



Universidad de  
**San Andrés**

**Escuela de Negocios**

***Trabajo de graduación  
Licenciatura en Administración de Empresas  
Plan de negocios "Assist Now"***

**Autor:** Ulises Giacomuzo

**Legajo:** 29317

**Mentor:** Roberto Dvoskin

**Lugar:** Argentina, Provincia de Buenos Aires

**Año:** Semestre Otoño, 2021

# Índice

Resumen Ejecutivo.....	4
<i>Capítulo I; Introducción</i>	
1.1 Evaluación de la Oportunidad .....	5
1.2 Negocio Propuesto.....	9
1.3 Herramientas para el Análisis.....	10
1.1 Metodología .....	12
<i>Capítulo II; Análisis del sector</i>	
2.1 Descripción de la industria. ....	13
2.2 Análisis PEST.....	16
2.3 Composición de la industria.....	20
2.4 FODA.....	23
2.5 Competidores.....	25
2.6 Comportamiento del consumidor.....	30
<i>Capítulo III; Modelo de Negocio</i>	
3.1 Modelo de Negocios (CANVAS).....	32
<i>Capítulo IV; Plan de Marketing</i>	
4.1 Producto .....	41
4.2 Precio.....	44
4.3 Promoción.....	47
4.4 Plaza .....	48
<i>Capítulo V; Operaciones del negocio</i>	
5.1 Modelo Inhouse .....	49
5.2 Pre launch versión Beta .....	51
5.3 Minimal Viable Product .....	52
5.4 Ubicación.....	53
<i>Capítulo VI; Costos, Finanzas e Inversión</i>	
6.1 Ajustes/ Aclaraciones .....	54
6.2 Inversión inicial .....	55
6.3 Estimación de ingresos .....	57
6.4 Sueldos .....	58
6.6 EERR .....	59
6.7 Cash Flow .....	60

*Capítulo VII; equipo*

7.1 Socio .....	62
7.2 Desarrolladores .....	62
7.3 Diseñadores .....	62
7.4 Personal de marketing y comunicación .....	63
7.5 Personal Administrativo .....	63
7.6 Asesoría contable y legal .....	64

Capítulo VIII: Aspectos legales, impositivos y propietarios

8.1 Sociedad .....	64
8.2 Seguros .....	64
8.3 Términos y condiciones. ....	65

Capítulo XI; Plan de implementación y riesgos

9.1 Riesgos .....	66
9.2 Plan de implementación .....	67

Capítulo X; Bibliografía y Anexos

Bibliografía .....	68
Anexos .....	73



## Resumen Ejecutivo

El plan de negocios de Assist Now se basa en constituir una plataforma digital como medio de contratación de personal de servicios a corto plazo. El negocio parte de la iniciativa en la oportunidad de explotar un negocio insatisfecho con finalidad de un cambio de paradigma del comportamiento o conocimiento de los usuarios a lo hora de buscar un prestador de servicios.

Denominado internacionalmente el mercado como *On-Demand Homservices*, se evalúa un hueco en el mercado argentino para introducir esta nueva herramienta de conectividad entre usuarios que todavía no conocen el negocio. Se trata de un modelo de negocios que se ha sido adoptado distintas interacciones en distintos países mercados altamente competitivos donde también se proyecta un incremento de la industria en Latinoamérica en los próximos años. Esta oportunidad está acompañada por la distribución de trabajo en Argentina con un gran porcentaje de empleados dentro de las categorías que ofrece conectar las plataformas. A su vez se encuentra dentro de los países con mayor personal capacitado en el área de informática.

En esta línea, observamos una característica generacional por parte de los nuevos adultos siendo adversos a realización de tareas manuales. Al mismo tiempo, estos son propensos a la introducción de nuevas herramientas digitales en su uso diario. De la misma manera que el consumidor considera otras plataformas para complacer su demanda de productos como ventas en MercadoLibre y transporte para Uber. Hay lugar a través de una efectiva estrategia de comunicación para que el usuario automáticamente conozca un nuevo espacio para encontrar la prestación de servicios adoptados a su ubicación, con reseñas y comparación de precios. Esto resulta en aumento de la seguridad y garantía de los pagos y una reducción del tiempo de búsqueda.

El proyecto requiere de inversión inicial de 6.626.240 ARS para poner el plan de negocio en marcha con una plataforma diseñada, desarrollada y testeada por un periodo de prueba de 6 meses, por desarrolladores de software contratados. En los próximos 5 años se proyecta un Valor Neto Actual positivo con una tasa interna de retorno TIR de 60,3%.

# Capítulo I; Introducción

## Evaluación de la Oportunidad

La industria global denominada *on-demand homeservices* ha demostrado una sustancial expansión en los últimos 5 años. Se estima crecimiento global anual compuesto de 60.77% en los próximos 4 años<sup>1</sup>. Se trata de una industria relativamente nueva que ha marcado tendencia con un CAGR (*compound average growth rate*) sumamente grande según los últimos estudios de mercado. Tan solo en EEUU el mercado está valuado en 600 mil millones USD<sup>2</sup>. Podemos ver como esta industria ha logrado explotar tanto Estados Unidos como Europa siendo sumamente competitiva y fragmentada en diversos competidores. Recientemente en estudio realizado por la consultora Technavio llamado “*Online On-demand Home Services Market by Service and Geography Forecast and Analysis 2022-2026*” predice que el mercado en América Latina tenga un crecimiento compuesto anual de 42.4% con un incremento valuado 119 mil millones de USD<sup>3</sup>. Sin embargo, actualmente el 53% del mercado de aplicaciones móviles se divide entre Brasil y México con tal solo 6% destinado a Argentina<sup>4</sup>. Es decir, nos encontramos con mercado en alza con volúmenes importantes en los países del hemisferio norte que actualmente compiten por posicionamiento a través diversas campañas de marketing. Al mismo tiempo, todavía no lo logrado su potencial en LATAM. Por lo tanto, evaluamos como en Argentina todavía hay lugar para nuevos competidores que ganen posición en el mercado como líderes y logren estar lo que se llama “top of the mind” del consumidor cuando se refiere a este nuevo negocio.

Existen varios factores relacionados a la presente ampliación de este mercado, entre ellos se encuentra el continuo avance del ámbito de smartphones y

---

<sup>1</sup> <https://www.technavio.com/report/online-on-demand-home-services-market-size-industry-analysis>

<sup>2</sup> <https://jungleworks.com/next-big-trend-on-demand-home-services/>

<sup>3</sup> <https://www.prnewswire.com/news-releases/usd-119-39-bn-growth-expected-in-online-on-demand-home-services-market-in-latin-america--homecare-and-design-segment-to-have-largest-share--technavio-301539612.html>

<sup>4</sup> <https://www.data.ai/en/insights/mobile-strategy/how-to-succeed-on-mobile-in-latam/> lo

computadoras. Anualmente se observa un constante avance e inversión en las tecnologías y disponibilidad de los smartphones para los clientes que resulta en una industria de aplicaciones móviles masiva.

Por otro lado, se ha demostrado que la nueva generación de adultos constituida por jóvenes de 18 a 35 años mejor conocidos como millennials muestran una mayor adversidad hacia las tareas manuales de casa en comparación a la generación anterior de babyboomers<sup>5</sup>. Denominado como DIY (*do it yourself*) de tareas domésticas, un estudio de *Hometree* asevera que la nueva generación de adultos es dos veces más propensa a buscar ayuda al momento de realizar una tarea domestica dos veces más que las personas mayores de 55 años. Un reciente artículo afirma que más de la mitad de los jóvenes de 18 a 24 años no saben cambiar una bombilla<sup>6</sup>. Afirma que se puede observar una falta de interés y conocimientos a la hora de emplear estas tareas de la casa. Particularmente se trata de una generación que sido denomina como “nativos digitales”, es decir, desde muy jóvenes han sido expuestos a un continuo avance tecnológico y están profundamente familiarizados con nuevas tecnologías, sin embargo, cada vez se alejan más de las tareas manuales. En esta línea, como se menciona en Forbes para el 2025 75%<sup>7</sup> de la fuerza laboral estará compuesta por esta generación de la cual no es adversa a un incorporar nuevas herramientas digitales. Teniendo en cuenta esto, vemos una oportunidad para complacer estos atributos de la nueva generación en busca de facilitar estos rubros.

En Argentina, las personas promedian un 78 % de su tiempo online a través de teléfonos móviles y dentro de este tiempo 94% se basa en uso de aplicaciones<sup>8</sup>. La Nación Online publicó una nota con el título “Un celular y medio por argentino”<sup>9</sup>. En 2021 Argentina fue rankeado como el país de Latinoamérica con mayor proporción de Smartphones por habitantes declarando la suma total de

---

<sup>5</sup> <https://www.hometree.co.uk/press/generational-attitudes-to-housework.html>

<sup>6</sup> <https://metro.co.uk/2018/09/09/84-of-millennials-dont-know-how-to-change-a-lightbulb-7929087/>

<sup>7</sup> <https://www.forbes.com/sites/markhall/2017/11/08/what-the-ideal-workplace-of-the-future-looks-like-according-to-millennials/?sh=a4374bb42284>

<sup>8</sup>: <https://www.iprofesional.com/tecnologia/308852-enganchados-al-celular-los-argentinos-pasan-78-de-su-tiempo-en-linea-en-dispositivos-moviles>

36 millones (8 de cada 10 personas)<sup>10</sup>. Añadido a esto se muestra que Argentina se posiciona tercero en América Latina en número de usuarios activos en internet. Claro está que proyectar a la República Argentina en su totalidad es una visión muy grande, pero aun así posible. Se comienza acotando el mercado en Buenos Aires aun así el mercado es vasto para luego poder expandirse. Ya que, según el último censo, el 40% del total de habitantes del país reside allí. Sin embargo, en Buenos Aires todavía el ciudadano no está familiarizado con un acceso rápido y simple al contacto de un profesional en la zona para solucionar un trabajo de oficio en de la casa. Hemos entrevistado ciento cincuenta personas de Buenos Aires mayores de 18 años referenciando competidores dentro de la industria y el 73% respondió que no conoce o utiliza una plataforma similar. Actualmente, el usuario deberá buscar en su lista de contactos a la persona adecuada con la mayor posibilidad de conocer a alguien, y la única opinión que tendrá al respecto del profesional va a ser de ese contacto y no tendrá otra para comparar. Muchas personas continúan preguntando en boca en boca por el contacto de un electricista cuando se necesita arreglar un dispositivo de su casa. Al fin del día se sigue perdiendo mucho en tiempo en la búsqueda de alguien que pueda tener el contacto y en que esa persona responda con un posible contacto que sea de utilidad para la tarea en cuestión. Sino también donde vemos un usuario insatisfecho accediendo a herramientas de como Google en búsqueda de resolver esta problemática.

Al mismo tiempo, dentro del sector de la economía de empleos registrados gran numero de la distribución de profesiones también se basa en la oferta de servicios. Como muestra una nota de Infobae “Se comprobó que los oficinistas, vendedores y trabajadores de los servicios, representan casi la mitad de los empleos”<sup>11</sup>. Por lo tanto, ¿A que se refiere como trabajadores de servicios? Reparaciones, instalaciones, arreglos, decoradores, eventos, electricistas, plomería, limpieza, etc.

---

<sup>10</sup>: <https://www.baenegocios.com/negocios/Argentina-es-el-pais-de-la-region-que-tiene-mas-smartphones-por-habitante-20180129-0022.html> .

<sup>11</sup> <https://www.infobae.com/economia/2017/11/30/en-que-trabajan-la-mayor-parte-de-los-hombres-y-mujeres-en-la-argentina/>

No solo esto, Argentina cuenta con un gran porcentaje de economía informal que ronda dentro del 35% del mercado. Dentro de este segmento los trabajadores de servicios independientes es uno de los principales rubros.<sup>12</sup> Un estudio del Ministerio de Trabajo y Empleo<sup>13</sup> nos indica que, debido a distintos factores, entre ellos el contexto económico, la estructura del país está sufriendo cambios y resulta en un incremento en empleos de trabajadores de oficio que aportan en régimen del monotributo. Por lo tanto, hay un incremento en el país de profesionales que buscan ofrecer sus servicios y pueden encontrar nuevos medios como Assist Now para prestarlos. Entendemos que el contexto del país en ciertos aspectos cumple con la oferta de personas que presten servicio. Ante este contexto de distribución salarial vemos un segmento de trabajo con una oportunidad para facilitar el acceso a la información entre la demanda y ofertas del trabajo de esta índole.

Se trata de un plan de negocios que abarca un gran porcentaje de potenciales clientes, dado que los requisitos para su realización giran en torno a poseer un smartphone. Por lo que el segmento de clientes de encuentra dentro de las clases C3, C2 y ABC1 siendo un 50% de la población. Buenos Aires siendo la provincia con un 40% de población ofrece un gran número de potenciales clientes donde captando una pequeña porción del mercado el proyecto resulta exitoso. Entendemos que a través de una efectiva campaña de marketing se puede captar una idea presente en el mercado, pero que aún no se consolidada en la mente del consumidor. Para esto es necesario resolver donde se produce la falta de esta comunicación entre el que presta el servicio y el que lo precisa. En esta línea, es primordial para el análisis de la oportunidad como nos encontramos con una demanda presente por el negocio. Es decir, como vemos luego de realizar las encuestas que no solo no conocen un competidor, sino que más de la mitad respondieron que si a la pregunta *¿Le interesaría una herramienta donde podría solicitar servicios de acuerdo a su presupuesto y*

---

<sup>12</sup> <https://economipedia.com/definiciones/economia-informal.html#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20informal%20es%20aquella,indemnizaciones%20por%20despido%2C%20entre%20otros>.

<sup>13</sup>: <https://eldiariodemadryn.com/2017/05/advierten-que-esta-cambiando-la-estructura-ocupacional-y-salarial-en-la-argentina> .



*ubicación al mismo tiempo disponiendo de una transacción segura y referencia previa del prestador de servicios?*

## **Negocio Propuesto**

El plan de negocios Assist Now se enfoca en consolidarse como una herramienta predeterminada a la hora de resolver la siguiente cuestión: se requiere de un carpintero para reparar un mueble de la casa lo antes posible ¿Dónde conseguimos el contacto? ¿Trabaja en la zona? ¿Qué referencia previa tenemos de su rendimiento?

Assist Now ofrece una alternativa en un contexto de varios intentos para satisfacer una demanda del consumidor tras varias variaciones de un negocio con distintos enfoques.

Es decir, dentro del análisis se muestra la existencia de un plano donde el mercado no dispone de un espacio consolidado en la mente del consumidor. La aplicación y plataforma existen como un medio de conexión directo entre trabajadores y consumidores. La misma les permite a las personas buscar rápidamente especialistas calificados en diferentes clases de servicios para el hogar. Tanto como albañil, electricista, plomero, jardinero, cerrajero y otras profesiones afines, pueden unirse en una comunidad de profesionales con el fin de que las personas los conozcan y puedan contactarlos. A su vez, los necesitados de ayuda hogareña, pueden buscar al tipo de profesional que deseen de una manera sencilla, cómoda y confiable. Digamos que una persona se muda esta no pierde todos los contactos relevantes, sino que puede continuar accediendo a nuevos.

La confiabilidad de la aplicación está basada en el modelo de reseñas, calificaciones o recomendaciones que los usuarios proporcionan a cada trabajador. Esto no solo aumenta la confiabilidad y eficiencia de la *app*, sino que también ayuda a refinar los perfiles de trabajadores para poder seleccionar únicamente a los mejores.

Esta nueva aplicación pretende satisfacer la necesidad actual que manifiestan, principalmente, los jóvenes adultos que se encuentran en la búsqueda de servicios hogareños específicos. “Assist Now” es una solución eficiente, adaptada a la era tecnológica actual, para tratar de satisfacer la necesidad latente en este segmento específico de consumidores.

A través de una sólida y efectiva campaña de marketing se logra penetrar ese hueco en el conocimiento del consumidor sobre una nueva herramienta para la adquisición de servicios. Esto es una de las claves del negocio, lograr una eficiente campaña de comunicación para ubicarse en la mente del consumidor. De esta manera, no solo diferenciarse de la competencia sino los nuevos usuarios que son introducidos a esta industria tienen como primera experiencia Assist Now. Se presenta la oportunidad de provechar para generar lealtad hacia la marca. Paralelo a esto, se entiende que el verdadero negocio no es solo atraer usuarios que precisan servicios sino ser también atractivos para los prestadores de servicio que buscan medios para búsqueda de clientes. En otras palabras, Assist Now se dedica al negocio de proveer “data”. La información tiene valor y por lo tanto una demanda. Los prestadores de servicios son la “data” y Assist Now se la provee a sus “users” y por este medio cobra un servicio.

## **Capítulo II; Análisis del sector e Investigación de Mercado**

### **Herramientas para el Análisis**

Se utilizarán diversas herramientas de distintos autores a lo largo del plan de negocios. Se realiza un análisis para tratar de entender de una manera más profunda el entorno en el cual opera la organización. A largo de plan de negocios se implementan herramientas conceptuales para un mejor análisis de la operación. Estos conceptos los vemos reflejados en herramientas analíticas como el comportamiento de consumidor, segmentación y cadena de valor.

El material bibliográfico utilizado es el siguiente:

- Merchant, K.; Van der Stede, W. Management Control Systems. Cap. 6.
- Davila, Foster y Jia. Building Sustainable High-Growth Startup Companies.pdf
- Simons, R. Performance Measurement Control Systems. Cap. 5.pdf
- Porter, M. (2008). Competitive Advantage. Chapter 1 y Chapter 2.
- Opportunity Recognition, Shaping and Reshaping” de Bygrave. and Zacharakis, A. (2008) Entrepreneurship. John Wiley & Sons, Inc, USA. Cap. 3. 2nd Edition.
- Dvoskin, R. (2004), Fundamentos de Marketing.
- Markides, C. Strategic innovation.pdf
- Porter, M. The Five Competitive Forces That Shape Your Strategy.pdf
- The Lean Startup: Cómo la innovación constante crea negocios radicalmente exitosos Tapa blanda - 6 octubre 2011
- “Generación de Modelos de Negocios”. Osterwalder, A and Pigneur Y. SEECYT, 2010. (Traducción).
- Bygrave, W.; Zacharakis, A. Understanding your Business Model and Developing your Strategy.pdf
- LAMBIN, J.J. Marketing Estratégico. McGraw Hill. 1995. (Capítulo 14)
- Antonio Lavolpe, Carmelo Capasso y Alejandro Smolje - “Presupuestos y Control”- Editorial La Ley, Argentina – Edición 2 - Año 2010.
- Brealey, R. A., Myers, S. C. y Allen, F., PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, 11a.Edición 2013, Mc-Graw Hill
- Blackwell, R; Minard, P; Engel, J (2002) Comportamiento del Consumidor. Ed: Thomson. México D.F. Capítulos 3, 4.

## Metodología

En orden de una realización adecuada del plan se efectúan una serie de recursos en la búsqueda de información relevante que permite el avance del proyecto. Una vez establecido se indaga y reduce supuestos sobre el interés del consumidor.

En primer lugar, se recurre a una investigación de mercado de fuente secundaria a través de herramientas virtuales a disposición tales como artículos, noticias y bibliografía digital. Esta investigación exploratoria del mercado mediante los artículos y noticias no permitirá reducir estimaciones, indagar sobre la experiencia y tendencias del mercado. Al mismo tiempo, utilizaremos la bibliografía complementaria para realizar el análisis correspondiente para implementar una mejor estrategia de marketing, un mejor análisis de costos y finanzas. Es de suma importancia utilizar los esquemas como base teórica en orden de para plasmar de manera correcta los conceptos estudiados en la carrera de Administración.

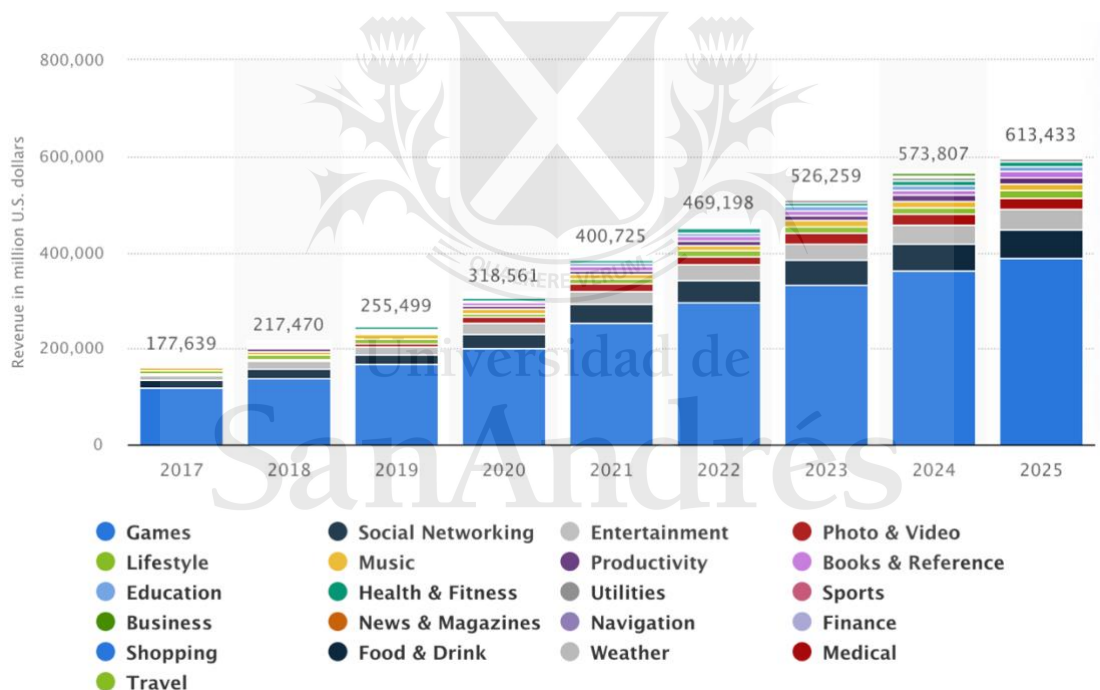
Por otro lado, requerimos de una investigación de fuente primaria de contacto directo y tangible del consumidor. Realizamos diferentes encuestas y entrevistas que nos permite entender mejor la demográfica y su interés ¿Alguna vez escucharon hablar de una herramienta similar? ¿Les interesaría adoptar este mecanismo en su vida cotidiana? ¿Para qué tipo de trabajo la utilizarían? Es necesario llevar a cabo un análisis cuantitativo luego de estas encuestas online para poder analizar el potencial y saber ¿Cuántos usuarios esperar al comienzo del lanzamiento y cuantas transacciones son necesarias para llegar al punto de equilibrio? De esta manera, realizamos encuestas tanto a posibles clientes en busca de prestadores y a presentes prestadores de servicios.

Esta información permite reflexionar sobre el producto de Assist Now y entender cómo se maneja el mercado, que deberíamos cambiar y que no.

## Descripción de la Industria

Assist Now se encuentra dentro de la industria de *Mobile apps*; dentro de este mercado se encuentra un diverso número de subcategorías. En esta línea, en relación a lo visto en la evaluación de oportunidad este negocio se clasifica específicamente como *On-Demand Homservices Mobile Application*. Dentro de las categorías disponibles en los centros de descarga de Android y IOS la aplicación encuadra dentro de “*vida cotidiana*” o “*market place*”.

Globalmente el mercado de Mobile apps se trata una industria sustancialmente grande con ingresos globales proyectados para 2022 de 469.198 mil millones USD. Actualmente cuenta con una estimación de crecimiento a USD635.91 mil millones de volumen para 2026<sup>14</sup> y se proyecta una tasa de crecimiento anual



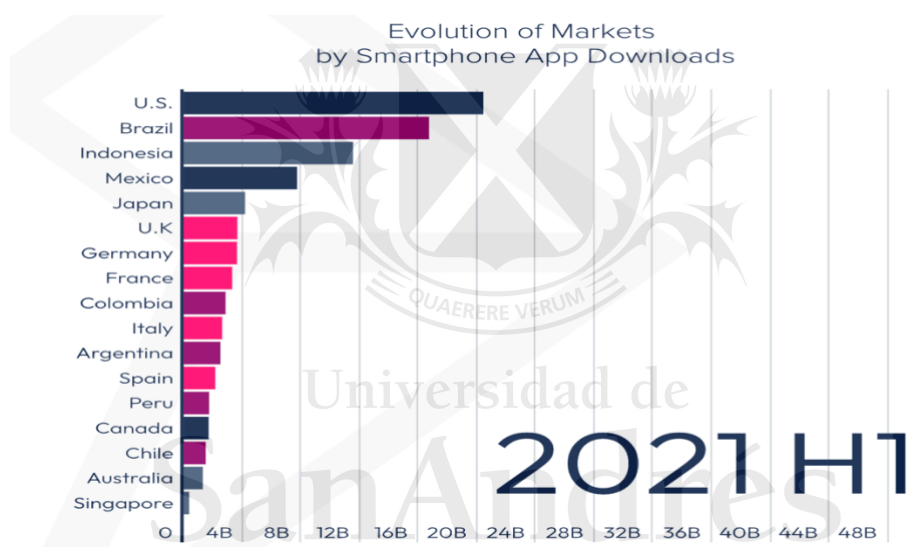
compuesto promedio de 20.65% hasta 2025. Tan solo en 2021 se registró un crecimiento global anual del 20.45%<sup>15</sup> y se estima que este año habrá un total de 229,522.000 de aplicaciones descargadas. Uno de los componentes clave del crecimiento del mercado de aplicaciones es el continuo avance de la industria de smartphones que resulta en catalizador esta industria. En 2022 dentro de este

<sup>14</sup> <https://www.statista.com/outlook/dmo/app/worldwide>

<sup>15</sup> <https://www.prnewswire.com/news-releases/mobile-apps-market-size-to-grow-by-usd-653-91-billion--technavio-301511786.html>

volumen total del mercado las categorías en que se encuentra Assist Now ocupan el 5.26% total y están dentro del Top10 más populares<sup>16</sup>.

LATAM se encuentra dentro de las regiones con mayor crecimiento porcentual del mercado de smartphones esperado para 2025. En 2018 se registraron 326 millones de usuarios y estima un salto de 422 millones para 2025. Parte de este crecimiento exponencial se debe a que particularmente en Latinoamérica gran parte de los usuarios obtiene su acceso a internet a través de lo smartphones, dando mayor accesibilidad a personas en zonas rurales<sup>17</sup>. Esto resulta en una gran oportunidad para el mercado de las aplicaciones para los siguientes años en Latinoamérica, en un artículo publicado por la Universidad de Wharton se la denomina como el siguiente campo de batalla para el negocio de Mobile apps.<sup>18</sup>

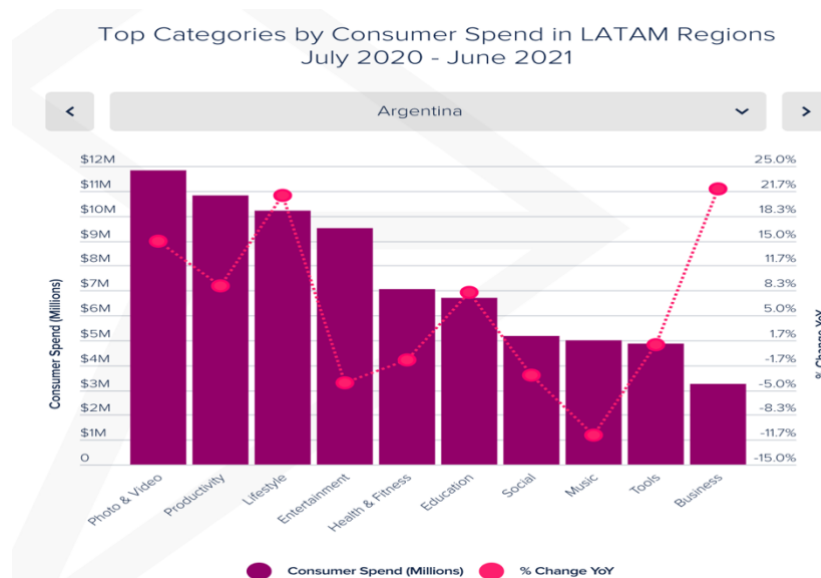


Argentina se registró en 2021 en el puesto 11vo mundial de países con mayor crecimiento de descargas de aplicaciones móviles. Dentro de este crecimiento posterior a la cuarentena de 2020 una de las categorías con mayor popularidad en Argentina fueron las relacionadas a la vida cotidiana.

<sup>16</sup> <https://www.statista.com/statistics/270291/popular-categories-in-the-app-store/>

<sup>17</sup> <https://techcrunch.com/>

<sup>18</sup> <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/why-latin-america-is-the-next-big-mobile-battleground/>



En los últimos años se puede observar una tendencia de crecimiento de apps y plataformas basadas en On-Demand Homeservices similares a la estructura de negocio de Assist Now en Estados Unidos. El mercado demuestra un continuo crecimiento desde el 2018 desde el primer apareamiento de plataformas con un esquema de negocios similar, hoy en día Estados Unidos cuenta con una industria con un gran número de competidores tratando de entrar en el mercado americano a través de nuevas tecnologías. Latinoamérica está comenzando a entrar en esta tendencia de crecimiento de on-demand homeservices; casualmente, en un análisis realizado por la consultora Technavio se evaluó un crecimiento estimado de 42.96% para 2022 de este esquema de negocios. Sin embargo, este crecimiento está liderado principalmente por México y Brasil ocupando el 53% del mercado total y el resto repartido en los demás países de Latinoamérica.

En síntesis, Assist Now se encuentra dentro de un mercado en crecimiento que ya tuvo su impacto en Estados Unidos hace unos años y demuestra un avance en Latinoamérica a través de Brasil y México. Sin embargo, todavía no explotó en Argentina por lo que todavía hay tiempo para nuevos jugadores como Assist Now establecer esta nueva herramienta y ganar posición en el mercado. Varios reportes estiman un fuerte avance en la adopción de este modelo de negocio en los próximos años mundialmente debido a varios factores. Forbes estima que para 2025 el 75% de la clase trabajadora estará compuesta por millennials que

estarán familiarizados con el uso de smartphones y websites y continuara creciendo cada año.

## **Análisis PESTL**

A continuación, se utiliza el modelo de análisis PESTEL como herramienta para analizar el macroentorno argentino en los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales.

### **Políticos**

En el caso de Assist Now, las leyes laborales son un factor político que podría llegar a influenciar fuertemente su funcionamiento y desarrollo. Este plan de negocios debe respetar dichas leyes y mantenerse actualizado ante cualquier modificación que estas puedan llegar a sufrir. De no hacerlo, se podría encontrar envueltos en serios problemas legales. Actualmente, a las empresas como Assist Now, que brindan únicamente una plataforma para establecer contacto entre el prestador de un servicio y el cliente, la ley laboral dice que no existe relación laboral entre la organización y todas aquellas personas que quieran registrarse para ofrecer sus servicios. La vinculación jurídica que existe entre la empresa y los profesionales y la que existe entre la empresa y los clientes es la que surge de la aceptación de los términos y condiciones para poder utilizar la aplicación<sup>19</sup>. Si la ley respecto a esto llegase a cambiar, podría llegar a afectar drásticamente el funcionamiento de la plataforma y la relación tanto con los trabajadores como con los clientes.

### **Económicos**

El crecimiento económico es uno de los factores que podría llegar a tener un gran impacto sobre el desempeño de la compañía. Si el ingreso per cápita de los habitantes del país aumenta, las personas estarán más dispuestas a

---

<sup>19</sup> Highton; C. El caso UBER desde el punto de vista de la legislación laboral argentina. Abogados. <https://bit.ly/2lpQFzo>.



contratar servicios en lugar de tratar de resolver los problemas hogareños ellas mismas. Además, muchos buscarán hacerles remodelaciones o mejoras a sus viviendas, simplemente para darse un gusto o por placer. Así mismo, la inflación es un factor económico que podría llegar a afectar el desarrollo del producto, pero de una manera negativa. Actualmente la situación económica de Argentina es incierta en varios aspectos inestables debido a varios factores como socio-políticos que afectan la economía y resulta es difícil hasta para economistas realizar una predicción. Nos encontramos con un país con un gran potencial de posibilidades de entradas de nuevos negocios, pero resulta incierto realizar una predicción acertada de los impactos de la economía. Mas aun, cuando se trata de un país en estado fluctuante que se está recuperando de una traba económica debido a una pandemia mundial.

En esta línea, proyectando un continuo deterioro importante económico se puede prever una situación contrario a la anterior. Donde las personas tratarán de recortar sus gastos lo más posible. En un principio por lo menos serán adversos a la obtención de una publicación premium por parte de los prestadores. En el peor de los clientes dejarán de gastar el profesional e intentarán resolver el problema por su cuenta. Más aún, no gastarán dinero para ninguna clase de deleite superficial.

## **Sociales**

Las tendencias en los factores sociales afectan la demanda de productos de una compañía y cómo dicha compañía opera. En el caso de Assist Now, la tasa de crecimiento en la población puede ser un factor social positivo para el éxito de la empresa. Esto se debe a que la población argentina ha crecido constantemente durante los últimos años al menos un 1.04% (aproximadamente)<sup>20</sup>. Dicho esto, cuantas más personas haya que necesiten de ayuda hogareña, mayor será el uso que le darán a la aplicación para poder encontrar a profesionales capacitados. Cuanto mayor sea el número de clientes potenciales existentes, mayor probabilidad de triunfo tendrá el producto. No solo

---

<sup>20</sup> Población de argentina. <https://countrymeters.info/es/Argentina>.

esto, el cambio generacional favorece a este modelo de negocio. Como bien menciona la revista Forbes para el 2025 75% de la clase trabajadora estará compuesta por millennials. La nueva generación de jóvenes adultos no solo está más familiarizada con el uso de smartphones y webistes, sino que es una generación adversa a realizar tareas domésticas por si solas. Se proyecta que para los siguientes años a medida que incrementa el cambio generacional el modelo de negocios de Assist Now será cálidamente apropiado por esta generación.

Por otro lado, la densidad poblacional de Argentina es otro factor que podría beneficiar el negocio. La mayoría de la población argentina, casi el 40% de acuerdo con el censo del 2022<sup>21</sup>, se encuentra concentrada en la CABA. Esto significa un beneficio ya que la mayoría de los profesionales y los clientes se encuentran en un espacio geográfico relativamente pequeño, es decir, a corta distancia los unos de los otros. Finalmente, el constante aumento en la población activa de Argentina y en el número de potenciales clientes son otros factores sociales que podrían llegar a ser de gran ayuda.

## Tecnológico

Este factor es de suma importancia para el plan de negocios, ya que el mismo es ofrecido a través de *smartphones* y computadoras. En los últimos años ha crecido exponencialmente la industria de los negocios digitales y con esto un incremento de personal capacitado en el área. Casualmente, en el 2019 en un reporte anual de Global Skill Index (GSI) por la universidad digital más grande del mundo Coursera ranqueó a Argentina como el país con mayor talento de habilidades tecnológicas<sup>22</sup>. Este reporte analizó los talentos en el área de cursos informáticos, ciencia de datos y tecnología en 60 países. Sorprendentemente a pesar de una economía fluctuante Argentina cuenta con una gran cantidad de personal capacitado en el desarrollo de software. Se argumenta que una de las razones es debido a la búsqueda de empleo internacional que permite el trabajo o freelance informático que provee la posibilidad de ganar un sueldo en divisa

---

<sup>21</sup> <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-GacetillaCompleta-355>

<sup>22</sup> <https://blog.educacionit.com/2019/04/16/la-argentina-es-el-pais-con-mayor-talento-en-tecnologia-a-nivel-mundial-segun-la-mayor-universidad-digital/>

extranjera con mejor estabilidad que el peso. De todas formas, esto resulta en favor de un negocio como Assist Now para disponer de una variedad de posibles personales para contratar en el armado de las plataformas.

En esta línea, los constantes avances en la tecnología de los celulares y en las infraestructuras comunicacionales del país son dos factores de gran beneficio. El hecho de que tanto los teléfonos como los medios de comunicación se vuelvan cada vez más eficientes y veloces implica que el alcance y el buen desempeño de las plataformas podría tornarse cada vez más alto. Las mejoras en los medios de comunicación, como lo son la introducción del 5G, o la instalación de antenas de compañías como Claro, Movistar y Personal en zonas más rurales o alejadas, supone un mayor alcance de cobertura para el proyecto. Y a su vez, un mayor número de clientes y trabajadores adheridos.

## **Legales**

Es importante tener en cuenta aquellas leyes contra la discriminación, en lo que se refiere a la aceptación de candidatos a trabajador. También es importante considerar las leyes de protección al consumidor, ya que en el caso de que algo salga mal con el trabajo realizado, como empresa, se tendrá que responder ante el inconveniente y evaluar el reembolso. Estas consideraciones deben estar presentes previo al registro del usuario en la aceptación de términos y condiciones. Una vez aceptados los términos y condiciones se comprende que el usuario está al tanto de las políticas y leyes de uso permitidas de la plataforma.

## **Composición de la industria**

Para continuar el análisis de la industria de Assist Now utilizamos el modelo de las cinco fuerzas de Porter visto en (Porter; Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, Capítulos 1 y 2.). Esto nos permite establecer un marco analítico sobre el nivel de competencia dentro del mercado que se enfrenta Assist Now.

## **Poder de negociación de los clientes**

En el caso de Assist Now los clientes cuentan con un nivel de negociación medio/bajo. A pesar de la existencia de pocas opciones con este formato de negocio en Argentina se considera medio el poder de negociación de los clientes debido a todavía contar con varios métodos tradicionales para encontrar su personal adecuado. Esto al mismo tiempo es lo que le genera una ventaja a Assist Now. El hecho de poder ofrecer un sitio donde esa cantidad abrumadora, en varias ocasiones incierta, de información esta almacenada le favorece a la empresa. Es posible que el cliente decida continuar buscando a través de contactos o internet alguien para realizar su tarea domestica para continuar dentro de su zona de confort. Se estima que esta resistencia se puede producir por los usuarios de mayores edades, es válido predecir que la nueva generación no es adversa a la adopción de un cambio de esta índole.

La negociación se basa en adoptar o no esta nueva herramienta en cuestión. En un ámbito donde hay pocos competidores con herramientas como está el poder de negociación se define en si el usuario decide continuar su búsqueda de manera tradicional o no. Es por esto que, en términos de otras opciones, al no tener mucha competición se lo puede categorizar también como bajo. El diferencial de la empresa está en ganar posición y retener los clientes que nunca antes habían tenido una experiencia con una plataforma que se dedica a esto.

Por otro lado, dentro de Assist Now los clientes que proveen servicios van a tener que competir constantemente para ofrecer un servicio de calidad superior a menores precios entre los demás usuarios. En medida que en este caso el producto que se ofrece es una plataforma que provee servicios, se otorga a los técnicos un canal para publicitar y concretar mayores ventas a cambio de una comisión. La capacidad de negociación de los clientes se basa en la cantidad de técnicos que ofrezcan el servicio. Si hay mayor cantidad de técnicos en un rubro, la capacidad de negociación va a ser baja ya que no podrán acceder a una menor comisión por el trabajo. En cambio, en un rubro con menores técnicos donde

ejercen un trabajo más complejo, estarán más organizados y dispondrán de más información. Por lo tanto, sus exigencias serán mayores respecto a la reducción de comisión, mayor calidad y mejor servicio.

## **Poder de negociación de los proveedores**

En Argentina, la demanda creciente de programadores en los últimos años demuestra el crecimiento exponencial en la industria tecnológica nacional. En la actualidad, de las carreras actuales de ingeniería, "ingeniería en sistemas" es la que cuenta con la mayor cantidad de inscriptos y de graduados. A nivel global, Argentina aparece entre los 30 mejores países de desarrollo tecnológico. Al mismo tiempo cubre uno de los puestos más altos en relación a la rentabilidad, teniendo uno de los salarios promedios más bajos a nivel mundial. En el desarrollo de la aplicación móvil, favorece en el costo de mano de obra ya que el negocio consiste principalmente de software. Por lo tanto, nos encontramos con un número alto de personas capacitadas y demandadas para realizar el trabajo que en comparación con precios en otros países es relativamente bajo.

Universidad de  
San Andrés

## **Barrera de entrada de nuevos competidores**

El negocio presenta una barrera de entrada relativamente baja para nuevos competidores en la industria doméstica software para servicios técnicos. Esto puede resultar ventajoso como emprendimiento para operar durante los primeros años exitosamente. El mercado actual en el que se busca entrar presenta espacio libre para entrar ya que el cliente promedio que se pretende alcanzar no está familiarizado con una aplicación móvil que provee un catálogo de técnicos para solucionar inconvenientes domésticos con facilidad y rapidez. La creciente demanda de la innovación en cada sector se refleja en los avances tecnológicos modernos para adaptarse a las aptitudes tecnológicas que adquieren hoy los consumidores. En la industria del "servicio técnico móvil" hubo

pocos avances en los últimos años, restringiendo a “closed betas” ofrecidos en ciudades específicas. Esto favorece la posibilidad de buscar alternativas facilitar el uso del servicio actual. Consideramos que hace unos años no era el momento correcto para entrar a este negocio y que en los próximos años ya podría ser tarde como en México, Brasil y Estados Unidos donde el mercado ya está saturado de competidores.

## **Amenaza de productos sustitutos**

Existen dos grupos principales basándose en la complejidad del problema que busca resolver el consumidor: Los de baja complejidad, que suelen elegir alternativas convenientes basándose en la proximidad del servicio técnico. Y los de alta complejidad que tienden a hacer una investigación más detallada mediante plataformas digitales como “Google”. Las competencias indirectas actuales no son una amenaza ya que esta plataforma proporciona una mayor comodidad al consumidor a precios competitivos a mayor calidad.

Entre estos servicios que ofrecen alternativas convenientes para el cliente, nos encontramos con sustitutos como Mercado Libre Servicios que no cuenta con una exposición importante dentro de la compañía. Como mencionamos previamente en el de análisis de fuentes primarias y secundarias nos encontramos con que el consumidor no está al tanto de modelo de negocios en Argentina. Acompañado a esto, durante esta búsqueda de información se realizó una entrevista con un empleado de Mercado Libre que trabaja en el área de Mercado de Pago. Durante la entrevista el mismo cuenta que no estaba al tanto de estaba al tanto de este sector de servicios Mercado Libre. Su nombre es Máximo Dupont y trabaja como Analista Financiero en la compañía.

## **Rivalidad entre los competidores**

La rivalidad dentro de la industria se podría decir que es baja, no existe un gran número de competidores dentro del mercado argentino. Si nos guiamos por el número de competidores y su antigüedad es correcto asumir que es baja por el momento. Esto se debe a que todavía no se popularizó el uso de esta herramienta y por lo tanto los competidores no alcanzaron su potencial donde se podría observar una rivalidad. Sin embargo, hay que tener en cuenta la posibilidad de que un futuro cercano uno de estos competidores popularice el uso de la herramienta y comiencen a aparecer nuevos competidores. Por el momento la empresa con más antigüedad dentro de este rubro tiene 10 años, comparado con otras industrias es poco tiempo, sin embargo, en los últimos años hubo una rápida creciente de nuevas tecnologías y negocios que produjeron cambios de paradigma en sus respectivas áreas. Es decir, una vez que se introduce una nueva tecnología la aparición de competidores es rápida. Por lo que se trata de un mercado sensible al cambio.

## **FODA**

Se utiliza la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como herramienta que nos provee con una “foto” actual de la empresa. Funciona como diagnóstico a partir de las variables internas y externas donde podemos ver si su entorno es oportuno o amenazante.

Mirando hacia adentro de la organización podemos destacar como fortaleza el entusiasmo, la creatividad y el conocimiento que aportan jóvenes comprometidos a un emprendimiento de software en 2022. Es de gran utilidad disponer de energía y tiempo para lograr una posible expansión del proyecto. El socio fundador al haber estudiado Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad de San Andrés se encuentra preparado para afrontar los desafíos y conocimientos que requieren la realización de proyecto como en cuestión.

Otro factor primordial es la posibilidad de contar con el tiempo y capital para lanzar una primera versión y poner el negocio marcha. En esta línea, como se trata de personal de carreras de grados dentro de la organización se cuenta con

la posibilidad de asistir a la opinión y valimiento previos profesores y parte de comunidad universitaria.

Por otro lado, la debilidad de la organización se encuentra en la temprana experiencia como emprendimiento. A pesar de contar con conocimiento analísticos sobre lanzamiento de plataformas por parte de los mismos empleados y socios una vez en marcha el proyecto hay que lidiar con diversos obstáculos que la experiencia proporciona un mejor accionar. Al mismo tiempo, el negocio depende mucho del trabajo de programación de los desarrolladores los cuales solo ellos pueden evaluar la calidad del trabajo. Por otro lado, a pesar de contar con la financiación por parte de ahorros de capital del socio no es una gran medida como lo podría ofrecer un inversor externo con mayor inyección con continua de capital. Se cuenta con el capital para comenzar el negocio, sin embargo, si en determinado momento el proyecto requiere dinero se debe estar listo para lograr soportarlo.

En cuanto al análisis externo de la empresa se toma como una oportunidad para el emprendimiento la momentánea baja competitividad del mercado y la oportunidad de posicionarse. Se trata de una plataforma que aprovecha la mediana competencia dentro del mercado argentino de competidores con modelos de negocios similares. Al mismo tiempo, es importante trabajar sobre los errores o fallas que los competidores analizados previamente presentan. Entre ellas la oportunidad de una mayor captación de cliente a partir de una mejor inversión de la estrategia de comunicación de la empresa. Al mismo tiempo es una desventaja debida que significa que el público que tuvo una experiencia con el sistema lo rechazó. Al tratarse de un servicio y no un producto el consumidor basa su criterio en la calidad y en la diferencia que le proveen otras marcas, que en este caso no fueron buenas en la antigüedad. Hay que tener en cuenta como oportunidad y amenaza que se encuentran dentro en una época de cambio, el mercado es muy fluctuante. Las personas están acostumbradas al cambio, los negocios crecen y mueren más rápido. El uso de aplicaciones móviles nunca fue tan alto y sigue creciendo. De esta manera como lo mencionamos a continuación en el comportamiento del consumidor vemos la necesidad y la oportunidad de entrar en este negocio de aplicaciones móviles para proveer este servicio que hasta el momento no se encuentra disponible. Por último, otra una de las



principales amenazas externas de la organización es inestabilidad económica del país. Debido a una gran presión tributaria y una inflación anual del 50% complica los márgenes de ganancia. Mas adelante en el capítulo de riesgos continuamos con el análisis de la misma. En síntesis, podemos visualizar el análisis brevemente en el siguiente cuadro.

	Fortalezas	Debilidades
Analisis Interno	Estrategia de comunicación	Continua inyeccion de capital
	Personal Contratado	Longetividad emprendedora
Analisis externo	Oportunidades	Amenazas
	Creciente mercado	Nuevas tecnologias
	Baja competencia	Inestabiliad macroeconomica

## Competidores

Actualmente la industria presenta una competencia media. Se trata de pocos competidores liderando el mercado de *On-demand Homeservices* en Argentina. No nos encontramos competidores en el “top of mind” de los clientes. Esto se debe a que este modelo de negocios es relativamente nuevo y no está consolidado en el país todavía. En retrospectiva el negocio masivo de aplicaciones móviles comenzó hace 10 años aproximadamente. Las empresas en consideración como competidores no tienen más 5 años de antigüedad en promedio. En países como México, Brasil y EEUU nos encontramos un número más grande de competidores con mayor antigüedad donde el negocio es ciertamente competitivo. Por lo tanto, realizamos un análisis segmentado en distintitos factores como: origen y tamaño, presencia mediática digital, ventajas y desventajas. A partir de esto vemos que caracterizan a cada una de la competencia y porque influyen para mejor o peor como competidores en el mercado argentino.

En primer lugar, tenemos a Timbrit como competencia directa de Assist Now. Se trata de una compañía española que comenzó en Madrid hace 6 años y en últimos 3 años expandió sus operaciones en Latinoamérica en Bogotá y Buenos

Aires. Entre los demás competidores Timbrit es el más grande con una base 38,000 usuarios activos repartidos en 3 países distintos y emplea a 30 personas. Cuenta con una plataforma con una interfaz rápida, su localizador de ubicación funciona correctamente y la aplicación no presenta trabas. Es el competidor con aplicación más intuitiva entre la competencia. Esta cuenta con un peso de descarga de 47Megabytes con una reseña de puntuación promedio de 4,4/5 en los centros de descarga. También cuenta con la mayor cantidad de seguidores en Instagram con 16mil, sin embargo, no tiene una cuenta relativamente activa con tan solo 200 publicaciones. En relación con el siguiente competidor que cuenta con el doble de publicaciones. En LinkedIn tiene alrededor de 400 seguidores por lo que es competidor con mayores seguidores en LinkedIn.

Una de sus características principales y ventajas es que ofrece una garantía de 3,000 euros sobre cada servicio que se pague a través de su empresa. Sin embargo, desde la página con IRL argentino no claro cómo o si se traslada esta oportunidad en sus países de América Latina donde los precios son en divisa extranjera y menores precios. Entre los demás competidores cuenta con la mejor plataforma y la mayor variedad de categorías dentro de ella. Como ventaja competitiva les ofrece a sus usuarios pagar en el momento con efectivo, sin embargo, esto no ofrece la garantía alta y por lo tanto es más atractivo para el cliente utilizar el pago en la página. Seguido a esto, ofrece una tarifa de comisión baja sobre las ganancias de los prestadores, es decir, los clientes que solicitan servicios no pagan comisión. Esta comisión sobre los prestadores se aplica sobre su cuenta de Mercado Pago con un 4.4%. Otra característica de la aplicación es que ofrece mejor exposición a los perfiles de prestador si consiguen el "Certificado Timbrit". Esto es posible si el prestador completa su información de perfil con número de CUIT y una copia de su registración en la AFIP. Esto lo utilizan como herramienta para proveer a los clientes mayor seguridad sobre los prestadores. Luego en menos 48 hrs hábiles pasa sobre un proceso de revisión para habilitar el perfil.

En términos de desventajas los prestadores de servicios no reciben el pago en su cuenta de Mercado Pago hasta 10 días luego de proveer el servicio. Es por esto que logran ofrecer una comisión tan baja en Mercado Pago. Por otro lado,

Timbrit en relación a su competidor argentino Homesolutions no se encuentra tan activo en las redes sociales teniendo poca actividad en posteo de LinkedIn y Instagram. Se puede observar una falta de enfoque en el mercado argentino dado que sus descripciones en perfiles como Instagram y LinkedIn no hacen mención a su presencia argentina. Si uno lo analiza rápidamente pensaría que se trata de empresa exclusivamente para Madrid, en esta línea, el URL para visualizar la página en colombiano por lo que un argentino podría pensar que se trata de una empresa colombiana.

En síntesis, se trata del competidor más grande que no aparenta tener su enfoque en sus operaciones argentinas, sino que mercado local. Al mismo tiempo, el total de sus usuarios no llega al 0,05% de la población de Buenos Aires por lo que podemos estimar que no logro su total potencial. Esto puede estar relaciona a la falta de distribución de imagen internacional. No demuestran un intento por hacer saber al público que se encuentran también en Argentina.

En segundo lugar, tenemos a Homesolutions. Se trata de empresa argentina con 6 años desde su fundación. Recientemente expandieron sus operaciones a diversos países de Latinoamérica como Ecuador, Perú, Colombia, Chile y Uruguay. Se podría argumentar que se trata de una competencia más fuerte que Timbrit debido a varios factores, sin embargo, a pesar de tener un mayor alcance internacional cuenta con mitad de los usuarios activos con un total de 16,000.

En la actualidad Homesolutions cuenta con 9mil seguidores en Instagram y en comparación al resto de los competidores es la empresa con mejor manejo de sus redes sociales como publicidad. Se enfoca en tener una interacción directa con los usuarios manteniendo una presencia activa con más del doble de publicaciones que Timbrit. Su página funciona correctamente y el módulo operativo de la web de Homesolutions es el más completo entre los competidores donde ofrece diversas herramientas comparativas que Timbrit no posee. Entre ellas se destaca una tabla comparativa de precios esperados una vez que se selecciona la categoría. Por otro lado, ofrece a los profesionales visualizar un resumen de la actividad de su cuenta y como se esta desempeñando. Por último, ofrece un blog donde los usuarios pueden postear sus trabajos realizados y

escribir consejos sobre distintos servicios. Sin embargo, Homesolutions carece de una aplicación para smartphones solo cuenta con su página web.

Una de las características de Homesolutions es que a diferencia de los demás competidores no cobra una comisión sobre por el servicio. Sino que su plan de negocios gira en torno a cobrar a los profesionales por visualizar las ofertas que reciben en su perfil. Esto funciona a través de un sistema de créditos que son abonados mensualmente o por pagos individuales. La cantidad de créditos necesarios para aceptar una consulta varia del trabajo en cuestión.

Homesolutions no se involucra luego de que se contacta al profesional con el cliente, estos mismo luego de aceptar la consulta pueden coordinar por teléfono para continuar con la realización y el pago del profesional. La empresa no es intermediara entre el cliente y el profesional por lo que no ofrece un reembolso o soluciones en servicio insatisfecho más que dejar una mala reseña.

En resumen, Homesolutions tiene cualidades con un gran potencial dado a su presencia publicitaria en las redes sociales y el funcionamiento de su pagina web. Sin embargo, la falta de una aplicación móvil lo excluye con un segmento de clientes. Al mismo tiempo, su modelo de negocios a fin y al cabo es más beneficiario para los profesionales que los usuarios. Homesolutions solo presenta como beneficio para los usuarios comparar los precios y encontrar el profesional, sin embargo, luego de encontrar el profesional se desentiende de la experiencia del consumidor por lo que si hay un problema con los pagos o mala realización de los servicios no se involucran. Se pierde el factor de confianza por los usuarios, en esta línea, otra desventaja es el hecho de que los profesionales usan los créditos para aceptar propuestas, pero estas pueden no realizarse. Los usuarios solicitan hasta 5 perfiles para enviar una propuesta. Si los 5 aceptan conectar con el usuario hay 4 que pagaron y no pudieron realizar el servicio.

Por último, se encuentra Zolvers una empresa argentina con la mayor antigüedad entre los competidores. La empresa comenzó en 2013 y en los últimos años no ha demostrado un acumulamiento importante de usuarios. A pesar de estar constituida en Argentina en los últimos 10 años no logrado tener la cantidad de usuarios que poseen Timbrit y Homesolutions en menor tiempo. Se trata del

competidor con la plataforma más lenta, no solo página es lenta, sino que no es intuitiva para el usuario. En esta línea, cuenta con la menor estrategia de comunicación con tan solo 500 seguidores en Instagram. En LinkedIn cuenta con el número más altos de seguidores de los competidores con 1,000. Sin embargo, también figura en LinkedIn con 140 empleados en la descripción de la empresa cuando en realidad estos 122 de estos supuestos empleados son perfiles de empleados domésticos de limpieza que forman parte del grupo en LinkedIn. Al mismo tiempo, cuenta con 6 “board memebbers” de los cuales todos muestran estar activos en otros trabajos en los últimos años. Añadido a esto, la aplicación móvil cuenta con tan 6Megabytes de memoria y una reseña promedio de 2,1/5,5 sobre 20 usuarios. Es decir, todos los indicios llevan a que se trata de un emprendimiento que ha sido descuidado y no es el foco de sus empleados impulsarlo. Una de sus características es que a diferencia de los otros competidores su fuerte parece ser categorías de limpieza.

En resumen, nos encontramos con 3 competidores de los cuales 2 se los puede considerar como competencia fuerte, sin embargo, ninguno aparenta haber logrado todo su potencial o haber logrado el “top of mind” en el mercado argentina. Durante las encuestas se proporcionaron los nombres de estas 3 empresas a la hora de preguntar si conocían o usaban las herramientas. Solo 27% de los usuarios encuestados habían escuchado o utilizaron alguna vez estas plataformas.

En líneas generales, se ve un desenfoque por concentrarse tan solo en un solo país. En consecuencia, el problema para encontrar trabajadores capacitados en el ámbito hogareño aún sigue latente en Buenos Aires. Ante esto, analizamos dos posibles escenarios en cómo se puede desenvolver la competencia en los próximos años. Uno es donde pocos competidores toman las riendas del mercado similar a como hizo Uber/Cabify o PedidosYa/Rappi en sus respectivos ámbitos. Tal como vemos en el negocio de aplicaciones móviles en Latinoamérica donde una vez que el público se familiariza con un producto se establece como líder. Por otro lado, que la competición se desenvuelva como en EEUU donde nos encontramos con mercado saturado de rivales especificándose dependiendo el estado. Esto también se debe a que se trate del país con el

capitalismo más grande del mundo y fuerte federalismo que permite el lugar a muchos competidores. Por lo tanto, existe la posibilidad de que un nuevo este competidor se establezca como líder de esta tecnología una vez que se popularice el uso de esta herramienta si no se satura el mercado de

## **Comportamiento del consumidor**

Utilizamos los conceptos vistos en (Blackwell, R; Miniard, P; Enegl, J Comportamiento del Consumidor. Thomson. Capítulos 3, 4. 2002) como modelo para analizar el proceso de compra del consumidor. Esto nos permite evaluar cómo mejorar los puntos clave durante la toma de decisión del consumidor cuando considera Assist Now.

## **Proceso de decisión del consumidor**

En orden de lograr un análisis utilizando el “modelo del proceso de decisión del consumidor” (PDC) elaborado por Blackwell. El autor lo divide en siete diferentes etapas.

En primera instancia, aparece la etapa del reconocimiento de la necesidad, en la cual los individuos reconocen una necesidad latente, que puede haberles surgido de manera interna o externa, que aún no ha sido satisfecha. En este caso, la necesidad de contratar a un profesional en temas del hogar puede surgir de manera interna, por ejemplo, por el deseo que tiene la persona de pintar nuevamente todas las paredes de su casa de un color distinto, o externamente, por el hecho de que una canilla se le ha roto y está perdiendo agua o por haberse quedado afuera de su casa al olvidarse las llaves dentro.

En segunda instancia, es posible encontrar la etapa referente a la búsqueda de información, en la cual la persona intenta encontrar la mejor solución posible para tratar de satisfacer su necesidad. En este caso, la búsqueda puede ser interna o externa. En el primer caso, las personas recuperarán conocimientos de sus memorias o experiencias pasadas para contratar a un profesional. Es decir, volverán a contratar a aquel que en una oportunidad previa les resultó eficiente.

En el segundo caso, los individuos utilizarán todos los métodos mencionados anteriormente como el diario, las guías telefónicas o el Internet.

En tercera instancia, aparece la evaluación de alternativas antes de la compra. En esta etapa analizamos como las personas comparan a los diferentes profesionales para tratar de decidir cuál es el adecuado para el problema o necesidad en cuestión. Para este punto, un sistema de clasificación o de recomendaciones sobre cada trabajador podría ser eficiente para agilizar este proceso de decisión. El problema, como se ha mencionado anteriormente, sin una herramienta como Assist Now esto no es fácil de conseguir y las personas generalmente deben basar su decisión en la confianza y en el azar.

La cuarta instancia consiste en la compra en la cual el consumidor ya está casi completamente decidido sobre su elección. Decimos casi por el hecho de que pueden surgir diferentes variables que pueden influir en la decisión del cliente a último minuto y cambiar su manera de pensar. En el caso de los trabajadores hogareños, la compra se concreta cuando la persona se contacta con el profesional, llegan a un acuerdo y lo contrata. Ante esto en el caso que el consumidor ha decidido el profesional, pero quiere cambiar unos detalles del trabajo Assist Now permite realizar cambios de la trae y solicitar una cotización actualizada

En el caso particular de los servicios, el consumo, o la quinta etapa, ocurre una vez que el profesional llega al lugar indicado a realizar su trabajo. El cliente evalúa la calidad de su decisión conforme a como se desempeñe el trabajador al momento de desarrollar su tarea.

Finalmente, la última instancia que Blackwell menciona es la de la evaluación posterior al consumo. Esta es la etapa en la cual los clientes comparan los productos con sus expectativas. En el caso de los servicios domésticos, una vez que los trabajadores se retiran, las personas juzgan el producto terminado a medida que pasa el tiempo. Es importante para el trabajador realizar un buen trabajo y que los clientes estén conformes con el resultado, no solo para que vuelvan a contratar, sino también para que lo recomienden a otras personas.

## **Capítulo III; Modelo de Negocio (CANVAS)**

### **Segmento de Clientes**

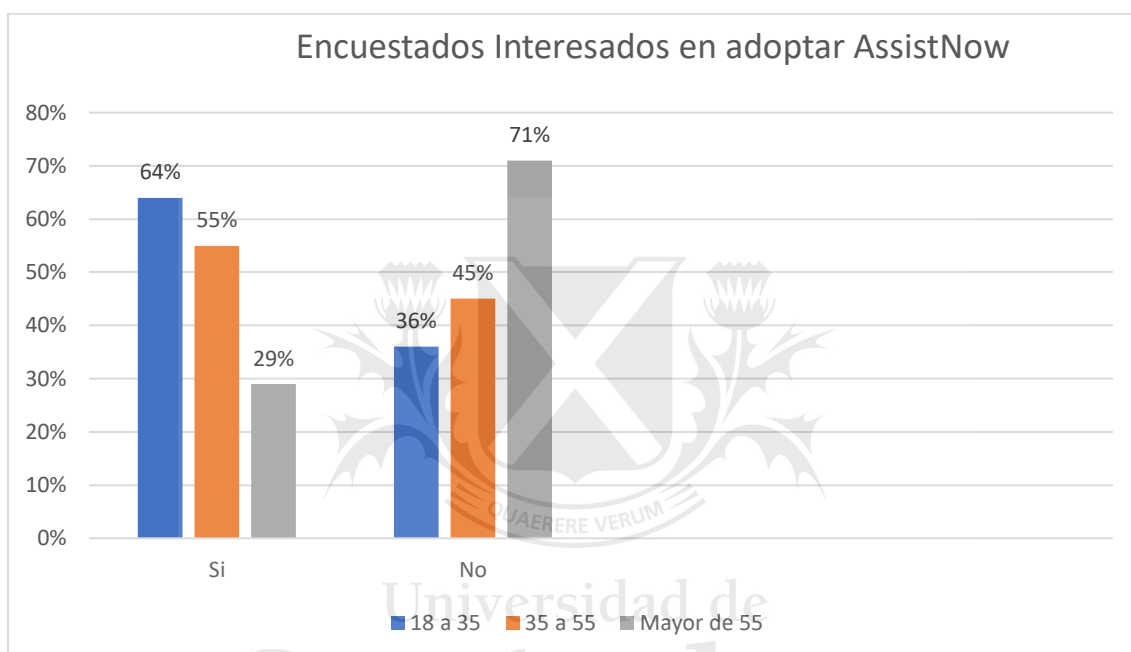
En orden de evaluar correctamente y conocer mejor la opinión de los usuarios de Assist Now se ha realizado una búsqueda de fuente secundaria y al mismo tiempo primaria. De esta manera, se ha realizado una encuesta general a 150 personas como posibles buscadores de servicios y por lado se ha encuestado a 30 prestadores de servicios de distintos rubros para conocer su postura con respecto al uso de una plataforma como Assist Now. La primera encuesta ha sido relativamente sencilla de realizar, en cambio, en línea a lo evaluado en el plan no ha sido fácil encontrar 30 profesionales para encuestar que se dediquen a las categorías mencionadas. Durante el proceso de búsqueda se reafirmó que la búsqueda de un prestador de servicios en la zona requiere tiempo. Se tuvo que consultar números a través de conocidos, búsquedas de Google y paginas como Facebook o LinkedIn que en ciertas ocasiones no se refieren a Buenos Aires.

En esta línea, para realización de la búsqueda de potenciales clientes en búsqueda de prestadores se adoptan una serie de bases de segmentación. En primer lugar, se divide en tres secciones de edad: 18 a 35, 35 a 55 y mayores de 55. En segundo lugar, por el momento la ubicación geográfica se limitó a Buenos Aires luego de un crecimiento se proyecta expandir a todo el país. Por último, considera como base de segmentación socio económica usuarios dentro de los grupos C3, C2 y ABC1. Se considera el producto habilitado para una amplia gama de clientes de distintitos grupos socio económicos dado que para utilizar la aplicación se requiere un smartphone y en términos de precio y prepuestos son variables. Por otro lado, para la segmentación de los prestadores de servicio únicamente se buscó que sean de Buenos Aires y mayores de edad. Se considera los prestadores como clientes, sin embargo, sus encuestas se utilizan para proyección y toma de decisiones financieras.

Por lo tanto, comprendemos que principal cliente se compone por los “millennials” o “Generation Y”. Es decir, jóvenes adultos que se encuentran entre



los 18 y 35 años de edad (indiferentes del género). Dentro del total de entrevistados son los que presentan el porcentaje más alto (55%) con problemas para encontrar un prestador de servicios y lo que más predispuestos se encuentran para adoptar una herramienta como AssistNow (64%). Sin embargo, los resultados por parte de los adultos de 35 a 55 no son muy alejadas. De todas formas, se sigue enfocando en la nueva generación de adultos que eventualmente a lo largo de los años son lo que mejor se adaptaran al producto.

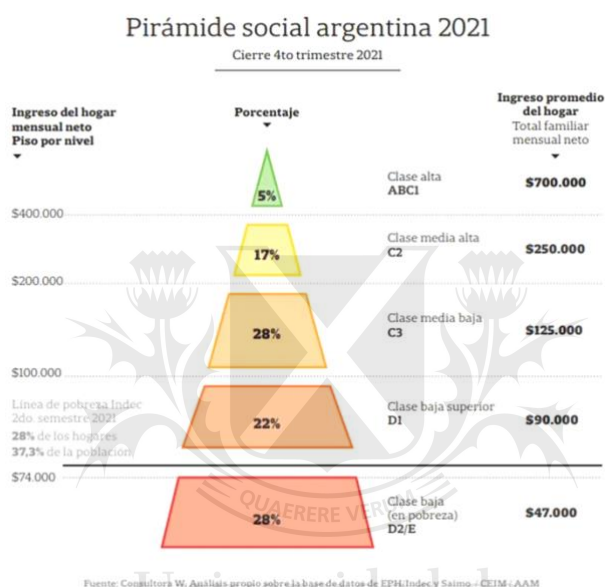


Según Investopedia esta generación está definida como “nativos digitales” dado que la tecnología siempre ha estado presente en sus vidas y se estima que este segmento revisa su celular alrededor de 150 veces al día<sup>23</sup>. Por lo que no sorprende que los resultados sean positivos dentro de este segmento para la adopción de una nueva herramienta. Mismo Assist Now busca consumidores atraídos por el uso de nuevas tecnologías y familiarizados con el uso herramientas las digitales, de forma que incorporar la plataforma al uso diario no resulte extraño.

En esta línea, luego de obtener una estimación del porcentaje de clientes en busca de servicios que no conocen o no utilizan un producto similar y están

<sup>23</sup> <https://www.investopedia.com/terms/m/millennial.asp>

dispuestos a adoptar el modelo de negocios de Assist Now se recurre a un TAM SAM SON. Esto permite lograr una proyección estimada del total mercado potencial de clientes. Comenzamos por el Total Available Market (TAM) que se compone sobre la población total de adultos mayor a 18 años y estableciendo como límite de edad 80 años. Esto resulta en un TAM total de 11.735.563 según el último censo. Luego con respecto al Service Available Market (SAM) nos referimos al segmento de clientes dentro del TAM disponibles como clientes.



Por lo tanto, dentro de los 11,735,563 adultos 50% encuadran dentro del segmento donde se los considera potenciales clientes, es decir, un SAM de 5.867.781. Al mismo tiempo, hay que considerar que en promedio 76% de estas personas cuentan con un smartphone por lo que resulta en un total de 4.459.513. Por último, a partir de las repuestas de los entrevistados calculamos Serviceable Obtainable Market (SON), es decir, los cliente que se podrían capturar dentro del SAM. Un 73% de estos no conoce o utiliza alguna de las herramientas de los competidores. Al mismo tiempo, un 49,5% de los que respondieron que si está dispuesto adoptar la plataforma como nueva herramienta de uso. Esto resulta en una aproximación total de 2.244.721 para el SON como potenciales clientes dentro de la provincia de Buenos Aires.

## Propuesta de Valor

### Cadena de valor

Consideramos los conceptos de Porter, M. (2008). Competitive Advantage para marco de análisis tanto para las actividades primarias como las de apoyo para que generen mejores márgenes de ganancia dentro de la organización. Para esto evaluamos como la mercadotecnia y logística dentro de la empresa lograr ventaja competitiva para el negocio.

Assist Now ofrece una solución sencilla y accesible a la hora de contratar un profesional para un servicio doméstico o particular. El cliente logra acceder a una plataforma donde puede filtrar su búsqueda por ubicación y tener acceso a una comparación de precios que previamente le costaría trabajo y tiempo conseguir. Esto le permite realizar su búsqueda particular en su zona y poder hacer un análisis de los gastos. Es decir, por un lado, el consumidor puede hacer una comparación de precio que previamente no poseía conocimiento. Por otro lado, no pierde tiempo en la búsqueda del profesional adecuado que coincida cerca de su casa. Así mismo, se le provee una seguridad a través del sistema de evaluación de previos consumidores y la oportunidad de hablar a través de una herramienta de chat de la aplicación o plataforma. Si bien *Assist Now* no presenta un gran número de competencia directa altamente activa, para lograr generar valor y diferenciarse de la competencia es importante entender cómo funcionan las demás. A través de un análisis de las fuerzas y debilidades de la competencia se comprende que *Assist Now* logra generar valor a través de la accesibilidad y practicidad de la interfaz. *Assist Now* se enfoca en la sencillez del uso de la aplicación, eso logra que la propuesta de valor gire se enfoque atraer a todas aquellas personas, dentro de su rango de segmentación, que se encuentren en la búsqueda de un profesional doméstico. *Assist Now* pretende tornar la ardua tarea de tener que buscar a un especialista en un proceso sencillo, rápido y confiable. Agregado a esto, se ofrece una garantía en relación al valor del servicio que solicitando de manera tradicional no se puede asegurar. Por lo tanto, la propuesta se basa entonces en cuestiones clave como:

- + Variedad de Prestadores
- + Reseñas y cotizaciones
- + Adecuado a la zona en que se encuentra
- + Seguridad de pago y garantía
- Menor tiempo de búsqueda

## **Canales**

Los canales digitales son donde será capaz de distribuir la propuesta de valor de la compañía de manera rápida, eficiente y rentable. En el caso de Assist Now, la empresa será capaz de llegar a los diferentes segmentos de clientes, ya sean clientes o profesionales, a través de la aplicación o plataforma digital. Se podrá acceder a la misma a través de celulares Smart o cualquier computadora con acceso a internet. De esta manera, ofreciéndoles a los consumidores la posibilidad de contar con el producto en cualquier lugar y en cualquier momento (siempre y cuando cuenten con conexión estable Internet). Para dar a conocer estos canales como la app y el webistes, se emplea una estrategia de comunicación. La misma consiste en el uso de redes sociales como Facebook e Instagram dado que son las redes sociales más utilizadas en el 2022 <sup>24</sup> para ampliar la base de usuarios y aumentar el número de descargas. Al mismo tiempo se cuenta con la contratación de *influencers*. Esto se realiza a través del contacto por la misma red social donde se realiza un acuerdo entre ambas partes para un posteo publicitario. En el lanzamiento de la empresa en primera medida no optara por la utilización de publicidad tradicional en las calles. Sera considerado una vez que se cumplan los objetivos comerciales con el crecimiento de la empresa.

## **Relación con los clientes**

---

<sup>24</sup> <https://buffer.com/library/social-media-sites/#:~:text=Facebook%20is%20the%20largest%20social,world's%20population%20are%20Facebook%20users.>

En gran medida la relación la empresa cuenta con una relación indirecta con los clientes. Quienes sí se relacionarán de manera continua y personal serán los clientes con los profesionales. La aplicación es un espacio que reúne a ambos tipos de usuarios para que la interacción se produzca de una manera sencilla y eficaz.

Sin embargo, es importante prever que habrá situaciones en donde los clientes soliciten hablar con un representante por alguna cuestión. Assist Now se prepara para proveer soluciones las logísticas en un centro de atención al cliente para cualquier cuestión relacionada al uso de las plataformas o experiencia con la misma. Esto podría llegar a suceder en el caso de una queja o problema en cuanto al servicio prestado por parte de los prestadores o alguna falla técnica en el sistema. Esta interacción se realiza a través de un sistema de respuestas automático que responde en base a palabras claves que la interfaz solicita al usuario. En esta línea, los rankings y el *feedback* que proporcionan los usuarios a través de la app (es más sencillo solicitar ranking a través de una app) forma parte del del cliente y su relación con la empresa. Es importante se mantenga al tanto las sugerencias de los usuarios en base a su interacción con la interfaz de Assist Now para continuar mejorando.

Al mismo tiempo similar a una técnica empujada por mercado libre para mejorar su relación con los clientes se emplea un espacio conocido como centro de servicios. En el caso de mercado libre se refiere como centro de vendedores; Assist Now abre este espacio donde ofrece videos instructivos de cómo mejorar el perfil de los que prestan los servicios para ser más atractivos hacia los usuarios a consejos de cómo llevar adelante una mejor atención con los clientes.

## **Fuentes de Ingreso**

En el caso del producto Assist Now, las ganancias provendrán de dos medios principales. El primero es la comisión que recibe cada vez que un trabajo haya sido concretado. La descarga de la aplicación es gratis por lo que permite generar una base grande de usuarios. Luego vienen los pagos, que se realizarán a través de la aplicación, derivan un monto porcentual del 6 % sobre el total de

cotización del servicio. Esto se lo denomina como el Freemium Model<sup>25</sup>, donde obtener la app es gratuito y dentro del app el usuario paga por el servicio. Estas ganancias provienen de haber hecho posible la conexión entre el cliente y el profesional.

El segundo medio por el cual se obtiene ganancias será mediante el pago de cánones, estos consistirán de un monto optativo que aquellos profesionales que deseen abonarán con el fin de verse beneficiados al momento de las búsquedas. Esta opción exposición premium del perfil de prestador permite figurar entre las primeras opciones de trabajadores capacitados cuando una persona se encuentre en búsqueda de sus servicios. Al mismo tiempo, este beneficio incrementa el porcentaje de comisión a 8%. Dentro de los profesionales encuestados 75% respondió estar de acuerdo con los porcentajes de comisión. Por otro lado, estos pagos serán habilitados mediante tarjeta debito/crédito o través de Mercado Pago para consolidar la sencillez y accesibilidad de los pagos. Por este servicio Mercado Pago cobra un 4.29%. Esta comisión es agregada al precio final que recibe el cliente en búsqueda de profesional. Es decir, por un lado, está el porcentaje que visualiza de valor extra el cliente y por otro lado Assist Now cobra una comisión del 6% sobre las ganancias del personal. De esta manera se reparten las comisiones.

El eventual pago se realiza por la plataforma de Assist en el momento. Se incentiva que los usuarios paguen a través de la página app ofreciendo reembolso en el caso que no está satisfecho con el servicio. En el caso de querer organizar directamente con el profesional no solo el programa de chat reconoce mensajes con datos personales para ser borrados, sino que perdería la garantía del servicio y la manera segura de pago. Estos datos mencionados del chat pueden ser configurados para ser reconocidos y ser mensajes eliminados dentro del chat de la plataforma. (similar al sistema que utiliza MercadoLibre<sup>26</sup>) Se ofrece reembolso del pago si no está contento con el servicio.

## Recursos Clave

---

<sup>25</sup> <https://www.esparkinfo.com/blog/business-models-for-mobile-application.html>

<sup>26</sup> [https://developers.mercadolibre.com.ve/es\\_ar/gestiona-preguntas-respuestas](https://developers.mercadolibre.com.ve/es_ar/gestiona-preguntas-respuestas)

En el caso de “*Assist Now*”, cuenta con varios recursos indispensables con los que deber contar para el éxito del negocio. En primer lugar y primordialmente es la mantención y calidad de su website y Mobile app. Esto es posible a través de la realización un buen software realizado por programadores y buen diseño digital por los desarrolladores. Es esencial para el éxito dentro del negocio digital que la interacción del usuario sea intuitiva y práctica. Aspectos fundamentales que suceden detrás del armado del sistema que aseguran la satisfacción del cliente. Esto se ve en que el website no se “*crashee*” debido a una buena programación y control del software sobre la data que almacena. El hecho de contar un diseño practico que permite la fluidez y la intuición durante el uso de las herramientas y que no sea abrumador para el usuario. Todo esto es posible gracias la atención al detalle y actualización del sistema. Para esto como se menciona previo se requiero la contratación de programadores de software y diseñadores de web. De esta manera, la atención a la experiencia de los clientes con las plataformas es lo que permite retener a los usuarios y crear *Brand loyalty*.

## **Socios Clave**

Buenas relaciones entre programadores, desarrolladores y clientes hacen que el negocio funcione de forma correcta y elimina inconvenientes a la hora de realizar transacciones. La empresa debe contar con excelentes relaciones tanto con los programadores, como también con los responsables de habilitar las aplicaciones disponibles para IOS /Android y mantener el webistes corriendo. Esto asegurará no solo que la aplicación funcione de manera correcta y sea optimizada constantemente, sino también garantizará la posibilidad de poder ofrecer el producto sin restricciones. Por otro lado, es un fundamental para impulsar el negocio una buena relación con los *Brand managers*. La consultora de imagen a cargo del manejo de las redes sociales y la estrategia de marketing debe estar acorde a los valores y objetivos de la empresa. Es de suma

importancia de su rol para penetrar dentro del ámbito digital y para tanto atraer y retener clientes.

## **Actividades Clave**

Para Assist Now, las actividades claves consisten en: desarrollar la *app*, actualizarla y optimizarla constantemente, conseguir profesionales trabajadores y de calidad, y ampliar continuamente la base de usuarios. Al mismo tiempo, se debe lograr entrar al mercado y comunicar a los clientes de esta nueva herramienta para la búsqueda de servicios de tareas domésticas o particulares. Es por esto que la estrategia de marketing es una actividad sumamente clave para el negocio. Es decir, a través del manejo de las redes sociales y herramientas de difusión logramos introducir a los usuarios de esta nueva plataforma. Previo a esto los clientes no sabrían que existía como alternativa por es muy importante desde el primer momento generar atracción al producto.

## **Estructura de Costos**

Assist Now debe afrontar diversos costos para llevar a cabo el proyecto. El primer lugar están los costos relacionados a la realización y mantención digital. Estos costos derivan de los programadores que diseñan el software y la interfaz de las plataformas. Los desarrolladores que se encargan del diseño de la web y las licencias que incluye la habilitación de descarga a través de Android o Apple Store. En segundo lugar, están los costos de la promoción donde se afrontan los costos de publicidad y marketing. Estos costos provienen de la inversión en la estrategia de comunicación, luego de cierta expansión se deriva el costo del *brand management* a una consultora. Por último, los costos logísticos de contratación de empleados para tareas administrativas dentro de la empresa



## Capítulo IV; Plan de Marketing

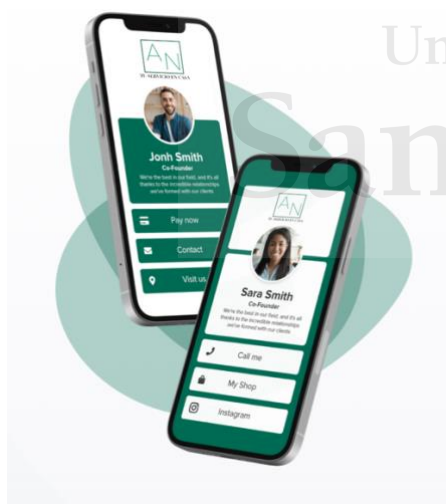
En primer lugar, comenzamos por estructurar el análisis del plan de marketing a través de lo que se conoce como las “4P’s de Marketing”: Producto, Promoción, Plaza y Precio. Es importante comprender que por un lado está el valor de la empresa y que también existe el valor de la marca. A través de este análisis logramos identificar como generar el mayor valor de marca posible mediante una exitosa campaña de marketing.

### Producto

Assist Now se basa en un medio digital por el cual los usuarios pueden especificar su búsqueda de servicios particulares o domésticos dependiendo su zona y su criterio de evaluación del prestador. Esto les permite a los clientes sobre las opciones de búsqueda dado que se les presenta la oportunidad de elegir entre varias reseñas de prestadores, solicitar comisiones y pagar de una manera segura en medio que ofrece una garantía si el trabajo no fue satisfecho. Se concentra en la innovación, la reducción del tiempo, la reducción de los riesgos, la accesibilidad y la sencillez. Es una propuesta cualitativa, es decir, que se basa principalmente en la experiencia general del cliente y en los resultados finales.



Según un artículo por “Architectual Digest” los tonos verdes en Feng Shui atraen el bienestar diario e inspiración para el trabajo<sup>27</sup>. Por lo que lo adoptamos como colores céntricos en el diseño de la web y la aplicación móvil. Adherido a esto hemos adoptado como slogan “Tu servicio en casa” como manera de transmitir el mensaje de la empresa de manera sencilla y concreta. Por otro lado, se utiliza un diseño minimalista y elegante de manera que transmita calidad y confianza para los usuarios. Al mismo tiempo está estructurado las iniciales de izquierda a derecha y de una manera visual que sea recordable y fácil de identificar para los clientes. En orden de obtener un dominio relevante para la página web es posible pagar una tarifa a través de WordPress donde selecciona dominios adecuados y disponibles para el nombre de la empresa. De esta manera, assitnowarg.com (dominio relevante y disponible) se establece como el nombre del dominio donde los usuarios pueden acceder a los servicios por la web. Una vez que los usuarios acceden a prácticamente el mismo formato que experimentarían a través del celular.



Una de las claves del producto es que la interacción sea intuitiva para los clientes tanto en la página web como la app. Esto se diseña y personaliza con los diseñadores contratados. Se busca que se requiera pocos pasos para que el cliente llegue al prestador que necesita. Parte del éxito de una plataforma y

---

<sup>27</sup> <https://www.admagazine.com/articulos/feng-shui-los-colores-que-atraen-la-fortuna-en-la-decoracion>

aplicaciones móvil que el usuario no se encuentre con cantidad abrumadora de información. El diseño es sumamente importante para diferenciarse de los demás competidores. El hecho que se practico retiene los consumidores a utilizar la app. Esto también es posible gracias al trabajo de los programadores de software que se aseguran la estabilidad y recepción que puede aguantar las plataformas. Una vez que se registra el usuario entra a la web o app debe registrarse. Para esto tiene dos opciones, una es registrarse como prestador o en busca de servicios. Para registrarse como usuario estándar debe ingresar su nombre, mail o perfil de Facebook y dirección para comenzar su búsqueda de servicio. Luego si se trata de un prestador de servicios debe ingresar su nombre, DNI, área donde opera, oficio y luego se agrega la opción de adjuntar validación de la AFIP como tributario para recibir una certificación de seguridad que le permite tener mayor exposición con los clientes. Luego de crear el perfil se solicita vincular la cuenta con su cuenta de Mercado Pago de manera que se pueda depositar los pagos y por donde Assist Now cobra la comisión.

De esta manera enumeramos las categorías dentro de las plataformas.

Las categorías son: *Aire acondicionado - Albañil – Arquitecto- Autos- Bartender - Belleza- Bienestar- Búsqueda de delivery- Carpintero- Cerrajero- Control de plagas – Cuidadores - Decorador – Diseño gráfico - Electricista- Eventos - Gas – Herrero – Instalaciones – Iluminación - Jardinero – Limpieza - Mascotas - Mudanzas - Pintor – Piscina – Plomero- Profesor Particular - Reformas -Retiro de paquetes o compras - Seguridad – Técnico – Otros*

Desde el punto de vista de los buscadores estas se presentan en un menú. Sin embargo, dentro de cada categoría existen subcategorías que se presentan. Para facilitar la búsqueda permitimos escribir en un buscador por nombre específico dentro de la tarea así se acelera la búsqueda. Luego de seleccionar el servicio en búsqueda se presentan los perfiles con reseñas, calificaciones y descripciones del prestador en relación a su ubicación disponible. Se le permite contactar a través un sistema de chat donde puedo especificar la tarea, agendar un horario de los que tenga disponible y solicitar una cotización que también es posible volver a solicitar y si quiere editar alguna descripción.

Desde el punto de vista de los prestadores estos reciben en su perfil notificaciones cuando un usuario solicita contactarse con ellos. Al mismo tiempo, Assist Now le diseña una agenda con los turnos agendados y disponibles en cada zona correspondiente. Cada prestador tiene la posibilidad de personalizar su franja horaria disponible.



Agregado a esto los prestadores de servicios puede actualizar su perfil Básico a Premium donde tendrán mejor exposición en las búsquedas. En este caso la comisión se aumenta de 6% a 8% sobre el total.

## Promoción

La promoción es uno de los aspectos que lograra diferenciar a Assist Now de la competencia. Se requiere de una efectiva y amplia estrategia de comunicación para llegar a la mayor cantidad de potenciales clientes.

Los clientes para lo que se les ofrece el producto son cualquier persona que disponga de un smartphone, ya que este es el canal de distribución, y que necesite de un especialista para hacer algún tipo de trabajo de los cuales ofrece "Assist Now" y pueda descargar la aplicación en su teléfono. Para hacer conocida la aplicación y el servicio una de las principales maneras que se llevaría a cabo la publicidad sería de forma online. Esto significa que se lo llevaría a cabo a través de las redes sociales, ya que gran parte de los usuarios de smartphones utilizan redes sociales. Según un estudio hecho entre publicado en "branch.com", en 36 millones de argentinos que utilizan redes sociales el promedio diario es de

3 horas y 22 minutos<sup>28</sup>. Podemos ver que en el canal de distribución online suele haber mucho de lo que se denomina “ruido”, es decir distractores para que los potenciales usuarios se desvíen de la propuesta de servicio. Por esta razón creemos que es necesario generar un espacio publicitario corto y al punto, que sea atractivo y muestra sintéticamente qué necesidad cubrimos con los servicios ofrecidos.

En cuanto al método de comunicación que considera realizar un mix entre “ATL” y “BTL”. En cuanto a las acciones publicitarias masivas de mayor alcance de *Above the line* (ATL), una fuerte presencia online es lo que dará una ventaja para alcanzar a los clientes más activos especialmente cuando se trata de los jóvenes entre 18 y 35 años. Este segmento es el que más se encuentra presente a través de este medio por lo que una inversión en promocionar digitalmente lograr abarcar la mayor cantidad de este segmento. No solo tener una presencia en redes sociales activa, sino que publicitar a través de las misma.



Mantener una alta frecuencia en las cuentas de Assist Now en las redes sociales permite continuar posicionándose en el “top of mind” del cliente. Además, vemos potencial en el uso de publicidad a través de publicitar dentro de las mismas. Trabajando con Instagram Ads y Facebook Ads logramos ampliar sustancialmente el alcance a nuevos clientes. Al mismo tiempo, otra herramienta

---

<sup>28</sup> <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/#:~:text=Comportamiento%20de%20los%20usuarios%20de%20Internet%20en%20redes%20sociales&text=E2%80%93%20Cada%20argentino%20en%20promedio%20pasa,al%20d%C3%ADa%20en%20redes%20sociales.>

de largo alcance es utilizar micro, macro- y mega influencers como Santiago Maratea o Gregorio Rosello que tienen una llegada amplia de usuarios en las redes sociales. Estos perfiles cuentan con casi 2 millones de seguidores. Según el Digital Marketing Institute las campañas de marketing de influencers ganan \$6,5 USD por cada dólar invertido<sup>29</sup> Otro canal publicitario que consideramos que puede llegar a servir como herramienta es través de “Google AdSearch” para aparecer en la mayor cantidad de búsquedas de Google posibles.



En cuanto a la forma de agrupar los medios de comunicación denominado “BTL” (*below the line*) es posible poner stands en ferias de tecnologías o universidades con productos con imagen de la empresa donde también los potenciales usuarios podrían tener contacto con la aplicación y personal que les explique cómo funciona y cómo acceder a esta. Entendemos que el costo de la publicidad offline suele ser mayor a la online y el alcance potencial de la publicidad a través de redes sociales es muy alto. Sin embargo, limitarse únicamente a la publicidad a través de redes sociales dejaría a un sector del mercado fuera por lo tanto la publicidad en la vía pública y en los diarios puede ser otra manera de llegar a los potenciales consumidores. Por lo que la introducción al mercado podemos incluir promoción a través de mercadería de la empresa.



<sup>29</sup> <https://www.crehana.com/blog/negocios/cuanto-gana-un-influencer/>

Se entiende que la creación del logotipo de la aplicación es un punto fundamental para decidir la cara de la empresa ante los usuarios, sean consumidores o trabajadores, por lo que se busca que sea estético y recordable para los clientes. El objetivo es transmitir seguridad y eficacia, ya que cuando un potencial consumidor vea el logo, queremos que sienta confianza en los servicios que podemos ofrecer, comprenda que los trabajadores van tomar acción sobre el problema del consumidor de la manera más eficaz posible, que el usuario se sienta entusiasmado por utilizar esta aplicación y sienta que utilizar aplicación es una decisión inteligente para poder obtener los resultados que desea.

Claro está que las publicidades del producto deben ser tanto informativas como persuasivas para poder mostrar de qué se trata la aplicación y que ofrece y también convencer o intentar convencer a los posibles consumidores de que esta aplicación es la adecuada para satisfacer sus necesidades. El alcance de la publicidad debería ser en un principio de forma regional, pero apuntando a un futuro de forma nacional e idealmente de forma internacional.

## **Plaza**

El proyecto parte eligiendo a Buenos Aires como el sitio inicial para las pruebas del prototipo como con mayor población, al mismo tiempo, resulta ser ventajoso Argentina debido a la gran oferta de contratación de técnicos. Para la estrategia de distribución disponible es importante tener en cuenta que el cliente es aquel que además de tener el interés, pueda adquirir los servicios. Específicamente, aquella persona que cuenta con el dinero y tiene un fácil acceso al canal y medio de distribución de esta aplicación móvil.

Utilizando los datos recolectados por la Ciudad de Buenos Aires en el último índice de bienestar urbano (IBU) y las observaciones, en la estrategia de distribución se opta por lanzar la primera versión de la aplicación en zonas geográficas determinadas que cumplan estos requisitos. En esta línea, se considera que los puntos clave donde se verá más actividad serán Belgrano, Núñez, Colegiales y Palermo.

La aplicación va a ser gratuita y podrá ser descargada a través del App Store y el Play Store. Para insertarse en estos mercados es necesario utilizar dos diferentes lenguajes de programación; IOS y Android. Se puede comenzar por un diseño híbrido pero luego es necesario especificar el diseño y desarrollo particularmente. . Actualmente los costos para crear una cuenta developer en ambos mercados varían de; Android (25\$ USD/1 pago) a Apple/IOS (99\$USD/año).

En Argentina hay 36 millones de usuarios únicos de teléfonos celulares. Según un estudio hecho por Deloitte de Mobile Regional Insights, somos el país latinoamericano con uno del mayor porcentaje de usuarios que poseen un Smartphone, con un 91% de las líneas telefónicas.

Utilizando las encuestas de Statcounter hasta mayo de 2022, de este segmento analizado anteriormente, el 7.92% utiliza IOS y un 91.86% utiliza Android. En base a estas observaciones, durante las primeras etapas de desarrollo, vamos a proporcionar un mayor enfoque en el desarrollo del MVP (Minimal Viable Product) para dispositivos Android.

## **Precio**

Para lograr establecer la política de precio de la empresa se realiza un benchmarking de los competidores tanto directos como indirectos del mercado. Al mismo tiempo se trata de una industria donde varía las políticas de precio de cada uno de los competidores, no se trata de un producto estándar donde puede estimar un promedio total. Cada servicio cambia en porcentajes o tarifas que los competidores pueden cobrar por lo que no hay una política de precio repetida entre los competidores.

Por ejemplo, Zolvers cobra por postular los trabajos y por reservar un profesional a los usuarios luego ellos pueden pagar por la página o personalmente. Estas tarifas no representan un porcentaje, sino que varían de categoría dependiendo del tipo y duración de servicio. Homesolutions en cambio, cobra mensualmente



a los profesionales créditos para visualizar ofertas que reciben, ellos no se ocupan de ser intermediarios entre el cliente y los profesionales.

De esta manera, se podría decir que la política de precio se asemeja al de Timbrit. Donde se cobra un 6 % sobre el total de transacción y un 8% sobre las transacciones premium. Se tiene en cuenta que la pequeña brecha entre los porcentajes de comisión para los perfiles premium puede generar incentivo para los perfiles y al mismo tiempo generar una diferencia en los ingresos. En las encuestas realizadas a los profesionales la mayoría de las respuestas fueron positivas frente estos porcentajes de comisión. Con respecto a los usuarios se ofrece la evaluación de un servicio mal realizado para realizar un reembolso. Se incentiva a los clientes que no paguen fuera del servicio dado que pierden esta garantía por lo que pagar a través de la aplicación es favorable. Estos pagos se depositan en la cuenta de Mercado Pago de los profesionales donde automáticamente se descuenta la comisión de Assist Now.

Cabe mencionar que tanto los costos de producto, promoción y plaza son detallados en el informe del Capítulo VI donde se analizan los beneficios y como influyen en la operación del negocio. En este mismo capítulo se puede visualizar el impacto de la política de precios en las finanzas de la empresa.

## **Capítulo V; Operaciones del negocio**

### **Modelo In-House Diseño/Desarrollo**

En primer lugar, es importante entender que el negocio se trata de una compañía de software. Si bien a simple vista se entiende cómo conectar a las personas a encontrar un profesional para realizar un servicio específico por el cual la empresa cobra una comisión al fin del día el producto se basa en sus plataformas digitales. Assist Now se encuentra dentro del negocio de software y distribución de información por lo que toda la operación gira en torno su producto

digital. Para lograr lanzar el producto hay que realizar una serie de tareas informáticas que involucrar distintos operarios contratados y subcontratados.

En segundo lugar, existen diversos modos de llevar a cabo la realización de plataformas digitales. En el caso de Assist Now se utiliza el modelo In-house que cuando se contrata y trabaja directamente con los profesionales que llevan a cabo a la creación de las plataformas. En comparación a acudir a una empresa que se dedica a acelerar el proceso se requiere menor costo y mayor input creativo por parte de los socios. En caso de lanzarlo a través de una empresa terciada se asegura mayor calidad, pero requiere de costos más elevados y se utiliza un modelo escardad para todos sus proyectos.

Por lo tanto, para lograr el lanzamiento de las plataformas digitales de Assist Now estas deben ser programadas y diseñadas por un equipo contratado y subcontratado.

Se comienza por contratar 3 desarrolladores o programadores que se encargan de crear el software con el cual opera tanto la aplicación como la web. Por un lado, hay dos desarrolladores de *front-end* uno para la web y por para la aplicación de smartphone. Estos tienen un rol que influye en lo que el usuario ve, se trata de una programación a cargo de la experiencia interactiva dentro de las plataformas. Su rol es que la interacción y funcionamiento de las herramientas sean los más intuitivas posible para los perfiles.

Se cuenta con un diseñador de *back-end* que se encarga de la programación del software detrás de lo que puede ver el usuario. Su tarea es programa un software que conecta las operaciones dentro de las plataformas con una base de datos. Ejemplo: un usuario solicita la búsqueda en una categoría este código se encarga de entrar a la base de datos y buscar la información que acaba de ingresar en la búsqueda. Esta acción se la denomina como “levantar” la base de datos.

Por último, se requiere de 1 diseñador web que se subcontrata el primer mes para que realice la estética y diseño del webistes y app. Este luego se lo requiere subcontratar una vez por mes para un trabajo de una semana, al menos, por el primer año del lanzamiento. Luego se requiere de la contratación de uno para

que mantenga actualizada la visualización y diseño de las plataformas. Sus tareas resultan en lo que se denomina como UX y UI. En esto se refiere a modelos de diseño enfocado en *user experience* y *user interface*. UX se encarga de los componentes relacionados a lo que se conoce como *wireframes*, en otras palabras, cada visualización luego de seleccionar alguna función. Por otro lado, UI está relacionado con los trabajos de *layouts* y tipografías.

Analogía: Si Assist Now fuera una casa, el diseñador web sería el diseñador de interiores. Los desarrolladores de front-end los arquitectos y el desarrollador de back-end el ingeniero. Luego del primer año, si resulta con éxito el funcionamiento de las plataformas se requiere expandir el personal a: 2 desarrolladores web, 2 desarrolladores de app, 4 programadores de back-end y 1 diseñador web.

En consideración, dentro del proceso de programación y diseño de software se debe contar con un dominio y un servidor de almacenamiento de datos. En cuanto al dominio es posible que el nombre se encuentre utilizado, por fortuna, hemos adquirido a tiempo con existo el nombre assistnow.com.ar que todavía no ha sido tomado. Este requiere de un costo de 475 pesos al año a través de NIC argentina. En cuanto al servidor que se utiliza no se trata de uno físico al menos por los primeros 5 a 10 años dependiendo del crecimiento de la empresa y necesidad de almacenar datos. En cambio, se utiliza un servidor *cloud* que pueden proporcionar empresas como Amazon o Google. Se define junto a los programadores dentro del equipo en cual utilizar, si el programador esta familiarizado con uno es conveniente utilizarlo y capacitarse de cero con uno.

### **Pre- Launch; Modelo Beta 0.1**

Dentro del modelo de negocios de aplicaciones móviles se realiza un periodo de prueba del producto final. De esta manera, se puede evaluar las respuestas y fallas posibles que podría afrontar el producto final. Esto requiere de una primera inversión, sin embargo, en términos de costos es beneficiario testear los puntos débiles sobre un modelo de prueba que lanzar el producto final y reestructurarlo. Este lanzamiento se estima en una duración máxima de 4 meses donde se

presta suma atención a los comentarios de los usuarios de prueba y la efectividad del sistema operativo.

Los periodos de prueba se realizan de manera interna y de manera externa antes de lanzar el producto final al público. La prueba interna es donde los programadores interactúan y ponen en prueba su funcionamiento simulando ser los clientes. Luego se realiza de manera externa a la empresa a un grupo de usuarios que no están familiarizados con la empresa, donde dan su *feedback* sobre su experiencia con el sistema.

Esto ayuda a la empresa a prever lanzar el producto y encontrar una falla digamos en el proceso de rastreo ubicación de los perfiles. Supongamos que la aplicación confunde los perfiles por zona y continúa mostrando profesionales lejos de su zona. Dentro del periodo de introducción al mercado es importante que errores como estos no suceda y que la marca de la empresa gane transacción como herramienta confiable. Si se requiere actualizar constantemente el sistema operativo y hacer a los nuevos usuarios esperar se peligra perder potenciales clientes y mala reseña. Por lo tanto, comenzamos con la versión de prueba Assist Now 0.1 donde ponemos en ejercicio al sistema operativo.

### **MVP: Minimal Viable Product.**

Dentro del ámbito de software se le da prioridad a una estrategia agile de lanzamiento. Es decir, es mas importante lograr entrar al mercado que esperar a tener un producto sin errores para lanzarlo. Por lo tanto, esto resulta en distintos modelos de las plataformas siendo actualizados y lanzados. Como MVP, consideramos el primer modelo de Assist Now que se introduce al mercado luego del periodo de prueba. Los tiempos se dividen en: 3 meses para contar con un modelo para ser testeado y 3 meses para el chequeo y testeo de la versión de prueba interna y externa

El MVP que se introduce al mercado luego de 6 meses cuenta con lo que se denomina un diseño y desarrollo híbrido. Esto quiere decir, los programadores y diseñadores del MVP tiene en cuenta una realización más genérica de lo que podría ser el producto final. En primer lugar, los programadores realizan un código de multiplataforma para que sea operable tanto con IOS y Android. Ciertos usuarios podrán notar la diferencia que se trata de una versión genérica en pequeños detalles, lo mismo sucede con el diseño. En IOS los diseños y display de información lo siguen la misma lógica que Android. Tampoco utilizan las mismas formas o colores. Por últimos los programadores se encargan se monitorean y vincular el sistema de pago de Mercado Pago a través del método checkout o link de pago. En este caso, se opta por el método checkout que refiere a poder cobrar en la plataforma sin tener que ir a otra página (link de pago).

Por lo tanto, se estima que luego de 6 meses en el mercado y con la introducción del nuevo personal se podrá adecuar un detalle y funcionamiento específico de cada sistema operativo.

## **Ubicación**

Las operaciones y contexto del negocio se realizan en Buenos Aires por lo que los profesionales y usuarios que interactúan están dentro de CABA y provincia. Se proyecta entrando al segundo año expandir a todo el país una vez que se ajuste las operaciones del negocio. Cuando los clientes entran busca de profesionales registran sus perfiles seleccionan en un menú de los barrios de Buenos Aires para personalizar su búsqueda de profesional adecuado.

Se comprende que en 2022 resulta posible que el lanzamiento de Assist Now se realice de manera remota. En la actualidad esta etapa del lanzamiento se puede optar entre comenzar en una oficina o desde casa. Luego del impacto de la pandemia del 2020 es posible crear la empresa y contratar personal sin tener que reunirse en persona; como varias multinacionales lo continúan haciendo. Al

mismo tiempo, no solo se reduce costos el hecho de alquilar una oficina como sede de operaciones, sino que también da la posibilidad de ampliar la búsqueda de personal en todo el país y no solo Buenos Aires.

En un estudio realizado por Owl Labs se estima que un 64 % de las personas que trabajaron en 2021 remoto prefieren continuar con esta modalidad. También está comprobado que en varias organizaciones la eficiencia no se ha visto afectada y hasta se visto un incremento del 13% de efectividad en un estudio realizado en 16,000 trabajadores por la Universidad de Standford<sup>30</sup>.

De esta manera, Assist Now se ubica de manera remota por los próximos 3 años al menos. Esto puede cambiar dependiendo del crecimiento de la empresa, se estima que al menos los primeros dos años del lanzamiento mientras se gana posición en el mercado se continúe de manera remota sin oficina.

## Capítulo VI: Costos, Finanzas e Inversión

En esta sección se contempla los costos necesarios para llevar a cabo el plan de negocios. En primer lugar, se evalúa la realización del MVP dentro del transcurso del primer año de diseño, desarrollo y prueba de la primera versión que se introduce al mercado. Dentro del primer año se lanza una versión de multiplataforma híbrida con varios aspectos genéricos, luego el personal se debe incrementar para lograr una expansión y sustento de una nueva versión.

Es importante comprender que en este ámbito las plataformas pasan constantemente por un proceso de actualización y restauración por lo que el producto técnicamente nunca alcanza se versión final. En esta línea, un aspecto fundamental es estar preparado para la fluctuación de costo ya que casi en su totalidad de proyectos informáticos los costos dependen de los cambios que sufre las plataformas. Por ejemplo, el costo del servidor es variable dependiendo de cuantos datos almacena las plataformas y con cuanta frecuencia interactúenlos usuarios. Se requiere ir incrementando el número de

---

<sup>30</sup> <https://www.apollotechnical.com/working-from-home-productivity-statistics/>

programadores a medida que va creciendo las plataformas para continuar operando

## Ajustes/ Aclaraciones

Vale aclarar que se utiliza el cambio de \$210 de peso a dólar BNA vendedor para los costos que su valor parte de su precio en dólares. Por otro lado, no se realiza un ajuste inflacionario. Se tiene presente la situación económica del país por lo que eventualmente con el proyecto en curso se debería evaluar realizar un ajuste inflacionario de tanto los sueldo como los ingresos cada cuarto. Por lo tanto, las proyecciones financieras son realizadas a partir de Valor Histórico. El financiamiento y el posible lanzamiento del proyecto es través del capital ahorrado disponible del socio de

## Inversión Inicial

Para la introducción de mercado de la plataforma se precisa que sea diseñada, desarrollada y testeada a lo largo de 6 meses. Esto requiere de una inversión inicial de 6.626.240 de ARS. Esta misma, está compuesta por 3 meses de creación de una versión Beta de las plataformas y 3 meses de testeo de la mismas. Al mismo tiempo se considera la inscripción y honorarios legales para la constitución de la sociedad. Por último, también se considera dentro de la inversión requerida para llevar a cabo el proyecto su respectivo plan de marketing. Esta inversión es realizada por el socio fundador con ahorros personales como capital disponible.

Concepto	ARS
Constitucion de sociedad	165.800,00
Desarrollo y diseño plataforma	5.534.400,00
Plan de Marketing	900.000,00
Publiacion en centros de descarga Appstore - Playstore	26.040,00
Total	6.626.240,00

A continuación, detallamos los conceptos de los costos requeridos para la constitución de la sociedad. En este caso, se ha optado por la creación de una sociedad de responsabilidad limitada con un único socio Ulises Giacomuzo. Esta inscripción es realizada por el contador de la empresa Alberto Samprieto el cual cobra honorarios por su realización. Esta constitución en la AFIP conlleva un costo y luego se debe patentar la marca “Assist Now”. Al mismo tiempo, se requiere que el escribano Guillermo Luder certifique y legalice el estatuto por lo que cobra también honorarios.

En cuanto a la derivación de costos de marketing, es detallada en el capítulo de promoción donde evaluamos el posible impacto de cada decisión dentro de la campaña. Esto resulta en el costo total que visualizamos en la tabla.

Concepto	ARS
Constitucion de la S.R.L	110.000,00
Registro marca	15.800,00
Honarios Contador registracion ING.G.J	30.000,00
Honorarios Escribano	10.000,00
<b>Total</b>	<b>165.800,00</b>

Por otro lado, en el Año 0 del proyecto, es decir, la inversión previa para poner la marcha el negocio. Esta requiere de un periodo de 6 meses donde se diseña y se desarrolla las plataformas. Para esto, en este punto es necesario contar con la contratación de los desarrolladores que realicen una versión Beta durante 3 meses y que luego sea testeada por los mismos.

Concepto	ARS
Diseño web	40.000,00
Revision mensual del diseño (5 meses)	55.000,00
Desarrollo front- end 6 meses	2.016.000,00
Desarrollo back-end 6 meses	1.008.000,00
Cargas sociales, seguros, aguinaldos y provisiones del desarrollo	1.814.400,00
Servidores Cloud	600.000,00
Adquisicion de dominio	1.000,00
<b>Total</b>	<b>5.534.400,00</b>

Las cargas sociales, SAC y prevision es rondan el 60% del sueldo del personal. Al mismo tiempo, durante este periodo se subcontrata un diseñador web durante un mes y luego se lo percibe como un costo variable una vez por semana durante los próximos 5 meses donde realiza una revisión de las plataformas. También desde el inicio se debe contar con un servidor cloud para el almacenamiento de



datos. Los servidores donde se almacena toda la base de datos tienen un costo promedio de 500USD mensuales. Por último, para disponer de publicar la aplicación terminada en los centros de descarga se requiere abonar anualmente \$99USD para el “Appstore” (IOS) y un pago único para publicar en “Playstore” (Android).

## Estimación de Ingresos

Partimos de una base fundamental que es la estimación de posibles usuarios que utilicen las plataformas dentro de los primeros 5 años del lanzamiento. En base al benchmarking y la campaña de marketing invertida tenemos como objetivo alcanzar el 2,5% del segmento de clientes que consideramos del segmento como potenciales usuarios, es decir, 46.864 usuarios para el quinto años desde el lanzamiento. El segmento de clientes resulta en un total de 2,244.721 de personas, por lo que proyectamos que a través de las campañas de marketing que se capture por año al menos un 0,5% anual. Como referencia, si se logra capturar el 1% durante una campaña de marketing a través de influencers con acceso a 1,5 millones de perfiles resulta en 15000 usuarios.

En esta línea, utilizamos como índice para calcular una aproximación de gasto anual de los usuarios en servicios el costo promedio de seguro de hogar del Banco Frances de 120m2<sup>31</sup>. BBVA ofrece un seguro de hogar que contiene 50,000ARS disponibles para el gasto de profesionales anuales. Sin embargo, esto es referencia al costo de resolución inmediata, otro gasto eventual de arreglo no está incluido. De todas formas, lo utilizamos como pauta para dimensionar un valor que resulta altamente variable dependiendo de la posición socioeconómica, antigüedad y tamaño del hogar del usuario. Es por esto, que en

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado	2.244.721,00	2.267.168,21	2.289.839,89	2.312.738,29	2.335.865,67
Captacion de Mercado	0,50%	1%	1,50%	2%	2,50%
Usuarios	11224	20124	29024	37924	46824
Gasto promedio anual en ARS	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Comision	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%
Total	\$ 33.670.815,00	\$ 60.370.815,00	\$ 87.070.815,00	\$ 113.770.815,00	\$ 140.470.815,00

<sup>31</sup> <https://www.bbva.com.ar/>

las encuestas realizadas preguntamos si consideran los usuarios que gastan promedio por año un valor o menor a 50,000 pesos. La mitad de lo encuestados respondieron que más y mitad que menos. Casualmente los de edades mayor a 35 son lo que consideran la posibilidad de gastar más de ese valor dentro de las categorías de servicios que se puede encontrar en la plataforma como reparaciones, instalaciones, etc. Como se mencionó previamente, no se toma en consideración la inflación anual del país de 29,3 % de 2022 sobre el gasto anual promedio en servicios. En cambio, si está presente el 1% de crecimiento poblacional anual de Argentina a través del Banco Mundial BIRF<sup>32</sup>.

## Sueldos

Argentina se encuentra como uno de los países con mayor cantidad de programadores capacitados. Esto ofrece un gran número de informáticos dentro del países con las cualidades necesarias para llevar adelante el proyecto. Sin embargo, en comparación a otros países del mundo los sueldos son mucho más bajos por lo que muchas empresas internacionales forman departamentos de informática con programadores argentinos.

Concepto	Salario mensual bruto
Diseñador web	120.000,00
Desarrollador	252.000,00
Personal Administrativo	90.000,00
Personal de Marketing	90.000,00
Asesoría legal y contable	75.000,00
Socio	300.000,00

Esto resulta en para poder retener y atraer personal de informática hay que ofrecer sueldos a partir de 1200 USD para los desarrolladores. Utilizamos el cambio actual de \$210 de dólar BNA vendedor para llevar los sueldos a ARS. En cuanto al aumento anual que vemos en el grafico se considera un incremento del 10% anual de los sueldos como incentivo para retener a los empleados.

<sup>32</sup> <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=AR>

Concepto	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseñador web	N- de Empleados	1	1	1	2	2
Desarrollador front- end	N- de Empleados	2	2	3	3	4
Desarrollador back- end	N- de Empleados	4	4	5	6	7
Personal Administrativo	N- de Empleados	1	2	2	2	2
Personal de Marketing	N- de Empleados	1	2	2	2	2
Asesoría legal y contable	N- de Empleados	1	1	1	1	1
Socios	N- de Empleados	1	1	1	1	1
<b>Saldo bruto mensual</b>						
Diseñador web	ARS	120.000,00	132.000,00	145.200,00	319.440,00	351.384,00
Desarrollador front- end	ARS	504.000,00	554.400,00	914.760,00	1.006.236,00	1.475.812,80
Desarrollador back- end	ARS	1.008.000,00	1.108.800,00	1.524.600,00	2.012.472,00	2.582.672,40
Personal Administrativo	ARS	90.000,00	198.000,00	217.800,00	239.580,00	263.538,00
Personal de Marketing	ARS	90.000,00	198.000,00	217.800,00	239.580,00	263.538,00
Asesoría legal y contable	ARS	75.000,00	82.500,00	90.750,00	99.825,00	109.807,50
Socio	ARS	300.000,00	330.000,00	363.000,00	399.300,00	439.230,00
<b>Total</b>		<b>2.187.000,00</b>	<b>2.603.700,00</b>	<b>3.473.910,00</b>	<b>4.316.433,00</b>	<b>5.485.982,70</b>

A medida que el negocio va creciendo se requiere de nuevos empleados especialmente en el área de desarrollo. Debido a que cualquier nueva herramienta o actualización que expanda la base de datos que almacena las plataformas se requiere de un nuevo programador a cargo. Los desarrolladores son el puesto con más cantidad de empleados dado que son un pilar para continuar expandiendo la operación del negocio.

## Estado de resultados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 33.670.815,00	\$ 60.370.815,00	\$ 87.070.815,00	\$ 113.770.815,00	\$ 140.470.815,00
<b>Costos Fijos</b>					
Centros de descarga	-\$ 26.040,00	-\$ 20.790,00	-\$ 20.790,00	-\$ 20.790,00	-\$ 20.790,00
Dominio	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00
Amortización Inversión Inicial	-\$ 1.325.248,00	-\$ 1.325.248,00	-\$ 1.325.248,00	-\$ 1.325.248,00	-\$ 1.325.248,00
<b>Costos Variables</b>					
Servidores Cloud	-\$ 1.260.000,00	-\$ 1.260.000,00	-\$ 1.512.000,00	-\$ 1.512.000,00	-\$ 1.764.000,00
IIBB	-\$ 1.178.478,53	-\$ 2.112.978,53	-\$ 3.047.478,53	-\$ 3.981.978,53	-\$ 4.916.478,53
<b>Resultado Bruto</b>	<b>\$ 29.880.048,48</b>	<b>\$ 55.650.798,48</b>	<b>\$ 81.164.298,48</b>	<b>\$ 106.929.798,48</b>	<b>\$ 132.443.298,48</b>
<b>Gastos Administración</b>					
Sueldo socio	-\$ 3.600.000,00	-\$ 3.960.000,00	-\$ 4.356.000,00	-\$ 4.791.600,00	-\$ 5.270.760,00
Sueldo personal administrativo	-\$ 1.080.000,00	-\$ 2.376.000,00	-\$ 2.613.600,00	-\$ 2.874.960,00	-\$ 3.162.456,00
Sueldo personal de marketing y comunicación	-\$ 1.080.000,00	-\$ 2.376.000,00	-\$ 2.613.600,00	-\$ 2.874.960,00	-\$ 3.162.456,00
Sueldo desarrolladores	-\$ 18.144.000,00	-\$ 19.958.400,00	-\$ 29.272.320,00	-\$ 36.224.496,00	-\$ 48.701.822,40
Sueldo Diseñadores	-\$ 1.440.000,00	-\$ 1.584.000,00	-\$ 1.742.400,00	-\$ 3.833.280,00	-\$ 4.216.608,00
Asesoría legal y contable	-\$ 900.000,00	-\$ 990.000,00	-\$ 1.089.000,00	-\$ 1.197.900,00	-\$ 1.317.690,00
Cargas Sociales	-\$ 9.185.400,00	-\$ 10.935.540,00	-\$ 14.590.422,00	-\$ 18.129.018,60	-\$ 23.041.127,34
SAC	-\$ 2.178.252,00	-\$ 2.593.285,20	-\$ 3.460.014,36	-\$ 4.299.167,27	-\$ 5.464.038,77
<b>Gastos Financieros</b>					
Gastos bancarios	-\$ 673.416,30	-\$ 1.207.416,30	-\$ 1.741.416,30	-\$ 2.275.416,30	-\$ 2.809.416,30
<b>Gastos Comerciales</b>					
Plan de Marketing	-\$ 900.000,00	-\$ 900.000,00	-\$ 1.080.000,00	-\$ 1.296.000,00	-\$ 1.555.200,00
<b>Resultado Operativo</b>	<b>-\$ 9.301.019,83</b>	<b>\$ 8.770.156,98</b>	<b>\$ 18.605.525,82</b>	<b>\$ 29.133.000,31</b>	<b>\$ 33.741.723,67</b>
Otros Egresos	-\$ 787.320,00	-\$ 937.332,00	-\$ 1.250.607,60	-\$ 1.553.915,88	-\$ 1.974.953,77
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>-\$ 10.088.339,83</b>	<b>\$ 7.832.824,98</b>	<b>\$ 17.354.918,22</b>	<b>\$ 27.579.084,43</b>	<b>\$ 31.766.769,89</b>
Impuesto a las ganancias	-\$ 1.010.124,45	-\$ 1.811.124,45	-\$ 2.612.124,45	-\$ 3.413.124,45	-\$ 4.214.124,45
<b>Resultado Neto</b>	<b>-\$ 11.098.464,28</b>	<b>\$ 6.021.700,53</b>	<b>\$ 14.742.793,77</b>	<b>\$ 24.165.959,98</b>	<b>\$ 27.552.645,44</b>

Dentro del estado de resultados podemos observar que al comienzo del primer año del lanzamiento luego de haber realizado la inversión con el aporte del socio para contar con una versión para ser introducida al mercado se termina con un resultado negativo.

A partir del segundo año del proyecto es donde comienza con resultados positivos la operación del negocio. Al comienzo del proyecto gran parte de los costos son absorbidos por los sueldos del personal, sin embargo, es de esperarse dado que gracias a la programación y crecimiento de la programación es que las plataformas se encuentran listas para observar más clientes. La inversión inicial es amortizada a lo largo de los primeros 5 años desde el lanzamiento.

Dentro de los costos variables se considera el Impuesto a los Ingresos Brutos (IIBB) sobre un 3,5% de los ingresos de cada año. Además, se toma el costo de los servidores que estima comenzar con costo de 500USD y finalizar el quinto con 700. Los centros de descarga de Apple se pagan anualmente a 99USD, por otro lado, el pago de Playstore se paga en un único pago de 25USD.

Las cargas sociales representan un 35% de la totalidad del sueldo donde incluye seguros de vida y ART. Se incluye el SAC sobre un 8,33% de los sueldos y luego en otros egresos consideramos las provisiones sobre un 3%.

Los gastos bancarios se calcula sobre un 2% del total de los ingresos de cada año.

En cuanto al plan de marketing, se proyecta incrementar el presupuesto un 20% a partir del tercer año.

Por último, se proyecta pagar un 30% del resultado antes de impuestos en impuestos a las ganancias por los primeros 5 años del proyecto ya que los resultados no superan los 30 millones de ARS. Una vez superado se pagará un 35%.

## Cash Flow

A continuación, calculamos el flujo de fondos de los primeros 5 años del proyecto teniendo en cuenta la inversión dentro del primer año la inversión inicial requerida.

FF					
Ingresos	\$ 33.670.815,00	\$ 60.370.815,00	\$ 87.070.815,00	\$ 113.770.815,00	\$ 140.470.815,00
Costos Variables Operativos Erogables	\$ 2.465.518,53	\$ 3.394.768,53	\$ 4.581.268,53	\$ 5.515.768,53	\$ 6.702.268,53
Costos Fijos Operativos Erogables	\$ 39.181.068,30	\$ 46.880.641,50	\$ 62.558.772,66	\$ 77.796.798,17	\$ 98.701.574,81
EBIT	-\$ 7.975.771,83	\$ 10.095.404,98	\$ 19.930.773,82	\$ 30.458.248,31	\$ 35.066.971,67
Impuesto a las Ganancias	\$ 2.791.520,14	\$ 3.533.391,74	\$ 6.975.770,84	\$ 10.660.386,91	\$ 12.273.440,08
Inversión	\$ 6.626.240,00				
<b>FLUJOS DE FONDOS LIBRES</b>	<b>\$ (17.393.531,96)</b>	<b>\$ 6.562.013,23</b>	<b>\$ 12.955.002,98</b>	<b>\$ 19.797.861,40</b>	<b>\$ 22.793.531,58</b>
VNA	\$ 3.107.381,63				
TIR	60,3%				

Assist Now muestra resultados prometedores para los próximos años del negocio donde nos encontramos con viabilidad económica. El Valor Actual Neto del proyecto es positivo por lo que es un buen indicador para que sea realizado y genere beneficios a futuro. Para llegar a este valor, se utilizó una tasa de descuento del 50%. Por otro lado, observamos que resulta en un índice de rentabilidad de TIR del 60,3%. Esto es otro indicador de la seguridad para comenzar el proyecto.

Universidad de

San Andrés

## Capítulo VII; Equipo

El principal equipo de trabajo está compuesto por diversas tareas informáticas que deben ser realizadas. Luego está el segmento a cargo de la administración e imagen de la empresa. En esta línea, dentro del primer año de cualquier lanzamiento de plataforma se requiere incorporar nueva mano de obra para la expansión y sustento de las herramientas digitales. En este caso, luego del primer año el diseñador web deja ser subcontrato y al mismo tiempo se duplica el número de programadores en equipo de desarrollo de software.

## **Socio fundador**

Ulises Giacomuzo como socio y fundador de la empresa. Su tarea principal es monitorear la operación del negocio y plantear nuevas estrategias para el crecimiento de la empresa. Tareas de finanzas

## **Desarrolladores**

El equipo de desarrolladores son un pilar del negocio. Estos se encargan de programar el código con que opera la empresa. Como mencionamos previamente el primer año se compone en dos equipos: *front-end* y *back-end*. Durante el primer año se requiere de dos programadores front-end, uno para desarrollo de web y uno para desarrollo de app. Luego está el desarrollador back-end que este cargo de “levantar” la base de datos con la programación de los desarrolladores de front-end. Estos durante los primeros 3 meses junto con el diseño realizado del diseñador web componen lo que se conoce como la versión Beta de Assist Now. Esta versión este testeada y simulada por los mismos desarrolladores para controlar su funcionamiento durante 3 meses. En este periodo también tiene lugar a realizar cambio en el código y actualizaciones. A la finalización del primer año se incorporan se debe contar con 2 desarrolladores de web, 2 de app y 4 de back-end.

## **Diseñador web**

Luego del primer año la empresa debe contar con un diseñador web trabajando full time realizando actualizaciones en el UI y UX de las plataformas. Durante el primer año se lo contrata durante el primer mes entero y luego se lo requiere mensualmente una vez por semana revisando el diseño web y app.

## **Personal de Marketing**

Se requiere de un personal que controle e idealice estrategias para hacer frente a la competencia mediante la campaña de comunicación. Este está a cargo del Brand management de Assist Now, este rol se podría tercerizar, sin embargo, es importante que el socio logre estar en contacto con las operaciones de marketing para llevar a cabo los proyectos de expansión de la empresa. El personal de marketing debe monitorear los KPI, manejar la presencia en las redes sociales y idear nuevas estrategias de comunicación para atraer nuevos clientes a través de las campañas de marketing.

## **Personal Administrativo**

Se cuenta con personal a cargo de tareas administrativas dentro de la empresa. Se requiere que realice los chequeos de perfiles de profesionales que proveen información para certificar sus perfiles. Estar disponibles para solución de problemas entre los usuarios como un servicio mal prestado. Este rol también está a cargo de situaciones donde se solicita un reembolso y se requiere analizar si cliente se encuentra en posición de solicitarlo.

## **Asesoría contable y legal**

Se debe contar con un abogado disponible para cualquier situación legal que deba afrontar la organización y para procesos de inscripción como sociedad y contratación de personal. Acudimos al abogado Dr. Guillermo Desantis como asesor legal y abogado de la empresa. En esta línea, se requiere de un contador que realice los balances mensuales y anuales de las operaciones del negocio. Este también está a cargo de monitorear el pago de impuestos y presentación de DD.JJJ mensuales. Durante la inversión inicial se requiere que el contador y el escribano realicen:

- Constitución de sociedad (estatuto)
- Inscripción ING.G.(Inspección general de justicia)
- Inscripción de impuestos AFIP

- Inscripción ingresos brutos

Escribano Aldo Luder

- Certificación y legalización del estatuto

## **Capitulo VIII; Aspecto legales**

### **S.R.L**

Se constituye la sociedad como responsabilidad limitada con único socio Ulises Giacomuzo. En el caso de afrontar pérdida del negocio este tipo de sociedad protege el patrimonio del socio. Esto también permite facilitar la entrada de nuevos socios en el futuro. Actualmente, la inversión del proyecto recae sobre el capital disponible ahorrado del socio fundador, sin embargo, está abierta la posibilidad de nuevos socios dispuestos a invertir.

Para la constitución de la sociedad en Argentina se precisa un C.U.I.T, presentar y inscribirse en la AFIP. Para esto, está la presentación de tramites en Inspección General de Justicia donde se debe contar con el Formulario 185 (F185) de AFIP con Declaración Juradas para la obtención del CUIT. La comunicación del estado del trámite de inscripción de Sociedades. Todos estos requisitos mencionados deben ser aprobados por la Inspección General de la Justicia, basándose en el cumplimiento de la ley 19550 que determina los requisitos de las sociedades comerciales en Argentina. Para la realización de tales se cuenta con los servicios del contador de la empresa que cobra honorarios por los mismos.

### **Seguros**

Assist Now debe contar con los seguros básicos para operar como Pyme en Argentina. Esto requiere cubrir seguro de vida, ART para el personal contratado. Al mismo tiempo, contar con seguro de responsabilidad civil comercial



## **Términos y Condiciones**

Junto al abogado de la empresa se realizará los términos y condiciones del uso de plataformas que deben aceptar para crear perfiles los usuarios de acorde a las leyes inscriptas por la ley argentina.

## **Capitulo XIX; Riesgos y Plan de implementación**

El proyecto Assist Now deberá afrontar diversos riesgos para llevar a cabo el plan de negocios. Estos se riesgos se componen de factores tanto internos como externos a la organización. Los riesgos están presentes en todo tipo de plan de negocios, es importante las medidas preventivas y accionarias que toma la empresa frente a ellos.

### Riesgos externos a la organización

- Situación económica Argentina: uno de los mayores riesgos para cualquier nuevo emprendimiento dentro de Argentina es la inestable situación económica. Nos encontramos con uno de los países con mayor presión tributaria y mayor inflación del mundo. Actualmente el país se encuentra como el sexto país con mayor inflación con porcentaje de 50% anual. Cada año se pierde poder adquisitivo de la moneda en curso y algunos de los costos siguen su valor en dólares. Esto puede resultar en menor gasto anual por parte de los clientes siendo adversos a contratar servicios. Aunque varios de los servicios se tratan de necesidades dentro de la casa que la clase socioeconómica puede afrontar el peligro la disposición de los clientes a realizarlos. Al mismo tiempo, esto influye en la posibilidad de introducir nuevos modelos de negocios sin afrontar mucha competencia como se encuentra Assist Now.
- Nuevas tecnologías: Una de las características del ámbito de empresas de software es la continuación actualización de nuevas tecnologías dentro

de la industria. La empresa es susceptible a afrontar nuevos competidores que dejen como obsoleto el modelo de negocios de las plataformas. Es por esto, que gran parte de los costos operativos son absorbidos por el personal informático dado que se debe tener un sueldo competitivo para aprovechar la oferta de programadores capacitados que ofrece el contexto del país.

#### Riesgos internos a la organización:

- Falla del sistema operativo: Es comprensible prever que la programación de las plataformas requiera de una actualización. Lo importante que en el momento que se presente un error no sea de raíz en la programación del sistema operativo. Cuanto más complejo el error mayor trabajo y tiempo para reprogramar el sistema. Si la primera experiencia de los usuarios no es satisfactoria se perderá un gran potencial de clientes y resultará en depreciación del valor de marca. Hasta las mejores plataformas del mundo presentan errores. Es importante el periodo de 6 meses de prueba para que el lanzamiento sea lo más preparado posible.
- Retención y competitividad de personal: Unas de las características de Argentina es la gran oferta de programadores capacitados. Sin embargo, por estas razones varias empresas internacionales contratan personal informático en Argentina por lo que los programadores pueden resultar adversos a comenzar a trabajar para un emprendimiento en vez de un multinacional. Para esto se prevé una rotación del personal, pero lo importante es la retención una vez contratado.
- Captación de mercado: Frente a un porcentaje menor al de 2,5% del posible mercado luego de 5 años peligrará la operación del negocio. Se debe lograr captar al menos 0,5% anualmente del mercado en Buenos Aires para continuar con el proyecto.

- Gasto variable anual de servicios: si el gasto por usuario anual se aleja de lo proyecto por diversos factores se deberá incrementar comisiones o recurrir a menores gastos en otras áreas.

Plan de implementación:

Meses	1	2	3	4	5	6	18	30	42	54	66
Periodo de prueba											
Diseño web y mobile											
Desarrollo front end web y mobile											
Desarrollo back end web y mobile											
Publicacion centros de descarga											
Campaña de marketing											
Contratacion personal de diseño											
Contratacion personal programacion											
Contratacion personal administrativo											
Contratacin personal de marketing											
Contratacion asesoria contable y legal											
Constitucion sociedad y registro de marca											
Inversion inicial											
Expansion											

Podemos ver los procesos de implementación del proyecto que han sido detallados a lo largo del plan de negocios. En cuanto a la posible expansión luego de 66 meses, en otras palabras, quinto año; se busca operar dentro de otros países de Latinoamérica como operar alguno de los competidores.

## Capítulo X; Bibliografía / Anexos

- Technavio;( 2022, Marzo). On-demand Homservices Market by Geography – Forecast and Analysis 2022-2026. Recuperado 20 de abril, 2022  
<https://www.technavio.com/report/online-on-demand-home-services-market-size-industry-analysis>
- Jungle Works; (2018, Junio). On-demand Homservices: Next Big Trend Recuperado 20 de abril, 2022.  
<https://jungleworks.com/next-big-trend-on-demand-home-services/>
- PRN Newswire; (2022, Mayo).119.39 bn Growth expected in online on demand homeservices Market in Latin America. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.prnewswire.com/news-releases/usd-119-39-bn-growth-expected-in-online-on-demand-home-services-market-in-latin-america--homecare-and-design-segment-to-have-largest-share--technavio-301539612.html>
- Data.ai; (2021). How to Succeed on Mobile in Latam. Recuperado 6 de junio, 2022.

<https://www.data.ai/en/insights/mobile-strategy/how-to-succeed-on-mobile-in-latam/>

- Hometree;(2019, Mayo). Why Age Matters: Generational attitudes to Housework. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.hometree.co.uk/press/generational-attitudes-to-housework.html>
- Metro.Co UK (2018, Septiembre). 84% of Millennials dont know how to change a lightbulb. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://metro.co.uk/2018/09/09/84-of-millennials-dont-know-how-to-change-a-lightbulb-7929087/>
- Forbes; (2017, Mayo) What the ideal workplace of the future looks like to millennials. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.forbes.com/sites/markhall/2017/11/08/what-the-ideal-workplace-of-the-future-looks-like-according-to-millennials/?sh=a4374bb42284>
- Profesional;(2022, febrero). Enganchados al celular: los argentinos pasan un 78% de su tiempo en línea en dispositivos móviles. Recuperado 6 de junio,2022.  
<https://www.iprofesional.com/tecnologia/308852-enganchados-al-celular-los-argentinos-pasan-78-de-su-tiempo-en-linea-en-dispositivos-moviles> .

- Infobae. (2017, Noviembre) En que trabajan la mayor parte de los hombre y mujeres en argentina. Recuperado el 20 de abril,2022.  
<https://www.infobae.com/economia/2017/11/30/en-que-trabajan-la-mayor-parte-de-los-hombres-y-mujeres-en-la-argentina/>
- OIT. (2004, Septiembre) Subgrupo Principal 51: Trabajadores de los servicios personales y los servicios de protección y seguridad. Recuperado el 20 de junio, 2022.  
<https://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/isco/isco88/51.htm#:~:text=Los%20trabajadores%20de%20los%20servicios,%2C%20hospedaje%2C%20comidas%2C%20servicios%20y>
- El Diario. (2017, Mayo). Advierten que está cambiando la estructura ocupacional y salarial de Argentina. Recuperado el 20 de junio, 2022.  
<https://eldiariodemadryn.com/2017/05/advierten-que-esta-cambiando-la-estructura-ocupacional-y-salarial-en-la-argentina> .
- Statista. (2021, Agosto). App Worldwide Outlook. Recuperado el 15 de junio, 2022. <https://www.statista.com/outlook/dmo/app/worldwide>
- PRN Newswire. (2022, Marzo). Mobile Apps Market Size to Grow by 653 billion. Recuperado el 15 de junio, 2022.  
<https://www.prnewswire.com/news-releases/mobile-apps-market-size-to-grow-by-usd-653-91-billion--technavio-301511786.html>

- Statista. (2022, Mayo). Popular categories in app store. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.statista.com/statistics/270291/popular-categories-in-the-app-store/>
- Knowledge at Wharton. (2015, November). Why Latin America is the next big Mobile battleground. Recuperado el 6 de junio, 2022.  
<https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/why-latin-america-is-the-next-big-mobile-battleground/>
- Countrymeters. (2022, junio) Población de Argentina. Recuperado el 21 de junio, 2022.  
<https://countrymeters.info/es/Argentina>.
- Buffer. (2021, Febrero). The top social media sites of 2022. Recuperado el 20 de junio, 2022.  
<https://buffer.com/library/social-media-sites/#:~:text=Facebook%20is%20the%20largest%20social,world's%20population%20are%20Facebook%20users>.
- Esparkinfo. (2021, mayo). Top 10 Business models for Mobile App development. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.esparkinfo.com/blog/business-models-for-mobile-application.html>
- Investopedia. (2022, Marzo) Millennials: Finances, Investing, and Retirement. Recuperado 6 de junio, 2022.  
<https://www.investopedia.com/terms/m/millennial.asp>

- INDEC. (2022, Mayo). Censo 2022: Resultados provisorios. Recuperado el 6 de junio, 2022.  
<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-GacetillaCompleta-355>
- EducacionIT. (2019, Abril) La Argentina es el país con mayor talento en tecnología a nivel mundial. Recuperado el 6 de junio, 2022.  
<https://blog.educacionit.com/2019/04/16/la-argentina-es-el-pais-con-mayor-talento-en-tecnologia-a-nivel-mundial-segun-la-mayor-universidad-digital/>
- Arquitectual Digest. (2022, Febrero) Los 5 colores que atraen la fortuna según el Feng Shui (y como aplicarlos en la decoración). Recuperado el 20 de junio, 2022. <https://www.admagazine.com/articulos/feng-shui-los-colores-que-atraen-la-fortuna-en-la-decoracion>
- Branch. (2021, Abril). Estadísticas de la situación digital de Argentina n el 2022-2021. Recuperado el 20 de junio, 2022.  
<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/#:~:text=Comportamiento%20de%20los%20usuarios%20de%20Internet%20en%20redes%20sociales&text=%E2%80%93%20Cada%20argentino%20en%20promedio%20pasa,al%20d%C3%ADa%20en%20redes%20sociales.>
- Crehana. (2021, Octubre). Descubre cuánto gana un influencer en cada red social. Recuperado el 6 de junio, 2022.  
<https://www.crehana.com/blog/negocios/cuanto-gana-un-influencer/>
- ApolloTechnical (2022, Abril). Surprising Working from Home Statistics (2022). Recuperado el 20 de junio, 2022.  
<https://www.apollotechnical.com/working-from-home-productivity-statistics/>



## Encuestas

### 1. Edad

- a- 18 a 35 años
- b- 35 a 55 años
- c- Mayor de 55 años

2. ¿Ha utilizado o conoce alguna plataforma o aplicación con modelo de negocio similar? Ejemplos: Timbrit, Homesolutions o Zolvers.

- a- Si
- b- No

3. ¿Le interesaría una herramienta donde podría solicitar servicios de acuerdo a su presupuesto y ubicación al mismo tiempo disponiendo de una transacción segura y referencia previa del prestador de servicios?

- a- Si
- b- No

4. ¿Cuántas veces al año estimas que requerirías de una reparación o algún servicio dentro de las siguientes categorías?:

- a- 1 a 5
- b- 5 a 10
- c- Mas de 10

5. ¿Considera que gasta un valor menor o mayor de 50,000 pesos al año dentro de las siguientes categorías de servicios? *Aire acondicionado - Albañil – Arquitecto- Autos- Bartender - Belleza- Bienestar- Búsqueda de delivery- Carpintero- Cerrajero- Control de plagas – Cuidadores - Decorador – Diseño gráfico - Electricista- Eventos - Gas – Herrero – Instalaciones – Iluminación - Jardinero – Limpieza - Mascotas -Mudanzas - Pintor – Piscina – Plomero- Profesor Particular - Reformas -Retiro de paquetes o compras - Seguridad – Técnico – Otros*

- a- Si
- b- No

### Encuesta Prestadores de servicios

1 ¿Utiliza o conoce alguna de las siguientes plataformas? Homesolutions – Zolvers Timbrit

- a- Si
- b- No

2. Si su respuesta anterior fue no ¿Le interesaría una plataforma online donde podés crear un perfil para facilitar e incrementar el acceso a clientes en la zona que trabaja?

- a- Si
- b- No

3. Si su respuesta anterior fue si: ¿Estaría de acuerdo en que la empresa cobre una comisión del 6% sobre total de la transacción básica y 8% para premium para mayor exposición?

- a- Si
- b- No



## Posibles productos publicitarios

