

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

01/01/2020 - 06/30/2020

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

Operation number: ME-T1323

Número de suboperación: ATN/ME-15926-ME

Nombre del proyecto: Four Points in the Urban Housing Improvement Value Chain

Propósito: Mejorar la calidad de la vivienda a través de un enfoque de cadena valor

País administrador	País beneficiario:	Grupo	Subgrupo
MEXICO	MEXICO	A	

Agencia ejecutora: Centro Para La Innovación En Vivienda Dehábitat Para La Humanidad, México.

Líder de equipo: ESTRELLAP

Ciclo del Proyecto:

Fecha de Reporte: 2020 - 07 - 01

Fecha de aprobación: 2016 - 12 - 01

Fecha de firma: 2017 - 04 - 20

Primera fecha de desembolso: 2017 - 08 - 31

Plazo de ejecución original: 2020 - 04 - 20

Plazo de ejecución actual: 2020 - 09 - 20

Plazo original de último desembolso: 2020 - 10 - 20

Plazo actual de último desembolso: 2020 - 10 - 20

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Cumplimiento de todos los hitos del proyecto. Aplicación móvil funcionando en sistemas operativos iOS y Android con 23,443 descargas al 30 de junio de 2020. Atención a 9 municipios en lugar de los 8 iniciales. Aliados que ofrecen productos y servicios en la aplicación: 22 tiendas de materiales, 5 entidades de asesoría técnica y una asociación, 5 entidades financieras y 1 banco. Otra aplicación móvil desarrollada especialmente para materialistas del proyecto. Reconocido por ONU Hábitat como solución innovadora para ciudades inclusivas en Octubre Urbano 2019. 2 campañas digitales lanzadas para difundir la aplicación y sus beneficios y 1 campaña digital para afiliar materialistas al proyecto.

Comentarios del Líder de Equipo de Supervisión

Todos los hitos alcanzados Varios cambios en la planificación para lograr indicadores pero igual atrasos. Atrasos en Componente 4.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos 6 meses

Logros principales: Modificaciones a la aplicación móvil terminadas. Desarrollo de una aplicación para materialistas. Replanteamiento y lanzamiento segunda campaña digital. Campaña digital para afiliación de materialistas. Inclusión de nuevo municipio: Chalco. Cumplimiento del Hito 7 relacionado con alcanzar más de 22,000 descargas, se reportaron 23,416. Alianzas concretadas: 3 ecotecnologías, 1 tienda de materiales y 1 proveedor de asesoría técnica. Dificultades: se obtuvo una prórroga de 5 meses para avanzar en los indicadores del componente 4, sin embargo, la epidemia de COVID-19 impactó al proyecto frenando las visitas a tiendas de materiales, no se afiliaron más tiendas a pesar de la campaña digital. Los asesores técnicos no pudieron hacer visitas a domicilio por lo que no atendieron solicitudes de servicio. Las entidades financieras no colocaron créditos como se esperaba y están reestructurando sus operaciones. De los tres perfiles de aliados algunos cerraron temporalmente y otros definitivamente, por lo que la movilización de capital se afectó. Consecuencia: 6 indicadores del componente 4 en proceso, de los cuales 4 están relacionados con la movilización de capital. Acciones emprendidas: replanteamiento de la segunda campaña digital adaptada al tema de COVID-19, campaña de afiliación digital para materialistas. Conversación con aliados para revisar procesos y poder responder a usuarios durante la epidemia. Suspensión de la segunda etapa de la segunda campaña digital y búsqueda de estrategia de sostenibilidad ante las variables económicas y situación operativa y económica de los aliados. Próximo semestre: Definir estrategia de sostenibilidad de la aplicación móvil, posibles ajustes a la aplicación móvil y/o al modelo de negocio. Continuar difusión de aplicación y promoción de aliados a través de notificaciones desde la app a los usuarios. Afiliación de materialistas y trabajo conjunto con los aliados para hacer ajustes. Cierre administrativo del proyecto.

Comentarios del Líder de Equipo de Supervisión

Replanteamiento de campaña digital. Pendiente estrategia de sostenibilidad producto de una consultoría en curso.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

C1 : 1. Development of partnerships and adaptation of housing improvement products an **Peso 30%** **Calificación** ~not selected~

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 # de entidades financieras que incorporan su oferta en la plataforma de Hábitat	0	3 (2021 - 08 - 20)	3 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 # de acuerdos con empresas de materiales de construcción	0	2 (2021 - 08 - 20)	3 (2019 - 10 - 16)	Finished
I3 de convocatorias temáticas con plataformas de emprendimiento y/o redes de empresas emergentes para desarrollo de soluciones	0	6 (2021 - 08 - 20)	1 (2019 - 10 - 16)	Finished

I4 Empresas emergentes con soluciones aceleradas por el proyecto	0	12 (2021 - 08 - 20)	9 (2019 - 10 - 16)	Finished
I5 # de productos o servicios financieros nuevos o adaptados asesorados por el proyecto	0	3 (2022 - 07 - 20)	3 (2019 - 10 - 16)	Finished

C2 : Pilot of the housing improvement management app **Peso** 30% **Calificación** ~not selected~

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 de familias que prueban prototipo	0	120 (2021 - 08 - 20)	16 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 # de tiendas que participan en el piloto	0	20 (2021 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Finished

C3 : Implementation of the technology tool **Peso** 20% **Calificación** ~not selected~

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 # de familias que prueban la versión inicial de la aplicación	0	2400 (2021 - 07 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Finished

C4 : Dissemination and scaling up of the program **Peso** 20% **Calificación** ~not selected~

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 # de comercios de distribución de materiales que promocionan y apoyan el uso de la aplicación	0	100 (2021 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	In progress
I2 # de MIPYMES que ofrecen soluciones innovadores y verdes (agua, luz, cocinas, materiales verdes, resiliencia) a través de la aplicación	0	8 (2022 - 07 - 20)	1 (2019 - 10 - 16)	In progress
I3 # de usuarios que han utilizado la versión comercial de la aplicación	0	10800 (2021 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Finished
I4 # de usuarios que acceden a un producto financiero como resultado de la aplicación (CRF 210800)	0	3700 (2018 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I5 \$ de capital movilizado por entidades financieras a través de la aplicación	0	2200000 (2018 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I6 \$ recursos invertidos en mejoras de vivienda urbana	0	5760000 (2021 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	In progress
I7 # de usuarios que acceden a una solución de mejora o ampliación de vivienda a través de MIPYMES	0	240 (2021 - 08 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	In progress

Hitos	Valor Planeado	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
Condiciones previas	5	5	2017 - 10 - 20	2020 - 02 - 14	Achieved
Firma del convenio	22	22	2017 - 07 - 19	2019 - 10 - 15	Achieved
2400 usuarios del app registrados	10	10	2019 - 05 - 10	2019 - 10 - 15	Achieved
Diseño y Desarrollo conceptual de la App	28	28	2017 - 11 - 16	2019 - 10 - 15	Achieved
Evaluación del piloto	28	28	2018 - 09 - 28	2019 - 10 - 15	Achieved
Versión comercial del app disponible en IOS y Android	10	10	2019 - 02 - 28	2019 - 10 - 15	Achieved
22,000 descargas en total de la aplicación móvil	22000	23416	2020 - 06 - 30	2020 - 06 - 30	Achieved

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

Otros. ¿Cuáles?

La prórroga para el término del proyecto se solicitó para avanzar en los indicadores del componente 4, sin embargo se presentó la epidemia de COVID-19 y sus efectos impactaron en el avance de dichos indicadores, ya que afectó la economía y prioridades de los usuarios de la aplicación móvil, así como también afectó las operaciones, estructuras internas y prioridades de los aliados que ofrecen sus materiales de construcción y servicios en la aplicación. Por lo que, el contexto que provoca la epidemia de COVID-19 es un factor crítico en el desempeño planeado.

SECCIÓN 4: RIESGOS

Área de Impacto	Severidad	Prob.	Fecha	Responsable	Accion de mitigación
Uso de app sin concretar solicitudes de servicio o productos	Final Outcome, Dissemination and scaling up of the program (4) High	High 80%	2020 - 01 - 27	Executing Agency	<p>1. Se realizó difusión digital de los beneficios de utilizar la App y se pidió a los aliados promociones para usuarios por ser contactados a través de la App. 2. Se envían notificaciones para promover el uso de la app directamente a los usuarios que la han descargado. En solicitudes de servicios de financiamiento cuando los usuarios no cumplen los requisitos de las entidades financieras se convierte en una variable externa que no se puede controlar por la agencia ejecutora.</p> <p>1. El Técnico de apoyo a la red de materiales visita las tiendas bien identificado como parte de la agencia ejecutora y lleva material para mostrar la seriedad y credibilidad del proyecto, además de material promocional. 2. Visita las tiendas las ocasiones necesarias para localizar a los dueños y poder platicar con ellos para que se afilien. 3. Se realizó un video especial para afiliar materialistas. 4.</p>

Afiliación lenta de tiendas de materiales	Final Outcome, Dissemination and scaling up of the program	(4) High	High 80%	2020 - 01 - 27	Project Assistant	Se simplificó el contrato de afiliación para evitar que los dueños de tiendas se sintieran abrumados y solo reciban información concreta para afiliarse. 5. Se otorgan 3 meses de gracia para que se sumen al proyecto y el pago de su afiliación iniciaría al cuarto mes o pueden salirse si no desean continuar en el proyecto, con la finalidad de que prueben la aplicación. 6. Se extendió la prospección al municipio de Chalco donde hubo interés de materialistas para afiliarse.
Aumento de los costos de materiales de construcción lo cual disminuiría la deman	Intermediary Outcome	(3) Medium	Low 40%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Fomentar que las tiendas de materiales ofrezcan incentivos para que las personas continúen con sus mejoras y ampliaciones de vivienda. Por ejemplo una capacitación de concientización, incluir algún producto adicional en la compra a menor precio o de regalo.
Las personas en la familia que toman las decisiones para construir o mejorar sus	Intermediary Outcome	(3) Medium	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Ajustar la app con los resultados de las pruebas con usuarios finales, para facilitar el uso amigable de la herramienta y cuando la utilicen sea sencilla. Adicionalmente realizar una campaña de difusión que llegue tanto a las personas que toman decisiones como a sus familiares para que éstos puedan apoyarlas en el uso de la App. Después de hacer pruebas con más usuarios se realizaron ajustes a algunos módulos de la aplicación.
Las soluciones de mejoramiento y ampliación de vivienda presentadas por emprend	1. Development of partnerships and adaptation of housing improvement products an	(3) Medium	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Executing Agency	El socio de emprendimiento del Proyecto Village Capital ha desarrollado experiencias exitosas de convocatorias temáticas para emprendimientos. El programa de emprendimiento deberá contemplar necesidades de los clientes para facilitar que las soluciones presentadas sean atractivas para ellos.
Los empleados de las tiendas de materiales durante el piloto no realizan suffice	Intermediary Outcome	(3) Medium	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Se está desarrollando con todos los proveedores de productos y servicios una estrategia de difusión y promoción para el uso de la aplicación, mediante incentivos y por la compra de materiales dirigido hacia los usuarios de la aplicación.
Los intermediarios financieros que participan en el programa no ofrecen condicio	Final Outcome	(3) Medium	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Se trabajará sólo con intermediarios financieros comprometidos con el financiamiento de ampliación y mejoramiento de vivienda, varios de los cuales son conocidos para Hábitat. Se trabajará con algunos de ellos en el desarrollo o adaptación de los financiamientos, para que sean adecuados y atractivos.
Que las plataformas de crowdfunding y los bancos no quieran participar con sus p	1. Development of partnerships and adaptation of housing improvement products an	(3) Medium	Low 40%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	1. Insistir en la incorporación de un banco. 2. Sumar instituciones microfinancieras interesadas en participar para ofrecer sus productos en la aplicación móvil. 3. Explorar alternativas de colaboración aunque no sea con sus productos y servicios tradicionales, para tener opciones que permitan incorporarlos en la App y prueben la conveniencia de participar en estas nuevas plataformas de posicionamiento de sus marcas. 4. Se sumó al proyecto Kubo Financiero desde su plataforma y se conectó su Sitio Web con la aplicación para recibir los prospectos desde la App.
Que los desarrolladores de la herramienta tecnológica no sean capaces de interpr	Pilot of the housing improvement management app	(4) High	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	1. Hábitat posee una larga experiencia internacional en el financiamiento de mejoras de vivienda, ello les proporciona lecciones aprendidas para mitigar el riesgo señalado. 2. Realizar previo al desarrollo, el diseño conceptual y validarlo con los usuarios finales y proveedores que participarán en la herramienta tecnológica. 3. Realizar desarrollo conceptual y pruebas con usuarios finales para verificar funcionalidad y usabilidad de la herramienta y realizar ajustes antes de lanzarla al mercado.
Epidemia de COVID-19 provoca que usuarios no inviertan en mejoras de vivienda	Final Outcome, Dissemination and scaling up of the program	(5) Very High	High 80%	2020 - 07 - 29	Executing Agency	1. Contratar consultoría de sostenibilidad de la aplicación móvil, para analizar la situación post COVID-19 e identificar los ajustes necesarios que hagan de la aplicación una herramienta útil para los usuarios ante la nueva realidad. 2. Enviar notificaciones a través de la aplicación a los usuarios que la han descargado para promover el uso de los servicios y compra de materiales. 3. Solicitar promociones a los aliados para incentivar las compras. 4. Continuar en pláticas con entidades financieras para que flexibilicen y hagan accesibles sus estrategias de otorgamiento de crédito. Sin embargo, no hay certeza de que estas acciones funcionen, debido al contexto externo del proyecto y la incertidumbre que provoca la epidemia.
Los efectos de COVID-19 disminuyen la participación de aliados en la aplicación	Final Outcome, Dissemination and scaling up of the program	(5) Very High	Very High 99%	2020 - 07 - 30	Executing Agency	1. Contratar consultoría de sostenibilidad de la aplicación móvil, para analizar la situación post COVID-19 e identificar los ajustes necesarios que hagan de la aplicación una herramienta útil para apoyar la reactivación económica de los aliados ante la nueva realidad y que sea atractivo para ellos participar en la aplicación. 2. Seguimiento a los aliados que cierran temporalmente para activarlos en la plataforma cuando estén listos. 3. Trabajo en conjunto con aliados activos para que adapten sus procesos y puedan responder oportunamente si reciben solicitudes de usuarios. Cabe mencionar, que aunque el sector de la construcción se reactivó con el cambio de semáforo de rojo a naranja, la pérdida de empleo en la población base de la pirámide, hace que muchas familias no

inviertan en temas de mejoramientos para su vivienda, pese a que se puede incrementar el hacinamiento y por consiguiente la situación para los aliados no es tampoco favorable. Por lo que, a pesar de las acciones a realizar, no hay certidumbre de que los aliados puedan aumentar su participación, el contexto aún es incierto.

NUMERO TOTAL DE RIESGOS: 11 IN EFFECT RISKS: 7 RIESGOS NO VIGENTES: 2 RIESGOS MITIGADOS: 2

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Indique la probabilidad de sostenibilidad del proyecto luego de la finalización:

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores críticos para este periodo]

Acciones relacionadas con la sostenibilidad implementadas en el proyecto

Dados los efectos de la epidemia de COVID-19 en el proyecto que afectaron tanto a los usuarios de la aplicación móvil como a los aliados que ofrecen sus materiales de construcción y servicios, y cuyos impactos quedan fuera del control de la agencia ejecutora se decidió contratar una consultoría que permita analizar a fondo la situación post COVID-19. El objetivo de la consultoría será identificar los posibles ajustes a la herramienta o al modelo de negocio y buscar que al dar respuesta a las necesidades de la nueva realidad de los usuarios y del sector, sea sostenible una vez que termine el proyecto. Se adjunta documento con la propuesta de la consultoría a contratar.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relacionado a	Author	Fecha
Se debe realizar el diseño conceptual y su validación antes de comenzar el desarrollo de una aplicación móvil. Así se incrementan las posibilidades de éxito de la funcionalidad planteada para resolver las necesidades de los usuarios finales, se reducen tiempos y recursos para el desarrollo. Se trabajó en obtener el diseño conceptual de la aplicación y una vez terminado se validó el diseño con los proveedores que posiblemente sean oferentes de productos y servicios dentro de la App. Se recibió la retroalimentación de los participantes en cada uno de los temas: materialistas, asesoría técnica de la construcción y financiamiento. Posteriormente se realizó la validación con usuarios finales en entrevistas profundas con 20 familias. Con los hallazgos se hicieron ajustes y se obtuvo el diseño final. De esta forma se obtendrá un prototipo más afín a las necesidades de los usuarios en menor tiempo. Aunque puede haber ajustes, se reduce el riesgo de retrasos.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Es necesario desarrollar una aplicación en versión para Web y no solamente para Android e iOS, de esa manera no se limita a los usuarios que no tengan teléfonos inteligentes o que no sean usuarios de aplicaciones en los teléfonos.	Risk	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Las plataformas de crowdfunding no desean ofrecer opciones de financiamiento a las familias, a través de la aplicación móvil. Ya existe un mercado especializado por cada plataforma, argumentaron que sería un riesgo en mezclar lo que ofrecería el proyecto con lo que ellos hacen en sus plataformas. Hubo acercamiento con: AFICO, Mi Cochinito.com, Yotepresto.com, Afluenta.com, Kubo Financiero y Kiva. AFICO y Mi Cochinito analizaron participar pero no tomaron el riesgo pues tienen sus propias tecnologías para originar el crédito. También mencionaron que el público que utilizará la App no es usuario de plataformas de crowdfunding. Kubo Financiero quería exclusividad para integrar sus tecnologías en la aplicación y eso limitaba la libre competencia que promueve la App. Kiva, Yotepresto.com y Afluenta.com no mostraron interés por conocer el proyecto. Por lo tanto, ofrecer a los usuarios de la App opciones de financiamiento en plataformas de crowdfunding no será posible.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Incorporar un banco que ofrezca un producto de vivienda para familias de la base de la pirámide, a través de la aplicación móvil no es atractivo para ellos. Hubo acercamiento con: Banamex, en su área de fomento social, Banco BX+ y Bank of America. Bank of America mencionó que ya tienen una alianza con Hábitat para la Humanidad a nivel internacional, sin embargo, en México tienen una colaboración con Techo, sólo a nivel de voluntariado, no estando en posibilidad de colaborar con el proyecto. Banamex se había interesado y participó en los talleres de validación del concepto de la aplicación móvil. Sin embargo, al realizar el seguimiento ya no mostró interés por participar en el proyecto. Banco BX+ se le presentó el proyecto, pero no dio respuesta si le interesaba participar o no. Los acercamientos anteriores muestran que los bancos no tienen interés por participar en el proyecto, por lo que se reduce la posibilidad de ofrecer sus productos en la aplicación móvil del proyecto.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Se había planeado realizar un evento Hackathon para el desarrollo de la aplicación, sin embargo, al realizar los contactos para organizar el evento se detectó que el monto autorizado no era suficiente para desarrollar un evento así; implicaba una logística no contemplada en los costos del proyecto; los tiempos para obtener la App no se iban a cumplir, dado que entre el diseño conceptual de la aplicación, la logística del evento y la ejecución del mismo pasarían más de 9 meses y la propiedad intelectual sería de los desarrolladores. Se decidió trabajar en el diseño conceptual de la App y validarlo con los proveedores que posiblemente sean oferentes de productos y servicios dentro de la aplicación y con usuarios finales. Se contactaron 18 empresas de desarrollo para evaluar la viabilidad de desarrollo y se concluyó que era viable hacerlo así en lugar de un evento Hackathon, la propiedad intelectual de la App sería de la agencia ejecutora y no habría gastos de logística adicionales.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Realizar convocatorias temáticas con plataformas de emprendimiento y/o redes de empresas emergentes para desarrollo de soluciones no es sencillo por los temas, el nivel de madurez requerido para el programa y el			

<p>alcance. Se identificó la conveniencia de hacer 1 convocatoria multi-temática para desarrollar un programa de aceleración con mayor alcance, en lugar de 6 que pudieran no ser del todo exitosas. El programa de 3 meses contempló 3 talleres donde se abordaron 9 temas importantes para las empresas y prepararon a las mismas para presentarse ante inversionistas. En este programa se ejecutó el recurso asignado para el rubro completo. La convocatoria fue nacional, se analizaron más de 300 modelos de negocio. El objetivo era acelerar 12 empresas, pero se eligieron 9 que estaban alineadas a los requisitos, temas y nivel de madurez requerido. De esas 9 se seleccionaron 2 (Vitaluz y Energryn) para invertir fondos de Hábitat para la Humanidad.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Algunos proveedores pueden solicitar exclusividad para que solamente sus productos y/o servicios se incluyan en la aplicación móvil. Hubo acercamientos con Rotoplas y solicitó exclusividad para participar en el proyecto, por lo que no se concreto la alianza. Cabe destacar que la aplicación será un elemento de empoderamiento, aprendizaje y toma de decisiones de las familias, todo en un entorno de competencia y de mercado, verlo de manera aislada y considerar dar exclusividades a proveedores implicaría que se sesguen las decisiones de las personas y se desequilibre el mercado.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Entre los elementos que no están bajo el control de la agencia ejecutora se encuentra que algunos aliados firman los Convenios de Colaboración, pero cuando se hace el seguimiento para desarrollar los elementos específicos de su participación en VivienApp ya no responden o sus condiciones internas han cambiado y no están dispuestos a participar en ese momento por darle prioridad a temas internos.</p>	Risk	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Llevar a cabo pruebas con aliados y usuarios ha sido importante desde la conceptualización y durante el desarrollo de la aplicación móvil, ya que permite ir evaluando la programación de la herramienta y realizar los ajustes de funcionalidad y de usabilidad que sean necesarios antes de su lanzamiento al mercado, reduciendo el riesgo de que la herramienta no sea funcional para los usuarios y que pudiera retrasar el cumplimiento de las metas del proyecto.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Realizar un estudio econométrico con variables de interés para el proyecto (socioeconómicas, financieras, de vivienda y tecnológicas) facilitó: identificar los municipios con mayor potencial de demanda para los productos y servicios que serán ofertados a través de VivienApp y definir el orden de atención; detectar a nivel de código postal las zonas de cada municipio con mayor potencial para el proyecto; dar certeza a las instituciones financieras que participen a través del dimensionamiento del mercado y la elaboración de un perfil de posibles clientes; y analizar las necesidades de vivienda que hay en cada localidad. Lo anterior permite enfocar el uso de los recursos y evitar que se pulverice el objetivo tratando de atender todo el mercado al mismo tiempo.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>La suma de aliados al proyecto tiene algunos elementos que no están bajo el control de la agencia ejecutora: 1) Inicialmente muestran interés por participar en el proyecto, en el momento de la firma de Convenios de Colaboración dan prioridad a temas internos o a sus políticas de participación en proyectos y ya no se concreta la alianza, situación que impacta en tiempo y recursos pues se realizan trabajos previos para desarrollar los Convenios y finalmente no firman. 2) En otras ocasiones se dan los acercamientos, incluso con apoyo del Especialista FOMIN, se exploran las alternativas de colaboración, pero cuando se hace el seguimiento para concretar la alianza ya no responden, se desconoce la causa de este comportamiento. Ante esto se propone: la firma de cartas de intención de participación en el proyecto para tener un elemento de compromiso y detectar si las empresas realmente están interesadas en participar, en caso de no firmar la carta, se entenderá que no desean participar.</p>	Risk	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Las empresas, consideran que participar en una App puede generar riesgos como: guerra de precios entre las empresas de la competencia que participen, canibalización entre sus propios distribuidores, afectar el posicionamiento de sus marcas al mostrarse en una misma plataforma con otras marcas de la competencia, diluir sus esfuerzos de inteligencia comercial y marketing, afectar los esquemas con sus distribuidores de canales tradicionales, entre otros. Por éstos riesgos las empresas solicitan establecer condiciones que les permitan por ejemplo: ofrecer precios de lista en la App y hacer efectivos los descuentos o promociones cuando sean contactados, que sus distribuidores ofrezcan el mismo precio por producto y la diferenciación sea el servicio, que solo los distribuidores de sus marcas participen y en tienda ofrezcan otras marcas de la competencia y el usuario elija cual comprar. Se establecerán términos y condiciones que les den certeza sin afectar indicadores y metas del proyecto.</p>	Risk	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Para alcanzar los objetivos de difusión de herramientas tecnológicas como el caso de VivienApp y tener una mejor utilización de recursos, es necesario determinar inicialmente: el público objetivo al que se quiere llegar, identificar las vías de información que utiliza para obtener la información relacionada con los temas de la aplicación y priorizar las zonas de atención cuando hay varios municipios contemplados en el proyecto. Cuando se establece por anticipado el tipo y número de eventos de difusión sin tener la información antes mencionada, se invierte tiempo en convocar, reunirse con las agencias, recibir sus propuestas y analizarlas, para concluir que el público objetivo no debe adaptarse a los eventos planeados, por el contrario, los eventos deben ser pensados en función del público, las condiciones particulares de las localidades y las variables del proyecto.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Para realizar la difusión de aplicaciones móviles con un público objetivo como el de VivienApp (3 a 11 salarios mínimos) se requieren acciones puntuales como: realizar activaciones publicitarias en puntos de alta afluencia en las localidades seleccionadas, elaborar materiales de comunicación, crear una campaña digital en las principales plataformas y medios que son relevantes para el público objetivo (Facebook, Google, Youtube), misma que debe iniciar con el reconocimiento del producto y posteriormente incentivar las descargas de la aplicación móvil.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Trabajar en un plan de posicionamiento institucional previo al lanzamiento de la aplicación móvil, pues se debe dar un contexto para que cuando sea lanzada haya expectativa y se tenga confianza en que proviene de una institución seria. Además, se genera difusión previa al lanzamiento, que puede atraer empresas interesadas en participar en el proyecto.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Algunas empresas no se suman al proyecto porque consideran arriesgado participar en una aplicación móvil que está en desarrollo y prefieren esperar a ver cómo funciona cuando sea lanzada al mercado. Cuando la herramienta ya esté en el mercado se contactará nuevamente a las empresas con las que se ha tenido acercamiento previo, para que reconsideren participar.</p>	Risk	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
<p>Para el desarrollo de aplicaciones móviles es importante tener un consultor que ayude a comunicarse a la agencia ejecutora en términos técnicos con los desarrolladores, así como a realizar la supervisión y ejecutar pruebas con los usuarios. Esto facilita que los procesos de desarrollo y solicitud de ajustes sean más sencillos de transmitir al desarrollador. También se obtienen propuestas del consultor para ejecutar ajustes sencillos que no impacten en tiempos y recursos del desarrollo.</p>	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22

Realizar pruebas con usuarios en diferentes fases de desarrollo de una app permite verificar la usabilidad y utilidad de lo que se está desarrollando, así como también verificar que los ajustes solicitados realmente sean de utilidad. Esto facilita la corrección oportuna de elementos que requieran ser modificados y que al tener la versión comercial, la herramienta se adapte a las necesidades de sus usuarios.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Los modelos de negocio de las empresas que desean afiliarse a plataformas innovadoras como las aplicaciones móviles tienen políticas establecidas que no les permiten adecuarse a los requerimientos de participación en dichas plataformas, lo que provoca una contradicción entre las expectativas que manifiesta la alta dirección con las políticas que maneja el área comercial. Esto puede retrasar el proceso de afiliación de una empresa a la plataforma.	Implementation	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
Cuando una plataforma cuenta con diferentes tipos de usuarios, como en este caso que hay asesores técnicos de construcción, casas de materiales y entidades financieras el modelo de negocio a desarrollar deberá contemplar las diferencias entre cada tipo de entidad participante, ya que por sus particularidades no se puede afiliarse a todos con las mismas condiciones. Como resultado hay que elaborar contratos de afiliación que respondan a las características de cada tipo de usuario.	Sustainability	Elizabeth Licona	2019 - 10 - 22
En una herramienta con diferentes tipos de tecnología integrados se debe considerar tener a un experto con el perfil adecuado o capacitarlo en lo que sea necesario para que cumpla el perfil completamente. A veces no es tan común en el mercado laboral encontrar estos expertos y las empresas de desarrollo tienen personal especializado, cuando las empresas terminan sus contratos, se vuelve un reto encontrar un experto que llene el perfil requerido y la transición puede ser complicada. Se recomendaría tener al experto antes de que la empresa termine el contrato para que vaya conociendo la herramienta y la transición sea más fácil, así como también pueda auditar el trabajo que está entregando la empresa de desarrollo.	Implementation	Elizabeth Licona	2020 - 01 - 27
Para hacer difusión de una aplicación móvil, una campaña digital en los principales medios como Facebook, YouTube y Google Ads, segmentados por el público objetivo es lo que funciona mejor, ya que los usuarios en el momento pueden descargar la App. Otros esfuerzos como volanteo, lonas o activaciones publicitarias en plazas comerciales, aunque muestran resultados, no son tan efectivos y rápidos como los medios digitales.	Implementation	Elizabeth Licona	2020 - 01 - 27
El tema de seguridad se vuelve un factor importante para que los usuarios de la aplicación móvil compartan su información personal y utilicen los servicios ofrecidos, eso retrasa que concreten solicitudes a través de la App. También impacta para que las tiendas de materiales se afilien, ya que no se da información de los propietarios por miedo a secuestros o extorsiones y las tiendas se visitan hasta 4 o 5 veces, se recomienda prever este tipo de factores externos cuando se haga la planeación de proyectos.	Risk	Elizabeth Licona	2020 - 01 - 27
Las campañas digitales son efectivas para incrementar el número de usuarios de las aplicaciones móviles, pero las promociones o valores agregados que puedan ofrecerse a los usuarios que adquieran productos o servicios a través de la herramienta y que eviten que hagan las compras de manera tradicional, serán determinantes para el uso frecuente de la misma y para la recomendación con otros usuarios.	Implementation	Elizabeth Licona	2020 - 07 - 30
La epidemia de COVID-19 hizo visible que aunque la aplicación móvil funcione correctamente, sí la respuesta para atender a los usuarios depende de una tercera parte que son los aliados, y la economía merma la capacidad de inversión en mejoras de vivienda de los usuarios, la movilización de capital se vuelve un factor que depende de terceros y pone en riesgo la sostenibilidad de la aplicación, por lo tanto habrá que hacer los ajustes pertinentes en la estrategia de sostenibilidad, para adaptar la aplicación y el modelo de negocio a la nueva realidad post COVID-19. Con las reservas pertinentes ya que aún no se tiene certeza de la duración de la epidemia y de otros posibles efectos que aún no sean visibles para los usuarios, para los aliados o para el sector en general.	Risk	Elizabeth Licona	2020 - 07 - 30