: Claro, siempre podemos encontrarlo

Bryan: Yo diría que sí.

Ana:

11. ¿Qué actividad o Qué actividades de tu empresa podrías tercerizar con un freelancer ?

Thalía: Yo desarrollo de desarrollo web, desarrollo de aplicaciones, todo lo que tenga que ver con tecnología y ahí seguridad no se puede mucho, de ahí todo lo que tiene que ver con diseño también, diseño y publicidad, contraloría y asesoría legal, esas cosas podemos tercerizar en lo que hacemos.

Oliver: Yo diría el tema de diseño, la edición de videos, edición de contenido, el tema de publicidad, claro de preferencia buscamos personas de confianza.

Rodrigo: Bueno lo que nosotros más tercerizamos es el tema de la publicidad de diseños, marketing, bueno también justamente el personal actual que es de limpieza también encontramos, pero en ocasiones muy raras veces el tema de técnicos que los contratamos por tareas específicas, pero creo que es más el tema de diseño marketing, pues siempre usamos **Freelance** por que no es algo que podemos asumir como empresa en tema de planilla para tenerlos ahí pero si es necesario para llegar a nuestro público.

Bryan: En el caso mío sería el tema de la publicidad y aparte la edición multimedia para prestar los servicios.

Ana: Bien:

**12. ¿Qué les gustaría que tenga/agreguen las plataformas para buscar freelancer?
¿cómo sería? Descríbalo**

Thalía: Yo creo que podrían agregar o mejorar a que no demore tanto en cargar la plataforma, el tema de la señal y que agreguen más gente de Perú, deberían tener más peruanos trabajando como freelancer la verdad, gente de provincia donde podamos contactarnos y no tengamos que salir afuera para buscarlos y si es un proyecto de bastante tiempo vernos al menos una vez durante los 6 meses como para ver algunas cosas de manera presencial.

Oliver: Es un punto muy interesante el tema , yo diría que las plataformas deben mejorar en poder seleccionar a freelancer de Perú, hacer un mapeo y agrupar a personas de nuestro país para poder trabajar entre peruanos y tener como que más oportunidad de poder quizás trabajar de manera personal, cerrar negocio, contrato o trabajar el proyecto en ocasiones de manera presencial.

Rodrigo: Yo creo que le podrían agregar este más filtros en temas de la remuneraciones, poner un tipo de características o sea de cómo son como personas trabajando o sea yo creo que falta

eso, hay una plataforma que se llama soy freelancer que sí te especifica bien a la gente de Perú pero el tema es que no es tan amigable no es como con otras plataformas como freelancer o hasta fiverr que son buenos, está en inglés pero es más amigable y creo que el tema de que no haya muchas personas es por que no conocen aún, pero sería ideal que hubieran más peruanos trabajando ahí.

Bryan: Yo diría que sería bueno que las plataformas agregaran vistas o secciones de grupos por países para así poder ver gente de Perú o freelancer de Perú y trabajar juntos no, sería buenas experiencias.

Ana:

13. ¿Cuáles son los tipos de servicios que suelen contratar por internet? ¿Por qué?

Thalía: Los tipos de servicios son Diseñadores y Programadores porque es mucho más fácil encontrarlos por internet.

Oliver: Yo diría Diseñadores y Editores de vídeo lo más usuales los que uso constantemente.

Rodrigo: Yo creo que son Diseñadores Gráficos, Personales de marketing, un poco de contabilidad pero también hemos estado últimamente con el tema del soporte administrativo para una tarea más específicas administrativas, también asesores, yo diría que el tema de diseño y publicidad son las dos que más requerimos con más frecuencia

Bryan: En mi caso sería el tema de publicidad y edición.

Ana: Ok

14. De las que me mencionaron ¿Cuáles contratan más? ¿Con qué frecuencia?

Thalía: Diseñadores y programadores, cada 2 meses.

Oliver: Diseñadores y Editores de vídeo, cada 2 meses.

Rodrigo: Diseño y publicidad cada 2 meses y las otras cada 6 meses

Bryan: Yo diría Publicidad y Edición, cada tres meses.

Ana: Ok, gracias.

15. ¿Qué funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de las que ya existen actualmente?, digamos que es una plataforma nueva.

Thalía: Yo diría que pueda seleccionar las personas por regiones y que también el freelancer o la persona que está ofreciendo sus servicios tenga la posibilidad de poderse reunir personalmente al menos una o dos veces.

Oliver: Yo diría que sería bueno considerar realizar de manera inmediata el pago por el servicio luego de verificar que ya no se hará ningún cambio en el trabajo realizado, así sería una manera de mostrar más confianza a los profesionales.

Rodrigo: Si es una plataforma nueva yo creo que esta tendrá una comisión por relacionarte con la persona Freelancer, pero también creo que sería bueno que haya una sección de recomendados de trabajos pasados o sea como que darle un tipo de perfil verificado para que haya más confianza ya que va a ser un trabajo nuevo, básicamente la mayoría va a ser peruanos porque va a ser una aplicación peruana una plataforma peruana y Sería bravazo para que des confianza porque una empresa busca una plataforma que de confianza sobre el Freelancer que está buscando, eso daría un buen soporte.

Bryan: En mi caso yo diría que pudieran añadir un Rango de mérito o podemos evaluar su experiencia y tengamos la seguridad que esa persona o profesional cumple con las expectativas que estamos buscando.

Ana: Ok

16. ¿Cuenta con publicidad? ¿Dónde vieron, escucharon o leyeron publicidad sobre las plataformas de servicio Freelancer?

Thalía: Sí, yo diría redes sociales y YouTube, y las plataformas eran freelancer y Fiverr.

Oliver: Si cuenta con publicidad la plataforma Behance, y las vi en YouTube, Facebook, Instagram

Rodrigo: Yo creo que la publicidad en mi caso fue un poco limitada, pero si, entre ellas estuvo Freelancer, Fiverr, computrabajo, y al buscar tu estas plataformas ya te lleva a otras no.

Bryan: En mi caso pude ver las publicidades en YouTube, Facebook, comunidades de trabajo y así.

Ana: Ok muchas gracias, seguimos con la siguiente pregunta:

17. ¿A través de qué medios te gustaría recibir publicidad y novedades acerca de este tipo de negocio?

Thalía: A mí a través de correo electrónico definitivamente.

Oliver: A través de un correo electrónico porque a veces por las redes sociales las publicidades casi ninguna publicidad me doy el tiempo de abrirlo y revisar qué es lo que tiene, los beneficios etcétera, pero a través de un correo yo diría que sí, que es mejor.

Rodrigo: Yo diría que por correo y también por living ya que es de tema laboral.

Bryan: En mi caso sería por correo.

Ana: Ok muchas gracias:

18. ¿Qué necesitarías para confiar en este servicio?

- Pagos a través de transferencias bancarias.
- Soporte las 24 horas y los 7 días a la semana.
- Otros.

Thalía: Yo diría soporte 24/7, y el tema de pago que se pudiera realizar a través de una billetera virtual que sea conocida.

Oliver: Yo diría las facilidades de pago y el respaldo que la plataforma nos da, ya que nosotros buscamos que nos hagan un buen trabajo, y sería genial si la empresa diera un seguimiento a los profesionales.

Rodrigo: Yo creo que darle un tipo de verificación al perfil sería bueno, mostrar su historial de trabajo, sus recomendaciones, cuántas empresas lo validan, el tema del pago es lo de menos por que generalmente se sabe como se maneja, darle un seguimiento a nuestro trabajo sería genial.

Bryan: Básicamente como dijo Rodrigo sería soporte, el tema de los pagos ya es un tema muy común y por otro sería añadir una sección de la calidad de servicios que brindan cada profesional y poder brindar tranquilidad y seguridad al contratar su servicio.

Ana: Muy bien, gracias

19. Orden de importancia de las características que consideres que deba tener una plataforma de búsqueda y contacto de servicios.**1. Seguridad**

2. **Eficiencia**
3. **confiabilidad**
4. **facilidad de uso**
5. **accesibilidad**
6. **otros**

Thalía: 3,1,2,4,5

Oliver: 4.1.2.3.5

Rodrigo: 2.3.1.5.4

Bryan: 5,1,3,2,4

20. ¿Te gustaría que exista una plataforma web peruana que te ayude a encontrar personas que puedan realizar tu proyecto sin tener que incrementar tu planilla o incurrir en gasto de alquiler de espacios físicos compra de equipos u otros? ¿Lo usarían?

Thalía: Sí definitivamente, me gustaría que sea pero bueno porque como dije anteriormente podría tener la posibilidad siquiera de reunirme con esa persona para cerrar algunas cosas, en caso llegáramos a un desacuerdo que sé yo, o se tenga que hacer algún ajuste, así que sí sí lo usaría.

Oliver: Yo si lo usaría para utilizar el modelo de APA hay cosas que pues no siempre voy a tener respaldo necesario para hacerlo y no me vendría nada mal una ayuda.

Rodrigo: Yo creo que si, si cambiaría a esta plataforma, una por que es Peruana y también se está enfocando en personal peruano y entre más especializado o enfocado está una aplicación pues seria mucho mejor y darnos lo que nosotros estamos buscando.

Bryan: Mi caso diría que sí, ya que es Peruana y me brindaría más seguridad y más confiable ya que podría comunicarme de manera inmediata, si la usaría.

Ana: Ok, pasamos a la última pregunta por favor

21. ¿ Recomendarías a otros usuarios esta plataforma? ¿Por qué?

Thalía: Si la recomendaría porque como dice Rodrigo si sería de apoyar empresas peruanas y de alguna forma podrías apoyar con la circulación de la moneda en Perú y apoyar con el crecimiento y el desarrollo del País y también la recomendaría porque puedes hablar y comunicarte de manera más fluida con las personas.

Oliver: Sí podría recomendar el producto pero dependiendo también de cómo sea porque una cosa es que nos muestren expectativas de algo, pero otra cosa es cuando ya eso ya se lanza al mercado y lo tenemos como producto de un servicio, dependiendo de eso, del trato, de la atención, el respaldo que nos den como clientes, en sí yo diría que si la podría usar y recomendar.

Rodrigo: Yo diría que para primero recomendarla tendría que usarla pero sí podría promover ya que es peruano pues seria mas facil tener unas ventajas, pero a simple vista si podría promoverlo.

Bryan: Si lo recomendaría, como dijo Rodrigo: para recomendar algo primero tengo que usarlo, pero como es peruana podríamos apoyar y recomendar.

Ana: Ok, esto serían todas las preguntas, creo que nos hemos extendido mucho, de verdad les agradezco a cada uno de ustedes por el tiempo que se han tomado, esta esta entrevista es importante para mí, para mi tema de investigación y de verdad les agradezco mucho y disculpen que nos hemos pasamos de la hora, sé que el tiempo es muy valioso y les agradezco mucho a cada uno de ustedes de verdad y bueno eso sería todo y doy por finalizar este este Focus Group, muchísimas gracias de verdad eso sería todo, un gusto Gracias a todos, buenas noches.

Anexo 4

Transcripción Focus Group 2

Presentación

Ana: Buenas noches con todos, gracias por estar aquí presente en este Focus Group, mi nombre es Ana Belén Vázquez Delgado, soy de la Universidad Marcelino Champagnat. Estoy en el último ciclo de la carrera de contabilidad, en esta oportunidad nos hemos reunido aquí para hablar acerca de la experiencia, que ustedes hayan tenido contratando freelancer a través de cualquier plataforma digital, sin más preámbulo para entrar un poco más en confianza con ustedes me gustaría que se presenten, su nombre, ¿cómo se llama su empresa o cómo se llama la empresa donde ustedes trabajan? ¿Y a qué se dedica su empresa?

¿Cuál es tu nombre, cómo se llama su empresa o cómo se llama la empresa donde ustedes trabajan trabajas y a que se dedica?

Betsy: Buenas noches, mi nombre es Betty castillo, yo trabajo de administradora de la empresa “Nanas y Llaves” que es una agencia de empleo. Nos dedicamos a lo que es reclutamiento y dotación de personal.

Rocío: Buenas noches con todos, mi nombre es Ana Rocío Huayanay Flavio yo trabajo en una empresa llamada “Ersil” esta empresa se dedica a la distribución de suplementos o alimentos

nutricionales para todo Lima y provincias en el Perú, yo trabajo en el área administrativa en el área de reclutamiento y selección de personal, me dijeron que esta encuesta va derivada a este campo.

Martin: Hola que tal, buenas noches mi nombre es Martin González tengo 25 años. Yo actualmente estoy trabajando en una empresa que se encarga de ver temas de diseños publicitarios para redes sociales, para una cierta minoría de empresas, básicamente les presentamos este servicio algunas empresas de diversos rubros, nos encargamos de ver el diseño publicitario.

Alfonso: Qué tal cómo están todos, mi nombre es Alfonso Torres, trabajo en “Face Creative” es una empresa de marketing web, básicamente nos dedicamos a desarrollar páginas webs, plataformas diseños entre otras cosas. Yo trabajo en la parte de recursos humanos, es decir, me encargo de seleccionar el personal más que todo.

Aspectos generales del uso de la plataforma

Preguntas

Ana: Entrando al mundo del internet cuéntenme:

¿Suelen buscar servicios empresariales por internet?

Betsy: Sí, suelo buscar los servicios por Internet.

Rocío: Sí también suelo buscar servicios por Internet, en realidad, pruebo con cada uno de acuerdo a la solicitud del personal que necesitamos.

Martin: Por supuesto que sí, mayormente para algunos proyectos en específico o cuando hay temporadas altas prácticamente buscamos de alguna manera solicitar otros seguidores o servicios en algunas plataformas.

Alfonso: Sí, me parece más como buscar por internet, la verdad.

Ana: Ok, muchas gracias, la segunda pregunta es:

¿Has usado alguna vez una página o aplicación para buscar o contratar un servicio empresarial?

Betsy: Yo he utilizado la aplicación soy freelancer, aparte he probado otras aplicaciones más en este proceso de búsqueda y lo que me ha resultado más fácil y más cómoda para manejar es freelancer, no hice ningún pago solamente me inscribí siguiendo los instructivos y según el perfil que buscaba hacia la publicación y podía revisar las opciones.

Rocío: Sí, en mi caso busqué una app que se llama, workana y una app que se llama freelancer, son aplicaciones donde se paga por el servicio, va a ir de acuerdo a lo que estemos buscando en este caso buscaba personal operativo y personal comercial, entonces registré mi correo como empresa, luego se contactaron conmigo y todo el proceso fue virtualmente. Esas son las aplicaciones que yo he utilizado en estos últimos tiempos, ya llevo aproximadamente un año y medio trabajando con estas dos aplicaciones.

Martin: Mayormente he usado freelancer y fiverr que son dos plataformas que conozco, en el caso de fiverr me ha ayudado bastante porque los mismos diseñadores de web o gráficos suben sus proyectos y en base a lo que han hecho me pude guiar para poder contratar sus servicios, hecho que me pareció más factible.

Alfonso: En mi caso uso abogorri y también freelancer, pero realmente me siento más cómodo usando la aplicación apport que diferencia de freelancer me permite tener un mayor rango de alcance al momento de contratar, es decir, no solamente tengo centroAmérica entre otros países, sino también tengo rango de precio por así decirlo.

Ana: Entiendo, gracias. Pasamos a la tercera pregunta:

¿Utilizaría una plataforma digital que le permita buscar y contactar servicios empresariales?

Betsy: Sí, actualmente la uso y a mi parecer te facilita bastante el tema del rubro de reclutamiento todo depende del aplicativo que tú uses, también vas a encontrar las políticas de seguridad, es importante ver que sea un aplicativo que sea de confianza y que te brinde esa seguridad para no tener problemas luego.

Rocío: Sí, definitivamente sí, para ahorrar tiempo y flexibilidad, en definitiva, sí utilizaría una plataforma digital.

Martin: Por supuesto que sí, yo también lo utilizaría, hemos aprendido bastante en la pandemia, que estos servicios son muy factibles para utilizarlos ya que ahora todo se trabaja de manera digital y te ahorras tiempo, traslado y prácticamente todo ya está al alcance de la mano porque esas plataformas están establecidas según la especialidad que tiene cada personaje y en base a eso es más fácil como categorizarlos.

Alfonso: Claro que sí utilizaría, ya que como mencionó Martín durante la pandemia, nos acostumbramos a usar más los servicios digitales, entonces actualmente se me viene siendo más cómodo.

Ana: Ok, gracias, continuamos con la cuarta pregunta:

¿Consideras que es fácil buscar y contratar un servicio empresarial por internet?

Betsy: Yo creo que sí es fácil, hasta puedes publicarlo en tus redes sociales, lo difícil es tomar la decisión de que sea la persona correcta, entonces justamente para este tipo de situaciones estas plataformas nos ayudan porque ellos validan, controlan los pagos, es seguro tanto para el cliente como para los profesionales que también obviamente están poniendo en juego su trabajo.

Rocio: En mi opinión sí, es fácil buscar pero la primera vez para para contratar un servicio fue un poco difícil en la empresa donde trabajo porque dicha empresa tenía inseguridad al contratar estos servicios debido a que eran nuevos en el tema virtual, es fácil buscar es fácil contactarse, pero también hay que capacitarse para poder manejar este tema con mucha cautela y prudencia debido a que todo va cambiando estamos en la obligación de cambiar para mejorar, como viene siendo utilizar estas plataformas virtuales.

Martín: Sí, existen distintas plataformas enfocadas según el tipo de profesionales al subir su proyecto, en este caso las plataformas de freelancer, están mayormente para las personas que ofrecen ese servicio de diseño, desarrollo de software de páginas web o manejo gestión de redes sociales, así que prácticamente como ya está establecido para ellos, entonces sería más fácil.

Alfonso: Yo también considero que es bastante accesible buscar por los servicios profesionales en internet ya que los freelancers mayormente tienden a buscar esas opciones de publicitarse por páginas webs o en las mismas plataformas, así es más rentable poder contratarlo incluso en el proceso de selección es más sencillo ya que no tienes que ser revisando muchos solicitantes sino tú eliges al solicitante como tal.

Hábitos de los clientes que usan la plataforma para contratar servicio de freelancers

Ana: Ok, gracias, la pregunta cinco nos dice:

¿Qué plataformas usan para contratar servicios freelancers?

Betsy: Soy freelancer es la que yo hoy he probado y algunas que han mencionado mis compañeros, pero con la que me he quedado y lo que he contratado ha sido freelancer.

Rocio: Soy freelancer y workana

Martin: Freelancer y fiverr

Alfonso: Freelancer y apport

Ana: Ok, vamos por la pregunta seis:

¿Con qué frecuencia buscas contratar a un freelancer profesional? ¿y las operaciones que hacen son de ustedes? o de ¿alguien más? ¿por qué?

Betsy: En mi caso son porque se necesita según los perfiles más o menos en este año la he utilizado unas 8-9 veces según los requerimientos de la empresa.

Rocio: La frecuencia es según el requerimiento de las áreas, hay áreas rotativas, por ejemplo, las áreas comerciales y el área de ventas, entonces se va requiriendo personal cada dos meses.

Martin: Yo diría que cada seis meses o al menos que sea también algunas fechas festivas, ahí se aprovecha bastante ya que solicitan nuestros servicios, pero como falta mano de obra prácticamente tenemos esos servicios en las plataformas.

Alfonso: Cada dos tres meses es mayormente cuando la empresa lo solicite, pero por lo general se podríamos contratar cada dos tres meses y no a veces las operaciones, no siempre son para nosotros, si no son para terceros, es decir, un cliente viene y pide el desarrollo de una página

web. Entonces si nosotros no tenemos a los trabajadores como tal buscamos un freelance, entonces no es como tal para nosotros. Y lo hacemos esto, porque en realidad es más cómodo o a veces no nos vamos a vaso con los chicos que tenemos entonces, por eso buscamos una ayuda extra con freelancers.

Ana: Gracias, vamos por la pregunta siete:

¿cuánto estarían dispuestos a pagar (como porcentaje del precio de servicio) por el servicio que brinda esta plataforma?

Betsy: Actualmente no pago, a menos que necesite algo y sepa que lo voy a requerir. He visto que en la plataforma que yo uso se paga mensualmente 7.99 dólares un promedio de 30 soles, yo creo que es un costo apropiado si es que voy a requerir con más frecuencia, pero yo actualmente cuando ingreso no hago ningún pago.

Rocío: Sí, igual entre ese rango 8 a 10 dólares por el requerimiento.

Martín: Un porcentaje sería un aproximado, de un 10 o 15% de lo que pagaría este a un diseñador.

Alfonso: En mi opinión entre un 10 o 15% dependiendo del precio, no, ese sería el porcentaje que estaría dispuesto a pagar.

Perfil del canal de internet de su elección

Ana: Claro depende también del servicio, seguimos con la siguiente pregunta:

¿Están a gusto/satisfechos con el servicio de las plataformas de freelancer que ya existen?

¿Por qué?

Betsy: Yo uso soy freelancer, porque hay varias cosas en inglés que me parece más accesible y más fácil usando dicha plataforma, más cuando uno no maneja bien el inglés.

Rocio: Muy satisfecha, en lo personal no he tenido ningún descontento más bien si tengo dudas o problemas workana y freelancer me las resuelven, no hay ningún problema.

Martin: Mayormente uso fiverr ellos suben sus proyectos o su portafolio de proyectos y en base a eso uno sabe que tal es el trabajo del servicio que se quiere solicitar, así que prácticamente ayuda bastante, eso es lo bueno.

Te puede apoyar y ayuda bastante en el tema de la comunicación cuando te quieres comunicar con el diseñador.

Alfonso: Sí, satisfecho la verdad es que utilizo más a workana, me siento más cómodo, a pesar de que esta en inglés y no está en español, es más cómodo porque tiene una categoría en la que te permite ver los trabajos anteriores que ha hecho el freelancer y como el empleador lo califica, entonces es como rankeados y de acuerdo a eso también si bien varía el precio a veces sube o a veces baja es más como en cuanto a freelance al menos.

Ana: Gracias por su aporte.

**A su criterio ¿Qué empresa considera que cuenta con la mejor plataforma de freelancer?
¿por qué?**

Betsy: Personalmente considero que una de las mejores plataformas es soy freelancer porque te facilita un montón con el tema del idioma o cuando tú publicas un aviso te orienta en el ámbito mercantil para pagar adecuadamente en el trabajo que esté ofreciendo y también te da bastante seguridad para que no caigas en el tema de estafas.

Rocío: Yo elijo freelancers, me parece más rápido de usar, cuando me envían toda la información estoy de acuerdo con su servicio, así que yo he empezado con freelancer y creo que me quedo con freelancer.

Martin: En mi caso uso fiverr, que a diferencia de freelancer te da una capacidad para poder subir varios proyectos o incluso si no eres una persona especializada para gestionar dicha plataforma en fiverr encuentras gente apta para instruirte por ende sientes esa confianza al momento de solicitar algunos de sus servicios.

Alfonso: Como mencioné utilizo más a workana y de hecho a diferencia de las otras plataformas, me parece más seguro su sistema, es decir, le pagas al freelancer mediante la misma plataforma cuando el freelancer te da el trabajo. Es algo más seguro por así decirlo al momento de hacer el pago también.

Ana: Ok, Gracias.

¿Cada vez que necesitas contactar un servicio lo encuentras por internet?

Betsy: Yo diría que sí.

Rocío: Claro que sí.

Martin: Sí, siempre puedo encontrar.

Alfonso: Por supuesto.

Ana: Siguiente pregunta.

¿Qué actividad o actividades de tu empresa podrías tercerizar con un FreeLancer?

Betsy: Yo diría que, para el tema de redes sociales, siempre buscamos apoyo en eso. Nos dedicamos a publicar, tenemos un fanpage y para ello necesitamos personal que pueda manejarlo.

Rocio: Bueno igualmente para redes, por ejemplo, asistentes virtuales todo lo que tenga que ver con desarrolladores de redes.

Martin: Sí, mayormente para manejo de redes sociales.

Alfonso: En mi caso redes sociales y aparte de eso es para reactores creativos o cuando a veces la tarea es muy demandante para buscar ayuda.

Ana: Gracias, siguiente pregunta dice:

¿Qué les gustaría que tenga/agreguen las plataformas para buscar freelancer? ¿cómo sería? Descríbalo

Betsy: Yo diría que sería bueno hacer el idioma más fácil, las puntuaciones a los mejores trabajos sea más precisa para que por ese medio podamos saber a quién nos conviene contratar.

Rocio: El tema de agregarle algo a la plataforma sería un horario de atención.

Martin: Que sea más seguro, teniendo en cuenta un filtro, en el que si una persona quiere vender sus servicios pase por algún filtro el cual garantice de que en realidad beneficiará a dicho rubro y sea más seguro para cuando uno quiera solicitar servicio de diseño gráfico, o desarrollo de Web más que todo para tener la confiabilidad.

Alfonso: Yo creo que quisiera que le agreguen mas idiomas para que sea un poco más accesible y aparte del sistema de calificación al freelancer, opino que especifiquen si actualmente el

freelancer no está saturado de trabajos porque consecuente a ello habrá demora a los plazos y sería bueno saber ese tema.

Ana: Bien. La pregunta trece dice:

¿Cuáles son los tipos de servicios que suelen contratar por internet? ¿Por qué?

Betsy: En mi caso sería el tema de publicidad y edición.

Rocio: Uso con más frecuencia servicios de diseñadores y programadores porque es mucho más fácil encontrarlos por internet.

Martín: Los tipos de servicios son Diseñadores y publicidad son las dos que más requerimos con más frecuencia.

Alfonso: Yo diría Diseñadores y Editores de vídeo los que uso constantemente.

Ana: Siguiendo pregunta:

De las que me mencionaron ¿Cuáles contratan más? ¿Con qué frecuencia?

Betsy: Generalmente es diseño gráfico y manejo de redes sociales.

Rocio: Desarrolladores de web, Community Managers, el área comercial virtual, eso es más requerido en mi trabajo.

Martín: Diseñadores gráficos y más que todo manejadores de redes sociales.

Alfonso: Los reactores creativos y manejo de redes sociales también son unos diseñadores gráficos.

Ana: Muy bien. Pregunta número quince:

¿Qué funciones añadirías para que la plataforma se diferencie de las que ya existen actualmente?, digamos que es una plataforma nueva.

Betsy: En el caso de que se crea una nueva plataforma, agregaría la disponibilidad de la persona en ese momento.

Colocar límites de tiempo para cuando necesite un proyecto en un tiempo definido no se pase de este y tenga el proyecto en el momento exacto.

Rocio: Me siento conforme con las plataformas y no le añadiría nada, ya que todo es cuestión de aprender a manejar todo este tema.

Martin: Yo quisiera darle énfasis a la seguridad como lo he comentado anteriormente.

Alfonso: Mejorar el tiempo de carga en la plataforma ya que así se podría optimizar los resultados.

Ana: Ok, gracias:

¿Cuenta con publicidad? ¿Dónde vieron, escucharon o leyeron publicidad sobre las plataformas de servicio Freelancer?

Betsy: Actualmente no he visto publicidades, pero cuando investigaba me salieron algunos artículos.

Rocio: Yo sí, he visto publicidades porque también uso el LinkedIn, entonces ahí he visto varias como tengo instaladas las apps, entonces yo reviso diariamente de lunes a viernes y ahí me informo, salen ahí anuncios.

Martin: He visto algunas publicaciones por LinkedIn.

Alfonso: Encontré la publicidad indagando en Google.

Ana: Ok, Siguiete pregunta:

¿A través de qué medios te gustaría recibir publicidad y novedades acerca de este tipo de negocio?

Betsy: Diría que correo electrónico y redes sociales.

Rocío: Las plataformas que más visito, como Facebook, Tiktok, LinkedIn, etc.

Martin: Mayormente Tiktok porque es la aplicación más vista y varios están usando este medio para colgar algún tipo de publicidad y creo que también correos electrónicos.

Alfonso: En mi opinión sería correo electrónico, pero también siento que sería mejor que se publiquen por Google Apps ya que no es tan invasivo ni te llena de spam.

Ana: Gracias, pasamos a la siguiente pregunta:

¿Qué necesitarías para confiar en este servicio?

- Pagos a través de transferencias bancarias.
- Soporte las 24 horas y los 7 días a la semana.
- Otros.

Betsy: Yo diría servicio al cliente, número para poder comunicarse o alguna oficina para poder tener la seguridad ante tantas estafas hoy en día.

Rocio: Soporte 24/7 es fundamental en estos casos y también le añadiría facilidades de formas de pago.

Martin: Mayormente soporte 24/7 uno busca que siempre haya ese tipo de soporte ya que en algunas plataformas casi nunca venden por este tema y es por eso que incluso hay bastantes dudas o bastantes problemas, cuando alguien quiere solicitar un servicio o colgar algún proyecto. Yo pienso que es importante eso.

Alfonso: Yo pienso que sería soporte 24/7 y atención al cliente por llamada.

Ana: Ok, gracias siguiente pregunta:

Orden de importancia de las características que consideres que deba tener una plataforma de búsqueda y contacto de servicios.

- 1. Seguridad**
- 2. Eficiencia**
- 3. confiabilidad**
- 4. facilidad de uso**
- 5. accesibilidad**
- 6. otros**

Betsy: 1, 4, 5, 2, 3

Rocio: 2, 3, 4

Martin: 1, 3, 4, 2, 5

Alfonso: 1, 5, 2, 4, 6

Ana: Muy bien, continuamos con la siguiente pregunta:

¿Te gustaría que exista una plataforma web peruana que te ayude a encontrar personas que puedan realizar tu proyecto sin tener que incrementar tu planilla o incurrir en gasto de alquiler de espacios físicos compra de equipos u otros? ¿Lo usarían?

Betsy: Sí claro, mientras esté todo encaminado al ahorro y la eficiencia.

Rocío: Definitivamente sí, si se adecua al presupuesto no hay ningún problema.

Martin: Sí, yo también estoy de acuerdo porque incluso saldrían beneficiosas las personas que son de nuestra nación para que puedan ofrecer sus servicios, ya que quizás hay algunas que no están familiarizadas y esta plataforma les ayudaría para guiarse, por otro lado, ya tendríamos la confiabilidad de que es una persona del país y sería factible incluso adjuntar sus datos personales como que para tener esa confianza.

Alfonso: Estaría muy buena una plataforma web peruana, tendríamos la facilidad de poder acercarnos a sus oficinas o un contacto más directo entre el usuario y la plataforma.

Ana: Ok, gracias. Ahora vamos con la última pregunta.

¿Recomendarías a otros usuarios esta plataforma? ¿Por qué?

Betsy: Yo sí la recomendaría porque te facilita el tema de buscar un personal y que sea bueno, estamos hablando en el caso de que seas empresa peruana, que este apostando por esa nueva metodología.

Rocío: Sí, definitivamente la recomendaría a otras empresas, debido a que normalmente las empresas cuando quieren tercerizar buscan este ahorro en cada área.

Martin: Por supuesto que la recomendaría si cumple con los criterios adecuados de confiabilidad o inseguridad obviamente haría la recomendación.

Alfonso: Concordando con mis demás compañeros que han opinado también la recomendaría, de hecho si es que fuera una empresa peruana creo que se registrará por las leyes peruanas al momento de hacer los pagos o cosas así creo que sería mucho más accesible.

Ana: Ok, gracias. Bien, hemos culminado con este Focus Group, de verdad les agradezco a todos por su tiempo, fue un gusto conocerlos a cada uno de ustedes y poder escuchar sus opiniones. Muchas gracias por su participación, eso sería todo, hasta otra oportunidad, buenas noches.

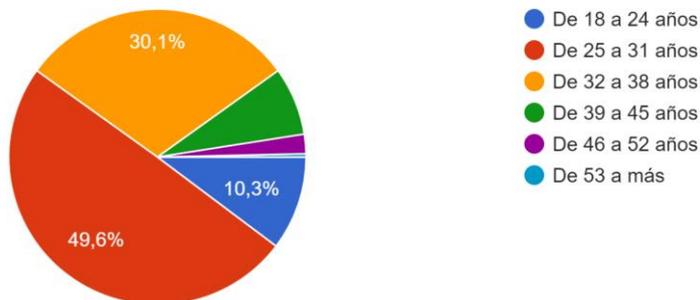
Anexo 5

Gráficos de resultados de las encuestas

Datos generales del encuestado

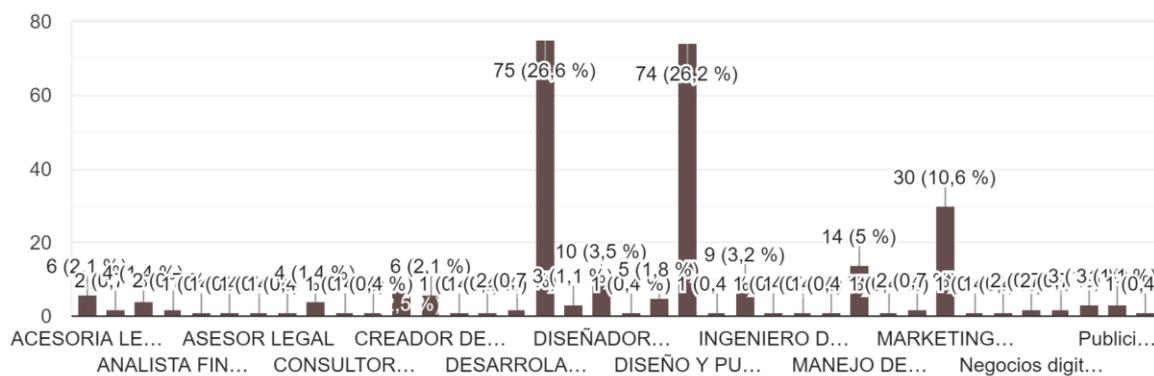
¿Cuál es tu rango de edad?

282 respuestas



¿Cuál es tu profesión?

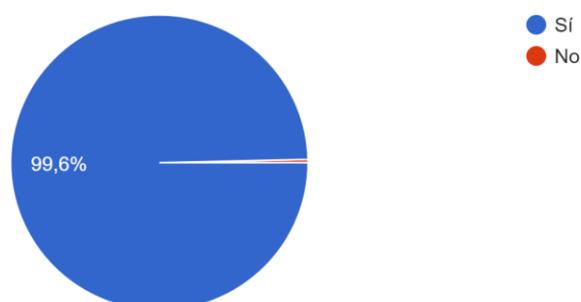
282 respuestas



Características del usuario

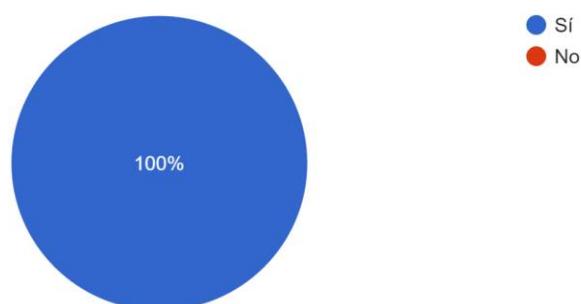
¿Consideras que es fácil trabajar por internet de manera virtual?

282 respuestas



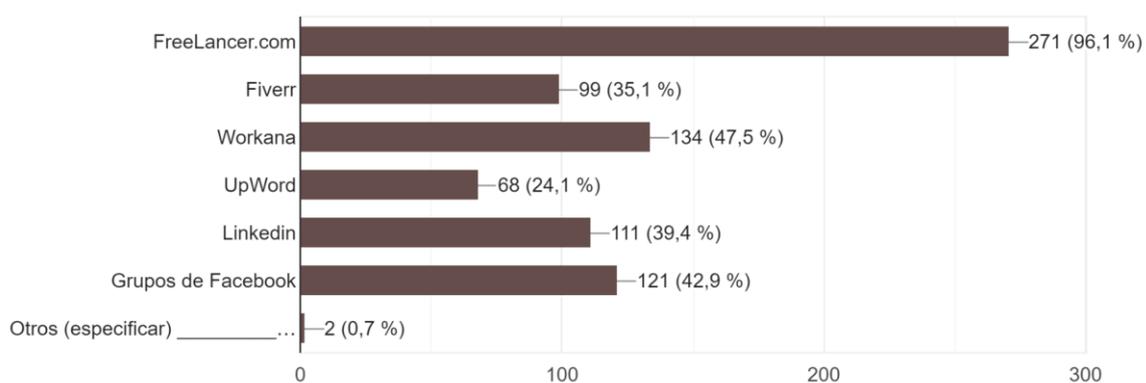
¿Has trabajado en algún servicio freelancer profesional en los últimos 12 meses ?

282 respuestas



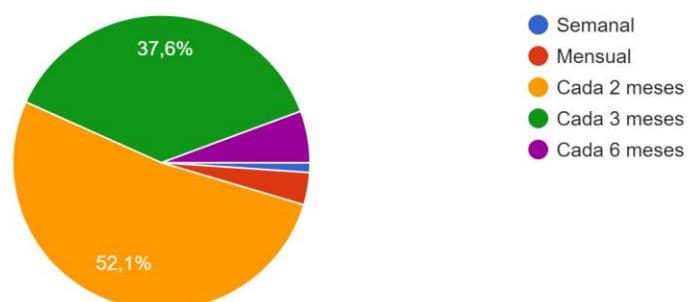
¿Qué plataformas usas para ofrecer tus servicios profesionales? (respuesta múltiple)

282 respuestas



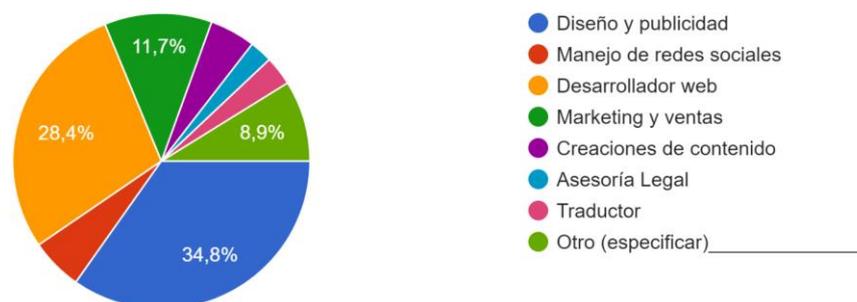
¿Con qué frecuencia te contratan como FreeLancer profesional?

282 respuestas



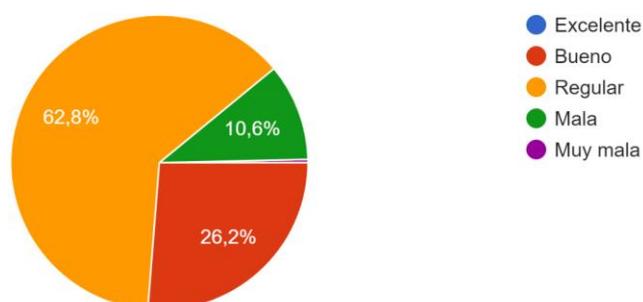
¿Qué actividades y/o servicios ofreces a las empresas como FreeLancer?

282 respuestas



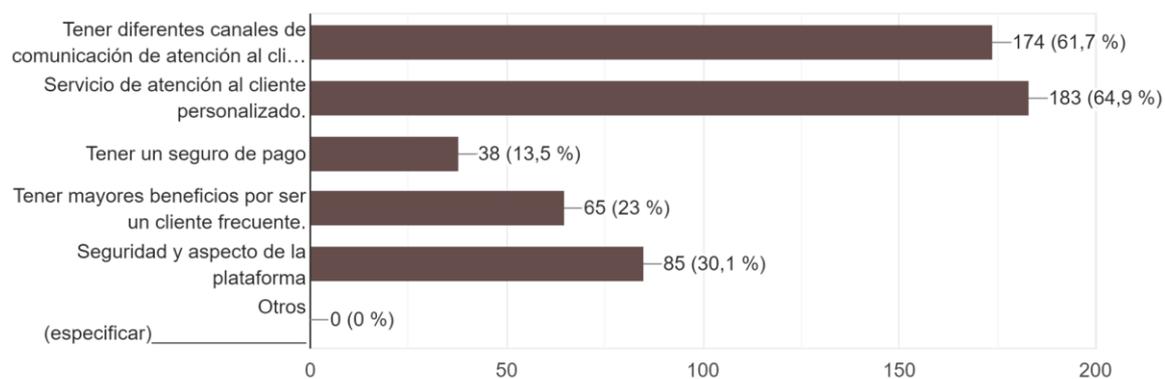
¿Cuál es tu experiencia con el último servicio contratado?

282 respuestas

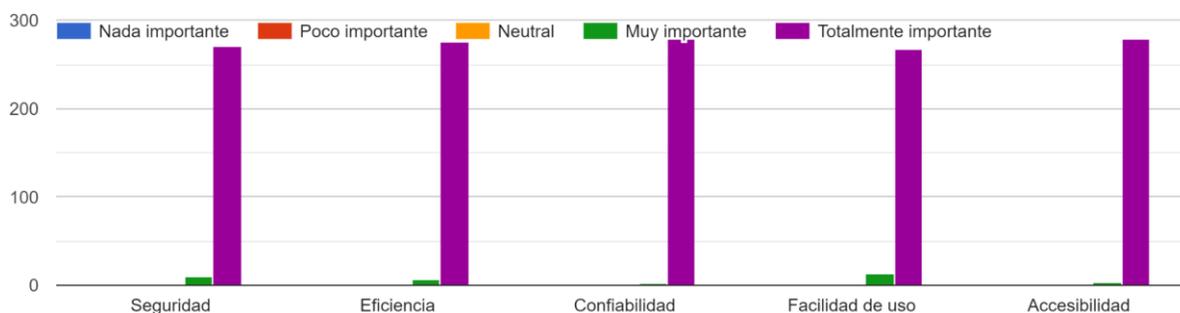


¿Qué acciones añadirías para que la plataforma que usas actualmente te asegure una mejora del servicio ofrecido?

282 respuestas



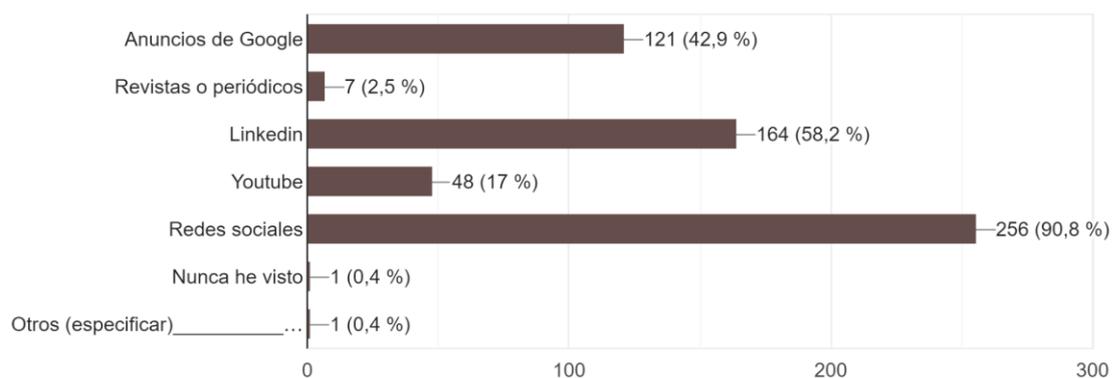
Marque del 1 al 5, donde 1 es nada importante y 5 es totalmente importante: Nivel de importancia de los atributos que debe tener una plataforma de búsqueda y contacto de FreeLancers



¿Dónde vieron, escucharon o leyeron publicidad sobre las plataformas de servicio FreeLancer?

Respuesta múltiple

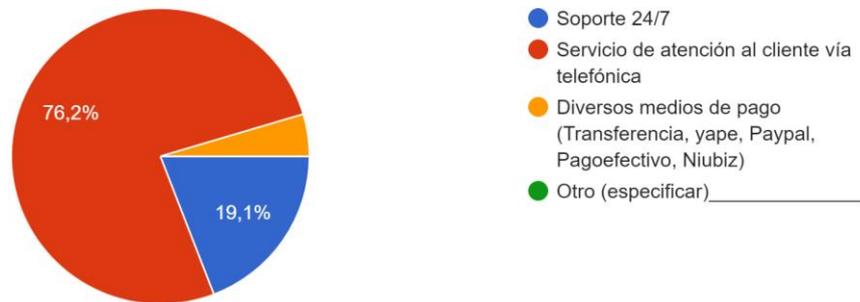
282 respuestas



Presentación del servicio

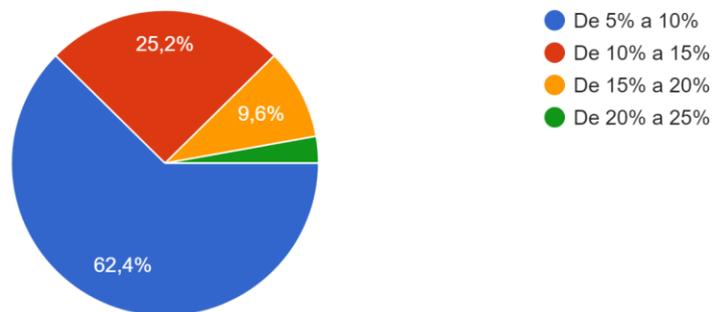
De las siguientes características ¿Cuál es la más importante?

282 respuestas

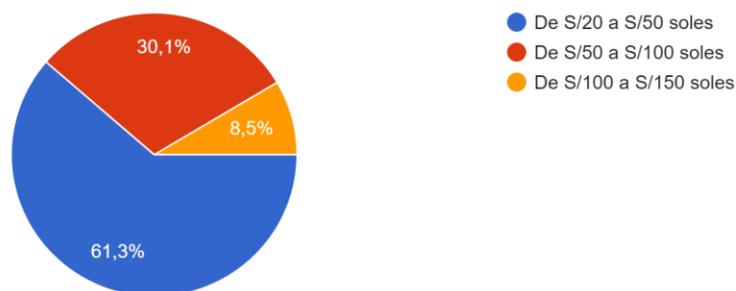


¿Cuánto estarías dispuesto a pagar como porcentaje de comisión por tareas o proyecto que realices por medio de esta plataforma?

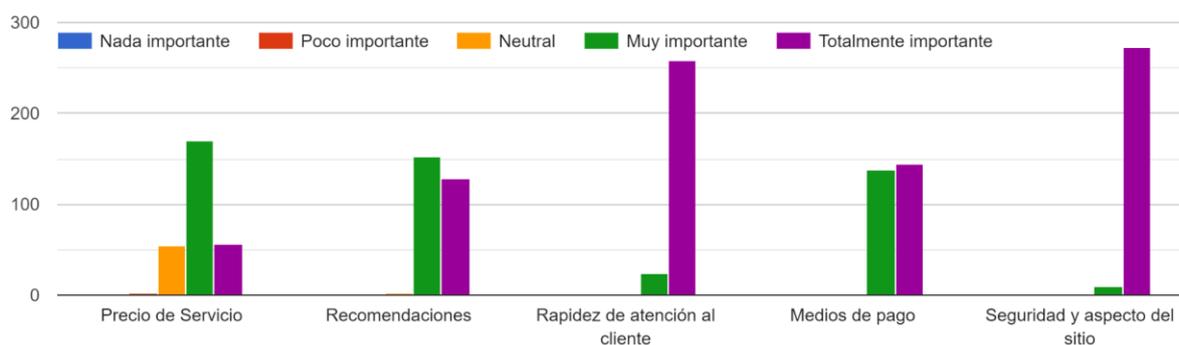
282 respuestas



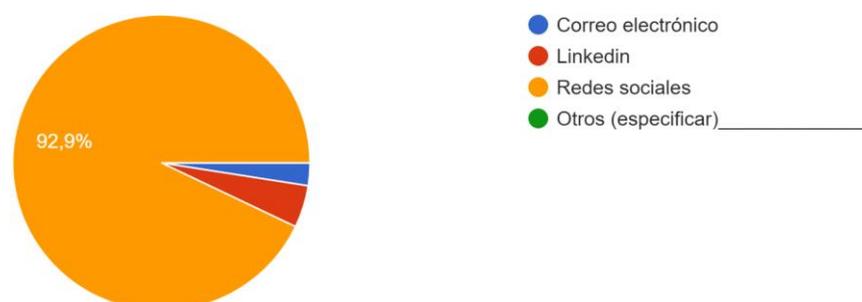
¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un plan de membresía y/o streaming mensual?
Considerando 3 tipos de planes de suscripción (básico, normal y premium) cada uno con mayores beneficios.
282 respuestas



Marque del 1 al 5, donde 1 es nada importante y 5 es totalmente importante: ¿Qué nivel de importancia considera en las siguientes variables para usar esta plataforma?

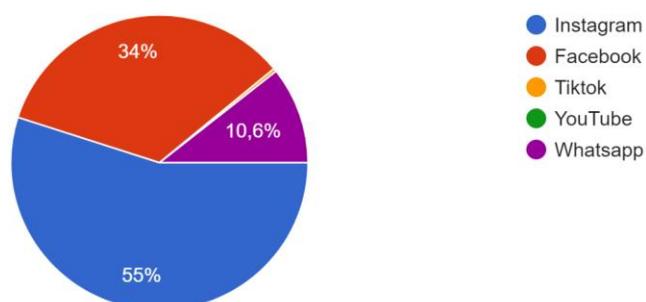


¿A través de qué medios te gustaría recibir publicidad y novedades acerca de este tipo de negocio?
282 respuestas



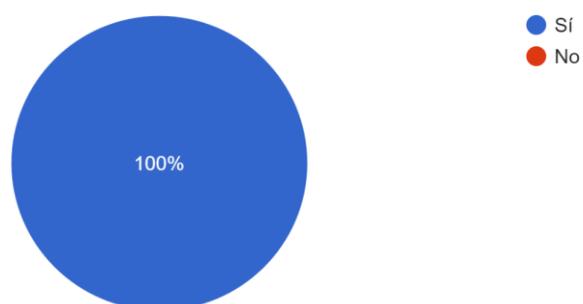
¿Cuál es la red social que gustaría recibir publicidad y novedades acerca de este tipo de negocio?

282 respuestas



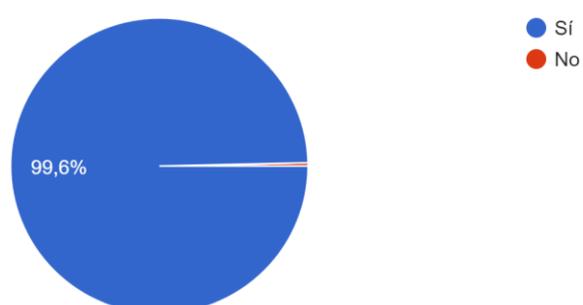
¿Estarías dispuesto a usar esta plataforma para trabajar de forma independiente?

282 respuestas



Finalmente, si su experiencia con esta plataforma fuese la esperada, ¿Recomendaría el producto?

282 respuestas



Anexo 6

Links de evidencias

Enlace del Focus Group

- https://drive.google.com/file/d/1FOhS_oHP4y23xP8NA4JN6k0iHthpirCY/view?usp=sharing
- <https://drive.google.com/file/d/1z38pDyZ29kZ2HtYuigEPd0jAfEAhMmBP/view?usp=sharing>

Enlace de la encuesta en Google Forms

- <https://forms.gle/aAwJtcoYAGZB2qhH8>

	INFORME DE SIMILITUD	ININ-F-17
		V.02
		Página 1 de 1

1	FACULTAD	Administración y Contabilidad
2	ESCUELA	Escuela profesional de Administración
3	ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de las Escuelas Profesionales de Administración y Contabilidad
4	APELLIDOS Y NOMBRES DEL RESPONSABLE	Ayala Barrionuevo, Rita
5	<input type="checkbox"/> Tesis <input type="checkbox"/> Trabajo de investigación <input checked="" type="checkbox"/> Trabajo de suficiencia profesional	PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA DIGITAL DE BÚSQUEDA Y CONTACTO DE FREELANCERS
6	AUTOR DEL DOCUMENTO	VÁSQUEZ DELGADO, ANA BELÉN
7	ASESOR	Rivera Vásquez, Gustavo
8	SOFTWARE PARA DETERMINAR LA SIMILITUD	Turnitin
9	FECHA DE RECEPCIÓN DEL DOCUMENTO	27/11/2024
10	FECHA DE APLICACIÓN DEL SOFTWARE PARA DETERMINAR LA SIMILITUD	27/11/2024
11	PORCENTAJE MÁXIMO PERMITIDO, SEGÚN EL PROTOCOLO PARA LA EL USO DEL SOFTWARE	20%
12	PORCENTAJE DE SIMILITUD ENCONTRADO	14%
13	CONCLUSIÓN	El documento presentado no supera el índice de similitud permitido en la Universidad Marcelino Champagnat, según el Protocolo para el Uso del Software.
14	FECHA DEL INFORME	29/01/2025


MÓNICA AGUIRRE GARAYAR
 Decana de Facultad de Administración
 y Contabilidad