



**Universidad de San Andrés**

**Escuela de Negocios**

**Maestría en Negocios Digitales**

**Trabajo Final de Graduación**

***TRANCAPP***

***Para trabajar mejor***

**Autor: Sergio Orcellet**

Trabajo Final de Graduación.

MND

Sergio Orcellet.



## Resumen Ejecutivo

Trancapp es un programa de bienestar integral bajo la modalidad B2B2C que permite a los clientes finales mejorar su bienestar físico y mental.

Por otro lado, a las empresas que contratan nuestros servicios les ofrecemos una solución de wellness híbrida. Que combina funcionalidades típicas de aplicaciones de bienestar, con experiencias presenciales.

Capturamos datos de hábitos y comportamiento, procesamos esa información con mirada de negocio y generamos información de valor sobre el bienestar de los empleados, buscando mejorar el burnout, estrés laboral, rotación y deserción en las compañías.

El estrés laboral es un pasivo cada vez más grande para las empresas de tecnología, sumado a una rotación casi sin precedentes que se sucede con especial foco en empresas de tecnología.

La pandemia puso a millones de trabajadores a cumplir sus tareas desde sus casas, modalidad que en muchos casos llegó para quedarse. Cada vez más personas sufren en el mundo del burnout o síndrome de cabeza quemada.

El cual afecta a gran parte de la población laboral mundial, y siendo Argentina el país líder en la región con trabajadores con este tipo de patologías.<sup>1</sup>

Ante este cambio de paradigma, cada vez aparece más en escena la necesidad de que las compañías ejecuten planes de acción que permitan a sus empleados adaptarse mejor al cambio de modalidad de trabajo.

Los empleados por su lado buscan poder equilibrar su vida personal, con el trabajo. Demandan bienestar y sentirse cuidados por sus empleadores.

Las empresas por su lado demandan cada vez más productividad y menos rotación.

Para equilibrar estas fuerzas encontradas, llegó Trancapp. La aplicación busca el equilibrio saludable entre los niveles mental, físico y emocional de cada empleado, aportando insights de valor y resultados de negocio para las empresas.

1-

[https://www.clarin.com/economia/sindrome-burnout-empleados-argentinos-sienten-quemados-region\\_0\\_WX5fbCSYlg.html](https://www.clarin.com/economia/sindrome-burnout-empleados-argentinos-sienten-quemados-region_0_WX5fbCSYlg.html)

**El segmento objetivo en este trabajo será B2B** enfocándonos en empresas de Software y Servicios de Información (SSI) radicadas en el AMBA de la ciudad de Buenos Aires en Argentina. Entendiendo que estos pueden ser uno de los mejores aliados para el lanzamiento de nuestro producto.

Como **ventaja competitiva** ofrecemos no solo una **app de wellness**, sino que todo un **programa de bienestar**, que aporta resultados a ambos lados de la relación laboral. Combinando actividades virtuales y físicas para los empleados, e información de valor para empleadores.

Buscamos **construir** juntamente con las organizaciones **insights** sobre el perfil laboral de las personas, aportando información relevante para la toma de decisiones.

Nos esforzamos por generar herramientas para la consecución de **resultados** de negocio tales como disminución de rotación, fidelización de talentos, mejoras en productividad y mejora de clima organizacional entre otros.

Mirando hacia el otro lado, y con foco en los empleados aportamos **actividades de valor** que se van adecuando a las preferencias de la comunidad de cada empresa, mediante la utilización intensiva de datos. Nos esforzamos por ofrecer contenido de valor que traccione resultados reales.

Con foco en las organizaciones, buscamos obtener insights propios, dentro de cada unidad organizativa, de manera de ir creando una propuesta de valor para la comunidad de empleados que haga fit con la necesidad de cada empresa.

La **rentabilidad** esperada anual del negocio es del **20%** de lo facturado, buscando en esta ronda levantar una inversión mínima de U\$S 50.000.-

Ofrecemos un **payback** para esta ronda de **48 meses**, con emisión de acciones preferenciales como parte del paquete de propuesta.

# Índice de contenidos

## Contenidos

Resumen Ejecutivo	2
Índice de contenidos.	4
Agradecimientos	5
Introducción y antecedentes	6
Introducción.	6
Antecedentes.	7
Marco Conceptual y herramientas utilizadas.	9
El Cliente.	14
La Propuesta de Valor.	31
El Product Market Fit.	33
El tamaño de la oportunidad	35
El contexto y la industria	36
El Negocio	38
MVP	42
Go to Market, los recursos y su implementación	44
Roadmap del Producto	45
Pricing	45
Equipo emprendedor y estructura directiva	46
Bibliografía	47
Anexos	49

## Agradecimientos

A todo el cuerpo docente de la Universidad de San Andrés, claustro en el que encontrado lugar para potenciar mi imaginación, entender el mundo de los negocios actuales, permitiéndome transitar una profunda transformación de mi mi perfil laboral.



Universidad de  
**San Andrés**

# Introducción y antecedentes

## Introducción.

La moral, el bienestar y el compromiso de los recursos son fundamentales para el éxito de las empresas hoy en día. Más cuando se trata de empresas que dan servicios de personal a otras empresas.

Trancapp es una solución holística que hace el trabajo pesado y deja ver resultados accionables de una manera medible.

El mercado laboral cambió rotundamente luego de la pandemia de Covid 19. La recuperación mundial del trabajo pos crisis se viene dando en forma desigual entre países, sectores e industrias, tal como indica la OIT en su “Llamado a la acción para una recuperación centrada en las personas”.<sup>1</sup>

A nivel local desde el segundo semestre de 2020, se registró un incremento del trabajo remoto muy pronunciado, poniendo de manifiesto la importancia de centrar cada vez más los esfuerzos en las personas.<sup>2</sup>

Sumado a esto, nuestro país enfrenta una de las mayores crisis económicas de los últimos tiempos, teniendo un contexto cada vez más complejo y desafiante. Esto hace que haya una gran tendencia a que perfiles de IT como desarrolladores, arquitectos de soluciones, especialistas, técnicos calificados, y mandos de liderazgo se vean tentados diariamente con ofertas laborales del exterior, con sueldos en dólares, que resultan muy atractivos para perfiles laborales locales.<sup>3</sup>

Al mismo tiempo Argentina se ha posicionado como referente en la región<sup>4</sup> en lo que a talentos IT refiere, siendo hoy un polo atractivo para distintas empresas extranjeras que se acercan a nuestro país en busca de capital humano.

1. [://www.ilo.org/digitalguides/es-es/story/globalcall#quote](https://www.ilo.org/digitalguides/es-es/story/globalcall#quote)
2. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/dt\\_5\\_-\\_evolucion\\_del\\_trabajo\\_remoto\\_en\\_argentina\\_desde\\_la\\_pandemia\\_1.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/dt_5_-_evolucion_del_trabajo_remoto_en_argentina_desde_la_pandemia_1.pdf)
3. <https://www.ambito.com/economia/software/el-empleo-mas-demandado-pagan-us10000-mes-pero-faltan-profesionales-n5623083>
4. <https://www.cronista.com/infotechnology/it-business/el-unico-negocio-donde-argentina-es-lider-en-inversiones-ya-llegaron-us-50-000-y-vienen-mas/>

Esto incrementó la competencia y demanda de talento, acelerando fuertemente la rotación en la industria IT local.

Bajo este contexto, las empresas de tecnología que prestan servicios de outsourcing de RR.HH para proyectos locales e internacionales, saben que deben construir puertas adentro una propuesta de valor cada día más robusta y atractiva para sus empleados para disminuir la rotación de personal.

Fenómenos como “La Gran Renuncia”<sup>1</sup> hacen que cada día más las empresas deban poner foco en los beneficios que brindan a sus empleados.

## Antecedentes.

La pandemia puso a millones de trabajadores a cumplir sus tareas desde sus casas, modalidad que en muchos casos llegó para quedarse.

Ante este cambio de escenario mundial, cada vez aparece más en escena la necesidad de que las compañías ejecuten planes de acción que permitan a sus empleados adaptarse mejor a los cambios en las modalidades de trabajo.

“Mientras la crisis producida por la pandemia del COVID 19 golpea a la gran mayoría de los sectores productivos, una parte importante del sector vinculado a la tecnología de la información encuentra en esta circunstancia una oportunidad casi única: algunas de las grandes compañías denominadas como unicornios vienen transitando, desde el inicio del aislamiento social preventivo (ASPO), un periodo de importante alza en sus cotizaciones y sin grandes sobresaltos para adecuar su organización interna con la modalidad del teletrabajo”.<sup>2</sup>

Existen numerosos antecedentes que demuestran que el trabajo del sector de IT se intensificó desde el comienzo de la pandemia, por lo que nuestro segmento objetivo se vio fuertemente impactado por cambios del mercado. Principalmente por un aumento sostenido de la demanda de perfiles laborales orientados a la tecnología.

1-<https://www.cronista.com/informacion-gral/que-es-la-gran-renuncia-el-movimiento-pospandemia-que-revoluciona-el-mundo-laboral/>

2-<http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2020/06/t02-Software.pdf>



Consultadas las principales consultoras de software que se desempeñan en Buenos Aires, por unanimidad coinciden en decir que la rotación de talento se aceleró en los últimos años, y se intensificó aún más luego de la pandemia. <sup>1 2 3</sup>

Por otro lado Argentina presenta un importante, consolidado y sostenido crecimiento de la industria de Software y Servicios Informáticos. El sector continúa creciendo año a año, siendo nuestro país referente en la región.

Por otro lado, las aplicaciones de Fitness y Wellness están siendo cada día más protagonistas del estilo de vida de las personas. Sobre todo luego de la pandemia. El 2020 fue llamado el año de la tecnología fitness, por el despegue abrupto que tuvo esta industria consecuencia de la pandemia. <sup>4</sup>

Esto se fundamenta en la creciente conciencia global sobre la obesidad, trastornos alimenticios, sedentarismo y estrés. Promoviendo un estilo de vida más saludable a través del ejercicio y una alimentación balanceada.

Medios referentes de la industria del bienestar, tales como “*mercadofitness.com*” indican que el mercado de aplicaciones de bienestar pasará de un mercado global de U\$S 13.000M en 2020 a U\$S 120.000M en 2030. <sup>5</sup>

Si analizamos indicadores, esta tendencia se confirma, ya que la industria del wellness crece mundialmente a tasas anuales superiores al 10%, y en orden del 14% para el reciente segmento de “turismo wellness” (el doble de la tasa de crecimiento del turismo tradicional). <sup>6</sup>

Anteriormente, opciones como gimnasios, deportes, yoga, salir a correr o consultar a nutricionistas eran las principales alternativas para mejorar la salud de las personas. Ahora las aplicaciones de este tipo, también lo son.

1 <https://www.iprofesional.com/management/377729-rotacion-por-inflacion-planes-sociales-flexibilidad-y-demanda>

2 <https://www.ambito.com/negocios/empleo/el-drama-la-rotacion-y-la-escasez-talento-n553568>

3

<https://www.infobae.com/economia/2023/02/12/crece-la-tendencia-entre-los-nuevos-trabajadores-a-buscar-contrataciones-cortas-y-de-alta-rotacion/>

4

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/dt\\_5\\_-\\_evolucion\\_del\\_trabajo\\_remoto\\_en\\_argentina\\_desde\\_la\\_pandemia\\_1.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/dt_5_-_evolucion_del_trabajo_remoto_en_argentina_desde_la_pandemia_1.pdf)

5 <https://mercadofitness.com/ar/en-2030-el-mercado-de-aplicaciones-fitness-alcanzaria-120-370-millones-de-dolares/>

6 <https://www.digitales.es/blog-post/el-imparable-auge-de-la-economia-del-wellness/>

Hoy en día, las aplicaciones de salud y fitness ofrecen una amplia gama de funcionalidades, desde seguimiento de actividad física hasta monitoreo del sueño y ritmo cardíaco. Algunas proporcionan rutinas de ejercicios personalizadas, con o sin equipamiento adicional, además de comunidades virtuales donde los usuarios comparten experiencias y se brindan apoyo mutuo.

Estas aplicaciones están principalmente destinadas para su uso en smartphones, permitiendo a su vez integrarse con dispositivos de uso continuo, como relojes inteligentes, brazaletes, etc.

Dentro de los principales motivos de porque este tipo de aplicaciones son elegidas por los usuarios encontramos.

- Facilidad de uso.
- Simplicidad para reproducir en ellas contenidos y videos explicativos que facilitan la adopción del usuario.
- Features de Salud ofrecidos por Smartphones: geolocalización, Marcapasos, medición de tensión arterial, test auditivos, saturación de oxígeno en sangre, electrocardiograma, y hasta la posibilidad de prevenir infartos y otras enfermedades si esta información es analizada por profesionales médicos.
- Compatibilidad con otras aplicaciones dentro del dispositivo.
- Fácil conexión con otros dispositivos wearables

Universidad de  
San Andrés

## Marco Conceptual y herramientas utilizadas.

### Herramientas utilizadas.

#### **Recopilación de datos e información.**

La recopilación de información se llevó a cabo con el propósito de realizar una investigación integral, haciendo uso de diversas fuentes tanto cualitativas como cuantitativas. Se recurrió a fuentes de investigación primarias y secundarias.

Es decir que se recolectó información de manera directa para satisfacer las necesidades del proyecto y otorgarle credibilidad.

Se consideraron también artículos pertinentes sobre los temas abordados en este trabajo, obtenidos tanto de Internet como de la base de datos de la universidad.

Respecto a las lecturas provenientes de Internet, se distinguieron dos tipos. Por un lado, se incluyó aquellos redactados por expertos en la materia, publicados en revistas académicas. Por otro lado, se consideraron las encuestas detalladas en Anexo al presente trabajo.

También se accedió a artículos provenientes de foros o revistas generales que recomiendan aplicaciones relacionadas con el bienestar, la salud y prácticas de recursos humanos.

Además, se llevaron a cabo entrevistas a profesionales de la industria para indagar sobre sus opiniones respecto a los desafíos del sector, el progreso tecnológico y el uso de aplicaciones similares a la que estamos desarrollando. Estas entrevistas buscan aportar respuestas a las preguntas planteadas en este proyecto, y se encuentran en anexo adjunto al presente.

## **Diseño.**

En la etapa de diseño del producto se realizaron encuestas en profundidad, focus groups, pruebas de usabilidad, entre otras técnicas.

Para realizar la validación del negocio se realizaron test, experimentos en el marco de metodologías ágiles, como así también distintos tipos de pruebas e investigaciones.

Dichos testeos fueron realizados con mucho esfuerzo buscando dirigirnos al público objetivo que en el proceso de construcción de producto iba aflorando.

Es por ello que nos enfocamos en los siguientes perfiles: empresarios, directivos, empleados, gerentes, HR Partners, preparadores físicos, kinesiólogos, profesores de múltiples disciplinas, especialistas de IT y desarrolladores, etc, enfocándonos fuertemente en estos últimos.

En el marco de la investigación de mercado, en instancias exploratorias, validamos nuestra hipótesis de negocio a través de distintos experimentos y testeos. Construyendo con la información obtenida insights de valor, en relación con la oportunidad de mercado que fuimos construyendo.

A posteriori se realizó un exhaustivo proceso de Product Market Fit, con asistencia de distintos equipos y profesionales, para adecuar los servicios – producto a las oportunidades de mercado que fuimos detectamos.

### **Segmentación de mercado.**

Para poder identificar a quienes apuntaremos con nuestra solución, utilizamos como herramienta lo que comúnmente se conoce como creación de segmentación.

La construcción segmentaria es comúnmente empleada por los equipos de marketing con el propósito de delimitar el segmento objetivo al cual desean dirigir un producto o servicio. Esta práctica reconoce que al dirigirse a un subgrupo específico, se ignoran otros posibles interesados en el producto o servicio, los cuales, de ser considerados, se convierten en segmentos secundarios. La segmentación posibilita a los equipos de marketing la creación de mensajes adaptados de manera que el grupo identificado se sienta atraído e identificado con la propuesta de valor ofrecida.

Esta disciplina es crucial en la investigación, ya que facilita la identificación de distintos perfiles existentes en el mercado de aplicaciones. Además, permite la clasificación de los usuarios en diversas categorías.

La definición de estas categorías nos permitió en nuestra etapa de investigación identificar qué aplicaciones similares a las nuestras son utilizadas por grupos específicos, y detectar las cualidades o características que llevaron a las personas a elegir estas plataformas, e interpretar las razones detrás de su uso que son factores determinantes. Como la falta de tiempo o dinero para acceder a un gimnasio, o si responden a otro tipo de preferencias personales.

También nos permitió identificar y agrupar al grupo de empresas que serían capaces de adquirir nuestro servicio, identificando qué dolores y necesidades tienen en su management.

### **Estimación de Mercado.**

Para la estimación de Mercado y Demanda Potencial se utilizó el modelo TAM SAM SOM, top down.

## Análisis de Negocio.

Se llevó a cabo una evaluación del negocio mediante el uso del Business Model Canvas de negocio propuesto por Osterwalder, Yves y Clark (2010). Este modelo visual facilita la comprensión de los fundamentos de un negocio de una manera directa. Constituye una herramienta que simplifica la explicación del negocio, abarcando nueve categorías que se enfocan en los elementos fundamentales para el éxito de un emprendimiento, tal como se detalla a continuación:

(h) Asociaciones claves	(g) Actividades claves	(b) Propuesta de valor	(d) Relación con los clientes	(a) Segmentación de mercado
	(f) Recursos claves		(c) Canales	
(i) Estructura de costos		(e) Fuentes de ingresos		

- A. Señala el o los segmentos a que buscarán satisfacer en el mercado.
- B. Se enfoca en qué problemas del segmento seleccionado se resuelve y de qué manera.
- C. Qué canales son utilizados para llevar la propuesta a los clientes.
- D. La relación que mantienen con el cliente, antes, durante y después de la entrega del servicio.
- E. Cómo se generan los ingresos.
- F. Son aquellos activos que se necesitan para poder hacer entrega de la propuesta de valor.
- G. Qué actividades necesito desarrollar con mis activos para poder hacerlo.
- H. Aquellas personas/compañías externas que ayudan al desarrollo exitoso de la propuesta.
- I. Los costos que se generan para poder hacer el negocio posible.

## **Proceso creativo.**

El diseño de este producto tuvo 4 ejes troncales previo a la salida a producción de nuestra versión de la app.

**Estos 4 grandes ejes se separaron de la siguiente manera en forma secuencial.**

### **1. Exploración y Testing.**

Tuvo como objetivo la detección de nichos de mercado con potencial que nos permitan llevar adelante una iniciativa de negocio rentable. Para lo cual se realizó una profunda investigación de mercado, buscando validar nuestra hipótesis. La cual profesa que “Un empleado con equilibrio entre su vida personal y su trabajo, cambia menos veces de empleo”.

### **2. Análisis.**

Para la interpretación de datos e información que nuestra exploración fue arrojando, se contó con la ayuda de numerosos profesionales de distintas disciplinas que aportaron su tiempo para la construcción de insights de valor por sobre los que se basaron nuestros primeros postulados de negocio.

### **3. Diseño de Producto.**

Se llevó a cabo un proceso de Product Market Fit en el que ajustamos el producto en el mercado basándonos en el feedback de los potenciales usuarios, permitiéndonos esto evaluar la rentabilidad potencial futura.

Nos centramos en 3 pilares.

- Que solucione o contribuya a resolver el problema que queremos resolver.
- Que los potenciales clientes para nuestro producto estén dispuestos a pagar por él.

- Mercado lo suficientemente abierto y amplio que permita la entrada y crecimiento de nuestro producto.

#### 4. Lanzamiento de primer MVP.

Salida al mercado con la versión inicial de nuestra app, en donde contamos con los siguientes features.

- Log In.
- Creación de perfil de bienestar.
- Visualización de Contenido en formato video.
- Visualización de streaming.
- Registro de hábitos diarios.



## El Cliente.

### Introducción.

Cada día se acrecienta más la responsabilidad de las empresas sobre el estrés laboral, siendo un verdadero tema corporativo como hacer frente a esta problemática; en un mundo que cada día demanda más productividad.

Luego de la pandemia las compañías y los trabajadores cambiaron significativamente. Los empleados comenzaron a demandar cosas distintas y las compañías también.

La pandemia nos enseñó a las personas sobre el valor del tiempo libre, nos mostró el camino de cómo dedicarnos más a nosotros mismos. Esto contribuye a que los trabajadores demanden cada vez más y mejores beneficios para las posiciones en relación de dependencia.

En concreto, los trabajadores demandan más beneficios, más bienestar, y más tiempo dedicado al ocio, en un mundo donde se observan cada vez más manifestaciones globales, como el burnout, estrés laboral profundo, y distintas patologías relacionadas con la salud y el trabajo.

Según un informe confeccionado sobre el sector de trabajadores asalariados <sup>1</sup> del Conicet, el 30,3 por ciento de los trabajadores que realizaron tareas de carácter virtual sufrieron una fragilización de las condiciones de trabajo, incremento en la carga de tareas, aumento en el tiempo de trabajo y rebaja en el salario o mantenimiento del mismo salario. <sup>2</sup>

“El 62% de los trabajadores que disfrutaban de wellness corporativo aumentan su productividad y el 50% de ellos reduce su absentismo por enfermedad”, según reveló Hays Journal el pasado mes de junio de 2021

En Colombia, una encuesta de Conciliación de Vida Laboral, Familiar y Personal de la ANDI (Adm. Nacional de Empresarios de Colombia) arrojó en un estudio realizado en medio de la pandemia, que el **57 % de los encuestados afirman que las jornadas laborales han sido en promedio mayores a ocho**

---

<sup>1</sup> <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2020/07/informe-encuesta-montes-1.pdf>

<sup>2</sup>

<https://www.conicet.gov.ar/el-trabajo-en-tiempos-del-covid-19/#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20informe%20confeccionado%20sobre.en%20el%20salario%20o%20mantenimiento>



**horas diarias.** Específicamente el 61% de las mujeres y 53 % de los hombres han visto aumentadas sus jornadas de trabajo.. Este fenómeno que no se detuvo con las flexibilizaciones de la pandemia de Covid 19, es uno de lo tanto que impulsa la necesidad de contar con herramientas o actividades que propendan al bienestar y equilibrio entre vida personal y laboral. <sup>3</sup>

### Hipótesis inicial del modelo de negocio.

Basándonos en el contexto actual del trabajo, y los cambios que continuarán como tendencia, decidimos crear una app donde los empleados pueden encontrar un abanico de actividades que le permitirán mejorar su estrés laboral y encontrar una mejor manera de tener un worklife balance, combinado con una agenda de actividades físicas que pueden ser realizadas en forma presencial, virtual o vía streaming.

Pensando el negocio desde la mirada empleadora, con nuestra herramienta perseguimos mejorar la salud y la productividad de los empleados, reducir el costo total de la atención médica proporcionada por el empleador, y por sobre todo reducir índices de rotación mejorando el engagement del empleado para con la compañía, alargando su vida dentro de la misma.

### Descripción las necesidades y problemas que intentamos resolver,

Hay una divergencia natural entre lo que quieren los empleados y sus empleadores. Por ello que decidimos realizar una aplicación que aporte valor a ambas partes de la relación, llevando soluciones a ambos lados, y buscando equilibrar ambos lados de la fuerza.

Las empresas de tecnología en la región tienen un problema creciente de retención de talento. En esta línea se prevé que el ritmo de rotación de los empleados a nivel global aumentará considerablemente. Así lo muestra la investigación realizada por la consultora Gartner <sup>1</sup> que indica será de un 50% a un 75% más alto que lo experimentado antes de la pandemia.

Situación que se vuelve más compleja cuando se trata de compañías de tecnología, donde los empleadores reportan fuertes dificultades para atraer y retener talento humano calificado. En el mismo orden, la escasez de perfiles digitales en Latinoamérica alcanzó un 48 % en 2021, según un informe de la firma británica PageGroup.

---

<sup>3</sup><https://forbes.co/2021/06/15/capital-humano/como-las-empresas-pueden-equilibrar-la-vida-laboral-y-personal-de-sus-colaboradores/>

La industria tecnológica sabe que la rotación laboral es un problema global, el cual como explicamos anteriormente, en nuestro país se acentúa aún más por variables de contexto <sup>2</sup>

1- <https://www.gartner.es/es/articulos/las-tendencias-sobre-el-lugar-de-trabajo-que-los-responsables-deben-abordar>

2- [https://www.clarin.com/tecnologia/crecio-demanda-programadores-argentina-sueldos-40-encima-promedio\\_0\\_ITO-7G0VD.html](https://www.clarin.com/tecnologia/crecio-demanda-programadores-argentina-sueldos-40-encima-promedio_0_ITO-7G0VD.html)

Por otro lado el mercado laboral actual presenta a la modalidad de trabajo híbrido como una gran estrategia a implementar, buscando desarrollar un esquema de trabajo superador al “home office” obligado por la pandemia que vivimos en el pasado.

Hoy queremos que los empleados tengan la flexibilidad de trabajar desde lo virtual y no sientan la presión de acudir a la oficina cinco días a la semana, durante ocho horas al día.

Esto crea un equilibrio entre las actividades que se pueden realizar de forma remota y aquellas que implican o ameritan presencia en la oficina.

En definitiva, el modelo de trabajo híbrido combina los beneficios de trabajar en casa, con la interacción en oficinas físicas.

Universidad de

Así, las personas trabajan más enfocadas en objetivos, no sólo aprendiendo a manejar su tiempo, sino también alcanzando mayores capacidades, que se traducen en mayor productividad, responsabilizándose de manera distinta con relación a su entorno, de acuerdo con sus necesidades y objetivos.

La modalidad híbrida definitivamente ayuda a mantener el equilibrio entre la vida personal y la profesional.

Otro aspecto vital en el que las organizaciones deben trabajar para mantenerse en un mercado cada vez más competitivo, es en la formación de sus empleados. Invertir en el desarrollo del talento y hacerlo a través de programas de gestión del conocimiento e innovación, que aparte de la ejecución de los planes integrales de desarrollo, implican la participación en instancias de formación dentro o fuera de la compañía.

Al mismo tiempo se requieren programas que protejan al empleado del estrés laboral, enfermedades laborales emergentes y tendencias mundiales como el burnout.

Por otro lado, una de las estrategias más importantes es ofrecer engagement laboral. O sea, el sentimiento del empleado de formar parte de algo, generar lazos e identificación con los valores de la empresa a través de un sistema de lealtades que oriente el equipo del que es parte. Además, está relacionado con el apoyo y el esfuerzo de la organización para fomentar ese sentido de pertenencia que siempre debe caracterizar a una compañía.

En otras palabras, lo más importante es el desarrollo de los empleados para crecer en autonomía y capacidad. Por eso, el diseño de una propuesta de valor para los colaboradores en términos de flexibilidad laboral, trabajo en esquema híbrido, evaluación salarial competitiva y beneficios, que impliquen actividades de bienestar, salud y recreación, son fundamentales al momento de escoger la permanencia en una organización.

Habiendo detectado estas oportunidades para ambos lados del vínculo laboral, elaboramos nuestra solución, que pretende llevar bienestar, salud y equilibrio a empleados, y resultados de negocio e insights de valor para empleadores.

## Segmentos de clientes

Nuestro proyecto cuenta con numerosos perfiles de clientes a los que podemos enfocarnos, ya que se trata de un aplicación que sirve para empresas multipropósito, y no solo de tecnología.

Esta versatilidad del producto nos permitirá a futuro escalar nuestro servicio a distintas organizaciones, industrias, mercados y segmentos de clientes.

Pero decidimos comenzar de a poco, y enfocarnos solo en dos segmentos, con la mirada puesta en que en nuestros primeros pasos es preferible ir de menos a más, equivocándonos y aprendiendo en chico, para luego escalar a otros segmentos y mercados más grandes.

Para identificar en forma primaria a los clientes potenciales de nuestra solución, nos enfocaremos en principio en analizar a los trabajadores de industrias IT de entre 18 y 40 años que sean usuarios de aplicaciones de fitness, o que también usen aplicaciones relacionadas.

Nuestras entrevistas iniciales dieron como resultado, que en un principio parecería haber dos grandes grupos de usuarios finales de nuestra aplicación.

Empleados.

1. Aquellos que la usarían para fines específicos de fitness.
2. Aquellos que valorarían visualizar contenido en vivo que los acompañe con su día a día (clases de cocina, talleres, charlas interactivas en vivo).

Empresas.

1. Los interesados en solo ofrecer una aplicación de wellness y bienestar como beneficio para sus empleados.
2. Empresas interesadas en trabajar activamente sobre los insights generados por nuestra herramienta, demandantes de planes de bienestar armados a medida. Este último grupo es en el que nos enfocaremos.

### Criterios de segmentación.

Nuestro modelo de negocio será B2B2C. Por lo que abordaremos nuestros criterios de segmentación con una mirada B2C y B2B, incluyendo los siguientes criterios para la construcción segmentaria.

#### **Users - B2C.**

Geográficos: Personas empleadas de empresas de tecnología radicadas en CABA, con uso de smartphone.

Edad y género: El género predominante en el uso de aplicaciones similares a las nuestras es de hombres preponderantemente. Teniendo estos una adopción del 60% concentrado en un rango de edad que va de los 20 a los 40 años.

El 40% restante es para mujeres con un rango de edad de los 18 a los 35 años.

El grupo más activo en el uso de aplicaciones de bienestar se sitúa entre los 18 y 35 años.

Socioeconómicos: La mayoría de nuestros potenciales clientes se ubican en el target de personas de clase media, con una estabilidad económica que les permite acceder a aplicaciones a través de teléfonos móviles y pagar diversos servicios de suscripción.

Psicográficos o Comportamentales: Los motivos de uso difieren entre quienes buscan mejoras en su salud y los que lo hacen por fines de recreación. La primera categoría tiende a ser más consciente y frecuente en su actividad, mientras que la segunda puede depender más del tipo de contenido que tenga disponible, y cuán atraído se sienta a él.

Estilos de vida: Los usuarios buscan llevar una vida saludable, ya sea a través de la alimentación, el ejercicio o ambos, en pos de sentirse bien consigo mismos y atractivos.

Los horarios y la disponibilidad influyen en el tipo de actividad que desarrollarían. Identificando como grandes grupos a quienes harían actividades híbridas (presenciales y virtuales), de quienes solo eligen la modalidad virtual.

Valores: Buscan ser saludables, creen en la vida en equilibrio y en un futuro mejor. También creen que el wellness no sólo brinda beneficios corporales, sino también mentales. Buscan envejecer de la mejor manera posible

Motivaciones: Buscan un cuerpo más saludable, encajar en la sociedad y mejorar su rendimiento físico. Estas metas se manifiestan en momentos puntuales del año, como en la primavera, coincidiendo con picos de demanda en la industria.

Por otro lado, los consumidores de contenido buscan actividades que les permitan conectar con mejorar su día a día en el hogar. Por ello se muestran interesados en charlas, talleres y espacios que aborden su everyday.

Actitudes, percepciones y preferencias: Los usuarios parecen preferir ejercitarse en casa utilizando aplicaciones para monitorear su progreso. La comodidad, los horarios complicados y la afinidad con la tecnología influyen en esta elección. Estarían dispuestos a realizar actividades presenciales, en tanto y en cuanto pares o referentes dentro de sus organizaciones, los motiven a hacerlo.

Sensibilidad a las 4 P del MKT: Las variables de marketing mix son producto, precio, plaza y promoción.

Identificamos que en la gran mayoría de los casos quienes usarían nuestra aplicación lo harían en una versión gratuita, o siendo pagada por su empleador.

Y que en caso que esta no fuera gratuita solo un pequeño grupo estaría dispuesto a pagar por servicios o contenido adicional. Este último grupo suele ser más adulto y económicamente más estable.

## **Empresas - B2B.**

Se identificaron grupos valiosos de interés: El primero y que más interés manifestó fueron las empresas de tecnología, que podrían adquirir información valiosa de estas aplicaciones para la construcción de estrategias de RR.HH, obteniendo herramientas que ayuden en la toma de decisiones y aporten resultados de negocios.

Por otro lado se identificaron otros grupos de interés, tales como organizaciones relacionadas a la salud, seguros, planes de retiro, empresas de medicina prepaga, hospitales u obras sociales, podrían beneficiarse al usar estos datos para diseñar productos y servicios, ajustar precios o medir la eficacia de políticas de salud.

## **Criterios de segmentación.**

### Segmentación del mercado por actividad

En este primer tipo de segmentación identificamos diferentes empresas pertenecientes a una misma actividad económica. Para ello utilizamos la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

### Segmentación geográfica de empresas B2B

Utilizamos el criterio geográfico de las operaciones del negocio, enfocándonos en esta primera etapa en empresas ubicadas en el ámbito del AMBA de la ciudad de Buenos Aires, ya que es donde se concentra la mayor cantidad de empresas de nuestro mercado objetivo.

En resumen, existen dos grandes grupos de clientes: los que disfrutan del servicio de las aplicaciones y los potenciales compradores de la información generada por los usuarios.

Luego de todo este análisis hemos definido como segmentos enfocarnos como target en **dos perfiles** a los que llamaremos.

**Jóvenes IT** > Personas entre 18 y 40 años en los que dominan por sobre todos los perfiles de desarrolladores de software, analista, y QA en niveles entre junior y senior.

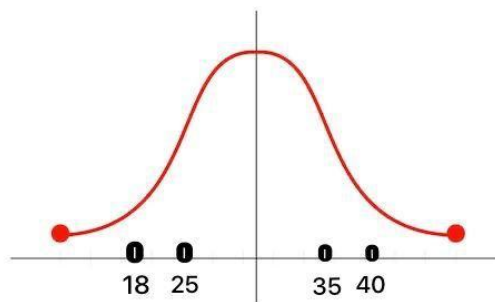
**Pymes IT** > Empresas de tecnología radicadas en AR. enfocándonos principalmente en consultoras y desarrolladoras de software, que proveen en forma temporal perfiles IT para proyectos de tecnología locales y extranjeros, con hasta 200 empleados. Y ubicadas geográficamente en el AMBA de la ciudad de Buenos Aires.

**¿Por qué nos enfocaremos en ellos? ¿qué problemas o necesidades insatisfechas tienen estos segmentos?**

### Jóvenes IT.

El rango etario de los desarrolladores se ubica entre los 18 y los 40 años preponderantemente en nuestro país.

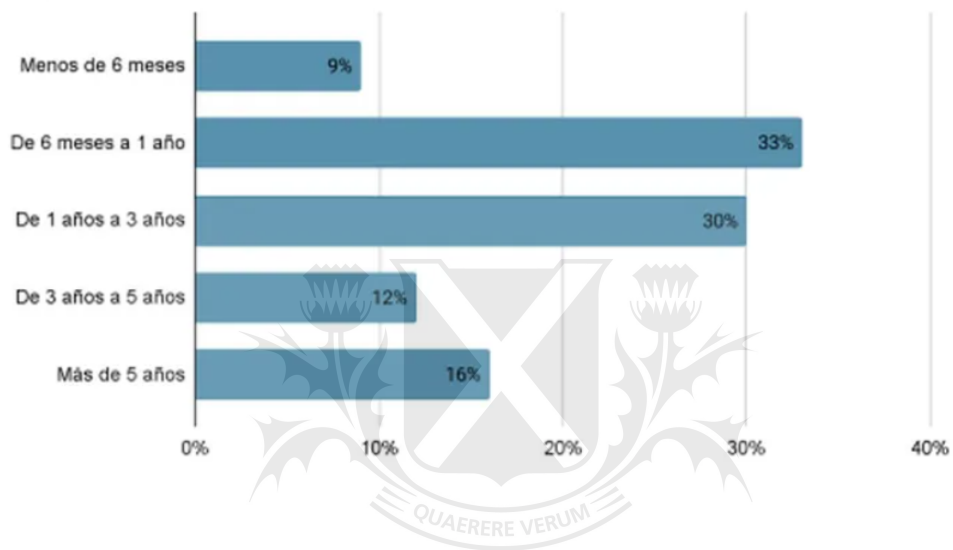
Para validar parte de esta información, nos acercamos a empresas referentes de nuestro segmento objetivo, y solicitamos para nuestra investigación analizar la nómina de empleados. Logramos acceder a datos de algunas empresas referentes de nuestro segmento, pudiendo validar que alrededor del 80% de perfiles IT de empresas pyme de tecnología tienen una distribución normal que va entre 18 y 40 años. Lo cual se representa en presente gráfico:



Los motivos de negocio que nos motivan a centrarnos en este segmento en particular, fue que se trata de perfiles ubicados en un nicho de mercado con alta rotación.

Según datos de un estudio privado publicado por Ambito Financiero <sup>1</sup> el 72% de los argentinos cambia de empleo dentro de los 3 años.

### ¿Cuánto tiempo permanecen en promedio los talentos en las organizaciones?

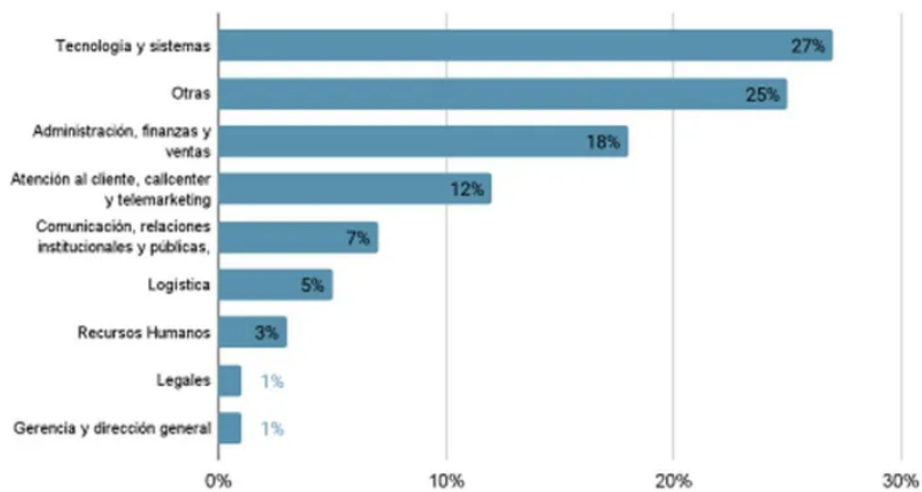


1-

<https://www.ambito.com/negocios/empleo/el-drama-la-rotacion-y-la-escasez-talento-n5535683>

El mismo estudio indica que la industria que más rotación de personal tiene en nuestro país, es la de tecnología y sistemas.

### ¿En qué áreas de las organizaciones argentinas se observa una mayor rotación?





Estos datos no hacen más que reflejar una realidad que cualquier persona vinculada al ámbito IT de Argentina conoce. Y es la alta rotación y deserción que se sufre en el sector.

Es por ello que decidimos enfocarnos en este segmento y en el de sus empresas empleadoras. Ya que entendemos que con nuestro producto podemos ayudar a las compañías a disminuir niveles de rotación y deserción.

### **Pymes IT.**

En el otro sentido, y teniendo la mirada puesta en los empleadores, definimos enfocarnos en empresas con actividades de desarrollo software y tecnología. Preponderantemente consultoras de software, y desarrolladoras (SSI) radicadas en Argentina.

Como parte del go to market plan, en nuestros primeros meses nos acercaremos solamente con nuestra propuesta a empresas del AMBA de la ciudad de Buenos Aires.

Nuestra intención es aprender de estos segmentos, entender bien su comportamiento, motivaciones e incentivos, para luego ampliar a otros segmentos, habiendo capitalizado el aprendizaje inicial.

### **Cómo próximos segmentos a apuntar podemos citar:**

**Silver IT** > Profesionales entre 40 y 50 años en donde se agrupan los mandos medios, tales como ingenieros de soluciones, especialistas, Team Leaders, UX/UI en los que nos centraremos tiempo adelante.

**Big IT** > Empresas con más de 2000 empleados. Apuntamos a grandes corporaciones internacionales, con alta nómina de empleados, perfiles con diversos enfoques, y que brinden servicios a través de ellos a proyectos locales y extranjeros.

### **Mapa de Empatía.**

Consecuencia de nuestro proceso de investigación de mercado, se creó un mapa de empatía como herramienta para la construcción del modelo de negocio.

Visto nuestro enfoque, se decidió construir el mismo orientado al **segmento B2B**, ya que con nuestra investigación buscamos empatizar con el perfil de decisor/comprador de nuestra solución es el segmento de empresas.

### Insights sobre el perfil.

Puede ser empleado de una empresa multinacional, dueño de una Pyme, HR Manager, Líder de un círculo de servicio de Personas, Socio de una empresa, Gerente de RR.HH. .

Es alguien a quien le preocupa la alta rotación de empleados. Sabe que sus empleados volvieron a la oficina después de la pandemia y necesita herramientas para mejorar su gestión.

¿Qué piensa ?	Piensa en cómo puede aumentar la productividad de su empresa. Tiene que diseñar una estrategia para retener talento en su compañía, necesita generar resultados que aporten al negocio. Le emociona que le vaya bien en su carrera laboral, está aprendiendo de temas de negocio, y le molesta que las cosas no salgan como él quiere.
¿Qué oye?	Oye que tiene que cumplir sus objetivos, que debe alcanzar OKR y KPI, que tiene que incrementar la productividad, que tiene que bajar costos por rotación de empleados. Tiene que adaptar su compañía a la nueva realidad post pandemia. Escucha podcast sobre management de RR.HH. Lee revistas especializadas, y diarios online.
¿Qué ve?	Ve métricas que tiene que mejorar, empleados que tiene que motivar, gente desganada, empleados con estrés laboral. Ve la necesidad de hacer cambios, pero no sabe exactamente qué cambiar y cuándo. Ve la necesidad de crear estrategias en relación a la gestión de las personas.
¿Qué dice?	Dice que quiere resolver sus problemas rápidamente. Dice que necesita resultados rápidos, que tiene que alcanzar determinados objetivos, que quiere ver a sus empleados en mejor equilibrio en su vida laboral/personal. Dice que debe adelantarse a lo que viene.

Esfuerzos	No quiere gastar en algo que no le sirva. No quiere fallar en su estrategia. Ha investigado muchas alternativas para mejorar el clima laboral, pero aún no sabe que sería conveniente aplicar en su empresa.
Resultados	Tendrá mayor productividad y como consecuencia, mayores ventas. Mejorará el clima laboral, la marca empleadora. Verá a sus empleados más contentos. Tendrá menos rotación de personal y menos gastos de onboarding y formación.



Universidad de  
**San Andrés**

## Arquetipo de persona - Buyer Persona.



**PAULA GARCIA**  
# EL CLIENTE PERFECTO

**DESAFÍOS**

- Continuar siendo exitosa e innovadora.
- Buscar nuevas prácticas de HR que sean replicables.
- Ejecutar estrategias que le traigan resultados de corto plazo.

**PASATIEMPOS E INTERESES**

Le gusta leer.  
Ama su teléfono móvil.  
Sale a correr todas las tardes .

**ANTECEDENTES**

Utiliza internet desde su celular.  
Posee ingresos medio/alto.  
Desde pequeña toma decisiones, no siempre basadas en datos.  
Conoce mucho de HR, pero hace poco que está en este rol.

**DEMOGRAFÍA**

Paula tiene 35 años.  
Vive en Buenos Aires, en el límite entre capital y provincia.  
Es mamá de Gerónimo de 5 años.

**OBJECIONES COMUNES**

- No confía en los resultados de este pido de herramientas.
- No sabe si este plan va a brindarle los resultados que ella espera.
- En principio lo ve como "un gasto más"

**OBJETIVOS**

- Destacarse en lo que hace.
- Hacer eficiencia dentro de su empresa.
- Pagar menos

**GRANDES TEMORES**

- Que no le vaya bien.
- Pagar por algo que no está segura que vaya a servir.
- Tener renuncias masivas o de varios colaboradores juntos.

Universidad de San Andrés

## Proceso de validación de la necesidad.

Para validar la necesidad de nuestro servicio, se realizó una investigación de mercado, en donde nos propusimos poner principal foco en la calidad de las respuestas, y no en la cantidad.

Estando convencidos que era más importante obtener respuestas de personas que serían posibles usuarios de nuestros servicios, a tener mucha cantidad de respuestas de perfiles que quizás no eran relevantes para nosotros.

Con esa premisa, nos propusimos por un lado validar si el perfil de clientes al que apuntamos como segmento (Jóvenes IT) percibirán como valor agregado que su empleador les disponibilice una aplicación de wellness como la nuestra.

También nos acercamos a empresas del target de mercado al que creíamos que debíamos apuntar, con el objetivo de validar si los decisores y compradores en este segmento de empresas, estarían dispuestos a tomar decisiones en favor de pagar por un servicio como el nuestro para su nómina de empleados. Y si perciben valor real en la información y servicios que de nuestro lado podríamos aportar.

## Insights.

Estos fueron los principales insights hallados en nuestros segmentos target.

### Jóvenes IT

**84%** cree que debería contar con el beneficio de una app de wellness.

**76%** se siente menos propenso a cambiar de empleo si puede integrar su trabajo con su vida personal.

**84%** manifiesta que sentirse cuidado por su empresa lo predispone a quedarse.

**94%** reconoce que por lo sedentario de su actividad tiene que hacer actividad física.

*"Sería genial que mi trabajo me ayude a mejorar salud física"*

*"A pesar de una mejor propuesta económica, si me siento bien en el empleo en donde estoy lo pensaría dos veces"*

*"Uno se queda donde se siente cuidado y valorado"*

*"Si mis compañeros realizarían actividades, es mucho más probablemente me enganche a hacerlas"*

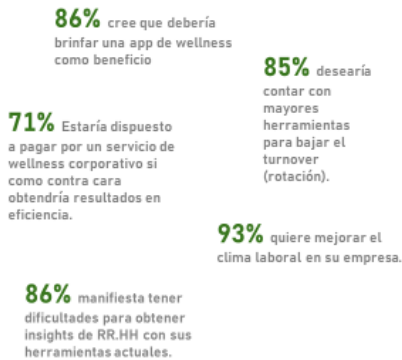
*"Me gustaría que nos ofrezcan algo que a la mayoría nos guste hacer"*

*"Si integraría bien mi trabajo con mi vida personal, sería mi empleo ideal"*



Universidad de San Andrés

## Pymes IT



*"En la escena local sabemos que por la crisis estamos flojos de beneficios"*

**"Sabemos que indirectamente nuestros empleados hoy nos demandan estas plataformas"**

*"La principal falla de este tipo de aplicaciones, es que no te aportan datos de valor para las áreas de RR.HH... nunca puedes cuantificar cuanto te aportan..."*

**"No veo a nadie explotando los datos de los empleados en favor del negocio"**

*"Yo pago por una app de estas para mis empleados, pero a mi como empresa nunca nadie me vino a mostrar en que me aporta... la tengo porque el mercado la pide"*

**"Me gustaría ofrecerles algo que haga que mi gente se sienta mejor"**

Información detallada en Anexos

## Conclusiones.

Nuestro trabajo nos permitió validar la necesidad de los empleados de contar con herramientas que ayuden a mantener su equilibrio personal y laboral. El 84% de los encuestados manifestó desear que una aplicación similar a Trancapp sea ofrecida dentro del paquete de beneficios por su empleador.

El 64% de los perfiles de empleados encuestados manifestó que usaría activamente una aplicación similar a la nuestra si su empleador se la dispondría en forma gratuita.

También pudimos validar que no solo le interesan las actividades virtuales, sino que estarían dispuestos a realizar actividades presenciales, y más si es en compañía de sus compañeros de trabajo. Siendo esto quizás la punta del iceberg para comenzar a trabajar aspectos de clima organizacional.

Entendimos que el wellness no es solo actividad física y fitness, sino que es todo aquello alrededor de nuestra raza que nos da bienestar. Y es por eso que gracias a nuestra investigación detectamos que nuestro segmento Jóvenes IT también valoraría que disponibilicemos contenido que se relacione con su día a día y que le aporte valor desde ese lugar, más allá de entrenamientos y actividades con foco en la salud. El bienestar no es sólo actividad física.

Así detectamos como oportunidad de negocio brindar un servicio de streaming de clases de cocina, coctelería, jardinería en departamentos, clases de pequeños arreglos en la casa, etc en franjas horarias que van por fuera del horario laboral. Siendo estas valoradas por por nuestro segmento target.

También intentamos validar si nuestra metodología de trabajo sería en principio bien recibida, ya que parte de nuestra propuesta de valor depende de trabajar conjuntamente con las organizaciones, para poder generar contenido y actividades de valor. En esta línea y a instancias de dar nuestros primeros pasos, necesitamos organizaciones permeables a aportar datos y recursos para poder construir un producto a medida de sus necesidades generales de nuestros segmentos.

Sabiendo que para eso necesitamos apoyo interno para poder desplegar nuestra metodología de trabajo, y obtener insights que nos permitan desarrollar un producto exitoso.

También validamos con perfiles **empresarios**, si estarían dispuestos a pagar por un servicio que mejore el clima laboral, y disminuya niveles de rotación de empleados. Obteniendo como respuesta en general, que los decisores **están dispuestos a pagar, siempre que los beneficios y resultados sean tangibles, y no superiores a los costos instalación y manutención del sistema.**

Identificamos también que al menos en este nicho de mercado, las organizaciones gestionan activamente el clima laboral, pero no así el bienestar de sus empleados. pareciendo no percibir la estrecha relación que existe entre bienestar e índices de rotación y deserción.

También obtuvimos como insight que las organizaciones de nuestro segmento, manifiestan tener un **fuerte apetito por disminuir la rotación** de empleados, siendo este un verdadero problema en la actualidad.

Cada vez que un nuevo colaborador se suma a una organización con foco en tecnología se invierten horas de onboarding, formación, capacitación y aprendizaje para que la persona pueda sumarse rápidamente a un nuevo proyecto. La ecuación es simple, a mayor rotación, menos recupero y retorno de esa inversión.

Pudimos identificar casi un consenso en las organizaciones y sus líderes, quienes saben que deben ocuparse del bienestar de sus empleados. Pero se declaran sin herramientas, y muchas veces sin ganas de ponerle foco a estos temas. Tampoco desean crear estructura interna, ya que no se sienten competentes muchas veces para abordar en forma propia la gestión de estos aspectos de sus empresas.

Esto no hace más que poner en manifiesto la oportunidad para que nosotros con nuestra propuesta encontremos mercado.

## La Propuesta de Valor.

Las aplicaciones de salud y fitness nacieron para ayudar a los usuarios a llevar un estilo de vida más saludable, ya que pueden proporcionar información sobre la calidad del sueño, los pasos caminados, el tiempo que se pasa sentado, cantidad de calorías consumidas, cantidad de escalones subidos, tiempo activo vs tiempo sedentario, entre otros aspectos. Vivimos un momento como sociedad mundial en el que cada día más personas se vuelvan a prácticas de bienestar con una mirada holística y de sustentabilidad.

Pocas de estas aplicaciones ofrecen datos de valor sobre los comportamientos físicos de poblaciones. Y es ahí donde Trancapp hace la diferencia.

Buscamos construir conjuntamente con las organizaciones insights e información de valor a partir de los datos, registros y estilo de vida de sus empleados, sin perder la confidencialidad de los datos, y la mirada en el bienestar de las personas.

### ¿Por qué Trancapp?

- No somos solo una app. Somos un programa integral de bienestar, conformado por un equipo de profesionales que interactuando con la tecnología, ofrecemos soluciones a la medida de tu empresa, y tu bienestar.
- Nuestra APP ayuda a los empleados a tener una vida más equilibrada y alejarse del sedentarismo propios de nuestra actividad.
- Construimos contenido a demanda, pero también contenido demandado. Y eso nos hace distintos.
- Generamos insights accionables sobre tus empleados y su bienestar que ayudan a bajar la rotación, el burnout y el estrés laboral.
- Custom Made Product: El producto somos nosotros, pero la medida sos vos. Por eso customizamos nuestra propuesta para ambos lados (empleado y empleador) según la necesidad y realidad de cada comunidad.



## ¿Que ofreceremos a los Users (empleados) que usaran nuestra App?

- Video Sesión: Contenido Premium; Charlas, Ted Sessions y entrevistas de alto valor, masterclass de infinidad de temas de interés, clases y sesiones famosas, y diversos contenidos premium para ver de manera asincrónica.
- ¿Te quedaste con ganas de más? Podes ver nuestros streaming y a futuro espacios presenciales relacionados con eso que más te gusta.
- Phygital Sessions: Se trata de una vibrante agenda virtual semanal con contenido agendado para seguir en streaming en vivo. Que va desde talleres de yoga, hasta clases de cocina live.
- Fisical Sessions: Se trata de clases, sesiones, talleres, y encuentros presenciales que realizaremos en forma presencial para que vivas en primera persona tu experiencia Trancapp.
- Buy Sessions: Se trata de sesiones pagas a pedido del usuario, tales como consultas psicológicas, médicas y de especialistas que podrán contratarse a demanda dentro de la app.
- Experiencia: todas nuestras actividades cuentan con un dinámico sistema de medición de satisfacción y reseñas, que nos permite día a día ir ofreciendo actividades y contenido que te conecta más con lo que queres.

## **¿Qué ofrece nuestra app para las organizaciones?**

Cuando llegamos a las empresas no lo hacemos como una app que “hay que descargarse”. Llegamos como un programa de bienestar que a través del uso intensivo de datos y tecnología, combinado con interacciones físicas, se unen para brindar una experiencia que mejora el bienestar de las personas.

Cada vez que nos sumamos a un proyecto, nos involucramos con la organización y sus objetivos.

Ayudamos a las organizaciones a identificar indicadores de negocio que podrían mejorar con nuestra solución, tangibilizando objetivos concretos, que fijamos con cada partner.

Fijando juntos el norte a seguir y los objetivos a alcanzar. De manera que su éxito, también sea el nuestro.

Adaptamos nuestra propuesta, y ofrecemos soluciones a la medida de tu empresa y del bienestar de tu empleados.

- Nuestra APP busca el bienestar de los empleados, mejorar el clima laboral, disminuir el estrés, y por sobre todo disminuir la rotación.
- No somos una app más de wellness. Somos una app de wellness que en su génesis está enfocada en equilibrar ambas fuerzas de la relación laboral.
- Construimos contenidos que son demandados por el perfil de clientes que tenemos. Generamos actividades que buscan adaptarse a la medida de lo que la organización demanda.
- Utilizamos los datos y generamos de manera proactiva información de valor que se transforman en insights. Que permiten tomar mejores decisiones, focalizar en dolores y oportunidades de mejora.
- ¿Acaso las personas no son lo más importante que tu compañía de desarrollo tiene? Entender lo que sucede con las personas ayuda a gestionar el recurso más valioso.

## El Product Market Fit.


### **¿Por qué nuestra propuesta haría match en el mercado? ¿qué hicimos para saberlo?**

El product market fit se creó como consecuencia de la iteración de encuestas con potenciales usuarios target.

Se llevó a cabo un proceso de Product Market Fit en el que ajustamos el producto en el mercado basándonos en el feedback de los potenciales usuarios, permitiéndonos esto evaluar la rentabilidad potencial futura.

Nos centramos en 3 pilares.

- Qué soluciones o aportes parcialmente a resolver el problema que queremos resolver.
- Que los potenciales clientes para nuestro producto estén dispuestos a pagar por él.
- Mercado lo suficientemente abierto y amplio que permita la entrada y crecimiento de nuestro producto.

<p>¿Qué problema intentamos resolver?</p>	<p>Para este enfoque, queremos ayudar a las empresas de tecnología a resolver su problema de alta rotación de empleados.</p> 
<p>¿Quién es el cliente?</p>	<p>Empresas pequeñas y grandes. B2B Aunque iniciaremos nuestras actividades poniendo foco en empresas Pyme, hasta capitalizar aprendizajes.</p>
<p>Surgeri una idea</p>	<p>Una app con diferentes programas para desconectarse. En la app te registras y haces un test de 5 minutos, en el que se define tu tendencia al estrés, tus patrones de pensamiento y tus hábitos.</p> <p>Te hace recomendaciones de entrenamiento, objetivos de salud, te ayuda a adquirir día a día hábitos saludables, recomienda clases de yoga, contenido fitness, etc.</p>
<p>¿Por qué nos interesa resolverlo?</p>	<p>Porque las personas se fijan cada vez más en aspectos que exceden el mero salario. Hoy en día hay un nuevo paradigma laboral que redefine la forma en que pensamos</p>

	sobre el trabajo, y eso lleva cada día más a que los empleadores deban cuidar su mano de obra calificada.
--	---

Luego del análisis de las entrevistas, experimentos y demás métodos utilizados para observar y entender a nuestros potenciales clientes. Encaramos un largo trabajo de análisis, validación, construcción y diseño de producto.

Nuestra propuesta de valor fue construida teniendo como base la investigación y el diseño hoja en blanco.

A partir de la detección de oportunidades, dolores, intereses, motivaciones y gains de los segmentos que fuimos identificando, elaboramos una propuesta de valor que hace fit con los segmentos en los que nos enfocaremos en la primera etapa.

Capitalizamos la información obtenida, los contactos que generamos y por sobre todo los aprendizajes que fuimos adquiriendo sobre este negocio y sus clientes para desarrollar una propuesta de valor y modelo de negocios que entendemos puede ser rentable, y aportar valor a empleados y organizaciones.

*Para validar el fit entre producto y mercado, utilizaremos el modelo de VPC (Value Proposition Canvas) que se desarrollará más adelante.*

San Andrés

## Tamaño de la Oportunidad y Mercado Objetivo.



### Tamaño de la Oportunidad



TAM

610 empresas empleadoras en Argentina. <sup>1</sup>



SAM

5710 Empresas de SSI en AR <sup>2</sup>

SSI = Software y Servicios Informáticos



SOM

4900 empresas de SSI en AR

1 – <https://biblioteca.produccion.gob.ar/document/download/535>

2 - <https://cessi.org.ar/wp-content/uploads/2023/07/Evolucion-indicadores-Software-2022.pdf>

Universidad de

San Andrés

### El contexto.

Dada la naturaleza de nuestro negocio y la vinculación que el mismo tiene con la salud, se decidió relevar de manera global las políticas de salud más relevantes, ya que son elementos integrantes de la industria bajo investigación y ejercen una gran influencia sobre ella.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), compuesta por 196 Estados miembros y asociados, proporciona una fuente principal para la primera sección de este análisis.

El 4 de junio de 2018, la OMS presentó un plan de acción global sobre la actividad física 2018-2030, resaltando la necesidad de intensificar los esfuerzos para reducir el sedentarismo y fomentar la salud. Este plan propone un conjunto de 20 medidas normativas destinadas a promover la actividad física, con la intención de crear sociedades más activas.

Se observa también un mayor enfoque sobre la obesidad en varias partes del mundo. Israel por ejemplo, implementa desde 2008 medidas para fomentar la actividad física y limitar el acceso a comida chatarra en las escuelas.

En Argentina, se han promulgado leyes similares, como una que regula el consumo de sodio, y la prohibición de venta de cigarrillos a menores de edad, sumado a otras modificaciones que se dieron en la ley antitabaco.

En resumen, vemos cómo las políticas gubernamentales reflejan una creciente preocupación por problemas de salud como el sedentarismo y la obesidad. Dado que este negocio se trata de una aplicación de bienestar, salud y fitness, se considera relevante este panorama de políticas públicas, ya que podría servir como guía para la adopción de medidas por parte de las compañías.

## La Industria.

El enfoque de benchmarking, reconocido como la investigación de las prácticas más exitosas en diversas industrias, se centra en identificar y adoptar las estrategias empleadas por las principales empresas competitivas con el propósito de mejorar el rendimiento propio.

Dicho esto, se analizó que en general las aplicaciones similares a las nuestra en la industria, identificando una serie de elementos comunes considerados fundamentales para competir en el mercado, los cuales debemos tener en cuenta en nuestro desarrollo de negocio.

Usabilidad: La simplicidad es clave, ya que la complejidad excesiva desanima a los usuarios, particularmente cuando buscan relajarse al final del día.

Imagen: La apariencia visual atractiva resulta más comercialmente viable en comparación con aquella que carece de atractivo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el concepto de belleza es subjetivo y está influenciado por la cultura predominante en una región específica.

Tamaño de la aplicación: Las aplicaciones más livianas tienden a superar a aquellas que ocupan mucho espacio, ya que compiten por el espacio en la memoria del dispositivo. No obstante, con el tiempo, la relevancia del peso de la aplicación disminuye debido a la disminución del costo del almacenamiento digital y el aumento del espacio de almacenamiento en dispositivos.

Notificaciones: Las aplicaciones con exceso de alertas y ventanas emergentes tienden a ser bloqueadas por los usuarios, lo que contrarresta su propósito de recordar ciertas actividades. Un nivel moderado de alertas es más efectivo para promover el uso de la aplicación y fomentar la actividad física.

Actualizaciones: Las actualizaciones regulares son esenciales para mantener la App bien posicionada en el mercado y mejorar la experiencia del usuario. Con el tiempo, las mejoras en dispositivos permiten ofrecer servicios más variados y mejores a los usuarios.

El **potencial** de estas aplicaciones de nuestra naturaleza radica en la **recopilación de información** diaria de sus usuarios.

La totalidad de datos recolectados por estos dispositivos puede resultar beneficioso tanto para entidades públicas como privadas. Esta información posibilita una gestión más eficiente de los recursos, ya que al comprender mejor las distintas comunidades, se pueden atender de manera más efectiva sus necesidades.

Y si bien el mayor desafío muchas veces se presenta por los dispositivos y formas en las que se recopilan estos datos. Vemos desde hace años, una fuerte tendencia global a digitalizar prácticas deportivas, o intermediar la misma a través de soluciones digitales, por lo que se ve a nivel mundial una industria floreciente, Más aún cuando gigantes digitales como Apple incorporan a sus ecosistemas anteojos y cascos de realidad virtual y realidad aumentada. Espacios que serán de mucho potencial para negocios como el nuestro.

San Andrés

## El negocio

**Value Proposition Canvas del Negocio.**

(h) Asociaciones claves	(g) Actividades Claves	(b) Propuesta de valor	(d) Relación con los clientes	(a) Segmentos de mercado
	(f) Recursos claves		(c) Canales	
(i) Estructura de costos			(e) Fuentes de ingresos	

#### A. Segmentos de mercado

El segmento fue definido en el análisis previamente desarrollado, en el cual se describen en detalle a los segmentos B2B y B2C que son posibles usuarios de estas aplicaciones y también los segmentos secundarios que surgen de los estudios y análisis realizados.

Llamamos a nuestros segmentos de clientes Jovenes IT, y Pymes IT. Poniendo más foco este trabajo en empatizar con estos últimos.

#### B. Propuesta de valor

La propuesta de valor tiene dos lados o modos, al igual que nuestro programa de bienestar. Existe una propuesta para el empleado, en donde llevamos una aplicación que busca meterse en tu día a día, ayudándote a tener hábitos más saludables, promoviendo pausas y actividades que te hagan tener mayor equilibrio entre tu vida personal y tu trabajo.

En el modo empleador, nuestra solución se presenta como un plan de bienestar corporativo, que busca dar soluciones puntuales a problemáticas específicas de un nicho de mercado. No solo aportamos datos para organizaciones. Analizamos cada organización, fijamos objetivos conjuntos, y generamos información de valor para la toma de decisiones.

Recolectamos datos de comportamiento de empleados, enriquecemos bases externas e internas de cada compañía, y los transformamos en insights aplicables a cada negocio con el uso intensivo de tecnología.

#### C. Canales

En B2C el servicio se distribuye a través tiendas de aplicaciones que encontramos normalmente en todos los dispositivos (App Store/Google Play).



Los usuarios utilizan nuestros servicios utilizando una aplicación desde un smartphone

En el segmento B2B el delivery del servicio se hace disponibilizando un front (URL) en la red o descargarse nuestra App a través de las plataformas de descarga para los diferentes software en App Store o Google Play.

A diferencia del modo empleado, el modo empleador tiene como canal adicional al de la App, el canal online. Que consiste en un front en donde cada usuario y organización se loguea y accede a dashboard, análisis e información de valor sobre su nómina de empleados.

#### D. Relaciones con los clientes

Cada vez que abran la aplicación se cargarán automáticamente los datos, los logros pasados y los próximos desafíos a cumplir. Le permitirán al usuario moverse con facilidad y compartir dentro de la comunidad. Aquellos clientes que pagan, por el servicio que brindan las aplicaciones, suelen tener avisos, consejos, recordatorios y mejores programas de entrenamiento, para que el usuario mantenga un compromiso mayor en el camino hacia lograr sus objetivos deseados.

#### E. Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos de estas aplicaciones dependen de cómo se quiera monetizar las mismas en el mercado. Existen seis posibilidades.

1 - Para poder utilizar la aplicación el cliente tiene que suscribirse usando una tarjeta de crédito, es decir si o si pagar por el uso de la misma.

2 - Se brinda un servicio freemium y otro de suscripción. En este caso la aplicación invita al interesado a probar una versión reducida de la aplicación, con el objetivo que después de un tiempo se pase a la suscripción paga. Esto no siempre sucede ya que muchos usuarios no hacen el traslado de un modelo a otro, por lo que muchas compañías, para asegurarse de generar ganancias, venden espacios publicitarios dentro de las mismas.

3 - La aplicación es gratis para los usuarios y únicamente se obtienen ingresos a través de publicidades.

4 - El cuarto modelo, es también el menos visto, es totalmente gratuito. La compañía no genera ganancias por la aplicación. En estos casos suele haber una estrategia de largo plazo detrás, como puede ser capturar mercado para impedir que nuevos competidores entren, capturar datos e información de sus usuarios, o buscan generar efecto de red para luego rentabilizar de alguna forma.

5 - La hoy menos utilizada es en la que se hace un único pago, el cual suele ser por dispositivo de wearable technology. El cual incluye una App integrada que es compatible con smartwatch y otros dispositivos.

6 - Es la más utilizada en el universo de las apps que vienen del mundo corporativo, y es el cobro directo al Main Promotor. Esto significa que la aplicación es gratuita para el consumidor final, pero no así para quien la provee a su comunidad.

En nuestro caso a esta modalidad le sumaremos a futuro la posibilidad de que los clientes paguen en forma adicional contenido on demand.

Esta metodología será la utilizada por nosotros, ya que cobraremos a la compañía que ofrezca nuestra aplicación a su comunidad. Esta forma de monetización es muy utilizada en nuestra industria, y se monetiza cobrando un fee en U\$S mensual por cada usuario del grupo de afinidad dado de alta.

Adicionalmente cobraremos por adopción de planes de mejora de clima, sesiones presenciales, trabajos adicionales con focos específicos consecuencia de los insights obtenidos, organización de jornadas, encuentros y eventos que vendamos a la compañía.

En el evolutivo de nuestro negocio proyectamos comercializar la app abiertamente al público en general, luego de los primeros 12 meses. De manera de explorar comercialmente si podemos captar clientes por este canal que no respondan a nuestro segmento target de inicio.

#### F. Recursos claves.

En las aplicaciones de wellness es fundamental contar con programas de entrenamiento sólidos, y contar con la presencia de expertos reconocidos en la industria. Por lo que proyectamos realizar alianzas estratégicas con redes de gimnasios, influencers, y referentes de las áreas de contenido que vamos a generar.

La experiencia UI/UX debe ser muy fácil de usar, con explicaciones claras y precisas sobre los movimientos correctos en los ejercicios.

Nuestra aplicación tiene que poder integrarse con el hardware de los dispositivos, y ser capaz de capturar datos.

El equipo de tecnología. El cual deberá trabajar bajo metodología scrum, y ser tener una mirada 100% customer centricity.

El equipo multidisciplinario. Debemos formar un equipo de trabajo de las más diversas disciplinas que sea capaz de integrar la actividad en la que tiene know how con tecnología.

#### G. Actividades claves

Durante los meses previos al lanzamiento es clave la estimación de tareas, costos, y ejecución del desarrollo del proyecto para poder salir con la primera versión del MVP a producción.

En la versión friends & family, y en los primeros meses de lanzamiento es clave la iteración con distintas áreas de negocio, tales como experiencia, comercial etc. Ya que en ese periodo es clave mejorar evolutivamente el producto, tomando las recomendaciones y quejas de los usuarios. Como así también las mejores prácticas de la competencia que se vayan incorporando.

También es clave el management y la dirección general del proyecto, ya que al ser un nuevo producto se requiere de una mirada muy aguda de lo que sucede en cada organización al momento de implementar nuestra solución. En este sentido creemos que es clave la calidad de los equipos que se conformen para dar los primeros pasos, siendo el proceso de selección clave para dar un buen nivel de servicio.

También será clave en los primeros meses el go to market comercial del producto. Necesitando de fuerza comercial profesional específica para desembarcar en las primeras empresas del sector.

#### H. Asociaciones claves

Cámara Argentina de la Industria del Software, Influencers y Profesionales referentes en las áreas sobre las que vamos a crear contenido. Futuros partners dedicados a la generación, edición y publicación de contenido. Redes de gimnasios, y organizaciones que nuclea a profesionales relacionados con nuestros servicios.

## I. Estructura de costos.

Los mayores costos asociados al éxito del producto se dan en el desarrollo técnico y lo que eso conlleva como inversión inicial.

En la inversión comercial, ya que entendemos que el parte del éxito comercial del producto pasa por poder iniciar el mismo con un partner de lanzamiento flexible, que nos ayude a dar nuestros primeros pasos.

También son importantes los costos de los sueldos de los programadores y profesionales de la industria necesarios para diseñar el producto.

Una vez finalizado el desarrollo de la app, los costos de mantención y actualización no son muy elevados. Debido a que es un producto digital hay que recordar que la aplicación si bien es la misma para todos los usuarios, tendrá módulos visibles o no de acuerdo a lo establecido por cada compañía para su comunidad.

El costo de construir la aplicación en principio es el mismo independientemente de la cantidad de usuarios que hagan uso de la misma, por lo que como objetivo de negocio tenemos vender la misma a la mayor cantidad de usuarios posibles, para poder recuperar más rápido la inversión inicial.

MVP.

Universidad de  
**San Andrés**

### **Validación .**

Para validar nuestras hipótesis de negocio, convocamos a un grupo de empleados con distintos criterios de empresas del rubro que nos facilitaron acceso a algunos de sus empleados, y a través de encuestas en profundidad y focus groups validamos que serían consumidores del contenido que planificamos hacer delivery.

También convocamos a distintos perfiles decisores de decisiones de RR.HH, nos acercamos a gerentes, y dueños de empresas, buscando validar nuestros postulados.

Para probar en baja estas hipótesis, realizamos encuestas a aquellas personas que entendíamos serían segmentos objetivos para nuestra propuesta. También nos pusimos a trabajar con las empresas en donde realizamos experimentos

tales como realizar clases por zoom de distintas actividades. Armamos un streaming exclusivo para empleados de una compañía, habiendo investigado antes cuál era el tema o tópico que era deseado ver por ese público, etc.

Estas prácticas y experimentos simples, nos permitieron validar nuestros reason why de negocio.

## **Experimentos.**

### **1- Contenido customizado.**

**Hipótesis:** Si generamos contenido acorde a lo que la mayoría de los empleados de un sector determinado de una compañía quiere, estos tendrán una mayor participación activa y concurrencia que con otros contenidos.

**Población:** tomamos como grupo de referencia a 2 equipos de trabajo distintos, de una misma compañía. Los cuales contaban con un número de aproximadamente 20 personas cada uno.

**Modalidad:** para realizar el experimentos concretamos las siguientes dinámicas.

*Equipo 1:* El equipo recibió una encuesta anónima, 15 días antes de que comencemos el experimento dentro de su compañía.

En esa encuesta se le consultaba qué tipo de contenido deseaba tener disponible virtualmente en una sesión de equipo que iba a desarrollarse próximamente.

Como resultado de esa mini encuesta surgió como dato, que el topic en el que más estaban interesados los empleados de esta compañía eran en clases de cocina.

*Equipo 2:* A este equipo solo se le anunció que en una determinada fecha iba a haber contenido virtual de valor disponible para que vean. Para ellos habilitamos 3 clases distintas. Entrenamiento funcional, yoga y una clase de cocina.

Para ambos equipos lanzamos el contenido en una misma fecha, y analizamos el comportamiento y asistencia de un grupo y otro.

## **Resultados:**

*Grupo 1:* tuvo una asistencia del **55,35%** en el periodo.

*Grupo 2:* tuvo una asistencia del **37%**.

Los resultados confirmaron nuestra hipótesis, de que si se generan contenidos adaptados a los intereses de la audiencia, se genera mayor engagement,

Se pueden analizar los resultados completos en Anexos.

---

## **2 - Propensión a Cambio Laboral.**

**Hipótesis:** un empleado que posee un programa de bienestar muestra una propensión menor a cambiar de empleo, versus un empleado sin programa de bienestar corporativo.

**Población:** elegimos 10 empleados distintos de la misma compañía, de tamaño Pyme de nuestro segmento de B2B objetivo. Buscamos empleados en el rango de 20 a 40 años, que tuvieran una antigüedad aproximada de entre 12 y 18 meses. Ya que cómo detallamos anteriormente, la rotación promedio de nuestro país es de 18 meses.

**Modalidad:** separamos a los 10 empleados en grupos de 5 empleados cada uno.

En la primera etapa, encuestamos a ambos grupos, consultándoles básicamente que indiquen en una escala de 1 a 10, cuando probable sería que cambie de empleo en los próximos 6 meses. Definimos esta instancia como *Momento 1*.

El primer grupo de personas continuó sin tener un plan de bienestar acorde a lo que ofrecía su compañía.

El segundo grupo será impactado con el MVP de nuestra aplicación y programa de bienestar corporativo durante un plazo de 3 meses.

Se puso a disposición de este grupo contenido on demand, contenido streaming y una clases grupales presenciales de fitness, opcionales cada 15 días.

Una semana previa a que el grupo 2 complete sus 90 días dentro de nuestro programa, se encuestó nuevamente al grupo impactado y al grupo control con la misma encuesta inicial. A esta medición la llamaremos *Momento 2*.

**Métricas:** para este experimento tomamos una escala de 1 a 10 en donde 10 indica que muy probable y 1 muy poco probable, que un empleado quiera cambiar de empleo en los próximos 180 días.

---

*La sentencia utilizada fue la siguiente:*

En una escala de 1 a 10, en donde 1 es muy poco probable y 10 muy probable.

Considerando su situación de empleo actual, **¿piensa o considera cambiará de trabajo en los próximos 6 meses?**

---

## Resultados.

Momento 1	
Grupo 1 - Sin programa de Bienestar	Probabilidad de Renuncia
Empleado 1.	6
Empleado 2	5
Empleado 3	7
Empleado 4	7
Empleado 5.	4
	55%
Momento 2	
Grupo 1 - Sin programa de Bienestar	Probabilidad de Renuncia
Empleado 1.	6
Empleado 2	5
Empleado 3	6
Empleado 4	5
Empleado 5.	6
	56%

Momento 1	
Grupo 2 - Con programa de Bienestar	Probabilidad de Renuncia
Empleado 1.	7
Empleado 2	5
Empleado 3	4
Empleado 4	7
Empleado 5.	7
	60%
Momento 2	
Grupo 2 - Con programa de Bienestar	Probabilidad de Renuncia
Empleado 1.	3
Empleado 2	4
Empleado 3	5
Empleado 4	4
Empleado 5.	5
	42%

Como se observa, el experimento arrojó que los usuarios impactados por nuestros programas, muestran una tendencia 14% menor a renunciar a su trabajo, validando parte de nuestras hipótesis de negocio.



## Encuestas.

Con el afán de seguir validando nuestra iniciativa de negocios, también recurrimos a realizar encuestas a personas de lo que llamamos segmentos Jóvenes IT y PYMES IT.

En estas encuestas quisimos explorar distintas conductas, opiniones y comportamientos. Por lo que desplegamos esta encuesta, brevemente reducida.

<b>Cuestionario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Crees que cuentas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	<b>64,29%</b>	<b>35,71%</b>
Crees que cuentas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	<b>92,86%</b>	<b>7,14%</b>
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	<b>7,14%</b>	<b>92,86%</b>
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	<b>78,57%</b>	<b>21,43%</b>
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese benefico en un futuro a tus empleados?	<b>85,71%</b>	<b>14,29%</b>
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	<b>71,43%</b>	<b>28,57%</b>

<b>Cuestionario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Realizas actividad física?	<b>28,00%</b>	<b>72,00%</b>
Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	<b>82,00%</b>	<b>18,00%</b>
Consideras que tu actividad es sedentaria?	<b>74,00%</b>	<b>26,00%</b>
Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	<b>8,00%</b>	<b>92,00%</b>
Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	<b>84,00%</b>	<b>16,00%</b>
Te sentis cuidado por la empresa en la que trabajas?	<b>54,00%</b>	<b>46,00%</b>
Imaginandonos una situación hipotética, en la que te sentís cuidado. ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	<b>84,00%</b>	<b>16,00%</b>
Sentis que tenes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	<b>32,00%</b>	<b>68,00%</b>
Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	<b>76,00%</b>	<b>24,00%</b>
Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	<b>82,00%</b>	<b>18,00%</b>

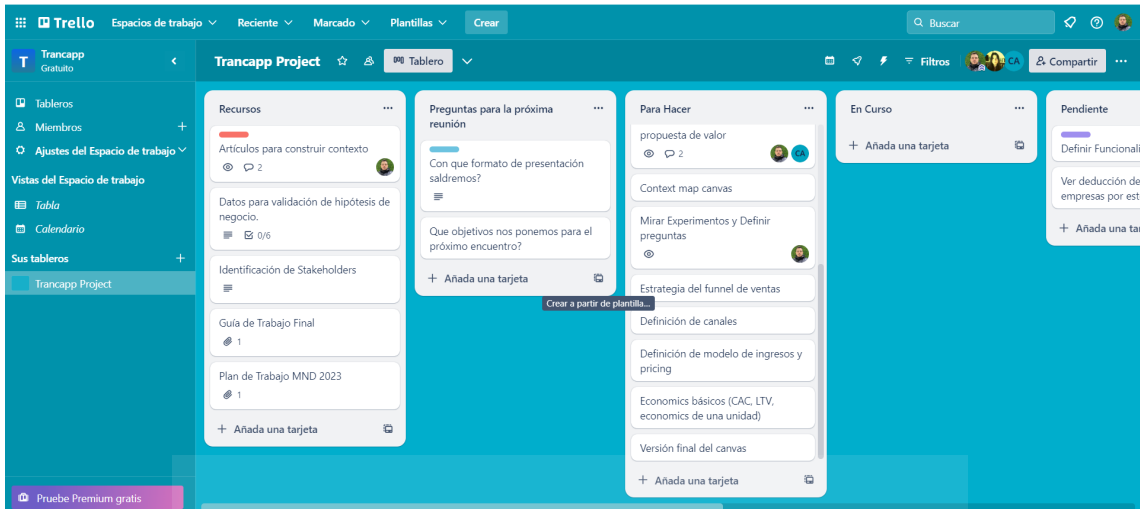
Puede consultarse el detalle de estas encuestas en los anexos del presente trabajo.

### **Versión Inicial.**

Para nuestro MVP definimos la versión inicial o V1.0 con la que buscamos salir al mercado, la cual tendrá los siguientes features.

Contará con dos modos. Uno será el modo User y el otro el modo Owner.

Para el desarrollo técnico de sistema se empleó metodología scrum para el enfoque y gestión del proyecto. Nos valimos para eso de distintas herramientas, tales como Trello para gestionar el backlog del producto,



Se puede consultar el tablero completo, backlog y PBI en el siguiente link:

<https://trello.com/b/6XLLSoGi/trancapp-project>



A continuación mostramos el maquetado de esta primera versión con sus funcionalidades iniciales para los modos Owner y Usuario.

### Modo User.



Universidad de  
**San Andrés**

## Modo Owner.



## El Go to Market, los recursos y su implementación.

Como estrategia de entrada al mercado, vamos a apuntar a un segmento que demanda soluciones de este tipo, pero está desatendido en el mercado.

Es por ello que nos enfocaremos en las pymes de la industria. Este segmento no ve a las tradicionales aplicaciones de wellness como una solución a determinados problemas locales. Y es por ello que nosotros vemos como mercado potencial en instancias a “get” a las pymes.

Sabemos también que para las pymes la rotación tiene un costo muy alto, por ello están dispuestos a pagar un fee mensual por cada empleado, siempre que de este lado ofrezcamos soluciones que aporten a indicadores de negocio reales.

## Competencia.

A lo largo de este trabajo se ha llevado a cabo la búsqueda y análisis de un conjunto de aplicaciones de salud de distintos tipos. Por el gran número de aplicaciones que existe no se puede analizar todas en su totalidad.






No obstante, a continuación, se presentarán resumidamente en un cuadro las que consideramos luego de nuestro análisis los principales 5 competidores relevantes para nuestra propuesta.

Para llegar a estas, analizamos datos como la cantidad de descargas, posiciones en el mercado, la variedad de idiomas disponibles, y cuales de ella ofrecen la posibilidad de aportar datos para las compañías que contratan sus servicios. Para esta selección de aplicaciones y plataformas también consultamos diversos blogs y revistas virtuales especializadas en las categorías de salud y fitness.

También dentro del conjunto que analizamos nos enfocamos en aplicaciones que sean orientadas al bienestar de empleados corporativos, que incluyeran features tales como seguimiento de actividad física, rastreo de pasos y posibilidad de registro alimenticio.

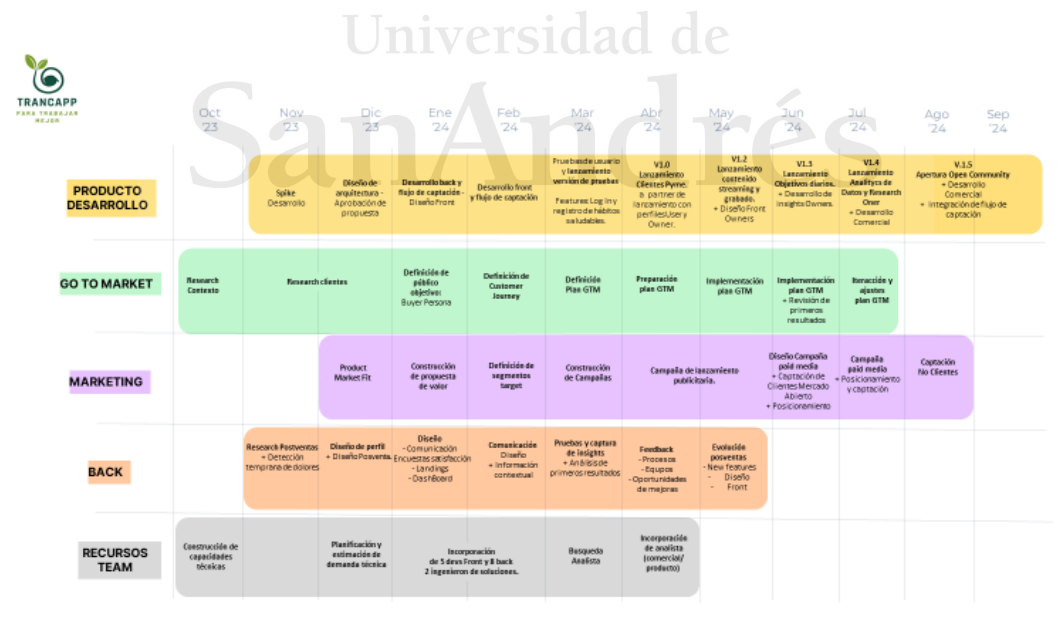
Un aspecto importante a considerar dentro del presente análisis, es que este tipo de aplicaciones y plataformas, tienen pocas barreras de entrada para acceder a nuevos mercados como el nuestro desde el punto de vista legal, y normativo. Representando la barrera idiomática quizás el mayor obstáculo que tienen por delante en caso de querer acceder a nuestro mercado.

Detallamos en el presente cuadro el análisis de competencia realizado.

	¿Qué hace la aplicación ?	¿Aporta información a Empleadores?	¿Permite Customización a comunidades?	Pricing.
	Control nutricional, propone planes de entrenamiento, calorías quemadas y progreso en los objetivos. Tiene un apartado para registrar lo que comes.	Se conecta con otras aplicaciones para capturar datos, pero no proporciona información a compañías.	No, es una propuesta flat para todo su modo Owner.	US\$ 160 mensuales en su versión premium. (es la que más se acerca a nuestra propuesta)
	Te permite acceder a gimnasios (50K), clases presenciales y virtuales. Es la app más parecida a nuestra propuesta	Si, brinda información a empleadores, pero solamente datos de cuantos usuarios de su compañía utilizan la app.	No, la customización solo es posible desde la app en el modo User.	US\$ 8 a la compañía + US\$ 20 a 50 mensuales según el plan elegido.
	Es una aplicación para wellness enfocada en el segmento corporativo. Se centra en la salud y el estado físico preventivo.	Si, ofrece. Generando dashboards con información preventiva. No aporta a hoy datos de rotación, pero podría hacerlo en el corto plazo.	Si, permite, pero por módulos preestablecidos. Solo se ofrece en inglés y francés.	Posee distintos planes que van desde los US\$ 20 ~ US\$ 40 mensuales por empleado.
	Es una plataforma de bienestar para empleados, que a la vez proporciona a las empresas herramientas para diseñar y lanzar programas de bienestar, realizar un seguimiento de la actividad de los empleados, establecer desafíos de bienestar, entregar contenido de salud	Si, aporta información, pero se orienta más a lo motivacional, y a la fijación de objetivos. No genera información de valor para gestión interna.	Si, es customizable, pero está orientada a diseñar y fijar objetivos a los empleados, más que a generar información de valor con los datos.	Posee distintos planes que van desde los US\$ 16 ~ US\$ 33 mensuales por empleado.
	Es una plataforma de seguimiento de empleados que ayuda a las empresas a gestionar programas de bienestar, seguimiento de progreso, programación de contenido, mensajería, creación de informes y gestión de recompensas.	Si, aporta información relevante para la toma de decisiones. Es customizable parcialmente. Y permite integrar la captura de datos con otras aplicaciones y dispositivos.	Si, es customizable, aunque solo para el modo Owner. Entrega información relevante y de valor para públicos usuarios.	Posee distintos planes que van desde los US\$ 21 ~ US\$ 43 mensuales por empleado.

Benchmark

Roadmap del producto.



## Pricing.

La estrategia de pricing que utilizaremos es la siguiente. Planteamos en un primer momento poner un precio de entrada bajo por el servicio de app para los empleados.

Las app de wellness cobran un promedio mensual en dólares per cápita por un servicio no personalizado, ni customizable.

Planteamos como estrategia para hacernos de mercado, cobrar un valor similar, más allá de que nuestra propuesta es superadora y más atractiva para las organizaciones locales. Con esto buscaremos generar mercado, hábito y usabilidad en los usuarios, para luego ir en forma incremental negociando con nuestros partners buscando construir subas en el costo del servicio.

Por otro lado tendremos pricing a fijar por la comercialización de actividades anexas tales como: organización de eventos, convenciones, talleres, jornadas, capacitaciones, contenido a demanda, y demás en donde fijamos una política de pricing a medida de cada proyecto, ya que es difícil en muchos casos tomar una única unidad de medida.

## Equipo emprendedor y estructura directiva.

El equipo emprendedor estará conformado por 3 owners y founders.

Se trata de un equipo de tres emprendedores de los cuales detallamos sus perfiles.

### **Sergio Orcellet - Producto.**

- Lic. En Dir. de Negocios, con amplia experiencia en desarrollo de productos de tecnología. Tendrá a su cargo todos los frentes alrededor del producto y la tecnología.



### **Gabriel Rodriguez Ferrario - Comercial.**

- Lic. En Marketing, con larga trayectoria en distintos roles comerciales . Experto en B2B2C. Será el líder a cargo de lanzar y explotar comercialmente nuestra solución.

### **Marcelo Cetkovich Bakmas - Bienestar.**

- Médico Psiquiatra, especializado en bienestar laboral. Director de la Fundación INECO.

Será nuestro gran especialista en bienestar y embajador de nuestra aplicación. Cuenta con más de 10 años especializándose en la salud mental y el bienestar dentro de organizaciones.

### **El resto del equipo se estima en:**

- 3 analistas de producto.
- 5 DEVOPS Front.
- 8 Devops Back.
- 2 QA.
- Lic. Licenciado en Educación Física y experto en medicina laboral.

Equipos contratados ad hoc, tales como diseñadores, generadores de contenido, editores, productores, y profesionales de las distintas especialidades que sean necesarias para desarrollar la actividad.

### **Fuentes y Bibliografía.**

- Osterwalder, Yves y Clark (2010)
- [https://www.clarin.com/economia/sindrome-burnout-empleados-argentinos-sient-en-quemados-region\\_0\\_WX5fbCSYlg.html](https://www.clarin.com/economia/sindrome-burnout-empleados-argentinos-sient-en-quemados-region_0_WX5fbCSYlg.html)
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008).

- Fundamentos de marketing 6° edición - Pearson Education.
- <https://www.politico.eu/sponsored-content/tackling-the-tough-problem-of-europe-an-health-care-sustainability/>
- BEA Negocio. 2018. "Argentina fue premiada por reducir el tabaquismo con impuestos al cigarrillo"  
[.https://www.baenegocios.com/sociedad/Argentina-fue-premiada-por-reducir-el-tabaquismo-con-impuestos-al-cigarrillo-20180307-0026.html](https://www.baenegocios.com/sociedad/Argentina-fue-premiada-por-reducir-el-tabaquismo-con-impuestos-al-cigarrillo-20180307-0026.html)
- <https://www.ambito.com/economia/software/el-empleo-mas-demandado-pagan-us10000-mes-pero-faltan-profesionales-n5623083>
- <https://www.cronista.com/infotechnology/it-business/el-unico-negocio-donde-argentina-es-lider-en-inversiones-ya-llegaron-us-50-000-y-vienen-mas/>
- <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2020/06/t02-Software.pdf>
- <https://www.iprofesional.com/management/377729-rotacion-por-inflacion-planes-sociales-flexibilidad-y-demanda>
- <https://www.ambito.com/negocios/empleo/el-drama-la-rotacion-y-la-escasez-talento-n553568>
- <https://www.infobae.com/economia/2023/02/12/crece-la-tendencia-entre-los-nuevos-trabajadores-a-buscar-contrataciones-cortas-y-de-alta-rotacion/>
- <https://www.conicet.gov.ar/el-trabajo-en-tiempos-del-covid-19/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20informe%20confeccionado%20sobre,el%20salario%20o%20mantenimiento>
- <https://forbes.co/2021/06/15/capital-humano/como-las-empresas-pueden-equilibrar-la-vida-laboral-y-personal-de-sus-colaboradores/>
- <https://www.gartner.es/es/articulos/las-tendencias-sobre-el-lugar-de-trabajo-que-los-responsables-deben-abordar>
- [https://www.clarin.com/tecnologia/crecio-demanda-programadores-argentina-sueldos-40-encima-promedio\\_0\\_ITO-7G0VD.html](https://www.clarin.com/tecnologia/crecio-demanda-programadores-argentina-sueldos-40-encima-promedio_0_ITO-7G0VD.html)
- <https://www.ambito.com/negocios/empleo/el-drama-la-rotacion-y-la-escasez-talento-n5535683>
- <https://biblioteca.produccion.gob.ar/document/download/535>
- <https://mercadofitness.com/ar/en-2030-el-mercado-de-aplicaciones-fitness-alcanzaria-120-370-millones-de-dolares/>
- <https://cessi.org.ar/wp-content/uploads/2023/07/Evolucion-indicadores-Software-2022.pdf>
- <https://www.cronista.com/infotechnology/it-business/el-unico-negocio-donde-argentina-es-lider-en-inversiones-ya-llegaron-us-50-000-y-vienen-mas/>

- <https://www.infobae.com/economia/2023/01/05/cual-es-el-empleo-mas-buscado-en-el-que-faltan-profesionales-y-paga-sueldos-de-hasta-usd-10000-al-mes/>
- <https://www.perfil.com/noticias/reperfilar/los-sueldos-de-los-programadores-web-son-un-57-mas-altos-que-el-resto.phtml>
- <https://www.soydigitalmind.com/novedades/desarrollo-web/desarrollador-web-el-profesional-mas-demandado-del-mundo-laboral-actual.html>
- [https://ucema.edu.ar/sites/default/files/2021-11/Indicadores\\_CDPymes\\_11\\_2021.pdf](https://ucema.edu.ar/sites/default/files/2021-11/Indicadores_CDPymes_11_2021.pdf)
- Frameworks for Market Strategy - European Edition . De Noel Capon Frank · 2016
- <https://www.gartner.com/en>
- Business Driven PMO Setup - Practical Insights, Techniques, and Case Examples for Ensuring Success – De Mark Price Perry - 2009.
- <https://www.cronista.com/informacion-gral/que-es-la-gran-renuncia-el-movimiento-pospandemia-que-revoluciona-el-mundo-laboral/>
- <https://www.infobae.com/tendencias/2022/10/13/comenzo-el-3-simposio-de-ineco-expertos-internacionales-exponen-sobre-la-salud-emocional-y-la-vida-laboral/>
- <https://www.iprofesional.com/management/377729-rotacion-por-inflacion-planes-sociales-flexibilidad-y-demanda>

Universidad de  
San Andrés

## Anexos.

Se adjunta detalle de encuestas realizadas, y parte de los resultados e insights que fueron alcanzados por nuestra investigación.

### Empleadores.

Para poder construir nuestra propuesta de valor para los empleadores, decidimos entrevistar a distintos perfiles, tales como gerentes de RR.HH, Directores, Socios Gerentes, Administradores, Líderes, etc.

En casos aleatorios complementamos las entrevistas con focus groups, y entrevistas en profundidad.

Buscamos en ellos que puedan tener poder de decisión dentro de sus organizaciones, en temas relacionados con decisiones estratégicas de recursos humanos. Entendiendo que estos son los perfiles decisores e influyentes para el proceso de compra de nuestro producto.

**Detallamos aquí las entrevistas a estos perfiles.**

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Juan Carlos	
Rol:	Gerente General	
Edad:	49	
Decisor	Si	
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, y es un tema prioritario para mi para el año próximo.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	Pero debemos mejorarlo
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Pero pensamos hacerlo en algún momento.
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	Solo si podría ver resultados reales...

Universidad de  
San Andrés

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Roberto Angel	
Rol:	Director y Socio.	
Edad:	62	
Decisor	Si	Si, en conjunto con su otro socio
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que cuentas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que cuentas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	Nos cuesta ponerle foco a las herramientas.
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, por primera vez este año.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	Solo miramos la rotación y ahora mediremos clima.
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	Si	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	David	
Rol:	Socio Gerente	
Edad:	39	
Decisor	Si	Somos varios socios, pero las decisiones de RRHH las tomo yo
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que cuentas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que cuentas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, y es un tema prioritario para mí para el año próximo.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Pero pensamos hacerlo en algún momento.
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	Si, tenemos planificado hacerlo en el corto plazo.
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Jesus	
Rol:	Gerente de RR.HH	
Edad:	43	
Decisor	Si	Toma las decisiones conjuntamente con el presidente de la empresa.
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	Si	Cuento con herramienta, pero no con las suficientes.
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	No	
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, y es un tema prioritario para mi para el año próximo.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	Si	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	Si	
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	Si	Well by Wellness
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?		
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Danilo	
Rol:	Socio Gerente	
Edad:	39	
Decisor	Si	
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	Tenemos herramientas, pero no las suficientes.
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	No	
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	No	Debería de verlo en profundidades, y evaluarlo.

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Pedro	
Rol:	Director de SA	
Edad:	58	
Decisor	Si	

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	Tenemos métricas e indicadores, pero no muchas herramientas. Es un grave problema de nuestra industria en este país.
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que sí, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Pero pensamos hacerlo en el corto plazo.
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Joao	
Rol:	Socio Gerente	
Edad:	54	
Decisor	Si	Aunque no decido solo en la compañía

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que sí, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	No	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	No	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Nestor	
Rol:	Gerente de Personas	
Edad:	43	
Decisor	Si	Conjuntamente con los 2 socios. Pero yo sugiero las decisiones de RR.HH

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contar con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que contar con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Paula	
Rol:	Socio Gerente	
Edad:	33	
Decisor	Si	

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contar con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	Si	Aunque debería contar con más.
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que contar con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	No	



Perfil Entrevistado.

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Jose Luis	
Rol:	Presidente	
Edad:	59	
Decisor	Si	
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contar con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que contar con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	No	
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	No	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.

Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Diego	
Rol:	Socio Gerente	
Edad:	47	
Decisor	Si	
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contar con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	
Creer que contar con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, y es un tema prioritario para mi para el año próximo.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	NO	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Pero pensamos hacerlo en algún momento.
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	No	Pero podría evaluar una propuesta

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Julia	
Rol:	Gerente de RR.HH	
Edad:	44	
Decisor	Si	Conjuntamente con el dueño de la empresa (Presidente).
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	No	
Creer que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si, y es un tema prioritario para mi para el año próximo.
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	No	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Pero pensamos hacerlo en algún momento.
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

Perfil Entrevistado.		
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Nombre:	Ornela	
Rol:	Presidente	
Edad:	49	
Decisor	Si	
Cuestionario	Respuesta	Comentarios
Creer que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	No	
Creer que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	Y tengo problema para hacerme de métricas mcuhas veces.
La empresa en la que te desempeñas o líderes. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	

## Matriz de respuestas obtenidas.

Questionario	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12	Encuestado 13	Encuestado 14
Crees que contas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	Si	Si	Si	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	No
Crees que contas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como índice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	NO	No	Si
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	Si	Si	Si	0	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	Si



Universidad de  
San Andrés

## Resultado Final.

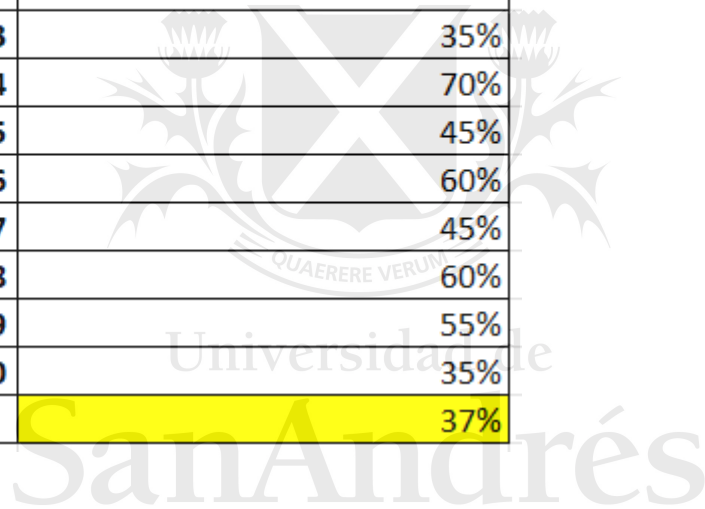
<b>Cuestionario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Crees que cuentas con suficientes herramientas como para poder gestionar la rotación de personal dentro de tu organización?	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
Se realiza medición de clima interno en tu organización?	<b>64,29%</b>	<b>35,71%</b>
Crees que cuentas con suficientes herramientas para gestionar y mejorar el clima organizacional?	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
Necesitas en este momento mejorar el clima laboral dentro de tu empresa?	<b>92,86%</b>	<b>7,14%</b>
En caso de haber respondido que si, estas haciendo algo activamente para mejorarlo?	<b>7,14%</b>	<b>92,86%</b>
Tu organización genera información de valor de valor sobre temas de RR.HH? Nos referimos a indicadores como indice de rotación, medición de clima interno, productividad, etc.	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
La empresa en la que te desempeñas o lideras. Posee paquete de beneficios para sus empleados?	<b>78,57%</b>	<b>21,43%</b>
Ofreces dentro de los beneficios alguna aplicación de wellness o bienestar?	<b>14,29%</b>	<b>85,71%</b>
En caso que la respuesta anterior haya sido no, cree que deberías brindar ese beneficio en un futuro a tus empleados?	<b>85,71%</b>	<b>14,29%</b>
Estaría dispuesto a pagar por un programa de wellness corporativo si como beneficio tu organización obtendría resultados en eficiencia.	<b>71,43%</b>	<b>28,57%</b>

## Experimentos.

Detalle de los resultados de los mismos.

Grupo 1 - Con contenido customizado	
	Asistencia
Empleado 1	70%
Empleado 2	50%
Empleado 3	75%
Empleado 4	80,0
Empleado 5	40,0
Empleado 6	5,0
Empleado 7	90,0
Empleado 8	100,0
Empleado 9	50,0
Empleado 10	60,0
Empleado 11	55,0
Empleado 12	80,0
Empleado 13	75,0
Empleado 14	35,0
Empleado 15	80,0
Empleado 16	45,0
Empleado 17	55,0
Empleado 18	65,0
Empleado 19	90,0
Empleado 20	100,0
	55,35

Grupo 1 - Sin contenido customizado	
	Asistencia
Empleado 1	33%
Empleado 2	15%
Empleado 3	10%
Empleado 4	35%
Empleado 5	60%
Empleado 6	35%
Empleado 7	45%
Empleado 8	60%
Empleado 9	15%
Empleado 10	0%
Empleado 11	5%
Empleado 12	15%
Empleado 13	35%
Empleado 14	70%
Empleado 15	45%
Empleado 16	60%
Empleado 17	45%
Empleado 18	60%
Empleado 19	55%
Empleado 20	35%
	37%



## Pymes IT

*"En la escena local sabemos que por la crisis estamos flojos de beneficios"*

*"Sabemos que indirectamente nuestros empleados hoy nos demandan estas plataformas"*

*"La principal falla de este tipo de aplicaciones, es que no te aportan datos de valor para las áreas de RR.HH... nunca puedes cuantificar cuánto te aportan..."*

***"No veo a nadie explotando los datos de los empleados en favor del negocio"***

*"Yo pago por una app de estas para mis empleados, pero a mi como empresa nunca nadie me vino a mostrar en que me aporta... la tengo porque el mercado la pide"*

***"Me gustaría ofrecerles algo que haga que mi gente se sienta mejor"***

---

### Jóvenes IT

En la otra esquina, y con la mirada puesta en los empleados, entrevistamos a desarrolladores, arquitectos de soluciones, especialistas, analistas, y QA's, en niveles entre los niveles junior, semisenior, y senior en un rango etario de 18 a 40 años.

# Detallamos aquí las entrevistas a estos perfiles.

## Perfil Empleados Jóvenes IT.

Questionario	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15
Realizas actividad física?	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
¿Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	No	Si
¿Consideras que tu actividad es sedentaria?	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	No	No	No	Si	Si
¿Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
¿Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	Si
¿Te sientes cuidado por la empresa en la que trabajas?	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	No	Si	Si	Si	No	Si	No
Imaginándote una situación hipotética, en la que te sientas cuidado. ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	No
¿Sientes que tienes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
¿Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	No
¿Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si
Encuestados totales 50															

Questionario	Encuestado 16	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24	Encuestado 25	Encuestado 26	Encuestado 27	Encuestado 28	Encuestado 29
Realizas actividad física?	Si	No	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No
¿Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si
¿Consideras que tu actividad es sedentaria?	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
¿Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
¿Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si
¿Te sientes cuidado por la empresa en la que trabajas?	Si	No	No	Si	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	Si	No
Imaginándote una situación hipotética, en la que te sientas cuidado. ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si
¿Sientes que tienes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	Si	No	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No
¿Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si
¿Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Questionario	Encuestado 30	Encuestado 31	Encuestado 32	Encuestado 33	Encuestado 34	Encuestado 35	Encuestado 36	Encuestado 37	Encuestado 38	Encuestado 39	Encuestado 40	Encuestado 41	Encuestado 42	Encuestado 43
Realizas actividad física?	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	Si	No	No	Si	No	Si
¿Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si
¿Consideras que tu actividad es sedentaria?	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si
¿Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si
¿Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
¿Te sientes cuidado por la empresa en la que trabajas?	No	Si	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si
Imaginándote una situación hipotética, en la que te sientas cuidado. ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
¿Sientes que tienes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	No	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	No	No	No	No	No
¿Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	Si	Si	No	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
¿Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si



Encuestado	Encuestado 39	Encuestado 40	Encuestado 41	Encuestado 42	Encuestado 43	Encuestado 44	Encuestado 45	Encuestado 46	Encuestado 47	Encuestado 48	Encuestado 49	Encuestado 50
Realizas actividad física?	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	Si	No	No
¿Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	No
¿Consideras que tu actividad es sedentaria?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No
¿Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si
¿Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No
¿Te sienten cuidado por la empresa en la que trabajas?	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si
Imaginándote una situación hipotética, en la que te sentías cuidado, ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
¿Sientes que tienes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si	Si	Si	No
¿Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
¿Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si

## Resultados Finales.

Cuestionario	Si	No
Realizas actividad física?	28,00%	72,00%
¿Crees que deberías hacer más actividad física de la que haces actualmente?	82,00%	18,00%
¿Consideras que tu actividad es sedentaria?	74,00%	26,00%
¿Contas con alguna aplicación de wellness, bienestar o actividad física proporcionada por tu empleador?	8,00%	92,00%
¿Crees que deberías contar como beneficio corporativo con una aplicación de bienestar?	84,00%	16,00%
¿Te sienten cuidado por la empresa en la que trabajas?	54,00%	46,00%
Imaginándote una situación hipotética, en la que te sentías cuidado. ¿Crees que eso te predispondría a quedarte más tiempo en tu organización actual?	84,00%	16,00%
¿Sientes que tienes un balance equilibrado entre tu trabajo y tu vida personal?	32,00%	68,00%
¿Pensas que si tuvieras un buen equilibrio entre tu trabajo y tu vida personal, te quedarías más tiempo en este empleo?	76,00%	24,00%
¿Te gustaría realizar actividades o entrenamiento relacionado con tu bienestar con tus compañeros de trabajo?	82,00%	18,00%

## Jóvenes IT

*“Si integraría bien mi trabajo con mi vida personal sería mi empleo ideal”*

*“Sería genial que mi trabajo me ayude a mejorar la salud física”*

*“A pesar de una mejor propuesta económica, si me siento bien en el empleo en donde estoy lo pensaría dos veces”*

***“Uno se queda donde se siente cuidado y valorado”***

*“Si mis compañeros realizarían actividades, es mucho más probablemente me enganche a hacerlas”*

*“Me gustaría que nos ofrezcan algo que a la mayoría nos guste hacer”*

Universidad de  
**San Andrés**