

Conectando el Marketplace de servicios con el cliente Pro

Presentado por:

Paola Andrea Olaya González

Universidad Santo Tomás

Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

Conectando el Marketplace de servicios con el cliente Pro

Paola Andrea Olaya González

Proyecto de grado

Docente Tutor: Gabriel Felipe Ospina Argote

Universidad Santo Tomás

Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

PARTE I

Resumen

En el presente proyecto se encontrará la propuesta de valor que se realizó en la empresa Sodimac Corona, el proceso fue de la mano con reuniones internas de trabajo, benchmarks, relacionamiento con otras áreas y reuniones con el gerente del Marketplace de servicio. La marca con la cual se realizará la integración es con Constructor, de aquí en adelante cliente pro, para realizar aquellas tácticas que impacten positivamente el journey del profesional identificando los puntos de contacto que potencien la relación entre las dos marcas e incrementen las ventas de Homecenter.

Definiciones Importantes:

- CES (circulo de especialistas): Es el programa dirigido a los profesionales de la Construcción, donde pueden obtener beneficios especiales en **SODIMAC CONSTRUCTOR**.
- CMR puntos: Es el programa de fidelización que busca premiar a los clientes de Sodimac por preferirlos.
- Marketplace: Es una plataforma virtual en la que los clientes pueden tener acceso a productos o servicios de diversas marcas o empresas.
- Benchmark: Puntos de referencias que brindan información a una compañía sobre temas determinados.
- Cliente Pro: Cliente Profesional Constructor
- Journey del profesional: Camino que recorre el profesional a través de los puntos de contacto que tiene el Marketplace de servicio.

Agradecimientos.

Inicialmente quisiera agradecer a mis padres, porque siempre fueron mi apoyo a lo largo de este proceso y siempre estuvieron ahí acompañándome en cada paso que daba, también quisiera agradecer a la universidad por brindarme las bases necesarias para ser un buen profesional y destacarme en lo que me gusta y brindarme acompañamiento en esta última fase de mi pregrado.

Por otro lado, también quiero agradecer a mi jefe Luis, por darme la oportunidad de pertenecer a un grupo tan proactivo como el Marketplace de servicio, y brindarme conocimiento sobre esta área, estando siempre puesto ayudarme y retroalimentarme, permitiendo que esta experiencia haya sido enriquecedora para mi carrera universitaria.

Introducción

Con el pronto lanzamiento al mercado del Marketplace de servicios se ha vuelto importante generar alianzas estratégicas para maximizar las ventas. Ya que:

Las alianzas se forjan para reforzar la posición competitiva de las empresas asociadas. Una alianza puede aumentar las ventajas competitivas de una empresa de dos maneras: reduciendo sus debilidades por medio de la captación de recursos de la otra empresa o permitiéndole retener sus propios recursos escasos para poder construir un tipo particular de ventaja. “(Del Prado, 2005. p.11).

Partiendo de ello, surgió una oportunidad de crear una propuesta de valor integrando la marca Constructor que cuenta con un musculo del cual apalancándolo con la plataforma, generaría beneficios para las dos partes, entre las cuales resaltan en construir dicho espacio: Crear una solución tecnológica donde el Cliente PRO tenga la opción de darse a conocer desde su(s) rol(es) y que le permita tener opciones de contratación adicionales acordes a las necesidades de un cliente final y por parte del Marketplace de servicios en contar con más oferta, más profesionales con habilidades y conocimientos para lograr trabajar en más especialidades dentro de la plataforma y así brindarle al cliente final más portafolio de servicios.

Índice

PARTE I 3

Resumen 3

Agradecimientos. 4

Introducción 4

PARTE II 8

Sodimac Corona 8

 Aspectos Generales. 8

 Ubicación Geográfica..... 8

 Estructura Organizativa 9

 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica. 9

 Análisis DOFA – Marketplace de servicios 9

PARTE III 10

Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales 10

 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales 10

 Partiendo del planteamiento central..... 11

Objetivos 11

 Objetivo General 11

 Objetivos Específicos. 11

Contenido plan de mejora..... 11

 Propuesta de Mejora 11

Etapas del journey 12

 LEADS 12

 Constructor: 12

 Onboarding del profesional: 13

 Activación: 13

Servicios recurrentes:.....	14
Retención.....	14
Retención Proactiva	15
Retención Reactiva	15
Retención proactiva:	15
Conclusiones:.....	16
Referencias	17
<i>Anexos</i>	18
Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales	20
Cumplimiento de objetivos trazados por mes	21
3.1.1.1. Ciclo 1 - 01/02/2021	21
3.1.1.2. Ciclo2 01/03/21- 30/04/2021	21
3.1.1.3. Ciclo 3 03/05/2021- 30/06/2021	21
3.1.1.4. Ciclo 4 01/07/2021.....	22

Lista de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de Homecenter8

Figura 2 Estructura Organizativa.....9

Figura 3. Estructura Organizativa (2021). Gerencia general Sodimac Corona, Elaboración propia.9

Figura 4 DOFA-Marketplace de servicios.....9

Figura 5. Benchmark ecosistema de seguridad y garantía18

Figura 6. Servicio recurrente.....19

Figura 7. Garantía Profesionales.....20

PARTE II

Sodimac Corona

Aspectos Generales.

Esta información es extraída directamente de la plataforma de la empresa Sodimac Corona S.A. (Sodimac Colombia S.A, 30 ago. 2021)

Misión: Desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría a través del canal de venta que el cliente escoja, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

Visión: Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción, que, mediante el mejoramiento de la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América.

Valores: *REIR*: Responsabilidad, Excelencia, Integridad, Respeto

Ubicación Geográfica.

Figura 1 Ubicación geográfica de Homecenter

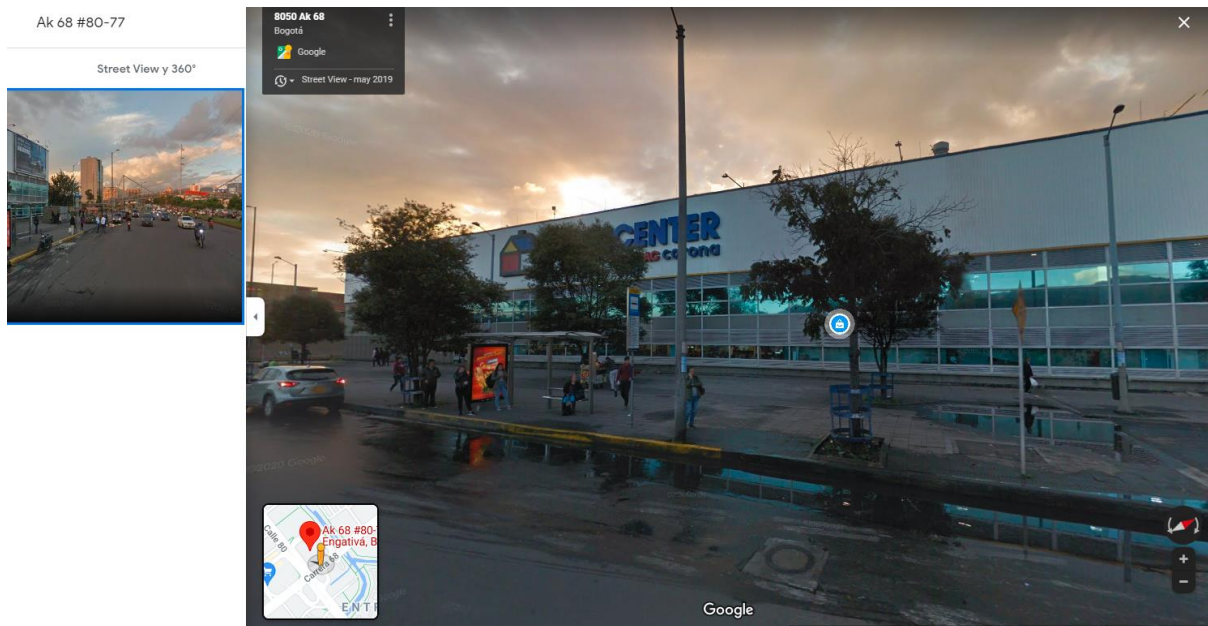


Figura 1. Ubicación geográfica de Homecenter en la CALLE 80. Av 68 No. 80-77. Tomado de Google maps (2021). Av 68 No. 80-77 [Pantallazo] (consultado el 06 de septiembre del 2021).

<https://goo.gl/maps/zRnyuPUSBE8DK4QKA>

Estructura Organizativa

Figura 2 Estructura Organizativa

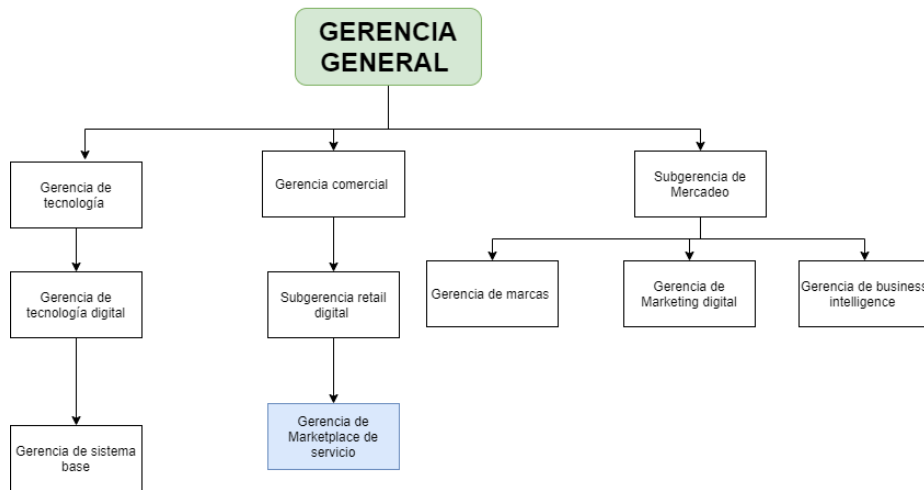


Figura 3. Estructura Organizativa (2021). Gerencia general Sodimac Corona, Elaboración propia.

Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

Subgerencia retail digital, en la unidad de Marketplace de servicios

Análisis DOFA – Marketplace de servicios

Figura 4 DOFA-Marketplace de servicios

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El profesional no tiene familiaridad en el uso de la tecnología para trabajar. ✓ La plataforma se encuentra en un proceso de aprendizaje, puede tener riesgos ya que es una operación muy compleja que debe estar bien controlada desde el principio. ✓ Que existan fallos en el sitio web que genere retrasos en la prestación de los servicios o en la adquisición de este. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vender más productos a través de un canal alternativo. ✓ Fortalecer la relación con el profesional brindándole una plataforma para ofertar su trabajo. ✓ Captar más profesionales. ✓ Captar clientes nativos digitales que no están en la base de Homecenter.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Oportunidad de incursionar a otras actividades que no pertenezcan al nicho del hogar.
FORTALEZAS:	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Base de datos de clientes constructor afines al canal. ✓ Respaldo de una compañía como Sodimac Corona S.A ✓ Al tener un respaldo de Sodimac Corona el Marketplace puede realizar más alianzas con las diferentes marcas de esta compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia de plataformas similares en el mercado. ✓ Informalidad de los profesionales. ✓ Perdida de venta por fuga de clientes negociando directamente con el profesional.

Figura 4. Dofa Marketplace de servicios (2021), Elaboración propia.

PARTE III

Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Teniendo en cuenta, las debilidades y amenazas identificadas se hace indispensable conectar el journey del profesional con el Marketplace de servicios y la oferta de valor de Constructor, observando, que existen varias plataformas en el mercado como Mis Aliados o Jelpit que son competencia directa, por ende, es importante crear tácticas para brindar un valor agregado y mayores beneficios al profesional. Considerando una debilidad como es que el profesional no tenga familiaridad en el uso de la tecnología se pueden crear tácticas que vayan de las manos con capacitaciones, es decir: “Que aquel trabajador que haya asistido a un programa de capacitación, vuelve a trabajar a la empresa, con nuevos conocimientos y aplicaciones que antes no poseía, incrementando su productividad individual, y beneficiando a la compañía” (Verrastro, Irañeta, &

Sodero, 2009, p. 10) *por* ende, considerando que a partir de las estrategias de enseñanza de ciertos contenidos sobre la tecnología, el trabajador podrá desarrollar las competencias que el mercado y el Marketplace demanda. Aspectos como este contribuirán al profesional para lograr tener más trabajo y combatir su informalidad disminuyendo esta amenaza ya que por medio de las tácticas se busca mejorar la experiencia del profesional con esta plataforma.

Partiendo del planteamiento central

La Propuesta de valor que se llevó a cabo, es importante porque se contempló las dos puntas del negocio, es decir la oferta y la demanda, ya que al aliarnos con una marca como constructor contamos con una base de datos de profesionales que podrán ofertar su servicio en la plataforma, lo que permite que el Marketplace maneje estas dos aristas. Una limitante que se encuentra en el proyecto, es que no crezca inicialmente de una manera muy grande ya que se encuentra en un proceso de aprendizaje, además de esto, es una operación muy compleja que debe estar bien controlada desde el principio.

Objetivos

Objetivo General

Establecer el nexo entre la oferta de valor del Marketplace de servicios con el cliente pro, potenciando la relación con el cliente profesional e incrementando las ventas de Homecenter.

Objetivos Específicos.

-Identificar los puntos de contacto del ciclo del profesional dentro de la plataforma y entender cuáles son los puntos de conexión con el cliente pro.

-Determinar cuáles son los puntos que potencian la relación entre la plataforma y la propuesta de valor del cliente pro.

-Establecer las tácticas que generen beneficios para Constructor y Homecenter, impactando el journey del profesional.

Contenido plan de mejora

Propuesta de Mejora

En este capítulo, se encontrará las tácticas que dan valor agregado al desarrollo de este nuevo Marketplace de servicio de la marca Homecenter, En la actualidad, la experiencia del cliente en cada

etapa es el punto de partida ideal para entender la prestación del servicio de la plataforma, por lo tanto, fue de apoyo para crear las tácticas de mejora.

Etapas del journey

A continuación, se encuentra las etapas que recorre el profesional a lo largo de los diferentes puntos de contacto que tiene con el Marketplace de servicios. Seguidamente, se encuentra las tácticas a realizar por parte del Marketplace de servicios y Constructor de acuerdo a la etapa del journey que tendrá el profesional, con el objetivo de fortalecer la integración entre estas dos marcas y generar un valor agregado que permita incrementar los ingresos de Homecenter

LEADS: Son todas aquellas acciones o procesos enfocados a conseguir contactos de profesionales

Marketplace: La plataforma llevara a cabo las siguientes tácticas

- **Trafico orgánico en la plataforma:** Se realizará la exposición en la página de un formulario que permita la obtención de leads.
- **Captación de datos por parte del equipo comercial:** En esta etapa el Marketplace de servicio armara un pipeline de Sellers y realizara acciones de acuerdo a las efectividades y estrategias de abordaje.
- **Estrategia de nichos para obtener captación de datos:** La plataforma realizara barrido de base de datos externas como obras, SENA, Instituciones técnicas, Etc., para captar nuevos profesionales.
- **Actividades de sensibilización:** Se realizarán actividades que promuevan la captación de leads como, por ejemplo, Facebook live, charlas, contenidos, entre otros.

Constructor: Por parte de constructor se contará con el apoyo de la base de datos de cliente pro: En donde se realizará en una primera instancia la identificación de profesionales que se puedan vincular a la plataforma, realizando un perfilamiento, bajo los siguientes Criterios de priorización:

- Pertenecientes al CES+CMR e invitar a los niveles más alto del CES+CMR y separar a los que ponen la oferta y los que ponen la demanda: La base de datos de

Constructor cuenta con contratistas y profesionales, por ende, se debe dividir esta información para segmentar los datos de los especialistas.

Onboarding del profesional: En esta etapa se realiza la revisión de los documentos, la inscripción a las especialidades, las capacitaciones de inducción y se hace el acercamiento a la herramienta digital.

Marketplace: Por parte de la plataforma se realizan las siguientes tácticas:

- **Validación de la documentación:** Se encuentra todo lo relacionado a la revisión de los documentos del profesional, la inscripción a las especialidades, el protocolo de bioseguridad y las capacitaciones de inducción.
- **Recomendación y educación en herramientas digitales (APP):** Se realizará el acercamiento al profesional a la herramienta digital, la Negociación de costos, la Selección de horarios y localidades a trabajar, junto con la asignación de clave con el objetivo de brindar conocimiento al profesional sobre la aplicación y dar recomendaciones de cómo puede llegar a obtener más trabajo en la plataforma.

Constructor: En esta etapa Constructor realizará la oferta de vinculación al círculo de especialistas en donde se presentará al profesional los beneficios que pueden tener al vincularse al CES+CMR. Uno de los beneficios adicionales es que tendrán descuentos en productos Constructor.

Activación: Es la etapa se realiza el seguimiento controlado a la ejecución del primer servicio del profesional.

- En esta etapa el Marketplace de servicio, comprende el comportamiento del motor de asociación versus las asignaciones manuales del servicio y el entendimiento de la tasa de activación sobre los profesionales inscritos versus la meta, entre otros aspectos también se encuentra la medición del cumplimiento de las etapas de la prestación del servicio y la medición de la calificación versus el estándar esperado de NPS (Net Promoter Score), que mide la satisfacción del cliente final.
- Otra táctica propuesta en la activación es que haya Referidos de trabajadores donde el profesional puede tener beneficios con la plataforma al referir otros profesionales que se activen en el Marketplace de servicios.

Servicios recurrentes: En esta etapa se busca el incremento de trabajos semanales dentro de la plataforma para ganar principalidad en la agenda del profesional.

Marketplace de servicio: Encontramos las siguientes tácticas:

- **Mayor visibilidad en la plataforma:** Donde el profesional contara con una insignia de verificación en su perfil y adicional a esto se le dará una insignia de acuerdo a los cursos y especialidades que tome en el CES (circulo de especialistas).
- **Referido de volumen de trabajo:** Esta propuesta permite que el profesional maneje un cupón y se lo dé al cliente después de un servicio culminado para que este siga contratando servicios en la plataforma y el profesional pueda obtener beneficios por cada cupón redimido.
- **Multiplicadores de conocimiento:** Los profesionales que hayan tomado especialidades y cursos por medio de Constructor, puedan ser multiplicadores de información para otros profesionales en la plataforma, brindando ellos charlas, conferencias, etc.

Constructor: Por parte de constructor se encuentran las siguientes tácticas

- **Política de lealtad de premios:** Se establecerá la cantidad de CMR puntos que puede ganar el profesional en la plataforma y los beneficios que pueden obtener desde el CES, brindándole reconocimiento a los profesionales por sus servicios prestados.
- **Academia constructor y certificación en protocolos de Bioseguridad:** Los profesionales podrán reforzar sus habilidades y conocimientos para lograr trabajar en más especialidades dentro de la plataforma.

Retención: En esta etapa se busca que de manera proactiva y reactiva se evite que los profesionales se descodifiquen de la plataforma

En esta etapa encontramos dos tipos, la retención Proactiva que son todas aquellas Iniciativas que se realizan a lo largo de la vida del profesional para que no se retire de la plataforma y la retención reactiva que son las iniciativas que se realizan cuando el profesional decide desvincularse de la plataforma.

Marketplace de servicio: Por parte de la plataforma se cuenta con las siguientes tácticas.

Retención Proactiva

- La creación de beneficios dependiendo el nivel transaccional del profesional, que consiste, que cada beneficio estará unido al perfil transaccional que tenga el profesional en el Marketplace de servicios dependiendo del nivel de dificultad al que se encuentra registrado.
- Generar herramientas de ayuda en la plataforma para que el profesional logre promocionar su servicio, como por ejemplo la creación de su perfil, el anexar imágenes y videos, etc.
- Realizar encuestas periódicas a los profesionales para establecer puntos de mejora

Retención Reactiva

- El beneficio y la contra oferta dependerá del nivel transaccional al que pertenezca el profesional.

Constructor: Por parte de Constructor solo se manejará temas de retención Proactiva

Retención proactiva:

- Feria virtual: Es una gran feria de capacitación virtual que le permite al profesional reforzar sus habilidades y conocimiento en diferentes áreas.
- Campaña de precios por parte del equipo comercial y de mercadeo para mostrarle al cliente que tienen precios bajos, con este beneficio el profesional tendrá los mejores precios para adquirir herramientas indispensables para la realización de su trabajo.
- Beneficios CES+CMR: El profesional tendrá la oportunidad de vincularse a la plataforma y al CES+CMR y obtener beneficios exclusivos.

- Segmentar comunicaciones que van acompañadas de promociones: De acuerdo a las especialidades y el perfil del profesional, se segmentara las promociones.

Conclusiones:

- El proyecto al contar con las dos puntas del negocio, es decir la oferta y la demanda, permite que el Marketplace de servicio determine el equilibrio de su mercado, además de brindarle una ventaja, de tener las dos aristas inicialmente para crear tácticas que incremente las ventas de Homecenter aliándose con la marca Constructor.
- La implementación de las tácticas en el journey del profesional permite una transformación organizacional que logra recorrer todos los puntos de contacto en cada etapa antes de realizarse la transacción en sí, y es a través de estos puntos de contacto que se potencia la relación entre el cliente y el servicio.
- El Journey del profesional nos permite poner al cliente en el centro de lo que se hace, logrando así crear un valor agregado diferencial que protege el Marketplace de la competencia y lo posiciona para ser exitoso en una economía centrada en el consumidor, ya que, un cliente satisfecho es un promotor de la empresa y genera como beneficio publicidad gratuita.

Referencias

Angi (2021) Exposición servicios. <https://www.angi.com/>.

Del Prado, L. (2005). Alianzas estratégicas. *Boletín de lecturas sociales y económicas*, 13(1), 68-87.
(<http://200.16.86.50/digital/33/revistas/blse/delprado8-8.pdf>)

Google maps (2021). Av 68 No. 80-77 [Panatallazo] (consultado el 06 de septiembre del 2021).
(<https://goo.gl/maps/zRnyuPUSBE8DK4QKA>)

Habitissimo (2021). Términos de uso. https://www.habitissimo.es/terminos_de_uso.

Handy (2021). Términos y condiciones <https://www.taskrabbitt.com/terms>.

Hogami (2021). Términos de Uso. <https://hogami.leroymerlin.es/>.

Jelpit (2021) Exposición servicios.

https://www.jelpit.com/?utm_source=Google&utm_medium=CPC&utm_campaign=PERF_Google_Brand_Terms_JP_SEM&gclid=Cj0KCQjw-NaJBhDsARIsAAja6dPmJ9rmiUk1cK9NbmpB88q_W1isndG7iKKzblwUY7_zsNzFiffhQaArfBEALw_wcB.

Mis Aliados (2021) Términos y condiciones. <https://misaliados.com.co/terminos>.

Porch (2021) Condiciones de uso. <https://porch.com/>.

Sodimac Colombia S.A, 30 ago. 2021, Nuestra empresa-Homecenter,
(<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hVYujHItIc8J:https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/mashomecenter/nuestra-empresa+&cd=14&hl=es&ct=clnk&gl=co>)

Tasrabbik (2021). Condiciones generales. <https://www.taskrabbitt.com/terms>.

Verrastro, S. S., Irañeta, J. P. R., & Sodero, M. J. (2009). Capacitaciones laborales. ¿Ascenso inmediato o formación profesional? (<https://cdsa.aacademica.org/000-062/1292.pdf>)

Anexos

A continuación, adjunto benchmark realizados que brindaron una perspectiva del mercado y fueron de ayuda para la creación de las tácticas:

Figura 5. Benchmark ecosistema de seguridad y garantía

Empresas	Vinculación del profesional	Garantía	Pagos	Fidelización	Conclusiones
Habitissimo	algunos de los profesionales y empresas. Los negocios que tengan la marca son empujados por Habitissimo. Los requisitos para la verificación son teléfono de contacto válido, correo electrónico válido, tener el INE o Alta de Autonomía, estar al día con el pago de los servicios contratados a Habitissimo.	El cliente cuenta con una cobertura de hasta 3000 en caso de fraude por anticipos en los materiales del trabajo. El profesional paga por 15 clientes inicialmente y si estos no contactan al profesional en los próximos 3 meses, Habitissimo le reembolsa el total de importe pagado para que compre otros clientes	Habitissimo no cuenta con una plataforma de pagos en la página, los clientes pagan directamente al profesional en las cuentas dadas por ellos. Solo recomienda al cliente hacer una cancelación parcial del servicio que puede ser del 20% o 50% dependiendo del acuerdo con el profesional y al finalizar el servicio pagar la totalidad.	Con uno de los planes profesional que ofrece la empresa, les promete tener miles de solicitudes. Cuenta con un sello de confianza que le permite generar mayor confianza al ser verificado por habitissimo.	1. En términos de seguridad al momento de vincular el profesional en las empresas evaluadas se vuelve un proceso primario, por medio de verificaciones de identidad, antecedentes y constitución de empresas si así se requiere. 2. El pago que se da dentro de la plataforma debería ser seguro tanto para el profesional como para el cliente, ya sea por medio de plataformas de pagos propias o de terceros. 3. Es de vital importancia que exista un respaldo por parte de la empresa, ante cualquier eventualidad con el servicio ya sea de parte del profesional o el cliente. 4. El enfoque de las empresas evaluadas para fidelizar al profesional, está dirigido en términos de flexibilidad de los horarios laborales, seguridad transaccional y mayor alcance de clientes para el crecimiento del profesional.
Task Rabbit	Verificación de identidad, verificación del derecho al trabajo y verificación de antecedentes penales, utilizando servicios de terceros según corresponda.	Clientes: hasta USD diez mil dólares (\$ 10,000) por daños a la propiedad por un tasker durante la ejecución de una tarea a través de la plataforma TaskRabbit. Usuarios: 10,000 USD por lesiones corporales causadas por la negligencia de otras personas durante la realización del servicio a través de la plataforma.	El pago de los servicios a través de la Plataforma TaskRabbit se realiza directamente del Cliente al Tasker a través de PSP (proveedor de servicios de pagos), y no a TaskRabbit. El cliente se le genera la factura del servicio después de ser completado por el profesional.	Establece su propia tarifa: El profesional se queda con el 100% de lo que cobra, más propinas. Factura y recibe el pago directamente a través del sistema de pago seguro.	
Handy	-Verificación de antecedentes para profesionales individuales: La verificación de antecedentes la realiza Checki, un proveedor externo. -Verificación de proveedores de empresas: Se realiza verificación de la información corporativa y de los antecedentes del propietario de la empresa por medio de "El tiempo promedio que tomará una verificación de antecedentes es de 7 días hábiles o menos." -Se Realiza una nueva verificación de antecedentes una vez al año en todos los profesionales aprobados. Se les envía un correo electrónico una vez se haya recibido los resultados la verificación de antecedentes, informándoles si ha sido.	-Hasta USD \$ 1,000 por pérdidas derivadas de daños estructurales por parte del profesional en la realización de algún trabajo.	Los clientes están obligados a pagar por adelantado los Servicios Profesionales a través de la Plataforma Handy ("Pagos").	Horarios flexibles Excelentes pagos al profesional (los mejores profesionales pueden ganar hasta 1000 USD a la semana) Acceso a miles de clientes y facilidad y seguridad en el pago	
Porch	"El tiempo promedio que tomará una verificación de antecedentes es de 7 días hábiles o menos." -Se Realiza una nueva verificación de antecedentes una vez al año en todos los profesionales aprobados. Se les envía un correo electrónico una vez se haya recibido los resultados la verificación de antecedentes, informándoles si ha sido.	Porch proporcionará hasta \$ 1000 para ayudar a compensar cualquier pérdida.	Porch reserva, administra y maneja el pago de ciertos servicios proporcionados a los Usuarios por los Proveedores de servicios	Tiene la posibilidad de comprar los clientes potenciales y establecer su presupuesto mensual Insigna en el perfil para generar confianza a los clientes que los buscan. Por cada dolar que invierta en clientes potenciales	
Hogami	Hogami selecciona a los profesionales independientes o empresas de acuerdo a sus políticas. Para solicitar ser parte de la empresa el profesional debe dejar sus datos y Hogami lo contacta directamente. Los datos requeridos son: nombres y apellidos, provincias, servicios, e-mail y número de teléfono.	Consta de un compromiso comercial de asistencia de 12 meses, que inicia partir de la finalización del servicio prestado y busca solucionar problemas entre usuarios y profesionales por incumplimientos, daños o inconformidades.	Leroy Merlin es el encargado de cobrar los trabajos que llevan a cabo los profesionales para los clientes. Luego les abona ese servicio, menos una comisión del 10%. Si el cliente está de acuerdo con todos los detalles del trabajo y hace la solicitud al profesional, puede hacer una reserva usando su tarjeta de crédito o débito en la plataforma.	El dinero pagado por el servicio prestado se lo hace llegar directamente a la empresa, asegurando el pago al profesional por parte de Leroy Merlin por pertenecer a la red de profesionales especializados. Los profesionales de Hogami tienen acceso al club pro de Leroy Merlin, que es un club con beneficios para los	

Figura 5. Se encuentra información sobre el proceso de vinculación de los profesionales en diferentes Marketplace que hay en el mercado. Elaboración propia del cuadro. Información adaptada de Referencia. Habitissimo (2021). Términos de uso. https://www.habitissimo.es/terminos_de_uso. Tasrabbik (2021). Condiciones generales. <https://www.taskrabbitt.com/terms>. Handy (2021). Términos y condiciones <https://www.taskrabbitt.com/terms>. Porch (2021) Condiciones de uso. <https://porch.com/>. Hogami (2021). Términos de Uso. <https://hogami.leroymerlin.es/>.

Figura 6. Servicio recurrente




Servicio	Descripción	Tarifa promedio	Proceso de cobro	Plataforma	Como lo ofrecen
Servicio de jardinería	La plataforma brinda el servicio de mantener el jardín y se puede contratar de manera consecutiva si el cliente lo desea, ya que esta es una actividad que requiere ser frecuente debido al tipo de servicio y mantenimiento.	Se realiza el presupuesto directamente con el tercero.	El cliente se comunica directamente con el tercero para realizar el pago, ya sea por transferencia o en efectivo y se determina con él, el proceso de cobro si se solicita el servicio de manera consecutiva	 https://www.habitissimo.es/	El cliente escoge el servicio y el profesional dependiendo de las reseñas y calificaciones, luego se comunica con el profesional para ver todo lo relacionado con las características del servicio y el precio de este.
Servicio de cuidado de césped	El cliente puede optar por un corte de césped semanal o quincenal, o elegir un servicio profesional más elaborado según su presupuesto y las necesidades de su césped, dependiendo de la actividad y mantenimiento.	Se realiza el presupuesto directamente con el tercero.	La plataforma le pedirá información sobre la frecuencia del servicio, después de escoger el profesional se debita el dinero.	 https://porch.com/	Al seleccionar el servicio y sus características, el profesional se comunicara con los clientes por teléfono, mensaje de texto o correo electrónico para discutir los detalles del proyecto, los precios y el cronograma.
Cortar el césped	El cliente puede contratar el servicio de cortar césped a un buen precio, además de ser una actividad que requiere ser consecutivo debido al tipo de servicio y mantenimiento.	*Semanal: \$67 *Quincenal: \$71 *Mensual: \$84	La plataforma permite solicitar el servicio de manera semanal, quincenal y mensual y dependiendo de esto, reservas en la plataforma y pagas el total.	 https://www.angi.com/	Al escoger el servicio, se le desplegara una serie de preguntas al cliente de acuerdo al servicio que solicitud, tales como magnitud del predio a cortar, el día que desea el servicio y la opción de dejar un comentario adicional frente a este, después de haber respondido las preguntas se le desplegara un listado de profesionales cerca de sus área para adquirir el servicio.
Mensajería exprés	*La plataforma realiza envíos con un máximo de 3 paradas *Este es un servicio que se puede solicitar de manera frecuente debido a que es una opción que nos permite salir del apuro o la urgencia corporativa, teniendo la seguridad y confianza de la entrega.	\$ 6.300		 https://www.jelpit.com/mensajeria-expres	El cliente debe solicitar el servicio de Mensajería expresse y programar el envío. El cliente tendrá la confianza que los paquetes cuentan con un seguro (hasta de 10M) y Además, podrás conocer el estado de tu envío porque la plataforma se lo notificará y le enviara soportes de entrega.
Transporte Privado	*Este servicio de Jelpit pone a disposición un conductor particular y un vehículo para que el cliente vaya donde necesita con tranquilidad y exclusividad. (Por trayecto -Un desplazamiento) *Este servicio se puede obtener de manera consecutiva ya que este brinda el traslado, un factor importante en la actividad diaria de los usuario además que se estaría brindando la confianza de que llegarás a tu destino sin preocuparte por el tráfico.	\$ 48.800			El transporte esta disponible en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Santa Marta, Cartagena, Bucaramanga, Armenia, Pereira y Manizales. El cliente debe solicitar el servicio en la plataforma, donde también se especifica que incluye y que no.

Figura 6. Que servicios rotan más de manera recurrente en los diferentes Marketplace. Jelpit (2021) Exposición servicios. https://www.jelpit.com/?utm_source=Google&utm_medium=CPC&utm_campaign=PERF_Google_Brand_Terms_JP_SEM&gclid=Cj0KCQjw-NaJBhDsARIsAAja6dPmJ9rmiUk1cK9NbmpB88q_W1isndG7iKKzb1iwU-Y7_zsNzFifhQaArfBEALw_wcB, Angi (2021) Exposición servicios. <https://www.angi.com/>, Porch (2021) Condiciones de uso. <https://porch.com/>.

Figura 7. Garantía Profesionales




Empresa	Profesional	Empresa	cliente
 https://chepeypepe.com/	<p>El profesional paga una póliza anual que cubre daños a tercero, si en dado caso es garantía por el trabajo hecho por el profesional, él es el que debe responder y asumir los costos.</p>	 https://www.jelpit.com/	<p>* El cliente reconoce y acepta que la compañía ni el portar web serán responsables por cualquier hecho en relación del proceso de prestación del servicio frente (calidad, cantidad e integridad de los servicios prestados por los profesionales) * El cliente cuentan con la garantía previa evidencia y notificación de lo sucedido, Jelpit realiza las validaciones pertinentes y en dado caso responde por daños o en caso de robo llegan a instancia de policía para esclarecer los hechos. *El cliente debe indicar las razones y adjuntar evidencias al WhatsApp o por correo, con esto se realiza un escalamiento y si es procedente se genera un resarcimiento acorde a la inconsistencia presentada.</p>
 https://www.timbrit.com.co/	<p>El profesional debe responder frente a la garantía del servicio, ya que, la plataforma no se hace cargo de cualquier eventualidad en la prestación del servicio.</p>	 https://misaliados.com.co/	<p>*En caso de que un Usuario se vea obligado a pagar indemnizaciones u penalidades a otro Usuario en virtud del servicio, exonera de toda responsabilidad a los titulares de MIS ALIADOS, por lo que no se hace responsable por la calidad del servicio ni el comportamiento de los Usuarios; ya que MIS ALIADOS no tiene relación comercial, civil, ni laboral con los Usuarios inscritos en la plataforma. *Sura Responde frente a cualquier daño a terceros durante la prestación del servicio</p>
 Mis aliado. Com	<p>*El profesional debe pagar un seguro por cada servicio que realiza, que cubre daños hechos a terceros (SURA). Si en dado caso es una garantía por el trabajo hecho del profesional, él es el que debe responder y asumir el costo. *El costo del seguro es de \$11.000 y se tiene que pagar antes de realizar el servicio. Ese seguro lo paga el cliente es decir que el profesional carga el valor del servicio en la plataforma y la plataforma le envía la factura al cliente sumándole los \$11.000 del seguro.</p>		

Figura 7. Con este Benchmark se observó como el profesional responde frente a daños a terceros en la realización de sus servicios con las diferentes plataformas. Elaboración propia del cuadro. Información adaptada de Referencia directamente de profesionales entrevistados.

Jelpit (2021) Términos y condiciones. <https://www.jelpit.com/terminos-y-condiciones>. Mis Aliados (2021) Términos y condiciones. <https://misaliados.com.co/terminos>.

PARTE V SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales

La propuesta de mejora estuvo acompañada de actividades como Benchmark investigaciones que permitieron obtener informaciones sobre diferentes temas de interés y estar actualizados sobre lo que hace la competencia en diferentes aspectos. Adicional a esto, también se tuvo el apoyo de unas sesiones semanales de Vtex que mostraban el panorama de diferentes empresas y competidores directos tanto locales como internacionales para entender que están realizando en cuestión de tendencia que han ido mejorando sus ventas y sus procesos internos, se manejó reuniones semanales con el gerente de Marketplace de servicios en donde se realizaba un seguimiento de las tácticas se me iban implementado viendo de esa manera su posible

viabilidad y ajustes correspondientes, teniendo en cuenta reuniones con otras áreas, en donde se aclaraban ítems de desarrollo de la plataforma y como esta podría apalancarse con constructor para desarrollar los objetivos antes planteados.

Cumplimiento de objetivos trazados por mes

3.1.1.1. Ciclo 1 - 01/02/2021

En este primer mes en la compañía, recibí inducción por parte del gerente del Marketplace para entender el alcance del proyecto y familiarizarme con él, adicional a lo mencionado, tuve acompañamiento de la practicante anterior donde trabajamos en conjunto algunos benchmark que iba retroalimentándome en mi proceso. Algunos de las dificultades enfrentadas fue adaptarme al método de trabajo y familiarizarme con el Marketplace, ya que, si había visto una materia en la universidad que tenía que ver con este tema, pero es diferente ya trabajar en ella, por ende, me toco focalizar mi estudio en la plataforma y aprender cosas nuevas.

3.1.1.2. Ciclo2 01/03/21- 30/04/2021

En estos dos meses, se realizó estudios semanales (benchmark) para presentárselos al gerente del Marketplace de servicios donde se investigaba diferentes temas que van de la mano con el pronto lanzamiento de la plataforma web, con el objetivo de entender que estaba haciendo la competencia y como replicar mejoras al Marketplace de servicio. Este trabajo logro que se adquiriera conocimiento y entender más este mundo online. Algunas dificultades enfrentadas, era que exista poco conocimiento de mi parte sobre la competencia, por ende, las investigaciones tomaban más tiempo, mientras entendía como operaban estos Marketplace, además que debía buscar información que no siempre estaba a simple vista, por ende, se debía profundizar y leer distintos documentos.

3.1.1.3. Ciclo 3 03/05/2021- 30/06/2021

En estos dos meses, se empezó armar el journey del profesional y a crear las tácticas que impactarán la experiencia del cliente, teniendo en cuenta los estudios realizados antes a la competencia, para establecer parámetros que ayudarán a potenciar el journey teniendo en cuenta las marcas Homecenter y Constructor.

Algunas dificultades presentadas fue la realización de las reuniones con la jefa de la marca Constructor, por cuestiones de agenda, para socializar las tácticas que implementaría cada marca en las etapas del journey del profesional.

3.1.1.4. Ciclo 4 01/07/2021

En este ciclo se perfecciono, las tácticas ya establecidas por las dos marcas y se presentó al gerente del Marketplace el cual aprobó cada una de ellas, con el objetivo que se implementen dependiendo el avance y el desarrollo que tenga la plataforma, algunas dificultades enfrentadas fue el desarrollo de nuevas tácticas ya que algunas tuvieron que pasar por algunas mejoras.