



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Escuela de Negocios

Plan de Negocios

Licenciado en Administración de Empresas y Contador Público

Door2Door: La revolución de la conectividad local

Autor: Bautista Brunoldi Bevilacqua

Legajo: 32070

Mentor: Diego Fernández Molero

Lugar: Argentina, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Fecha: Semestre Primavera, 2023

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	4
Negocio a Desarrollar.....	4
Oportunidad de Negocio	4
Ventajas Competitivas y Valor Agregado	5
Segmento Objetivo.....	5
Inversión requerida y Rentabilidad	5
I. La Oportunidad de Negocio	5
Oportunidad Presente	6
Negocio Propuesto.....	8
Descripción del producto	8
Valor que agrega a los usuarios	9
II. Análisis del Sector	10
La industria de las Redes Sociales.....	10
La industria de las Redes Sociales Hiperlocales	12
Competidores.....	13
Fortalezas y Debilidades de los Competidores	14
Panorama Digital en Argentina.....	17
Problemas de la Industria.....	18
Análisis FODA.....	19
Espacio para Door2Door.....	20
III. Investigación de Mercado/Segmentos Objetivo	21
Usuarios Personales	21
TAM - SAM - SOM.....	23
Estimación de Demanda.....	24
Usuarios Negocios Locales	25
TAM - SAM - SOM.....	25
Estimación de demanda	26
Riesgos Asociados de no alcanzar la masa crítica	26
IV. Modelo de Negocio.....	27
Propuesta de Valor.....	27
Relación con los Consumidores y Canales	27
Relaciones Clave	28
Actividades Clave.....	29
Recursos Clave.....	30
Fuentes de Ingresos.....	30

Principales Costos.....	32
V. Plan de Marketing.....	33
Objetivos de la Estrategia de Marketing	33
Identificación de Clientes Leales	34
Etapa 1: Pre Lanzamiento	34
Etapa 2: Lanzamiento	35
Etapa 3: Campañas Posteriores al Lanzamiento	36
VI. Operaciones	37
Desarrollo de la aplicación	37
Operaciones dentro de la Aplicación	41
VII. Costos, Finanzas e Inversión	43
Supuestos y consideraciones inflacionarias	43
Costos.....	43
Proyección de Ingresos.....	45
Estado de resultados.....	46
Margen Bruto	46
Inversión inicial.....	47
Flujos de Fondos: VAN, TIR y Periodo de Recupero.....	47
Propuesta de financiación	48
VIII. Equipo	48
Socios	49
No socios	50
IX. Aspectos Legales.....	51
Tipo de sociedad: S.A.S.....	51
Leyes sujetas	51
Seguro	52
XII. Plan de Implementación y Riesgos.....	52
Cronograma de implementación.....	52
Riesgos.....	53
Factores críticos de éxito.....	56
XIII. Fuentes y Bibliografía.....	58
Anexos	58
Bibliographic.....	87

Resumen Ejecutivo

Door2Door es una iniciativa de negocios que se propone revolucionar la forma en que las comunidades urbanas interactúan a nivel hiperlocal. Esta red social basada en la geo localización promete cambiar la dinámica de la comunicación vecinal y brindar soluciones efectivas a los desafíos cotidianos que enfrentan las comunidades locales. A continuación, destacamos los elementos clave de este proyecto.

Negocio a Desarrollar

Door2Door se presenta como una red social hiperlocal que se basa en la geo localización y conecta a los vecinos de una misma área. Su enfoque principal es la creación de una plataforma que facilite la comunicación y la colaboración en tiempo real entre los miembros de una misma comunidad. Además de su función de conectividad, Door2Door proporciona una variedad de características únicas, que incluyen alertas de seguridad, notificaciones sobre cortes de luz, gas, agua y obras públicas, recomendaciones de negocios locales permitiéndoles publicitarse a través de anuncios, recomendaciones de profesionales de confianza y la posibilidad de chatear directamente con los vecinos.

Oportunidad de Negocio

Los cimientos de Door2Door se basan en una sólida validación por parte de la comunidad. Según nuestras encuestas, el 78,9% de las personas manifestaron su interés en recibir información sobre las temáticas mencionadas anteriormente. Además, un 93,8% cree que Door2Door tiene el potencial de resolver los problemas comunitarios de manera efectiva. Estas cifras reflejan una necesidad real y un deseo de cambio en la forma en que las comunidades urbanas se conectan y colaboran.

En cuanto a la captura de publicidad de negocios locales, el 65% de los entrevistados cree que sus métodos actuales de publicidad no son eficientes ya que no logran capturar el público objetivo.

Ventajas Competitivas y Valor Agregado

La ventaja competitiva de Door2Door radica en su integralidad de servicios. La aplicación aborda múltiples aspectos de la vida cotidiana en las comunidades urbanas, desde la seguridad hasta la recomendación de servicios locales. La geo localización permite a los usuarios acceder a información precisa y relevante para su área, lo que proporciona un valor agregado único. La posibilidad de conectarse directamente con las autoridades locales en situaciones de emergencia, así como la capacidad de comunicarse y colaborar con los vecinos, hacen de Door2Door una solución integral para todos los problemas de las comunidades.

Segmento Objetivo

Door2Door se dirige a un segmento diverso pero definido, que abarca desde personas jóvenes de 20 años hasta adultos de 60 años que residen en áreas urbanas del Gran Buenos Aires. Esta demografía comprende a individuos que buscan soluciones y una mayor conectividad en sus comunidades locales. Door2Door les brinda una plataforma que satisface sus necesidades de comunicación, seguridad y recomendaciones locales.

En cuanto a los negocios locales, se apunta a las microempresas registradas en Argentina cuyas ganancias no superan los 23.560.000 al año.

Inversión requerida y Rentabilidad

Door2Door requiere una inversión inicial de 32.721,02 dólares para poder desarrollar y lanzar la aplicación al mercado. Para los 5 años de duración se proyecta un Valor Actual Neto positivo de 2740,88 dólares con una Tasa Interna de Retorno de 33%.

I. La Oportunidad de Negocio

Oportunidad Presente

En un mundo cada vez más interconectado, la comunicación y la colaboración a nivel local han enfrentado desafíos significativos. En nuestro día a día hemos identificado que la falta de comunicación efectiva entre vecinos se ha convertido en un problema común en las comunidades, a menudo exacerbada por métodos de comunicación ineficientes, como WhatsApp, Instagram o incluso las conversaciones cara a cara. Para comprobar si efectivamente las personas no se sentían satisfechas con los métodos de comunicación actuales, realizamos una encuesta a 123 personas en la que el 76,4% de los encuestados respondieron que no consideran eficientes los métodos mencionados anteriormente. (Ver anexo 1)

La comunicación entre vecinos está deteriorada, Manuel Trufó, Doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, quien realizó una publicación sobre el concepto de vecino y las redes vecinales en Argentina afirma lo siguiente; “Las organizaciones que en años anteriores habían puesto en práctica formas de prevención situacional basadas en el involucramiento de los propios vecinos escrutando el entorno ya habían prácticamente abandonado esas modalidades. Las redes vecinales estaban prácticamente desactivadas.” (Tufro, 2015)

La carencia de una comunicación eficiente dentro de las vecindades es la raíz de diversos problemas que impactan negativamente en la calidad de vida y la seguridad de los vecinos. A menudo, la falta de una vía de comunicación efectiva resulta en una serie de problemáticas que incluyen la inseguridad, la dificultad para encontrar profesionales de confianza, la falta de información sobre negocios locales y la ausencia de notificaciones oportunas de problemas locales.

Algunas métricas que recopilamos en nuestro estudio de mercado son las siguientes; de los 123 encuestados un porcentaje significativo, el 92,7% dice conocer a sus vecinos, sin embargo, solo el 9,4% tiene una relación personal y, como mencionamos anteriormente, el 76,4% cree que los métodos que actualmente se utilizan para comunicarse con ellos, no son eficientes. Por

otro lado, el 78.9%, tiene un interés genuino en recibir información proporcionada por la aplicación acerca de temáticas de seguridad, profesionales de confianza, negocios locales y sucesos en sus barrios. Esta cifra demuestra que existe una demanda real por parte de las comunidades para mantenerse informadas sobre lo que ocurre a su alrededor. (Ver Anexo 2)

Además, una mayoría del 93.8% de los encuestados cree que Door2Door puede desempeñar un papel crucial en la resolución de los problemas diarios con respecto al lugar en el que viven. (Ver Anexo 3). Esto indica que los usuarios potenciales perciben el valor en la plataforma y reconocen su capacidad para abordar las necesidades y preocupaciones de sus comunidades locales.

Con el fin de explotar el potencial de las comunidades locales, Door2Door busca abordar todas las oportunidades de negocio posibles tal como la publicidad de negocios locales. Estas microempresas que se encuentran en los barrios de las grandes ciudades no tienen el capital suficiente como para realizar una campaña de marketing significativa que se ajuste a sus recursos y necesidades. Realizamos 17 entrevistas a diferentes dueños de negocios locales con el fin de comprender sus métodos a la hora de publicitar sus marcas y evaluar esta oportunidad. (Ver Anexo 4). El 100% de los entrevistados comentó que utiliza Instagram como principal plataforma para compartir contenido y cerca del 50% Facebook. Cuando preguntamos sobre la eficiencia de estos métodos, muchos respondieron que no logran captar al público deseado impactando negativamente en sus ventas, casi 65% fueron respuestas negativas. Describiendo la propuesta de Door2Door y su enfoque, los 17 entrevistados demostraron interés.

Estos hallazgos validan de manera concluyente la oportunidad de negocio de Door2Door, que es proporcionar una solución de comunicación hiperlocal que conecta a los vecinos, los mantiene informados y les permite colaborar en el intercambio de recursos físicos.

Negocio Propuesto

En este contexto, Door2Door emerge como una solución integral para abordar estos problemas al conectar a los vecinos de manera efectiva y eficiente con su comunidad. La aplicación se basa en la premisa de que la información confiable es el fundamento de una comunidad segura y cohesionada. Door2Door aborda la inseguridad fomentando la colaboración en tiempo real y facilitando la información entre los vecinos sin revelar datos personales sensibles. Además, empodera a los residentes al proporcionar referencias actualizadas sobre profesionales y negocios locales, y notificaciones oportunas sobre problemas en su área. Por último, brinda la posibilidad de publicitar aquellas microempresas o negocios locales de manera segmentada permitiendo alcanzar un público objetivo con mayor precisión.

Descripción del producto

En cuanto a la aplicación y sus características, en primer lugar, Door2Door hace uso de la geo localización, lo que significa que la información que recibirás será relevante y precisa para tu área. Esta característica te conecta con eventos, negocios y servicios, que te rodean, de manera efectiva.

La seguridad es una prioridad, y Door2Door la aborda de manera integral. La aplicación permite a los usuarios publicar alertas de seguridad basadas en incidentes en la vía pública. Estas publicaciones son validadas por otros vecinos y moderadas por la aplicación para garantizar la precisión y confiabilidad de la información. Además, Door2Door facilita la conexión directa con las autoridades locales, proporcionando números de emergencia para bomberos, policía y servicios de emergencia a través de un botón de pánico disponible para los usuarios.

Door2Door también te mantiene al tanto de eventos relacionados con servicios públicos. Si hay cortes de luz, agua, gas, obras en curso o calles cortadas en tu área, recibirás notificaciones en tiempo real creadas por los propios usuarios. Estas notificaciones son validadas por otros vecinos en los grupos/círculos locales o en los muros individuales de cada usuario, lo que garantiza información precisa y oportuna.

La aplicación no se limita sólo a información, sino que también se trata de la comunidad local. Los usuarios pueden compartir sus recomendaciones y reseñas sobre negocios locales, lo que permite descubrir los mejores lugares para comer, comprar o disfrutar en tu vecindario. Del mismo modo, Door2Door te brinda la posibilidad de compartir recomendaciones y reseñas sobre profesionales locales, como plomeros, electricistas o médicos de confianza a través de una integración con Timbrit, la App de servicios de profesionales.

La comunicación entre vecinos es esencial, y Door2Door lo facilita a través de un método de solicitud de chat. Puedes elegir si deseas aceptar o rechazar conversaciones sin revelar detalles de tu ubicación exacta. La aplicación también permite la creación de "círculos" o grupos de vecinos, lo que facilita el intercambio de información y la colaboración en asuntos locales.

Valor que agrega a los usuarios

Door2Door redefine la comunicación y la obtención de información en las comunidades urbanas. No solo conecta a los usuarios con su entorno de manera más efectiva, sino que también garantiza que la información que reciben sea precisa y valiosa. Esta aplicación se convierte en una herramienta esencial para mejorar la vida en los vecindarios, brindando seguridad, colaboración y la oportunidad de descubrir todo lo que las comunidades locales tienen para ofrecer.

Sus principales beneficios son los siguientes;

- **Información:** Door2Door proporciona a las personas información sobre eventos, servicios y productos locales. Esto puede ayudar a las personas a mantenerse al día con lo que sucede en su comunidad de manera segura y confiable.
- **Seguridad:** Door2Door ayuda a las personas a mantenerse seguras al proporcionarles información sobre delitos y una conexión directa con las autoridades.
- **Conectividad:** Door2Door permite a las personas conectarse con otras personas que viven en la misma zona. Esto puede ayudar a las personas a formar nuevas amistades, encontrar apoyo y participar en la comunidad.

- Relevancia y Precisión: Door2Door brinda a los negocios locales la posibilidad de publicitarse sin incurrir en gastos innecesarios, alcanzando un público objetivo específico y relevante a través de la geo localización.

II. Análisis del Sector

La industria de las Redes Sociales

Las redes sociales han redefinido la comunicación. Estas plataformas han hecho que sea más fácil que nunca para las personas conectarse con otros, independientemente de su ubicación o intereses.

Las redes sociales han tenido un impacto positivo en la comunicación. Estas plataformas han ayudado a las personas a mantenerse en contacto con amigos y familiares que viven lejos. También han ayudado a encontrar nuevas personas con intereses comunes.

Según el informe Global Social Media Landscape 2023 de Hootsuite y We Are Social, las redes sociales tienen más de 4.620 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo. Esto representa un aumento del 10,1% respecto al año anterior.¹

Facebook es la red social más popular del mundo, con más de 2.910 millones de usuarios activos mensuales. Le siguen Instagram (2.291 millones), YouTube (2.226 millones), WhatsApp (2.070 millones) y TikTok (1.910 millones). Las redes sociales son una parte integral de la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo. Estas plataformas han tenido un impacto significativo en la sociedad, y su importancia seguirá creciendo en el futuro.

¹ (Kemp, 2022)

Particularmente en Argentina, WhatsApp es la plataforma de redes sociales más popular en el país, con el 93,1% de las audiencias en línea del país usándola. Se usa principalmente para mensajería y comunicación, pero también para compartir fotos, videos y documentos. Instagram es la segunda plataforma de redes sociales más popular en Argentina, con el 86% de los usuarios de Internet argentinos usándola. Se usa principalmente para compartir fotos y videos, pero también se usa para conectarse con amigos y familiares, y para seguir a celebridades y personas influyentes.

Facebook es la tercera plataforma de redes sociales más popular en Argentina, con el 84% de los usuarios de Internet argentinos usándola. Es una plataforma de redes sociales de propósito general que se puede usar para una variedad de propósitos, incluido compartir fotos y videos, conectarse con amigos y familiares y seguir a celebridades e influenciadores. Facebook Messenger es la cuarta plataforma de redes sociales más popular en Argentina, con el 56,8% de los usuarios de Internet argentinos usándola. Es una aplicación de mensajería que se utiliza para comunicarse con amigos y familiares.²

Estos datos brindan información valiosa sobre lo que buscan los usuarios en Argentina y que comportamientos priman a la hora de elegir una red social.

En primer lugar, las tres plataformas de redes sociales más populares en Argentina son todas plataformas de comunicación. Esto sugiere que los argentinos están interesados en compartir información, conectarse con otros y mantenerse al día con las últimas noticias y tendencias. Por ejemplo, los argentinos utilizan WhatsApp para mantenerse al día con las últimas noticias y eventos. También utilizan Instagram para encontrar inspiración y consejos sobre temas como la moda, la belleza y la salud. Además, utilizan Facebook para encontrar información sobre productos y servicios.

² Statista. (2023). Retrieved Noviembre 30, 2023 from <https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

En segundo lugar, los datos muestran que los argentinos utilizan las redes sociales para buscar información de manera cada vez más frecuente. Por ejemplo, el tiempo promedio de uso de las redes sociales en Argentina es de 3 horas 15 minutos al día. Esto sugiere que los argentinos están recurriendo cada vez más a las redes sociales para obtener información sobre una variedad de temas.³

En base a estos datos, podemos concluir que hay una tendencia a buscar información y comunicarse con otras personas por parte de los argentinos en las redes sociales.

La industria de las Redes Sociales Hiperlocales

Las redes sociales hiperlocales son plataformas que conectan a personas que se encuentran en la misma zona geográfica. Estas plataformas se basan en la idea de que las personas que viven en la misma zona tienen más probabilidades de compartir intereses y necesidades comunes.

Las redes sociales hiperlocales tienen un fuerte vínculo con la comunicación y la obtención de información. Estas plataformas pueden utilizarse para obtener información sobre eventos y actividades locales. Las personas pueden utilizar estas plataformas para encontrar eventos que les interesen, mantenerse al día con las últimas noticias y tendencias de la comunidad, y conocer a otros que comparten sus intereses.

También son útiles para conectarse con los vecinos. Las redes sociales hiperlocales pueden ayudar a las personas a conectarse con otros que viven en su vecindario o comunidad. Esto puede ser útil para organizar eventos, compartir información sobre la comunidad y crear un sentido de comunidad.

Además tienen un rol importante a la hora de apoyar a las empresas y organizaciones locales. Las personas pueden utilizar estas plataformas para conocer sobre las empresas y organizaciones locales, comprar productos y

³ (Ambito, 2023)

servicios que estén a su alcance, descubriendo constantemente nuevos lugares dentro de sus comunidades.

Competidores

La industria se puede segmentar en competidores directos (otras redes sociales hiperlocales) y competidores indirectos (plataformas de redes sociales con características locales). Competidores directos internacionales incluyen aplicaciones como Nextdoor, Neighbor y Citizen y nacionales sólo Vecinos. Facebook y Whatsapp actúan como competidores indirectos a nuestra aplicación. No se encuentran competidores directos que funcionen en Argentina.

Los competidores ofrecen diversas propuestas de valor, como la conexión comunitaria, recomendaciones de servicios locales y el intercambio de eventos.

- Nextdoor: Permitir a los usuarios encontrar información sobre sus vecinos cómo saber dónde viven, qué empleos o emprendimientos tienen, etc. Crear grupos de discusión alrededor de temas específicos relevantes para la comunidad. Estos grupos les permiten compartir información y ofrecerse unos a otros recursos y servicios útiles, si un usuario es plomero, puede publicarlo para que los vecinos lo recomienden.
- Vecinos: Permitir a los usuarios intercambiar recursos a través de un marketplace, conectar con profesionales, emprendimientos y negocios locales. Énfasis en la colaboración con la comunidad, eventos culturales y caritativos.
- Neighbor: Ofrece una conexión directa con Ring y la posibilidad de compartir videos y publicaciones relacionadas a temas de seguridad dentro de un rango de 8km
- Citizen: Es una red social de seguridad, utiliza la ubicación en tiempo real y ofrece acceso directo a canales de comunicación con autoridades.
- Facebook: Los usuarios de esta plataforma pueden encontrarse, conectarse y reconectarse con gente de todo el mundo, así como con grupos de interés y sus empresas preferidas.

- Whatsapp: Comunicación segura, gratuita y accesible para cualquier persona y empresa. Así demuestran su propuesta de valor: Mensajes gratuitos y encriptados donde se pueden mandar documentos y multimedia que solo pueden leer quienes están en la conversación, llamadas y video llamadas nacionales e internacionales gratis, y la posibilidad de crear grupos de conversación con hasta 256 personas.

Fortalezas y Debilidades de los Competidores

Facebook

Fortalezas:

- Amplia Base de Usuarios: Facebook tiene una de las bases de usuarios más grandes del mundo, lo que le brinda una ventaja en términos de alcance y conectividad global.
- Plataforma Integral: Facebook ofrece múltiples servicios en una sola plataforma, incluyendo publicaciones de estado, fotos, videos, eventos, grupos y más. Esto permite a los usuarios realizar una amplia gama de actividades en un solo lugar.
- Publicidad Dirigida: Su plataforma publicitaria es altamente efectiva y permite a las empresas llegar a audiencias específicas según datos demográficos y comportamientos de los usuarios.

Debilidades:

- Cuestiones de privacidad: Facebook ha enfrentado críticas significativas sobre la privacidad de los datos de los usuarios y la gestión de la información personal.
- Fatiga de Contenido: Algunos usuarios han experimentado fatiga de contenido debido a la sobrecarga de información en sus feeds de noticias.

WhatsApp

Fortalezas:

- Mensajería Segura: WhatsApp se destaca por su cifrado de extremo a extremo, lo que brinda un alto nivel de seguridad en las conversaciones.
- Amplia Adopción Global: WhatsApp es ampliamente utilizado en todo el mundo y es una de las aplicaciones de mensajería más populares.

- Llamadas de Voz y Video: Además de los mensajes de texto, WhatsApp permite llamadas de voz y video, lo que lo hace versátil para la comunicación.

Debilidades:

- Dependencia de Información de Contacto: WhatsApp requiere un número de teléfono para registrarse, lo que limita su uso para fines más anónimos o no personales.
- Restricciones en el Contenido Compartido: WhatsApp ha implementado restricciones en el reenvío de mensajes y contenido multimedia para combatir la difusión de información errónea.

Nextdoor

Fortalezas:

- Hiperlocalidad: Nextdoor se enfoca exclusivamente en la conexión de vecinos locales, lo que crea una experiencia hiperlocal y promueve la colaboración comunitaria.
- Seguridad Comunitaria: La plataforma se centra en temas de seguridad local, lo que incluye alertas vecinales y la posibilidad de discutir temas de seguridad en la comunidad.
- Recomendaciones Locales: Nextdoor permite a los usuarios recomendar servicios locales, lo que lo hace útil para encontrar recomendaciones de profesionales y servicios cercanos.

Debilidades:

- Limitada Adopción Global: Nextdoor tiene una presencia más limitada en comparación con aplicaciones como Facebook y WhatsApp, lo que limita su alcance en ciertas áreas.
- Dificultades de Moderación: La moderación de contenidos y comportamientos inapropiados puede ser un desafío en una plataforma centrada en la comunidad.
- Información Innecesaria: muchos usuarios critican la cantidad de información innecesaria que reciben diariamente.

Vecinos

Fortalezas:

- Relación con las comunidades: La App pone gran parte de su foco en la relación con las comunidades y la colaboración entre vecinos. Hay una gran cantidad de publicaciones en sus redes con proyectos impulsados por la App.
- Marketplace: La App ofrece un marketplace para que los vecinos puedan comprar y vender recursos por la App sin la necesidad de recurrir a otras aplicaciones.

Debilidades:

- Seguridad: La seguridad es una preocupación importante para los usuarios de las redes sociales. Vecinos ha tomado medidas para mejorar la seguridad de su plataforma, pero aun así es importante que los usuarios sean conscientes de los riesgos.
- Spam: El spam es un problema común en las redes sociales. Vecinos tiene medidas para combatir el spam, pero aun así es posible que los usuarios reciban mensajes no deseados.
- Integración con otras plataformas: Vecinos no se integra con otras plataformas de redes sociales, como Facebook o Twitter. Esto puede dificultar que los usuarios se conecten con sus amigos y familiares que no usan Vecinos.

Neighbor

Fortalezas:

- Conexión con Ring: La aplicación Neighbor tiene conexión directa con Ring, sistema de seguridad para hogares, permitiendo un monitoreo de seguridad sobre el hogar y un acceso a información relevante.
- Relación con las autoridades: Miembros de las autoridades locales pueden acceder al portal de Neighbor para recolectar información de posteos realizados en la aplicación.

Debilidades:

- Veracidad de la información: Neighbor no tiene un proceso de verificación de la información que se comparte en la plataforma. Esto ha llevado a algunas personas a compartir información falsa o engañosa.
- Acoso: Neighbor ha sido criticado por su incapacidad para abordar el acoso y el discurso de odio en la plataforma. Esto ha llevado a algunos usuarios a sentirse inseguros al usar la aplicación.

Citizen

Fortalezas:

- Conexión directa con las autoridades: Las alertas en la aplicación se disparan automáticamente al número de emergencia 911
- Alertas en tiempo real: Todos los posts de los demás usuarios se comparten al segundo así como las alertas de las autoridades.

Debilidades:

- Veracidad de la información: Citizen no tiene un proceso de verificación de la información que se comparte en la plataforma. Esto ha llevado a que algunas publicaciones se hagan en base a llamados a las autoridades sin ningún tipo de corroboración sobre el acto.

Panorama Digital en Argentina

El panorama digital de Argentina está prosperando. Con una impresionante tasa de adopción de internet del 83%, el país se encuentra entre los más conectados de América Latina. Mundialmente, son 192 millones de usuarios de internet, una cifra que ha crecido un 4% año tras año.

Los argentinos pasan un promedio de 9 horas y 38 minutos al día en línea, lo que destaca su profunda integración en el mundo digital. La motivación principal de este compromiso es clara: encontrar información. Más del 61% de los argentinos utilizan internet principalmente para este propósito, lo que demuestra su importancia como recurso de conocimiento.

Las redes sociales juegan un papel significativo en la vida argentina, con el 64,2% de los usuarios utilizándolas para investigar marcas. Esto coloca a

Argentina entre los 5 países del mundo con mayor uso para este propósito específico. Esta tendencia sugiere una creciente dependencia de las redes sociales para obtener información sobre productos y servicios, lo que impacta en el comportamiento del consumidor y las estrategias de marketing de las marcas.

Además, el mercado global de publicidad digital alcanzó un valor de 465.5 mil millones de dólares en 2023, lo que indica el enorme potencial de las redes sociales como plataforma publicitaria.⁴

A medida que la penetración de internet en Argentina continúa aumentando y los hábitos de uso evolucionan, el panorama digital sin duda se convertirá en un elemento aún más central en la estructura social y económica de la nación. Esto presenta oportunidades emocionantes para que las empresas se relacionen con los consumidores a través de las redes sociales y los canales digitales, al tiempo que destaca la necesidad de una infraestructura de internet confiable y accesible para respaldar esta demanda creciente.

Problemas de la Industria

La industria enfrenta desafíos relacionados con la privacidad de los datos, la participación del usuario y la competencia entre plataformas.

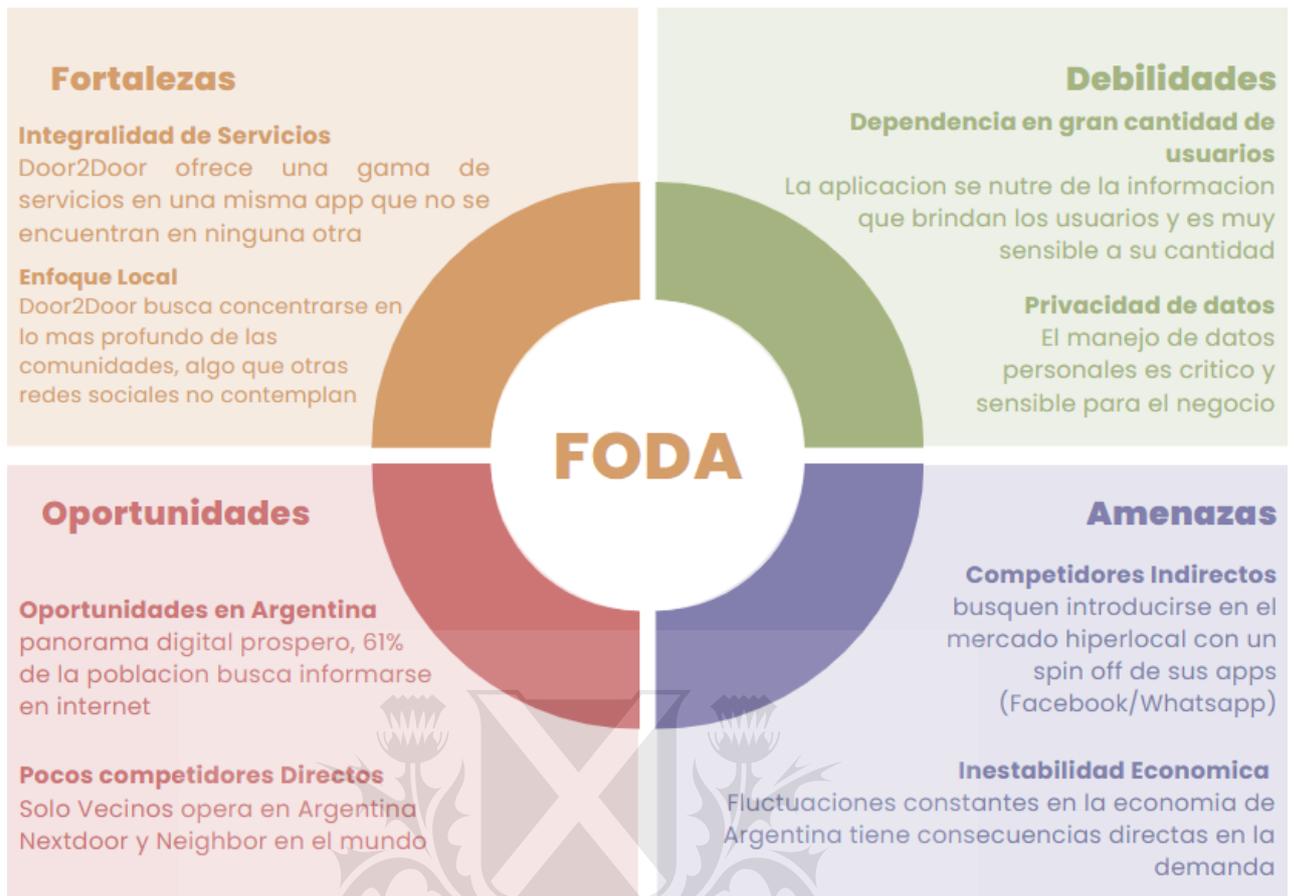
- **Privacidad de los datos:** En el contexto de las redes sociales hiperlocales, la privacidad de datos es una preocupación importante. Estas plataformas recopilan una gran cantidad de información personal y de ubicación de los usuarios, ya que se basan en la interacción local. Esto incluye datos como la ubicación exacta de un usuario, sus actividades en la comunidad y sus preferencias. La privacidad de estos datos es crítica, ya que su mal uso o una violación de seguridad podría tener graves implicaciones para la seguridad y el bienestar de los usuarios. Los incidentes de filtración de datos o el uso indebido de la información personal pueden dañar la confianza de los usuarios y provocar problemas legales y regulatorios.

⁴ (Kemp, 2022)

- **Participación del usuario:** La participación activa de los usuarios en las redes sociales hiperlocales es esencial para el éxito de estas plataformas. Sin embargo, lograr y mantener la participación puede ser un desafío. Los usuarios pueden perder interés si no encuentran contenido relevante o si no experimentan una verdadera comunidad en línea. Además, la participación puede verse afectada por la percepción de seguridad en la plataforma. La falta de moderación adecuada o la presencia de comportamientos inapropiados pueden disuadir a los usuarios de participar activamente. Por lo tanto, garantizar una participación constante y significativa de los usuarios es un desafío clave para las redes sociales hiperlocales.
- **Competencia entre plataformas:** En la industria de las redes sociales hiperlocales, la competencia es intensa. Varias plataformas compiten por la atención de los usuarios locales, y esto puede llevar a una fragmentación en la comunidad en línea. Los usuarios pueden estar divididos entre múltiples plataformas, lo que dificulta que una plataforma en particular alcance una masa crítica de usuarios. Además, la competencia puede llevar a la duplicación de características y servicios entre plataformas, lo que puede resultar en una saturación del mercado y dificultar la diferenciación. Los desafíos de competencia pueden incluir la adquisición y retención de usuarios en un mercado altamente disputado y la diferenciación efectiva de otras plataformas similares.

Análisis FODA

Basado en un análisis de todo lo expuesto anteriormente, desarrollamos el siguiente análisis



Espacio para Door2Door

Con un panorama digital optimista en la Argentina, Door2Door tiene lo necesario para insertarse en un mercado creciente. La integralidad de servicios que presenta la App da una ventaja sobre sus competidores:

door2door	Nextdoor	Citizen	Neighbors	Vecinos	Door2Door
Seguridad	✗	✓	✓	✗	✓
Información sobre la comunidad	✓	✓	✗	✓	✓
Conexión directa con vecinos	✗	✗	✓	✓	✓
Información sobre profesionales	✗	✗	✗	✓	✓
Reseñas sobre negocios locales	✓	✗	✗	✗	✓
Geolocalización	✓	✓	✓	✗	✓
Market Place	✓	✗	✗	✓	✗

Como se puede ver en la tabla, ningún competidor directo cumple con todas las características que presenta la App de Door2Door. Por este motivo, junto con un mercado creciente y un claro interés en los usuarios de internet argentinos por buscar información y comunicarse, creemos que Door2Door tiene una gran oportunidad para insertarse en el mercado.

III. Investigación de Mercado/Segmentos Objetivo

Usuarios Personales

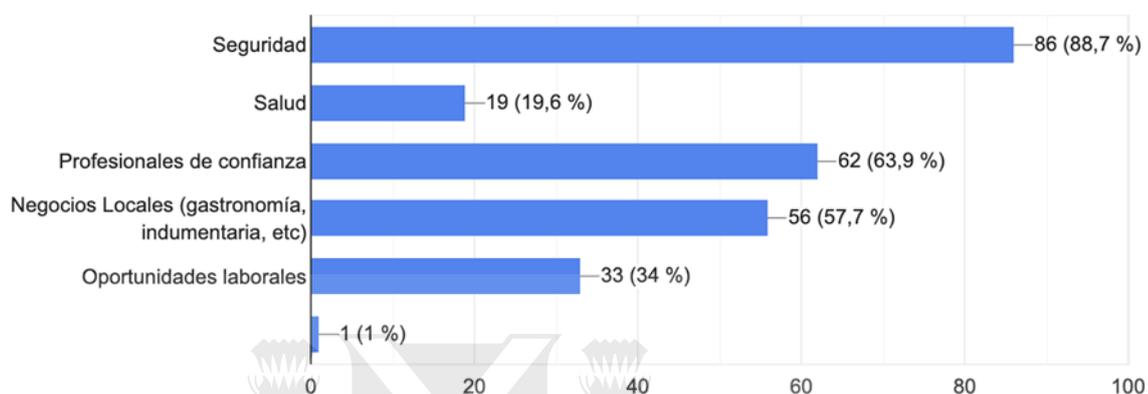
Para llevar a cabo la investigación de mercado se realizó una encuesta de 2 etapas con el fin de identificar el problema que están teniendo los vecinos de Buenos Aires. En primer lugar, se realizó una encuesta piloto en donde se entrevistaron a 12 residentes de distintos barrios y edades para reconocer las inquietudes actuales de los vecinos. Para seguir con el análisis, se ejecutó una encuesta definitiva, con 123 encuestados, con el fin de ampliar la información obtenida y afirmar los malestares.

- a) Clasificación del cliente

El perfil del consumidor está compuesto por personas residentes en Buenos Aires con edades entre 20 a 60 años. Los intereses del consumidor con respecto a los asuntos sobre los que les gustaría recibir y compartir información se ven reflejados en el siguiente gráfico:

¿Sobre qué asuntos te interesaría más poder compartir y recibir información?

97 respuestas



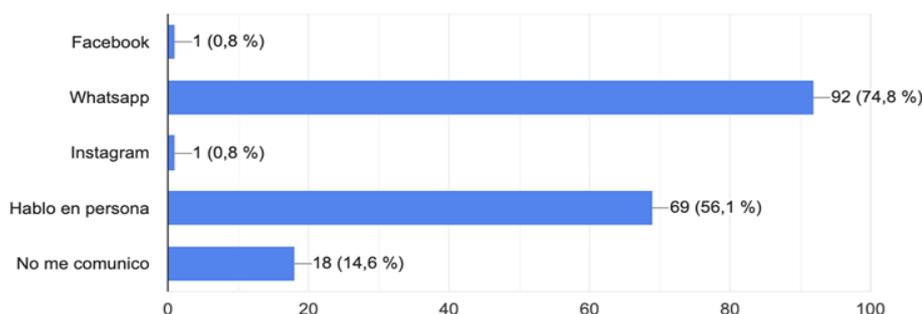
Las personas encuestadas destacan la posibilidad de recibir información acerca de seguridad, profesionales de confianza y negocios locales.

b) Comportamiento actual del consumidor

Los residentes de Buenos Aires utilizan aplicaciones de redes sociales convencionales para conectarse con los vecinos o hablan directamente en persona;

¿Qué métodos utilizas para comunicarte con tus vecinos sobre cuestiones de seguridad, cortes de luz/gas/agua, eventos locales?

123 respuestas



Los métodos más utilizados según los encuestados son Whatsapp y la comunicación en persona.

c) Identificación de Pains & Gains

Los principales pains identificados fueron los siguientes; la impotencia a la dificultad de acceder a información local fiable y la frustración de no poder conseguir profesionales de confianza. También se destaca el miedo a la inseguridad dentro del barrio.

Los gains de los usuarios son los siguientes; acceso a información local de primera mano, reducir el sentimiento de inseguridad al poder estar en contacto con autoridades, comunicación simple y eficiente con vecinos sin necesidad de compartir datos personales y facilidad para contratar profesionales de confianza.

Como posible comprador, pudimos identificar a Nicolás Martínez (Ver anexo 21). El éxito de la aplicación depende de la capacidad de satisfacer las necesidades y resolver las inquietudes de Nicolás.

TAM - SAM - SOM

El Mercado Total Abordable (TAM) y el Mercado Total Servible (SAM) son dos conceptos clave en el análisis de mercado. A través de una detallada investigación de mercado, hemos calculado estos números para Door2Door.

En nuestro caso, el TAM considera la población de Capital Federal y el Gran Buenos Aires, que suman un total de 13.910.450 de personas, según el censo de 2022 y utilizando el valor de la categoría "población en viviendas particulares"[1]. Luego, consideramos el rango de edad entre 20 y 60 años, que representa aproximadamente el 61% de la población, lo que nos da 8.485.374 personas. Finalmente, hemos aplicado el porcentaje de segmento ABC1 y C2, que equivale al 22%. La multiplicación de estos factores nos da un TAM de 1.866.782 personas.⁵

⁵ INDEC. (2022). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Recuperado de <https://www.indec.gob.ar/indec/web/>

Por otro lado, el SAM representa el mercado que realmente podemos abordar y servir con nuestro producto, considerando restricciones como el precio. En este sentido, hemos identificado tres segmentos de precio en los cuales Door2Door puede operar determinados por las encuestas realizadas a 123 personas y su disposición a pagar:

- Rango de \$710 a \$3,550: 657.107 personas.
- Rango de \$3,550 a \$7,100: 233.347 personas.
- Rango de \$7,100 a \$10,650: 106.406 personas.

En resumen, estos datos nos proporcionan una imagen clara de la oportunidad de mercado para Door2Door en términos de tamaño y segmentación.

Estimación de Demanda

Tomando estos valores, estimamos la demanda a partir de la siguiente tabla;

Potential customers YO	1.866.782	1.866.782	1.866.782
Price range (USD)	1-5	5-10	10-15
% buying	38%	13%	4%
Potential customers buying at each price range	713.323	242.833	75.885
Qty of Purchases per Year	12	12	12
Qty per Purchase	1	1	1
Units x Customer x Year	12	12	12
Total demand in units per year	8.559.880	2.914.002	910.626
Average price	3	8	13
Potential sales per year (USD)	25.679.641	21.855.013	11.382.819

Partiendo de los potenciales clientes (TAM) obtenemos las ventas posibles por año separadas por rango de disponibilidad de pago por una suscripción mensual. Tomando el rango de 5-10 y guiándonos por el resultado de las encuestas donde el 13% estaba dispuesto a pagar ese monto (SAM), calculamos la cantidad de unidades, medidas como suscripciones mensuales, que obtendremos en un año. Suponiendo una capacidad instalada del 1% (SOM), podríamos estimar una cantidad de 29.140 unidades para el año 4 y 5. La estimación anual se puede ver en el anexo 5. Esta capacidad instalada

(SOM) representa el 10,9% de la población de la comuna 13, la de mayor número de habitantes en la capital federal. La estimación parte del SOM y se divide en unidades mensuales, comenzando en el mes 1 con un 10% de esta estimación y aumentando en 2% constantemente.

Usuarios Negocios Locales

Para llevar a cabo la investigación sobre negocios locales se realizaron 17 entrevistas a diferentes dueños de microempresas.

a) Clasificación de clientes: Microempresas son aquellos comercios registrados en Argentina que facturan menos de 23.560.000 al año. ⁶

b) Comportamiento actual del consumidor

De los 17 entrevistados, el 100% usa instagram como plataforma para publicitar sus productos y solo el 47% usa también Facebook.

c) Identificación de Pains y Gains

Los Pains: El total de los entrevistados coincide en lo frustrante que es publicitar su marca y no alcanzar el público objetivo ni aumentar sus ventas. La gran mayoría siente impotencia al no poder destacar frente a los competidores de mayores recursos.

Los Gains: Los negocios locales tienen la posibilidad de acceder a anuncios ilimitados, apuntando específicamente a su público objetivo a través de la geo localización. Esto brinda precisión, micro segmentación y evita competencia desleal.

TAM - SAM - SOM

Es importante definir el Mercado Total Abordable y el Mercado Total Servible para los negocios locales ya que son gran parte del negocio de Door2Door. Para ello, tomamos como TAM a todas aquellas compañías registradas como microempresas en Argentina. El total de empresas registradas es de 856.300, el 83% de ellas son microempresas⁷ dejando nuestro TAM en 710.729. Guiándonos por nuestras entrevistas, el 29,41% estaría dispuesto a pagar un fee mensual de 7 dólares por ingresar como negocio local y obtener anuncios ilimitados, siendo nuestro SAM de 209.038

⁶ (Argentina.gob.ar)

⁷ (Banco Comafi, 2023)

negocios. De las 13.000 empresas que se encuentran registradas en la capital federal, el 94% son mipymes. Trabajando con una capacidad instalada del 1% obtenemos un SOM de 25.085 unidades vendidas. Esta capacidad instalada representa al 19,8% de las mipymes de CABA suponiendo que las unidades son negocios que pagaron el fee mes a mes por 12 meses.

Estimación de demanda

Potential customers Y0	710.729	710.729	710.729
Price range (USD)	0	7	10
% buying	52,94%	29,41%	17,65%
Potential customers buying at each price range	376.268	209.038	125.423
Qty of Purchases per Year	12	12	12
Qty per Purchase	1	1	1
Units x Customer x Year	12	12	12
Total demand in units per year	4.515.220	2.508.455	1.505.073
Average price	3	8	13
Potential sales per year (USD)	13.545.659	18.813.415	18.813.415

Partiendo de esta tabla con el TAM, SAM y SOM explicados anteriormente, estimamos 2.613 unidades (medidas como suscripciones totales en el año) el primer año, 6.271 el segundo, 10.818 el tercero y 12.542 el cuarto y quinto año. La estimación parte del SOM y se divide en unidades mensuales, comenzando en el mes 1 con un 10% de esta estimación y aumentando en 2% constantemente. Esta estimación se puede ver en la tabla del anexo 6.

Riesgos Asociados de no alcanzar la masa crítica

Los principales riesgos asociados a no alcanzar la masa crítica para la viabilidad del negocio son la dificultad de generar información y la pérdida de ingresos. Door2Door es una aplicación que se nutre de sus propios usuarios por lo que una cantidad menor de ellos atentaría en contra de su propósito. La información clave sobre las comunidades se vería reducida y los usuarios restantes tendrían una peor experiencia ya que no tendrían la posibilidad de obtener data en tiempo real sobre lo que ocurre en sus barrios. Además, una menor cantidad de usuarios significa una menor cantidad de suscripciones y un menor atractivo para los negocios locales y marcas para realizar publicidad, por lo que se verían muy afectadas las fuentes principales de ingreso de la aplicación.

IV. Modelo de Negocio

Propuesta de Valor

Door2Door es una aplicación digital que conecta a los vecinos de una misma comunidad. La plataforma ofrece una serie de funcionalidades que permiten a los vecinos compartir información, conectarse entre sí y facilitar la obtención de recursos. La posibilidad de compartir información sobre cuestiones de seguridad es una de las características más importantes de Door2Door. Esta característica ayuda a los vecinos a mantenerse seguros al proporcionar un espacio para compartir información sobre delitos, eventos sospechosos o cualquier otra información que consideren relevante permitiéndoles estar alerta de posibles peligros y a tomar medidas para protegerse.

La posibilidad de obtener información sobre el barrio ayuda a los vecinos a conocer mejor su comunidad al proporcionar datos sobre eventos locales, negocios, servicios y otros recursos que permiten a los vecinos aprovechar al máximo su comunidad.

La posibilidad de conectarse entre sí es otra característica importante de Door2Door. Generar una conexión entre vecinos sin la necesidad de conocerse previamente o de tener algún tipo de información de contacto es esencial para los usuarios ya que les permite colaborar compartiendo noticias sobre sucesos importantes dentro de una misma comunidad o intercambiando recursos sin la necesidad de desarrollar una relación previa.

Door2Door es una plataforma que puede ayudar a los vecinos a crear una comunidad más segura, informada y conectada.

Relación con los Consumidores y Canales

La relación de Door2Door con los consumidores es una de self-service. Esto permite que los usuarios tengan la libertad de gestionar su propia experiencia con la plataforma. Esto incluye cosas como crear perfiles, publicar

contenido, conectarse con otros usuarios y solicitar ayuda. También les facilita la posibilidad de obtener la información y el apoyo que necesitan sin tener que contactar con el servicio de atención al cliente a través de guías de preguntas frecuentes dentro de la App.

Los canales utilizados por la aplicación son App Store para la versión iOS y Play Store para la versión Android.

Relaciones Clave

En primer lugar, las relaciones clave que debe mantener Door2Door son con los negocios locales o pequeñas empresas dentro de los barrios y con Timbrit, la App de servicios profesionales.

En cuanto a los negocios, la clave se encuentra en la posibilidad de brindar el espacio para que estos crezcan y se publiquen dentro de la aplicación apuntando a sectores micro cerca de sus ubicaciones, algo que no es posible de encontrar en otras plataformas. La geo localización y la posibilidad de publicar anuncios con rangos de distancia específicos le permiten a cada negocio publicitarse en sectores más focalizados y destacar dentro del target buscado. Door2Door ofrecería el acceso a una gran base de clientes, segmentados por localidades, con particular foco en la cercanía de los usuarios a los negocios y una manera única de publicitarse que se destaca sobre otras aplicaciones. Para Door2Door una relación fructífera con negocios locales es beneficiosa ya que permite brindar un servicio a los usuarios que mejoraría su experiencia, agregando valor a la aplicación y aportando al objetivo de conectar a las personas con sus barrios.

Con respecto a la relación con Timbrit, Door2Door integraría a esta con el fin de ofrecer un servicio de profesionales de confianza para los usuarios de la aplicación. La posibilidad de brindar un servicio extra dentro de Door2Door es clave ya que ayudaría enormemente a los usuarios y mejorará su experiencia, contribuyendo directamente a la ventaja competitiva de la aplicación, la integralidad de servicios. Para Timbrit, trabajar con Door2Door le permite acceder a una gran gama de usuarios segmentados por ubicación, publicitando su marca y otorgando el acceso a una base de clientes nuevos.

Con el fin de saber si Timbrit trabajaría con una aplicación como Door2Door, contactamos a algunos empleados de la compañía y obtuvimos una respuesta positiva en la que se mostró interés. Sin embargo, no se pudieron obtener datos específicos del valor de la API para integrar la App ni de un posible modelo de negocios alrededor de ello.

Actividades Clave

Para que la plataforma funcione de forma eficaz, Door2Door debe realizar una serie de actividades clave. Estas actividades se pueden dividir en tres áreas principales; moderación y gestión de la comunidad, colaboración con negocios locales y desarrollo y mantenimiento de la App.

La moderación y gestión de la comunidad es una actividad clave para Door2Door ya que es responsable de garantizar un entorno seguro y positivo para los usuarios. La moderación de la comunidad incluye la eliminación de contenido inapropiado, como contenido que sea ofensivo, discriminatorio o ilegal así como también el spam y las “fake news” con el fin de que los usuarios dispongan información confiable y segura.

La colaboración con negocios locales es otra actividad clave para Door2Door con el fin de ofrecer a los vecinos ofertas y descuentos exclusivos. Esto puede ayudar a Door2Door a atraer a nuevos usuarios ya que los vecinos pueden estar más dispuestos a utilizar la plataforma si saben que pueden obtener beneficios exclusivos en negocios que se encuentren cerca de sus ubicaciones. La colaboración con negocios locales también puede ayudar a Door2Door a generar ingresos a través de los anuncios.

El desarrollo y mantenimiento de la App también es una actividad clave que permite a Door2Door ofrecer a los usuarios una experiencia segura, fiable y fácil de usar. Esto incluye la incorporación de nuevas funcionalidades, como nuevas formas de compartir información, conectarse entre sí y obtener recursos. También la corrección de errores y la mejora del rendimiento de la aplicación.

Recursos Clave

Los recursos clave que permiten el desarrollo de Door2Door son; el equipo de desarrollo y soporte, el equipo de marketing, el manejo de datos e información de los usuarios y base de clientes.

Door2Door necesita un equipo de desarrollo y soporte para crear y mantener la aplicación. Este equipo es responsable de la actividad clave de desarrollo y mantenimiento que es indispensable para llevar adelante la App y crear mejoras continuas para beneficio de los usuarios.

Un equipo de marketing para promocionar la plataforma y atraer nuevos usuarios es clave ya que una sólida base de clientes es indispensable para la propuesta de valor de Door2Door. Este equipo es responsable de crear campañas de marketing, gestionar la presencia de la plataforma en las redes sociales y desarrollar relaciones con los medios de comunicación.

El manejo de datos e información de los usuarios es importante para Door2Door ya que es necesario comprender sus necesidades y mejorar la plataforma. Estos datos pueden incluir información sobre el uso de la aplicación, las preferencias de los usuarios y las tendencias en las comunidades locales.

Por último, una sólida base de clientes es un recurso clave para la aplicación ya que de eso se nutre la propuesta de valor. Con una gran cantidad de usuarios la información aumenta su volumen y se vuelve más accesible además de más confiable por el gran número de validaciones. El intercambio de recursos, la conexión entre vecinos y los ingresos de la aplicación son todas variables que se ven afectadas por el número de usuarios. Mientras mayor sea este número, mejor será la experiencia.

Fuentes de Ingresos

Door2Door tiene dos formas de generar ingresos, a través de ADS y un modelo Freemium.

Esta estrategia de precios se basa en un análisis que tiene en cuenta los siguientes parámetros; disposición a pagar por los encuestados, los beneficios ofrecidos por la suscripción Premium y el poder adquisitivo de los usuarios objetivos.

Según las encuestas realizadas, el 47,5% está dispuesto a pagar un precio de suscripción de 5 dólares por mes (Ver anexo 7), esto se debe a que los beneficios ofrecidos por la suscripción Premium son atractivos para los usuarios, pero no son esenciales para el uso básico de la aplicación por lo que los usuarios están dispuestos a pagar un precio moderado por los beneficios Premium. Además, los usuarios objetivos de Door2Door tienen un poder adquisitivo medio. Esto significa que Door2Door debe establecer precios que sean asequibles para esta audiencia. Este precio único es competitivo y atractivo para los usuarios. El precio mensual es relativamente bajo, lo que lo hace accesible para una amplia gama de usuarios.

Con la suscripción Premium, los usuarios pueden personalizar sus perfiles agregando información relevante, destacando sus intereses y preferencias. Esto no solo les permite expresar mejor quiénes son, sino que también facilita la conexión con otros usuarios que comparten intereses similares.

Además, con la versión Premium, los usuarios disfrutan de una experiencia sin anuncios. Esto significa que pueden explorar la aplicación sin interrupciones publicitarias y centrarse en lo que realmente les importa: su comunidad y su seguridad, recibiendo solamente las recomendaciones de sus vecinos acerca de los negocios que los rodean.

Otro de los beneficios más destacados es la posibilidad de recibir descuentos y promociones de los negocios locales que se encuentran cerca de ellos. Door2Door trabaja en estrecha colaboración con comercios locales para ofrecer a sus usuarios Premium ofertas especiales y descuentos exclusivos.

Los usuarios Premium también pueden formar grupos exclusivos o “círculos” con personas que comparten sus intereses o viven en su misma área, lo que les brinda la oportunidad de intercambiar información y recursos de manera más enfocada.

Por último, brindamos a los usuarios Premium un nivel de soporte prioritario. Esto significa que cualquier pregunta, problema o solicitud que puedan tener se abordará de manera más rápida y efectiva.

La fuente de ingresos de anuncios se compone de una tarifa mensual al registrarse como negocio local la cual permite publicar ads ilimitados dentro de un rango determinado por los límites del barrio en el que se encuentra el negocio. La tarifa es de 7 dólares mensuales y está basada en las entrevistas realizadas donde el 29,41% estaba dispuesto a pagar esa suma. A diferencia de aplicaciones como Facebook o Instagram que dejan a los usuarios poner un presupuesto y cobrar en base a ellos, decidimos poner tarifas fijas para los negocios con el fin de facilitar al anunciante la estructura del precio que paga, aclarando su alcance específico y su duración. Esta parte de nuestro modelo de ingresos va a estar disponible desde el año 3 ya que creemos que es necesaria una base de usuarios para que sea rentable esta opción para los negocios.

Principales Costos

Por otro lado, algunos de los principales costos para poder desarrollar y mantener la aplicación están relacionados a la infraestructura tecnológica y la arquitectura de software. El desarrollo de software incluye los salarios de los desarrolladores de aplicaciones y cualquier gasto relacionado con la creación de la plataforma, como licencias de software y herramientas de desarrollo. La infraestructura tecnológica es necesaria para respaldar la plataforma y gestionar el flujo de datos de los usuarios. Esto incluye servidores y alojamiento web.

En adición, el mantenimiento y las actualizaciones son necesarios para solucionar errores, agregar nuevas características y garantizar la

compatibilidad con las últimas versiones de sistemas operativos. Por último, el diseño y la experiencia de usuario (UX/UI) son fundamentales para tener un diseño atractivo y una experiencia de usuario intuitiva por lo que habría que incurrir en costos adicionales para este tipo de diseñadores gráficos.

El marketing y la adquisición de usuarios son necesarios para atraer usuarios a la aplicación, lo que implica inversiones en estrategias de marketing y publicidad. Otros costos como aquellos relacionados a lo legal y de cumplimiento que pueden surgir con respecto a temáticas como la propiedad intelectual, acuerdos de usuario y políticas de privacidad son esenciales para la aplicación.

V. Plan de Marketing

Para el plan de marketing de Door2Door nos centramos en 4 objetivos principales, la creación de conciencia, la adquisición de usuarios, la retención y fidelización y el crecimiento y la expansión. Estos objetivos servirán como guía para el plan, que se divide en 3 etapas; pre lanzamiento, lanzamiento y post lanzamiento.

Objetivos de la Estrategia de Marketing

- **Creación de Conciencia:** Nuestro primer objetivo es generar conciencia sobre Door2Door como la aplicación hiperlocal que conecta a las comunidades. Esto implica hacerle conocer al público los beneficios de nuestra plataforma, como la seguridad comunitaria, la información local útil y la confiabilidad de los profesionales.
- **Adquisición de Usuarios:** Buscamos adquirir nuevos usuarios, en particular, aquellos que encajan con nuestro público objetivo. Esto incluye a quienes buscan una solución a problemas comunes en sus vecindarios, como la falta de comunicación, la inseguridad y la búsqueda de profesionales de confianza. Estos usuarios son vitales para nuestra comunidad en crecimiento.

- **Retención y Fidelización:** Una vez que hemos atraído a los usuarios, nuestra estrategia se enfoca en retenerlos y convertirlos en "clientes leales". Queremos que los usuarios se conviertan en defensores activos de Door2Door, lo que implica un compromiso a largo plazo y el uso continuo de la aplicación.
- **Crecimiento y Expansión:** Nuestra estrategia también busca fomentar el crecimiento constante de nuestra base de usuarios y expandirnos a nuevas áreas dentro de Buenos Aires y otras ciudades en el futuro. Este crecimiento es esencial para nuestro éxito continuo.

Identificación de Clientes Leales

Para desarrollar una estrategia de marketing sólida, es crucial identificar a nuestros "clientes leales" o "verdaderos fanáticos". En Door2Door, consideramos a los "clientes leales" como aquellos usuarios que utilizan activamente la aplicación para abordar sus necesidades cotidianas en la comunidad. Esto incluye:

- **Usuarios Comunitarios Comprometidos:** Aquellos que participan en la comunicación local, como la publicación de alertas de seguridad, eventos locales, información respecto a sus barrios y recomendaciones de negocios.
- **Usuarios Activos en la Búsqueda de Servicios:** Personas que regularmente utilizan Door2Door para encontrar profesionales de confianza, servicios locales y constantemente validan información de otros vecinos.
- **Personas Preocupadas por la Seguridad Local:** Usuarios que valoran la función de alertas de seguridad y están comprometidos en mantener sus vecindarios seguros.

Etapa 1: Pre Lanzamiento

Objetivo: Captar la atención y generar anticipación.

Estrategias:

- Redes Sociales: crearemos perfiles en redes sociales, publicando contenido interesante sobre Door2Door para despertar la curiosidad.

Esto incluirá adelantos sobre las características clave de la aplicación, consejos de seguridad y publicaciones que destacan la importancia de la comunidad.

- Campañas Publicitarias: Utilizaremos publicidad en Google y en redes sociales para llegar a un público más amplio. Para ello establecimos un presupuesto diario de 10 dólares.
- Colaboración con Influencers: Identificaremos influenciadores locales con una audiencia comprometida en las áreas de Buenos Aires y los involucraremos para aumentar la conciencia sobre nuestra próxima aplicación.
- Alianzas Estratégicas: Estableceremos asociaciones con empresas locales que puedan ofrecer servicios y beneficios exclusivos a nuestros usuarios de Door2Door, lo que aumentará la expectativa, (ofreciéndoles un descuento en sus publicaciones los primeros meses).

En base a precios obtenidos por los influencers y creadores de contenido Aylen Park, Lali Crespo, Melissa Daniela y el estudio creativo Alt Design decidimos llevar a cabo en la etapa de pre-lanzamiento un posteo cada 4 meses en Instagram con un influencer macro de 233 mil seguidores con un costo de 578,09 dólares por posteo. También trabajaremos con un influencer micro de 25 mil seguidores con el fin de realizar más publicaciones, en este caso 2 reels por mes con un costo de 23,12 dólares por posteo. En Tik-tok trabajaremos con un influencer de 90 mil seguidores realizando 2 tik toks por mes con un costo de 11,56 dólares por posteo. Los posteos incluyen historias así como reels o tik toks en los que se mostrarán algunas de las features de la App con las pantallas disponibles y los influencers describirán algunas de las características de Door2Door, sus beneficios y la fecha de lanzamiento con el fin de generar conciencia y anticipación.

Etapa 2: Lanzamiento

Objetivo: Atraer a nuevos usuarios y convertirlos en clientes.

Estrategias:

Lanzamiento Local: Lanzaremos Door2Door de manera gradual en áreas locales dentro de Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Anunciaremos el lanzamiento con publicidad y contenido en redes sociales.

- Campaña de Influencers: Los influenciadores locales se asociarán con nosotros durante el lanzamiento, promocionando la aplicación y sus beneficios a su audiencia.
- Campañas Publicitarias: Utilizaremos publicidad en Google y en redes sociales para llegar a un público más amplio. Además, las personas que descarguen Door2Door durante el período de lanzamiento recibirán incentivos especiales tales como descuentos en negocios/suscripción Premium. El presupuesto de ads en google pasa a 14 dólares diarios desde el año 2.

Se mantendrá la relación con los influencers macro y micro tanto de instagram como de tik tok y se aumentaran la cantidad de posteos en esta última a 6 tik toks mensuales. El objetivo es mostrar en funcionamiento la aplicación, demostrando los beneficios que otorga para los vecinos.

Etapas 3: Campañas Posteriores al Lanzamiento

Objetivo: Retener y mantener a los usuarios interesados y comprometidos.

Estrategias:

- Comunicación Directa: Mantendremos una comunicación constante a través de notificaciones en la aplicación, fomentando la participación activa y la retroalimentación.
- Contenido y recomendaciones personalizados: Utilizaremos la geo localización para proporcionar a los usuarios contenido y recomendaciones personalizados en función de su ubicación. Esto ayudará a los usuarios a descubrir nueva información y conectarse con empresas y vecinos relevantes.
- Social Media: Mantendremos una presencia activa en redes sociales, compartiendo contenido relevante y respondiendo a las necesidades de los usuarios. El presupuesto de ads en google disminuirá a 7,5 dólares diarios. Se mantendrá el trabajo con influencers pero a 2 posteos en

instagram con el influencer macro, 1 reel por mes con el influencer micro y 1 tik tok por mes.

- Colaboración Continua con Aliados: Continuaremos colaborando con empresas locales para garantizar la calidad de los servicios y beneficios ofrecidos en la aplicación.
- Premiación a clientes fieles: aquellos clientes que participaron activamente en la publicación de información así como la validación de la misma podrán obtener descuentos especiales en sus negocios locales.

Cada etapa de nuestro plan de marketing está diseñada para cumplir con objetivos específicos en diferentes fases del lanzamiento de Door2Door, desde la creación de anticipación hasta la adquisición de usuarios y finalmente su retención. Los costos totales de cada etapa con el trabajo de cada influencer y el gasto por ads se encuentran en el anexo 8.

Algunas métricas clave para evaluar nuestra campaña de marketing son las siguientes:

- Alcance: Número de impresiones, número de clics, número de veces que se compartieron los ads
- Conversiones: Número de descargas de la aplicación, número de suscripciones, número de compras
- Visualización: Interacción por medio de link de la aplicación en los posteos, retención visual, alcance orgánico y pago, conciencia de marca.

VI. Operaciones

Desarrollo de la aplicación

Para programar una App como Door2Door, es necesario tener en cuenta una serie de aspectos, como el diseño, las funcionalidades, la seguridad, la escalabilidad y el público objetivo.

En primer lugar, el diseño de la App es fundamental para su éxito. Debe ser intuitiva y fácil de entender para los usuarios. Para lograr esto es necesario trabajar con un diseñador UX/UI encargado de la experiencia del usuario con el fin de lograr una interacción eficiente con los usuarios. Las principales tareas están relacionadas con el diseño de la interfaz de usuario y la experiencia del usuario. La primera incluye la navegación, los elementos de la interfaz y la estética en general. Estos serían el texto, las imágenes, los botones, los menús y las barras de desplazamiento que se encontrarían dentro de la App. La segunda está relacionada con el flujo de trabajo, los mensajes de error y alertas.

Para llevar adelante la programación de todas las features de la App es necesario contar con programadores back-end y front-end. El primero se encarga de desarrollar la parte de la aplicación que se ejecuta en el servidor, es decir, es responsable de procesar las solicitudes de los usuarios, almacenar los datos y proporcionar la funcionalidad principal de la aplicación. El segundo se encarga de desarrollar la parte que los usuarios ven e interactúan, en otras palabras, implementan el diseño de la interfaz creado por el diseñador UX/UI.

Para calcular los precios necesarios para desarrollar la aplicación utilizamos los datos obtenidos por el Consejo Profesional de Ciencias Informáticas de la Provincia de Buenos Aires.⁸ Las estimaciones de horas de trabajo y el tipo de programadores fueron obtenidas a través de consultas por LinkedIn a diversos desarrolladores que participaron en otros proyectos similares. Un desarrollador Back End cobra 30,05 dólares por hora, un Front End 33,04 dólares la hora y un diseñador UX/UI 16,32 dólares por hora.

En cuanto al resto de la aplicación, los usuarios deben poder crear una cuenta y registrarse en la aplicación. Es necesario crear un formulario de registro que solicite los siguientes datos del usuario: nombre, apellido, dirección, código postal, correo electrónico y contraseña. También almacenar los datos del usuario en una base de datos y envía un correo electrónico de

⁸ (Consejo Profesional de Ciencias Informáticas de la Provincia de Buenos Aires, 2023)

confirmación al usuario con un enlace para activar su cuenta. Para esto es necesario un desarrollador Back End y se estiman 40 horas de trabajo.

La posibilidad de publicar anuncios en la aplicación es indispensable y para eso es necesario que se cree un formulario de publicación de anuncios que solicite los siguientes datos del anuncio: título, descripción, precio, categoría, ubicación y fotos y poder almacenar los anuncios en una base de datos. Para esto es necesario un desarrollador Back End y uno Front End, se estiman 80 horas de trabajo.

Otra característica clave es que los vecinos puedan chatear entre sí a través de la aplicación. Es necesario un sistema de chat que permita a los usuarios enviar mensajes de texto, fotos y vídeos y almacenar los mensajes de chat en una base de datos. También permitir a los usuarios buscar mensajes de chat específicos. Para esto es necesario un desarrollador Back End y uno Front End, se estiman 90 horas de trabajo.

Las notificaciones son gran parte de Door2Door ya sea sobre nuevos anuncios, mensajes de chat, alertas de seguridad u otro tipo de información sobre sucesos dentro de la comunidad. Se debe crear un sistema de notificaciones que permita a los usuarios recibir notificaciones por correo electrónico, SMS o push y almacenar las preferencias de notificación de los usuarios. También se debe dar la opción a los usuarios administrar sus preferencias de notificación. Para esto es necesario un desarrollador Back End y se estiman 50 horas de trabajo.

Los usuarios pueden suscribirse a un plan Premium para obtener acceso a funciones adicionales por eso es necesario crear un sistema de suscripción que permita a los usuarios suscribirse a planes Premium y almacenar la información de suscripción de los usuarios. Además se debe dar la posibilidad de gestionar la suscripción, permitiendo a los usuarios cancelarlas. Para esto es necesario un desarrollador Back End y se estiman 40 horas de trabajo.

Tanto para la suscripción como para los anuncios los usuarios deben poder realizar pagos. Se debe integrar un procesador de pagos en la aplicación que almacene la información de pago de los usuarios y permita a los usuarios realizar pagos seguros. Para esto es necesario un desarrollador Back End y se estiman 40 horas de trabajo.

Para las alertas de seguridad y el contacto con las autoridades en Door2Door se encuentra disponible el botón de pánico. Los usuarios deben poder presionar un botón para enviar una alerta a las autoridades. Hay que agregar un botón de pánico a la aplicación para que cuando el usuario presione el botón, la aplicación muestre opciones de policía, bomberos o emergencias para que el usuario seleccione y se dispare la llamada. Para esto es necesario un desarrollador Back End y uno Front End, se estiman 70 horas de trabajo.

La geo localización es una característica clave de Door2Door por eso es necesario que la aplicación muestre la ubicación del usuario y obtenga sus datos. Se debe agregar un componente de geo localización a la aplicación en el que se solicita permiso al usuario para acceder a su ubicación. La aplicación debe mostrar la ubicación del usuario en un mapa y utilizar los datos para brindar información adecuada. Para esto es necesario un desarrollador Back End y uno Front End, se estiman 60 horas de trabajo.

Los usuarios deben poder obtener ayuda y soporte de la aplicación por lo que se debe crear un centro de soporte que incluya una base de conocimientos, un foro de la comunidad y un chat en vivo con soporte. Para esto es necesario un desarrollador Back End y uno Front End, se estiman 50 horas de trabajo.

El total es de 510 horas de trabajo para los desarrolladores Back End, Front End y diseñador UX/UI. El costo de desarrollo de la aplicación final es de 17.114,38 dólares.

Por último, es necesario contar con un servicio de nube para el almacenamiento de datos así como el manejo de la infraestructura de la

aplicación. Para Door2Door se contratará un servicio de base de datos en Amazon Web Services. Específicamente se contratará el Amazon Elastic File System de 1 TB de datos, 200GB en clase de almacenamiento EFS Standard y 800 en EFS Standard IA. EFS es un sistema de archivos completamente administrado que se puede escalar horizontalmente para satisfacer las demandas de la aplicación. Esto significa que Door2Door puede agregar o eliminar datos sin tener que preocuparse por la administración del almacenamiento. También proporciona un rendimiento consistente y predecible para cargas de trabajo de lectura y escritura aleatorias. Esto es importante para una aplicación como Door2Door, que debe poder acceder rápidamente a los datos de los usuarios. Por último, EFS es una solución segura que utiliza la infraestructura de Amazon Web Services (AWS) para proteger los datos. Esto incluye cifrado de datos en reposo y en tránsito, así como controles de acceso basados en roles. El costo final de un sistema EFS es de 1467,84 dólares anuales.⁹

El uso de la nube como base de datos permite que el equipo de programadores no deba concentrarse en una misma ubicación donde se encuentren data frames y data warehouse. Los primeros años de vida de Door2Door no necesitan de instalaciones físicas pudiendo realizarse todo lo relacionado al desarrollo de la aplicación en formato remoto.

Todos los costos relacionados al desarrollo de la aplicación se encuentran en el anexo 9.

Operaciones dentro de la Aplicación

Al iniciar la aplicación, las personas tienen la posibilidad de registrarse como usuarios normales o como negocios locales, pudiendo cada uno acceder a las suscripciones correspondientes. De acceder como usuario normal se presenta la posibilidad de acceder al modelo Premium y de acceder como negocio local se presenta el fee mensual para acceder a los anuncios ilimitados. (Ver Anexo 10)

⁹ (Amazon Web Services, 2023)

Una vez iniciada la sesión, los usuarios pueden elegir dejar su ubicación en tiempo real visible para las personas que se encuentren dentro del mismo barrio o no. Sin importar cuál sea la opción elegida, la aplicación toma (a través de la geo localización) la ubicación lo que permite una experiencia adecuada con respecto a la información que se le brinda al usuario. (Ver Anexo 11)

Las personas disponen de un muro en el que figuran todos los posteos de los demás vecinos, ya sean sobre seguridad, información sobre la comunidad o alguna recomendación de negocios locales. Estos pueden filtrar por interés y que solo aparezcan las temáticas más relevantes para cada usuario y por distancia. (Ver Anexo 12)

También tienen la posibilidad de publicar contenido y validar lo ya publicado, reaccionando o comentando en las publicaciones de los demás vecinos, participando activamente en la comunidad. (Ver Anexo 13). A medida que los usuarios interactúan, estos suman “puntos” en la aplicación lo que les permite acceder a descuentos y beneficios en sus negocios locales. Cada validación/publicación suma una cantidad de 5 puntos y Door2Door entrega un descuento o promoción en las marcas de 100, 250, 500 y 1000 puntos. Cada meta tiene como premio un mayor beneficio y estas se reinician mes a mes.

Para comunicarse con los vecinos existe la posibilidad de pedir un chat en formato “request” en el que la otra persona debe aceptar. Una vez aceptada la solicitud, se inicia efectivamente el canal de comunicación. (Ver Anexo 14)

Los servicios de profesionales también se encuentran al alcance de los usuarios, pudiendo estos escribir reseñas sobre ellos. De concretar la colaboración con Timbrit, Door2Door dejaría las opiniones de los usuarios y quien quiera contratar un servicio puede entrar a la publicación y será redirigido a la página oficial de Timbrit. (Ver Anexo 15)

Por último, el botón de pánico se encuentra disponible en el muro de cada usuario y abre un display en el que se ven todos los números de

emergencias necesarios. Tocando en cualquiera de ellos se dispara una llamada automáticamente. (Ver Anexo 16)

VII. Costos, Finanzas e Inversión

Supuestos y consideraciones inflacionarias

Teniendo en cuenta el contexto económico de la Argentina para poder lograr una estimación más adecuada de los costos e ingresos, se proyectó en moneda dólar valuada al dólar MEP del 30 de Noviembre de 2023 (momento de evaluación) siendo 864,91 dólares. Por otro lado, se ajustaron los ingresos por la tasa de inflación anual de Estados Unidos siendo 2,80% para el primer año, 2,40% para el segundo, 2,20% para el tercero, 2,10% para el cuarto y 2,10% para el quinto año. (Ver Anexo 17)

Costos

Los costos que se necesitan afrontar para poder llevar a cabo este proyecto son varios. Se tiene que considerar los costos de marketing vinculados a la estrategia de este y el lanzamiento de las campañas, los costos de producción relacionados con el armado de la red social, costos administrativos relacionados a los salarios de los managers y otros costos relacionados a la parte legal y contable.

Los costos relacionados a la implementación del plan de marketing fueron descritos en el plan de marketing. Se contempla un incremento en los costos de marketing durante la etapa de lanzamiento específicamente en los años 2 y 3 con el fin de alcanzar a un amplio rango de personas interesadas en la red social. Para calcular el presupuesto anual de digital ads, se tuvo en cuenta el multiplicador mensual de google que supone 30,4 días. Se multiplicó el presupuesto diario por dicha métrica por doce.

Los costos del armado de la plataforma fueron descritos en la sección de operaciones. No es de menor detalle destacar que a medida que el proyecto va tomando madurez los costos de producción van aumentando debido a incorporaciones de personal dentro del área de IT. Con el fin de acelerar los procesos productivos como el procesamiento de información, funcionamiento adecuado de la red social, entre otros factores claves. Tanto para el desarrollo de la plataforma como para el resto del proyecto, se debe proveer computadoras y conexión a internet para el equipo completo. Las computadoras son HP Una inversión inicial de 9 computadoras HP con las siguientes especificaciones; HP Computadora portátil 15, procesador AMD Ryzen 3-5300U, 8 GB de RAM, almacenamiento SSD de 256 GB, pantalla de microborde HD de 15.6 pulgadas, Windows 11 Home, batería de larga duración, carga rápida, cámara web de 720p (15-ef2024nr), plata natural) con un precio de 419 dólares en Amazon.¹⁰

Para el internet, se pagara a los integrantes del equipo el equivalente al plan de 100 megas de Movistar de 48, 56 dólares anuales.¹¹

Todos los costos relacionados a la producción se pueden ver en el Anexo 18

Los sueldos de los managers fueron calculados como el costo de oportunidad de lo que ganaría un analista junior en un trabajo de 8 horas. Esto se encuentra reflejado en el anexo 19.

Las cargas sociales y el SAC pueden verse en el anexo 20. Para las cargas sociales se tomó en cuenta la tabla de aportes y contribuciones del gobierno Argentino.¹²

Los gastos relacionados a asuntos impositivos y legales serán visibles en el anexo 21. En el año 0 obtendremos costos relacionados a la inscripción de la organización a una S.A.S. El capital social mínimo en los trámites de constitución es equivalente a dos veces el salario mínimo vital y móvil. En este caso, el salario de diciembre es de 156.000 ARS, por lo que sería de 312.000 ARS. Para hallar el monto en dólares se lo dividió por 864,91, siendo 360,73 el capital mínimo para la inscripción de la S.A.S. Se realizó el mismo cálculo para

¹⁰ (Amazon)

¹¹ (Movistar, 2023)

¹² (Argentina.gob.ar, 2023)

el trámite de constitución, se dividió 4430 ARS por el tipo de cambio dólar MEP, siendo el monto de 5,12 dólares. También se tuvo en cuenta el valor de registrar la marca Door2Door por un precio de 20,44 dólares.¹³

Proyección de Ingresos

Los ingresos por suscripciones son los siguientes;

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas	6.071	14.570	25.133	29.140	29.140
Precio x Unidad	5,14	5,26336	5,37915392	5,49211615	5,60745059
Tasa de Inflacion Anual USA	2,80%	2,40%	2,20%	2,10%	2,10%

Ingresos x Suscripcion	31.204,10	76.687,20	135.195,70	160.040,36	163.401,21
-------------------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------

A 5 dólares por suscripción obtenemos un ingreso de 31.204,1 dólares en el año 1 y con un ingreso de 163.401,21 dólares en el año 5.

Los ingresos por anuncios son los siguientes;

	Año 1	Año 2	Año 3 (1)	Año 4 (2)	Año 5 (3)
Unidades Vendidas			2.613	6.271	10.818
Precio x Unidad			7,196	7,368704	7,53081549
Tasa de Inflacion Anual USA			2,80%	2,40%	2,20%

Ingresos x ADS	18.802,96	46.210,16	81.466,20
-----------------------	------------------	------------------	------------------

Para los anuncios, estimamos un ingreso de 18.802,96 dólares en el año 1 y 81.466, 20 en el año 5.

¹³ (Argentina Gobierno, 2023)

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	PRE LANZAMIENTO	LANZAMIENTO			POST LANZAMIENTO	
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de Inflación Esperada		2,80%	2,40%	2,20%	2,10%	2,10%
Ingresos Totales		USD 31.194,74	USD 74.386,59	USD 149.378,71	USD 200.063,01	USD 237.521,39
Unidades Vendidas (Suscripciones Mensuales)		6.071	14.570	25.133	29.140	29.140
Precio por Unidad		USD 5,140000	USD 5,263360	USD 5,379154	USD 5,492116	USD 5,607451
Ingresos por Suscripciones		USD 31.204,10	USD 76.687,20	USD 135.195,70	USD 160.040,36	USD 163.401,21
Unidades Vendidas (ADS Publicados)				2.612,97	6.271,14	10.817,71
Precio por Anuncio				USD 7,1960	USD 7,3687	USD 7,5308
Ingresos por Anuncios				USD 18.802,96	USD 46.210,16	USD 81.466,20
IIBB		3%	3%	3%	3%	3%
Costos Fijos		USD 1.636,41	USD 1.604,44	USD 1.601,31	USD 1.599,74	USD 1.599,74
App Store y Play Store		USD 124,00	USD 99,00	USD 99,00	USD 99,00	USD 99,00
AWS		USD 1.467,84				
Costos Variables		USD 449,15	USD 447,40	USD 1.402,19	USD 1.022,59	USD 1.072,15
Hardware y Equipamiento		USD 436,91	USD 436,91	USD 1.372,01	USD 1.001,55	USD 1.050,10
Gastos de Administración		USD 74.418,66	USD 74.129,10	USD 106.095,52	USD 116.013,85	USD 148.093,64
Honorarios Desarrollador Back End		USD 12.113,65	USD 12.113,65	USD 24.227,31	USD 24.227,31	USD 36.340,96
Honorarios Desarrollador Front End		USD 13.319,70	USD 13.319,70	USD 26.639,40	USD 26.639,40	USD 39.959,09
Honorarios Diseñador UX/UI		USD 9.027,60				
Honorarios Administrador de Base de Datos		USD 7.945,71	USD 7.945,71	USD 7.945,71	USD 15.891,41	USD 15.891,41
Honorarios CEO - CFO		USD 4.734,60				
Honorarios CTO		USD 4.734,60				
Honorarios CMO		USD 4.734,60				
Honorarios Estudio Jurídico		USD 750,00				
Honorarios Estudio Contable		USD 750,00				
Cargas Sociales		USD 14.281,25	USD 14.281,25	USD 20.267,87	USD 22.138,17	USD 28.124,79
Gastos de Comercialización		USD 6.388,75	USD 9.302,52	USD 9.284,35	USD 4.398,89	USD 4.398,89
Digital Ads		USD 3.648,00	USD 5.107,20	USD 5.107,20	USD 2.736,00	USD 2.736,00
Influencers		USD 2.566,74	USD 3.977,29	USD 3.977,29	USD 1.572,42	USD 1.572,42
Amortizaciones		USD 6.544,20				
Resultado Operativo		USD -58.242,44	USD -17.641,08	USD 24.451,13	USD 70.483,73	USD 75.812,76
Tasa Efectiva de Impuesto a las Ganancias		0%	0%	30%	30%	30%
Impuesto a las Ganancias		USD -	USD -	USD 7.335,34	USD 21.145,12	USD 22.743,83
Resultado Neto		USD -58.242,44	USD -17.641,08	USD 17.115,79	USD 49.338,61	USD 53.068,93

Los primeros dos años de producción obtenemos pérdidas pero en el 3er año comienzan las ganancias hasta el último año proyectado. La tasa del impuesto a las ganancias fue calculada en base a los aranceles de AFIP.¹⁴

Margen Bruto

El margen Bruto para cada año es el siguiente;

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Totales	USD -	USD 31.194,74	USD 74.386,59	USD 149.378,71	USD 200.063,01	USD 237.521,39
Costo de Ventas	USD -	USD 79.192,00	USD 82.028,03	USD 114.399,66	USD 119.058,42	USD 150.527,95
Margen Bruto		-153,86%	-10,27%	23,42%	40,49%	36,63%

Los márgenes brutos siguen la tendencia de los resultados siendo negativos en el año 1 y 2 de producción debido a los altos costos de marketing

¹⁴ (AFIP, 2023)

y desarrollo. Sin embargo, comienzan a mostrarse positivos en el año 3 y se mantienen de esa manera hasta finalizar el proyecto.

Inversión inicial

La inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto sería de 32.721,02 dólares. De los cuales 6.214,74 dólares corresponden a la primera etapa, pre lanzamiento, del plan de implementación de marketing. Para la inversión de hardware y equipamiento se destinarán 3.771 dólares en el año 0. Además, se destinará un total de 4.734,60 dólares para la remuneración del CMO que se encontraría trabajando durante esta etapa como community manager, aportando al plan de marketing. Para asuntos legales e impositivos se destinarán unos 886,29 dólares y por último se asignan unos 17.114,38 dólares para la creación de la plataforma.

Flujos de Fondos: VAN, TIR y Periodo de Recupero

Los flujos de fondos descontados serían los siguientes;

	PRE LANZAMIENTO		LANZAMIENTO			POST LANZAMIENTO	
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos Totales		USD 31.194,74	USD 74.386,59	USD 149.378,71	USD 200.063,01	USD 237.521,39	
Costos Fijos		USD 64.635,61	USD 67.517,41	USD 92.929,46	USD 95.988,14	USD 121.421,49	
Costos Variables		USD 449,15	USD 447,40	USD 1.402,19	USD 1.022,59	USD 1.072,15	
Otros Costos		USD 15.781,25	USD 15.781,25	USD 21.767,87	USD 23.638,17	USD 29.624,79	
Amortizaciones		USD 6.544,20	USD 6.544,20	USD 6.544,20	USD 6.544,20	USD 6.544,20	
EBIT		USD -56.215,47	USD -15.903,68	USD 26.734,98	USD 72.869,91	USD 78.858,76	
Impuesto a las Ganancias		USD -	USD -	USD 7.335,34	USD 21.145,12	USD 22.743,83	
Inversión	USD -32.721,02						
Flujo de Fondos Libres	USD -32.721,02	USD -49.671,27	USD -9.359,47	USD 40.614,52	USD 100.559,24	USD 108.146,79	
VNA	USD 2.740,88						
TIR	33,0%						

Teniendo en cuenta la inversión inicial y los flujos futuros, el proyecto tiene un Valor Actual Neto positivo de 2.740,88 dólares y una Tasa Interna de Retorno de 33%. Ambos parámetros son pruebas de lo rentable y recomendable del proyecto de Door2Door.

Para el cálculo del periodo de recupero, sumamos los valores actuales de los flujos;

Flujo de Fondos Libres	USD -32.721,02	USD -49.671,27	USD -9.359,47	USD 40.614,52	USD 100.559,24	USD 108.146,79
VA de c/flujo	USD -32.721,02	USD -37.842,18	USD -7.130,54	USD 30.942,28	USD 76.611,31	USD 82.391,90
Suma de VA	USD -32.721,02	USD -70.563,20	USD -77.693,74	USD -46.751,46	USD 29.859,85	

El recupero se obtiene en el año 4 del proyecto.

Propuesta de financiación

Door2Door busca establecer una colaboración estratégica con posibles inversiones que compartan nuestra visión y pasión por el proyecto. Buscamos una inversión de 16.361 dólares, el 50% de nuestra inversión inicial, por el 8% de nuestra compañía. Esta propuesta está basada en los números de la siguiente tabla:

COMPOSITION OF CAPITAL IN INITIAL INVESTMENT	\$
<i>Entrepreneurial capital</i>	16.361
VC	16.361
Total Initial Investment	32.721

DCF VALUATION RESULTS	
<i>Venture equity YO for entrepreneur</i>	190.290
<i>Ce</i>	31%

PRE & POST MONEY VALUATION	
<i>Pre-money valuation</i>	190.290
<i>Fundraising</i>	16.361
<i>Post-money valuation</i>	206.650
<i>Fundraising dilution (% VC)</i>	8%
<i>Post raise founders (%)</i>	92%

Suponemos una financiación 50-50, a una tasa de descuento calculada previamente de 31,26%. Realizando una evaluación Pre-money, podemos ver que la compañía vale 190.290 dólares sumando los flujos del año 1 al 5. Con la inyección de capital del inversionista, la compañía pasa a valer 206.650 dólares. 8% es el valor de la compañía a cambio de la inversión inicial.

VIII. Equipo

El equipo de Door2Door está fundado por dos socios que buscan brindar información confiable sobre temas relacionados a la seguridad y la comunidad local a los vecinos. Con la integración de un programador a la empresa y la

contratación de tres programadores (back-end, front-end) se llevaría a cabo el desarrollo de la aplicación. A medida que el negocio crece se proyectaría la contratación de más programadores para lograr un mantenimiento de la aplicación acorde a la cantidad de usuarios dentro de ella y el almacenamiento de ésta.

Socios

Dentro de los socios fundadores se encuentra Bautista Brunoldi Bevilacqua con el puesto de CEO/ CFO y Micaela Kim como CMO. La definición de los roles de los respectivos socios fundadores fueron decididos tras un exhaustivo análisis de las características de cada uno de los socios con los puestos de la empresa.

La tarea principal del CEO es definir la visión, objetivos y estrategia de la empresa. Se encarga de supervisar las operaciones de la empresa y de conseguir financiamiento para la organización. Es el responsable de representar la empresa a terceros. Por otro lado, el CFO está a cargo de las finanzas de la empresa. Debe contar con conocimientos de contabilidad, recaudación de fondos y planificación financiera. La precisión y prolijidad son características claves que debe tener el CFO para poder establecer metas claras y exactas. La eficiencia y la racionalidad son cualidades esenciales para poder gestionar los recursos financieros como el presupuesto, el capital de inversión y los gastos operativos de la manera más rápida y eficiente basándose en los datos de la empresa.

Luego de analizar detalladamente las características necesarias para llevar a cabo los puestos mencionados anteriormente, se llegó a la conclusión de que Bautista es ideal para dichos roles. El liderazgo excepcional, la agilidad en la toma de decisiones y la pasión por Door2Door son cualidades que lo hacen perfecto para ser el CEO y CFO de la organización.

El CMO se encarga de desarrollar el plan de marketing de la empresa y supervisar las campañas de marketing. Presupuesta los gastos dentro del área

y monitorea los resultados de las campañas de manera constante. Analiza el crecimiento de usuarios por medio de las campañas de marketing y la eficiencia del mismo. Cuenta con un conocimiento profundo sobre herramientas de marketing digital como campañas publicitarias en redes sociales, SEO, colaboraciones con influencers y creadores de contenidos para redes sociales.

Se identificó que Micaela sería ideal para este rol debido a su experiencia pasada dentro del área de marketing como Community Manager y su amplio conocimiento sobre las herramientas de marketing ya mencionadas. La creatividad, adaptabilidad y flexibilidad son cualidades de Micaela que match con el perfil de un CMO.

No socios

El CTO cumple un rol fundamental dentro de la empresa. Cuenta con un conocimiento profundo sobre las tecnologías relevantes de hoy en día como la creación de aplicaciones, Desarrollo UX/UI, desarrollo front y back end. Se encarga de supervisar el funcionamiento correcto de la aplicación y asegura la calidad de la tecnología de la organización. Se tomó la decisión de incorporarlo al equipo porque el correcto desarrollo de la aplicación es uno de los pilares de nuestro negocio. Al tener un CTO dentro de la empresa se lograría agilizar operaciones relacionadas a las actualizaciones en tiempo real, verificación de información y desarrollar la aplicación en menor tiempo. Hernán Choi es ideal para este cargo, por su experiencia pasada como programador.

La contratación de programadores para el desarrollo de la red social y el mantenimiento de la misma son clave para nuestro negocio. Se contratarán dos programadores back-end, uno front-end para el armado de la aplicación. El diseño UX/UI estaría a cargo de un diseñador con experiencia previa en redes sociales. Además, se contrataría un administrador de base de datos para poder procesar toda la información y acumular la relevante. Este último es clave para nuestro negocio debido a que nuestra misión como empresa es promover el acceso a información fiable. Por otro lado, se contrataría un agente de soporte con la finalidad de actuar como call-contact center para poder resolver las cuestiones relacionadas al servicio al cliente.

El equipo de tecnología de la empresa (IT) se mantendrá en crecimiento a lo largo de la vida del proyecto. En el año 3 se incorporarán un programador back-end y otro front-end con el fin de agilizar el proceso de mantenimiento y desarrollo de mejoras de la aplicación. En el año 5 se realizaría una integración de un administrador de base de datos más para poder afrontar la cantidad de datos circulando en la aplicación y un programador back-end y otro front-end.

No contamos con un departamento legal interno, se optó por externalizar los servicios legales y contables por medio de la colaboración con el Estudio jurídico Kim y Asociados y el estudio contable Olalla de Labra. Esto permite acceder a un asesoramiento legal y contable de calidad sin la necesidad de incurrir en costos asociados con el equipo legal dentro de la organización.

IX. Aspectos Legales

Tipo de sociedad: S.A.S

Luego de haber realizado una investigación detallada sobre los tipos de sociedades vigentes en la Argentina, se decidió inscribir Door2Door como una S.A.S. Esto se debe a las ventajas que brinda este tipo de sociedad, entre las cuales se identificó la simplificación del trámite de constitución, la reducción de costos, la flexibilidad en el objeto social y la responsabilidad limitada de los socios. Por otro lado, se destaca que el capital social mínimo en los trámites de constitución es bajo.

En este tipo de sociedades los impuestos a pagar son los siguientes: el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a las ganancias y el Impuesto a los ingresos brutos.

Leyes sujetas

Las redes sociales en Argentina están atadas a varias leyes y regulaciones que plantean asuntos relacionados a la privacidad, la protección

de datos y la propiedad intelectual. Dentro de ellas se encuentran las siguientes: la Ley de Protección de Datos Personales (Ley 25.326), la Ley de Defensa del Consumidor (Ley 24.240), la Ley de Propiedad Intelectual (Ley 11.723), el Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley de Delitos Informáticos (Ley 26.388).

La Ley de Protección de Datos Personales (Ley 25.326) es de suma importancia ya que establece las reglas que se deben seguir para proteger los datos personales de los usuarios. Las redes sociales deben continuar con las normas ya establecidas a la hora de procesar la información personal de los usuarios. No es de menor detalle destacar que los usuarios tienen el derecho de reclamar una copia de la información personal, la corrección, actualización o eliminación de su información personal dentro de la aplicación y reportar el uso erróneo de la información personal del individuo en cuestión. Tener en cuenta estos factores a la hora de armar la red social es fundamental.

Seguro

Door2Door debe contar con el seguro de accidentes de trabajo (ART) para todo el personal de la empresa. Este cubre los riesgos de accidentes que pueden llegar a sufrir los empleados.

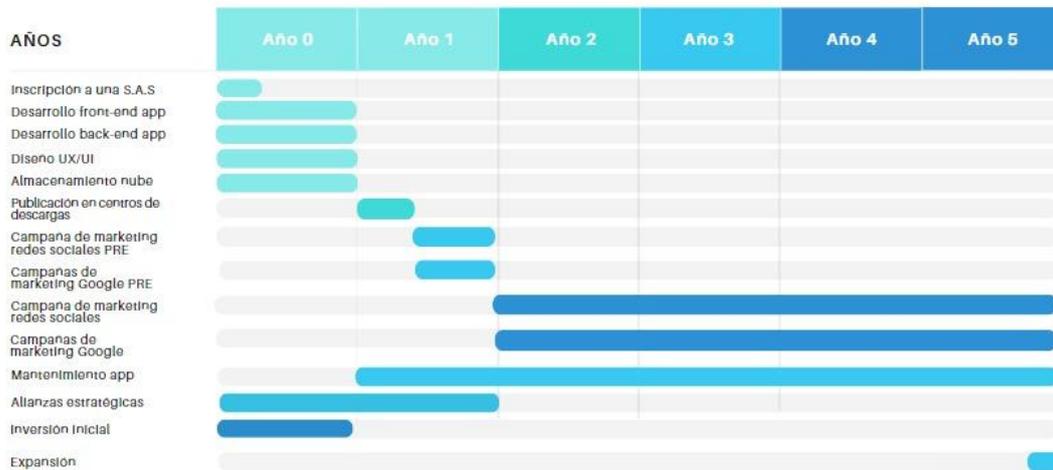
Por otro lado, la empresa debe contar con un seguro de ciberseguridad para proteger los datos almacenados en la nube e información disponible en la base de datos. Es esencial para mitigar los riesgos de ciberataques y el extravío de datos. El AWS Shield Standard viene incluido en el paquete de Amazon Web Service.

XII. Plan de Implementación y Riesgos

Cronograma de implementación

Cronograma de implementación

Door2Door



Se observa el cronograma de implementación de la empresa. Se visualizan los procesos que van a ser llevados a cabo en sus respectivos años. El año 0 será destinado para la creación de la red social y paralelamente se realizarán las alianzas estratégicas con negocios locales como mencionamos anteriormente así como la creación de la sociedad. Las campañas de marketing pre lanzamiento y post lanzamiento acompañan al proyecto durante los 5 años proyectados así como las alianzas estratégicas. Por último, en el año 5 se prevé una expansión.

Door2Door comenzara sus operaciones en la Comuna 13 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta se compone de los barrios de Nuñez, Belgrano y Colegiales, juntando la mayor cantidad de población total. La expansión en el año 5 se enfocara en capturar la comuna 14 que es Palermo y el crecimiento continuará buscando obtener participación en las comunas de mayor población.

Riesgos

El lanzamiento de una nueva aplicación implica enfrentar un conjunto de riesgos que deben ser analizados y gestionados de manera cuidadosa para asegurar el éxito sostenible del proyecto. Es esencial anticipar y abordar de

manera adecuada los riesgos para mitigar potenciales obstáculos y garantizar una implementación exitosa de la aplicación.

Los principales riesgos que pueden llegar a enfrentar nuestra red social son los siguientes: la situación económica del país, la seguridad de datos, la fiabilidad de la información y la dependencia de la participación de la comunidad.

La situación económica del país presenta desafíos significativos para el ámbito emprendedor argentino. Argentina está dentro de los 5 países con mayor inflación del mundo, ocupando el segundo puesto con una inflación acumulada del 103,2% en los períodos de enero a septiembre.¹⁵ La inestabilidad económica y la volatilidad de los indicadores como la inflación hacen que resulte complicado predecir el comportamiento de los usuarios. Esta situación tiene un impacto negativo tanto en los consumidores finales como en los comercios locales. Para mitigar los efectos de la inestabilidad económica, Door2Door ofrece colaboraciones con emprendimientos locales y negocios del vecindario para fortalecer la economía local y fortalecer el sentimiento de comunidad. Además, brinda promociones y descuentos válidos únicamente para usuarios de la aplicación.

La seguridad de datos presenta un riesgo crítico para una red social hiperlocal. Esto se debe a que la recopilación de datos y la gestión de información sensible de los usuarios son parte de las actividades principales de la organización. En una era en donde prima la digitalización, los individuos y las organizaciones se encuentran cada vez más expuestas y vulnerables a ataques como robo de datos personales o invasión de la privacidad. Estas acciones logran comprometer la confianza de los usuarios y afectar la reputación de la organización. Una implementación inadecuada de medidas de seguridad podría llegar a exponer información sensible creando riesgos legales. Se utilizará el seguro de ciberseguridad de Amazon, AWS Shield Standard con el fin de impedir ataques de hackers o violaciones de datos.

¹⁵ (Bloomberg, 2023)

Además, se tiene previsto utilizar un cifrado de datos para poder reforzar el sistema de seguridad y evitar la pérdida de datos de cualquier tipo.

La fiabilidad de la información es uno de los riesgos que logra generar un impacto significativo en la aplicación. El eje principal de Door2Door se encuentra en brindar información precisa y verídica a los vecinos de la comunidad para poder mitigar los problemas relacionados a la seguridad y noticias del barrio. La cantidad de datos presentes en la red social puede presentarse como un desafío a la hora de procesar y verificar si la información es válida o no. Además, la falta de veracidad en los hechos compartidos puede generar malos entendidos y pérdida de confianza por parte de los usuarios. Esto generaría un impacto negativo en la reputación de nuestra aplicación, disminuiría la participación de la comunidad y debilitaría la utilidad percibida de la plataforma. La gestión proactiva de la calidad de la información mediante sistemas de verificación y colaboración proactiva con fuentes confiables se convierte en un factor clave para poder preservar la credibilidad de la red social e impactar positivamente en la experiencia del usuario.

En cuanto a la dependencia de la participación de la comunidad esta representa un riesgo para la plataforma. Si bien la colaboración activa de los usuarios es imprescindible para mantener la vitalidad de la aplicación, una excesiva dependencia puede generar vulnerabilidades. Las fluctuaciones en la participación por factores tanto externos como en las preferencias de los usuarios podrían impactar negativamente en la calidad y frescura del contenido. Por otro lado, una brusca disminución en la participación podría resultar en la pérdida de valor percibido por la comunidad, disminuyendo la atracción de la red social. Para poder minimizar este riesgo, se piensa diversificar de manera estratégica las fuentes de contenido y fomentar la participación activa de los usuarios por medio de incentivos. Así se lograría promover una comunidad activa y comprometida dispuesta a brindar información fiable sobre temas relacionados a la seguridad, negocios locales y profesionales de confianza. De esta manera, se reduciría la vulnerabilidad ante posibles fluctuaciones en la participación.

Factores críticos de éxito

Para lograr un lanzamiento exitoso de Door2Door se requiere realizar una planificación estratégica meticulosa identificando con cuidado los factores críticos que influyen la aceptación y adopción en el mercado. Estos elementos integran desde la calidad del diseño hasta la eficacia de las estrategias de marketing y la capacidad de adaptación a los cambios en las preferencias del usuario.

Algunos de los factores identificados son los siguientes: la validación de profesionales, garantía de información confiable, el compromiso comunitario, la colaboración con negocios locales y la innovación continua.

La validación de profesionales es un factor crucial. El interés de Timbrit por integrarse a nuestra plataforma proporciona credibilidad en cuanto a la verificación de los profesionales. Al ser una plataforma que brinda servicios de profesionales de confianza se encuentra garantizada la validación de dichos profesionales.

La garantía de información confiable es un factor clave a destacar. La aplicación cuenta con moderadores con el fin de verificar y validar que la información presente en la plataforma sea precisa y confiable. Estos desarrolladores buscarían eliminar la posibilidad de encontrar fake news dentro de la aplicación para evitar la circulación de información errónea. Además, cuenta con una verificación externa (realizada por los usuarios) con el propósito de brindar datos leales.

Por otro lado, el compromiso comunitario es uno de los principales factores que llevan la aplicación al éxito. La participación activa de los vecinos de la comunidad fortalece el sentimiento de pertenencia y al mismo tiempo la relevancia de la plataforma. Esto genera un espacio dinámico y colaborativo en donde la información fluye efectivamente. Por otro lado, se fomenta la confianza entre los miembros de la comunidad consolidando el nivel de credibilidad de información segura y real de la aplicación.

La colaboración con negocios locales es un factor crucial para el éxito de la aplicación. Door2Door cuenta con alianzas estratégicas con los comercios locales para fomentar la economía colaborativa y local. Los comercios locales adheridos a las suscripciones de negocio van a poder beneficiarse de las campañas de ads destinadas al público específico a selección. La aplicación se encarga de publicar los posteos dirigidos a los respectivos usuarios. En cuanto a los usuarios de la aplicación, estos van a poder disfrutar de descuentos y promociones exclusivas.

Por último, la innovación continua es otro factor a destacar. Se realizarán mejoras continuas en la experiencia del usuario para poder brindar la mejor experiencia posible. Esto se llevará a cabo por medio del desarrollo constante de la aplicación, teniendo en cuenta la retroalimentación positiva de los usuarios de la plataforma. Junto a nuestro equipo de tecnología (IT) se realizarán los cambios necesarios para adaptar Door2Door a las necesidades de los clientes.

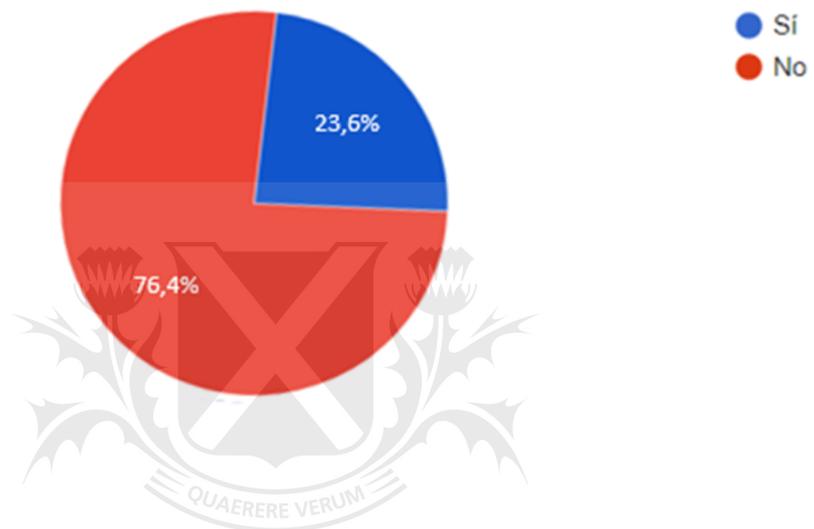
XIII. Fuentes y Bibliografía

Anexos

Anexo 1

¿Sentis que estos métodos son eficientes?

123 respuestas



Anexo 2

¿Conoces a algunos de tus vecinos?

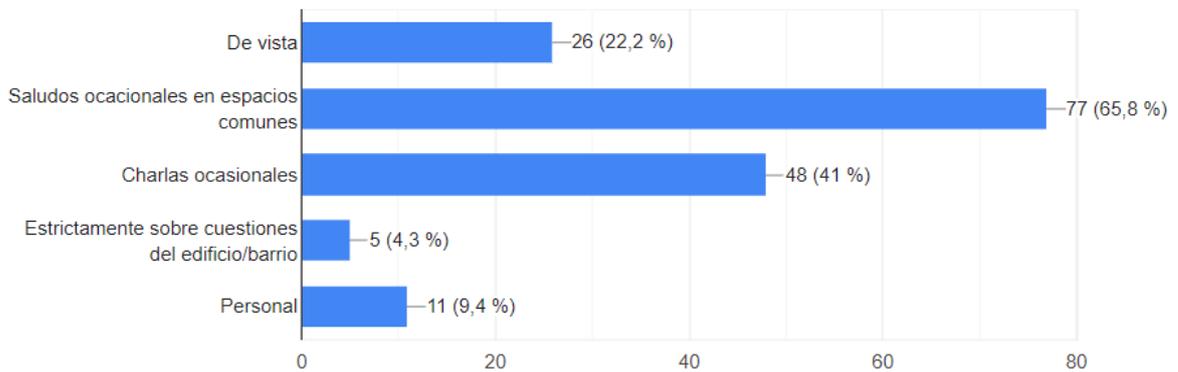
123 respuestas



En caso de que sí: ¿Cómo describirías tu relación con ellos?

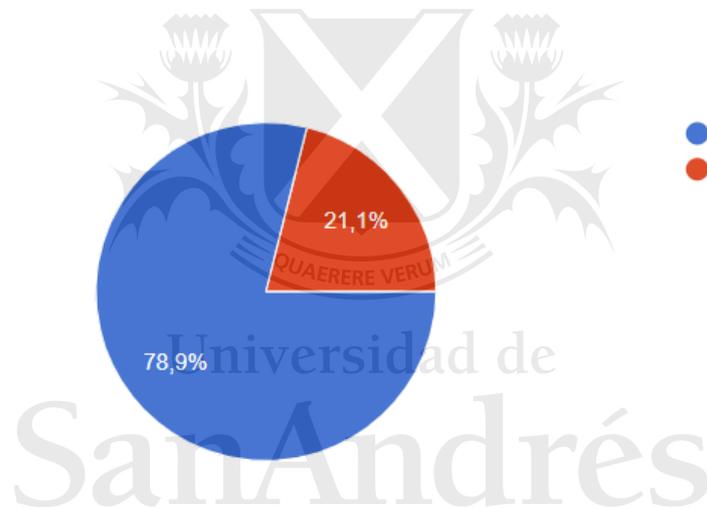
 Copiar

117 respuestas



¿Te gustaría poder compartir y recibir información útil de los vecinos en tu barrio sobre cuestiones de seguridad, oportunidades laborales, profesionales de confianza y demás?

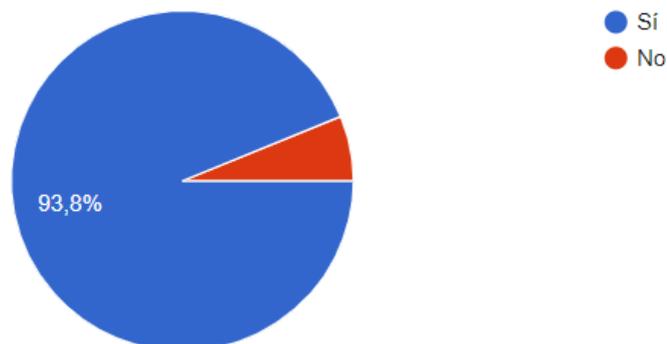
123 respuestas



Anexo 3

¿Creés que esta aplicación podría resolver algunos de los problemas o necesidades que has experimentado en tu barrio?

97 respuestas



Anexo 4

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi negocio se llama "Chois Café".

2. ¿Qué tipo de productos venden?

En mi café vendemos café, té, jugos, pasteles, sándwiches y otros alimentos.

3. ¿Utiliza medios de comunicación para promocionar sus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas para promocionar tus productos?

Sí, utilizo medios de comunicación para promocionar mis productos. Actualmente, utilizo redes sociales para promocionar mis productos y ofertas especiales. Uso Facebook e Instagram para promocionar mis productos. Tengo una página en cada una donde publico fotos y videos de mis productos y ofertas especiales a diario.

4. ¿Sientes que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

No, no siento que estos métodos sean eficientes. Creo que la publicidad en Facebook es una buena manera de llegar a un público amplio, pero no es muy efectiva para llegar a un público específico. Por ejemplo, mi café se encuentra en Flores, pero la publicidad en Facebook también llega a personas que viven en otras zonas de la ciudad.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí, estaría dispuesto a utilizar una App como Door2Door. Creo que es una plataforma que tiene el potencial de llegar a un público objetivo muy específico además de funcionar como otra red social para publicitarme.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta un precio mensual de 7 dólares por utilizar la App.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

El atributo que destaca más para mí es geo localización. Creo que la geo localización es una herramienta valiosa para que mis anuncios solo se muestren a personas que se encuentren cerca de mi café.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Sí, estaría dispuesto a dar descuentos. En general, estoy dispuesto a dar descuentos de hasta 15%. Creo que los descuentos son una buena manera de atraer nuevos clientes y de fidelizar a los clientes existentes.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

El nombre de mi negocio es ICONIK ACCESORIOS.

2. ¿Qué tipo de productos venden?

En ICONIK ACCESORIOS nos especializamos en ofrecer una amplia variedad de accesorios de moda. Nuestro catálogo incluye bolsos, carteras y joyería.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

En este momento utilizamos principalmente las redes sociales, centrándonos en Facebook e Instagram para dar a conocer nuestros productos

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Siendo honesto, aunque las redes sociales nos han permitido llegar a cierto público, no creo que sean completamente eficientes para alcanzar las ventas deseadas.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí. Creo que podría ser una oportunidad para mejorar nuestra visibilidad local y llegar directamente a quienes podrían estar interesados en nuestros productos

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 10 dólares mensuales por el servicio.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

De lo que mencionas destaco la geo localización y participación local, creo que lo más interesante de esta App es la posibilidad de conectar directamente con las personas que estén alrededor del negocio.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Consideraría ofrecer descuentos de hasta un 10%

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

El nombre del negocio es Egoísta

2. ¿Qué tipo de productos venden?

En Egoísta ofrecemos productos de alta calidad para revendedores de ropa.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Utilizamos Instagram únicamente

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Para ser sincero, no. Nosotros arrancamos hace menos de un año y para poder ampliar nuestra clientela decidimos utilizar Instagram. El resultado no fue tan bueno a comparación de la repercusión que generaron nuestras publicaciones.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si, siento que sería una gran oportunidad para poder ampliar la clientela y facilitar la visualización de nuestro local.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 7 dólares por mes

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Las reseñas honestas de los usuarios y la geo localización me parecen de suma importancia para poder entender el comportamiento de los usuarios e identificar los posibles clientes.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 15% de descuento podría otorgar.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi negocio se llama Go accesorios.

2. ¿Qué tipo de productos venden?

En GO ofrecemos productos de alta calidad para revendedores minoristas de accesorios. Tenemos desde collares, aretes hasta carteras y bolsos.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Los métodos de comunicación que utilizamos para promocionar nuestros productos son las redes sociales. Nosotros con frecuencia utilizamos Instagram.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

La verdad, en parte si porque llegan a un público más amplio

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí. Creo que podría ser una oportunidad para mejorar nuestra visibilidad local y llegar directamente a quienes podrían estar interesados en nuestros productos

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 10 dólares mensuales por el servicio.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

De lo que mencionas destaco la geo localización y participación local, creo que lo más interesante de esta App es la posibilidad de conectar directamente con las personas que estén alrededor del negocio.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Jinnis coffee.

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Somos una cafetería que ofrece bebidas y postres tradicionales coreanos con

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Si, usamos Instagram y Tiktok

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

La verdad para ser sincero sentimos que no son eficientes porque si bien las publicaciones y videos logran tener una visualización atractiva hay demasiada competencia en el mercado y destacarse es difícil hoy en día.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí. Siento que podría llegar

Sí. Creo que podría ser una oportunidad para mejorar nuestra visibilidad local y llegar directamente a quienes podrían estar interesados en nuestros productos

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 10 dólares mensuales por el servicio.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**
- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**
- **Actualizaciones en tiempo real**

De todos los atributos que me acabas de mencionar, los que más destaco son las reseñas honestas de los usuarios, la interactividad y participación local, la personalización y adaptación al entorno local y las actualizaciones en tiempo real.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Sí, estaría dispuesto dar hasta un 10% de descuento en el total de la compra.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Somos Loise.

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Somos una tienda de ropa femenina que ofrece prendas atemporales con clase y de calidad.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Nosotros solemos utilizar Instagram como método de promoción en las redes sociales.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Siento que Instagram no es tan eficiente porque no llega a alcanzar el nivel de ventas esperado a pesar del alcance que tiene la publicación promocionada.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Definitivamente, siento que podría ayudar a nuestra marca a obtener un público más amplio y generar mayor visibilidad.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar 7 dólares por mes.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Los que más destaco son las reseñas honestas de los usuarios y la interactividad y participación local.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Si, hasta un 10% de descuento.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

El nombre de mi negocio es Limaika

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos dedicamos a la producción y venta de artículos de moda. Nos especializamos en lo que es remeras y prendas para salir de noche.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Utilizamos Meta para promocionar nuestros productos. Entre ellos Instagram y Facebook.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Es complicado, siento que no son del todo eficientes. Adaptarse a las nuevas modas y competir con locales que tiene asistencia en marketing y creación de contenidos es muy difícil.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 10 dólares por mes.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Destacaría mucho la interactividad y participación local, la personalización y adaptación al entorno local y las actualizaciones en tiempo real.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 10%

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

MIN-G

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Indumentaria femenina

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Sí, usamos Instagram principalmente para promocionar nuestros productos.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

No son del todo eficientes porque no alcanzan el público deseado.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios

ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a pagar hasta 7 dólares por mes.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Las reseñas honestas de los usuarios, la geo localización precisa, la personalización y adaptación al entorno local y las actualizaciones en tiempo real son lo que más me llaman la atención.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Sí, estaría dispuesto otorgar hasta un 15% de descuento en el total de la compra.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi negocio se llama Ecole

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos dedicamos a la producción y ventas de artículos de jean. Desde camisas de jean, pantalones hasta vestidos y polleras.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Principalmente utilizamos las plataformas de Meta como Instagram y Facebook. Más que nada Instagram.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Sentimos que no son del todo eficientes porque no logran cumplir con el objetivo que en este caso sería el aumento de las ventas. Varias veces nos pasó que realizamos posteos de publicidad en Instagram y este no tuvo ningún impacto sobre las ventas.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un

enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

7 dólares por mes sería lo ideal.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**
- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**
- **Actualizaciones en tiempo real**

Me llama mucho la atención la personalización y adaptación al entorno local.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Sí, estaría dispuesto hasta otorgar un 5% de descuento

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Nosotros somos Vicky

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos dedicamos a la venta de indumentaria, específicamente ofrecemos productos de jean.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Hoy en día utilizamos las plataformas de Meta, principalmente Instagram.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

En parte sí, porque mucha gente que viene a comprar al local nos conoce por Instagram pero eso solo ocurre muy de vez en cuando.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

7 dólares por mes.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

La personalización y adaptación al entorno local y las actualizaciones en tiempo real son muy atractivas.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 10% de descuento les podría llegar a dar.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Nos llamamos Shaple

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos dedicamos a la fabricación y venta de artículos de moda. Nos destacamos por los pantalones de jean que tiene un calce impresionante.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Solemos usar Instagram y Facebook con frecuencia.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

En parte sí, porque lograron aumentar las ventas desde que empezamos a promocionar en Instagram.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Estaría dispuesto a utilizarla gratuitamente

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**
- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**
- **Actualizaciones en tiempo real**

Destaco mucho la interactividad y participación local y las actualizaciones en tiempo real. Siento que son atributos súper interesantes.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Si, hasta un 5% de descuento les podría dar.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Nuestro negocio se llama Mine

2. ¿Qué tipo de productos venden?

En Mine brindamos productos de muy buena calidad. Nos dedicamos a la venta de artículos de jean desde pantalones cargo hasta polleras maxi. Tenemos una gran variedad de productos para ofrecer y contamos con las últimas tendencias.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Utilizamos todas las plataformas existentes para promocionar nuestros productos, desde tiktok hasta Instagram y Facebook.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

No llegan al público deseado por lo sentimos que no son eficientes.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Hasta 7 dólares mensuales.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**

- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**
- **Actualizaciones en tiempo real**

Me llamo la atención la geo localización precisa, la interactividad y participación local, la personalización y adaptación al entorno local y las actualizaciones en tiempo real.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 10% de descuento les podría dar a los usuarios.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Somos Hella Denim

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos especializamos en la venta de productos de jean, desde polleras hasta camperas.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Actualmente utilizamos redes sociales como Instagram y Facebook.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Siento que no son tan eficientes como quisiera. A veces siento que no llegamos al público objetivo y al tener mucha competencia presente en las plataformas se dificulta obtener resultados atractivos.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si, suena bastante interesante.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratuito, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Hasta 7 dólares mensuales.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**
- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**

- **Actualizaciones en tiempo real**

Las reseñas honestas de los usuarios y la personalización y adaptación al entorno local son características que me llamo la atención

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Podríamos considerar hasta un 10% de descuento.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi emprendimiento se llama C studio

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Somos un estudio fotográfico que ofrece servicios como producciones de fotos, estilismo, branding y foto productos.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Si, únicamente utilizamos Instagram.

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Si, logran alcanzar nuestro público objetivo y gracias a ello el estudio se encuentra en constante movimiento.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si, para poder ampliar la clientela.

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Gratis

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- **Reseñas honestas de usuarios**
- **Geo localización**
- **Interactividad y participación local**
- **Personalización y adaptación al entorno local**
- **Actualizaciones en tiempo real**

La personalización y adaptación al entorno local y la interactividad y participación local me parecen interesantes.

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Se me complicaría un poco la verdad, al ser un estudio creativo y fotográfico no se me ocurriría forma de otorgar algún beneficio.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi negocio se llama Qua

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos dedicamos a la venta de indumentaria femenina.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Solo usamos Instagram

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Sí, porque en este último período lograron aumentar las ventas.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Sí, para poder llegar a un público más amplio

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratuito, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Gratuito.

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Lo que más me llamó la atención fue la interactividad y la participación local

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 5% de descuento en artículos seleccionados.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Mi emprendimiento se llama Keiz bake

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Nos especializamos en la venta de galletitas de red velvet y chips de chocolate. Realizamos tortas por encargo también

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Únicamente Instagram

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Si, gracias a Instagram pudimos ampliar nuestra clientela y generar resultados positivos.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Por el momento, no.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?

Tengo un restaurante a nombre de Ichiban

2. ¿Qué tipo de productos venden?

Somos un restaurante de comida japonesa, brindamos una experiencia única fusionando la cultura coreana con la japonesa.

3. ¿Utilizas medios de comunicación para promocionar tus productos o servicios? ¿Qué plataformas utilizas?

Únicamente Instagram

4. ¿Sentís que estos métodos son eficientes? ¿Por qué?

Sí, es fácil de manejar y la repercusión es muy buena. En este último tiempo estuvimos teniendo muchos clientes gracias a las publicaciones.

Door2Door es una red social hiperlocal que permite conectar a los vecinos con sus comunidades. Para los negocios locales, la aplicación le permite acceder a anuncios ilimitados a través de un fee mensual. A diferencia de otras plataformas, Door2Door tiene un enfoque hiperlocal lo que permite que se llegue al público objetivo, publicitando la marca en la ubicación donde se encuentra registrado ese negocio.

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una App como Door2Door?

Si, para poder atraer a una clientela mayor

6. ¿A qué precio estarías dispuesto a utilizarla? ¿Gratis, 7 dólares mensuales o 10 dólares mensuales?

Gratis

7. De los siguientes atributos, ¿cuál destaca más para vos?

- Reseñas honestas de usuarios
- Geo localización
- Interactividad y participación local
- Personalización y adaptación al entorno local
- Actualizaciones en tiempo real

Lo que más me llamó la atención fue las reseñas honestas de usuarios

8. ¿Estarías dispuesto a dar descuentos? ¿Hasta qué monto?

Hasta un 10% de descuento.



Universidad de
San Andrés

Sales Budget for Y1
 % of installed capacity
 Units
 Total units Y1

Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
10,00%	12,00%	14,00%	16,00%	18,00%	20,00%	22,00%	24,00%	26,00%	28,00%	30,00%	30,00%
105	125	146	167	188	209	230	251	272	293	314	314
2.613											

Sales Budget for Y2
 % of installed capacity
 Units
 Total units Y2

Month 13	Month 14	Month 15	Month 16	Month 17	Month 18	Month 19	Month 20	Month 21	Month 22	Month 23	Month 24
33,00%	36,00%	39,00%	42,00%	45,00%	48,00%	51,00%	54,00%	57,00%	60,00%	65,00%	70,00%
345	376	408	439	470	502	533	564	596	627	679	732
6.271											

Sales Budget for Y3
 % of installed capacity
 Units
 Total units Y3

Month 25	Month 26	Month 27	Month 28	Month 29	Month 30	Month 31	Month 32	Month 33	Month 34	Month 35	Month 36
72,00%	75,00%	77,00%	80,00%	83,00%	85,00%	88,00%	90,00%	93,00%	95,00%	97,00%	100,00%
753	784	805	836	868	888	920	941	972	993	1.014	1.045
10.818											

Sales Budget for Y4

12.542

Sales Budget for Y5

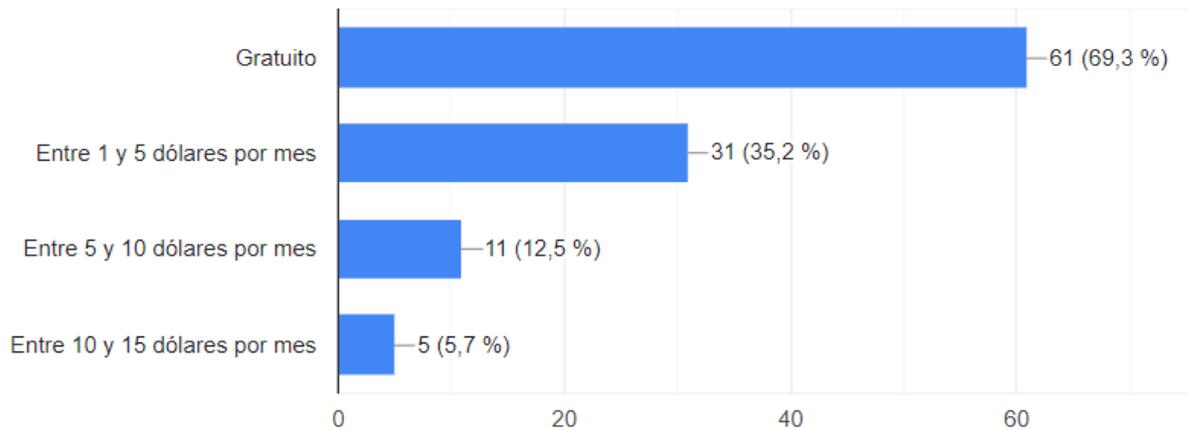
12.542

Anexo 6

Anexo 7

¿A qué precio estarías dispuesto/a a utilizarla?

88 respuestas



Anexo 8

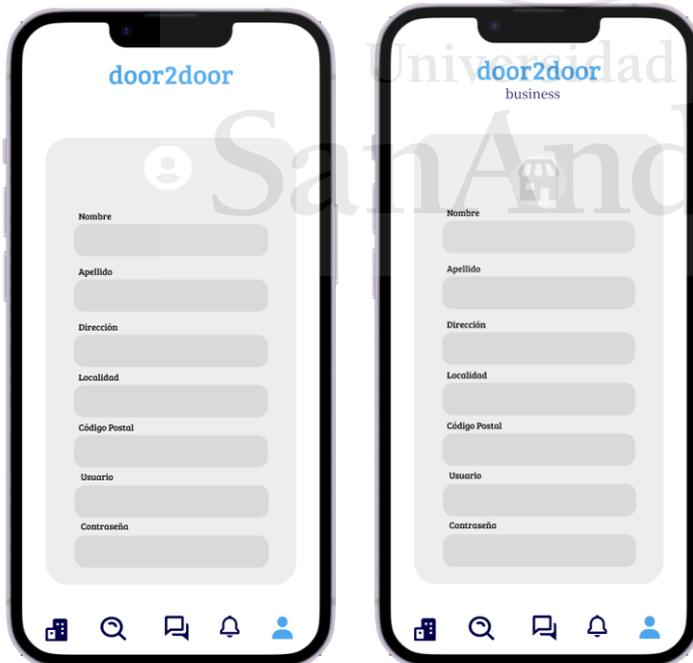
Costos de Marketing							
	PRE LANZAMIENTO		LANZAMIENTO			POST LANZAMIENTO	
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Digital Ads	USD 3.648,00	USD 3.648,00	USD 5.107,20	USD 5.107,20	USD 2.736,00	USD 2.736,00	
Influencers	USD 2.566,74	USD 2.566,74	USD 3.977,29	USD 3.977,29	USD 1.572,42	USD 1.572,42	
TOTAL	USD 6.214,74	USD 6.214,74	USD 9.084,49	USD 9.084,49	USD 4.308,42	USD 4.308,42	
Digital Ads	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Presupuesto Diario	USD 10,00	USD 10,00	USD 14,00	USD 14,00	USD 7,50	USD 7,50	
Multiplicador Mensual	30,40	30,40	30,40	30,40	30,40	30,40	Google
Total Anual	USD 3.648,00	USD 3.648,00	USD 5.107,20	USD 5.107,20	USD 2.736,00	USD 2.736,00	
Influencers	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Macro Instagram	USD 1.734,28	USD 1.734,28	USD 2.312,38	USD 2.312,38	USD 1.156,19	USD 1.156,19	
	USD x Posteo	USD 578,09	USD 578,09				
	Cantidad de Posteos	3	3	4	4	2	2
Reel Micro Instagram	USD 554,97	USD 554,97	USD 1.109,94	USD 1.109,94	USD 277,49	USD 277,49	
	USD x Posteo	USD 23,12	USD 23,12				
	Cantidad de Posteos	24	24	48	48	12	12
Micro Tik Tok	USD 277,49	USD 277,49	USD 554,97	USD 554,97	USD 138,74	USD 138,74	
	USD x Posteo	USD 11,56	USD 11,56				
	Cantidad de Posteos	24	24	48	48	12	12
Total Anual		USD 2.566,74	USD 2.566,74	USD 3.977,29	USD 3.977,29	USD 1.572,42	USD 1.572,42

Anexo 9

Costo Creacion Plataforma	PRE LANZAMIENTO		
	Año 0	Horas	
Registro de Usuarios	USD 1.202,05	40,00	
Publicacion de Anuncios	USD 2.523,77	80,00	
Geolocalizacion	USD 1.803,07	60,00	
Chat	USD 2.839,24	90,00	
Notificaciones	USD 1.502,56	50,00	
Suscripcion Premium	USD 1.202,05	40,00	
Pagos Integrados	USD 1.202,05	40,00	
Soporte	USD 1.652,16	50,00	
Boton de Panico	USD 2.208,30	70,00	
Diseño UX/UI	USD 979,14	60,00	
TOTAL PLATAFORMA	USD 17.114,38	580,00	

Programador	Sueldo x Hora	Dólar MEP	Sueldo USD x H
Desarrollador Back End	\$ 25.991,57	\$ 864,91	USD 30,05
Desarrollador Front End	\$ 28.579,31	\$ 864,91	USD 33,04
Diseñador UX/UI	\$ 14.119,08	\$ 864,91	USD 16,32

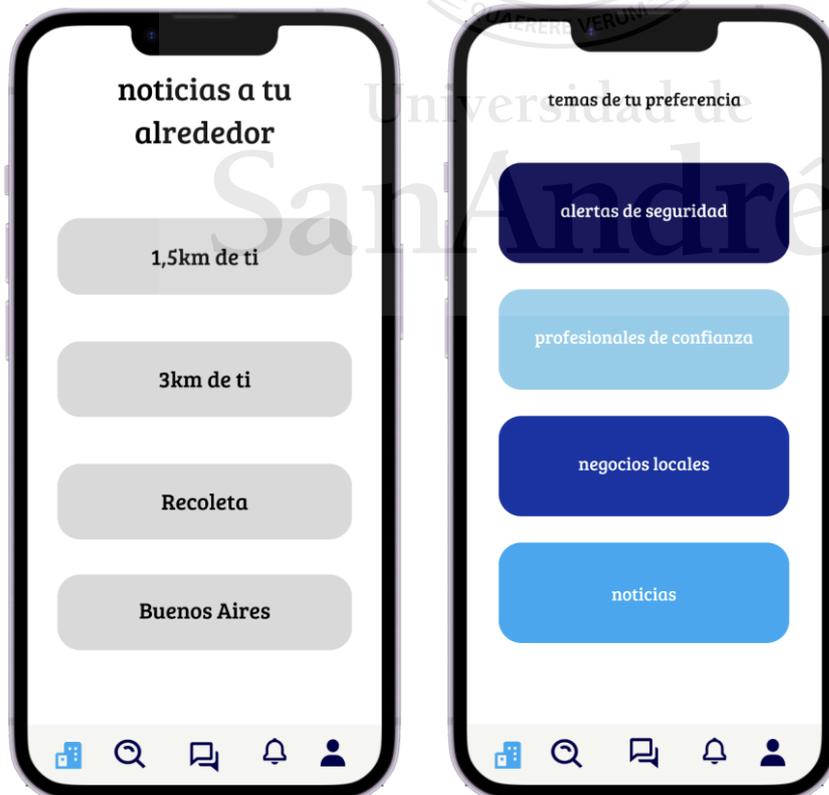
Anexo 10



Anexo 11



Anexo 12



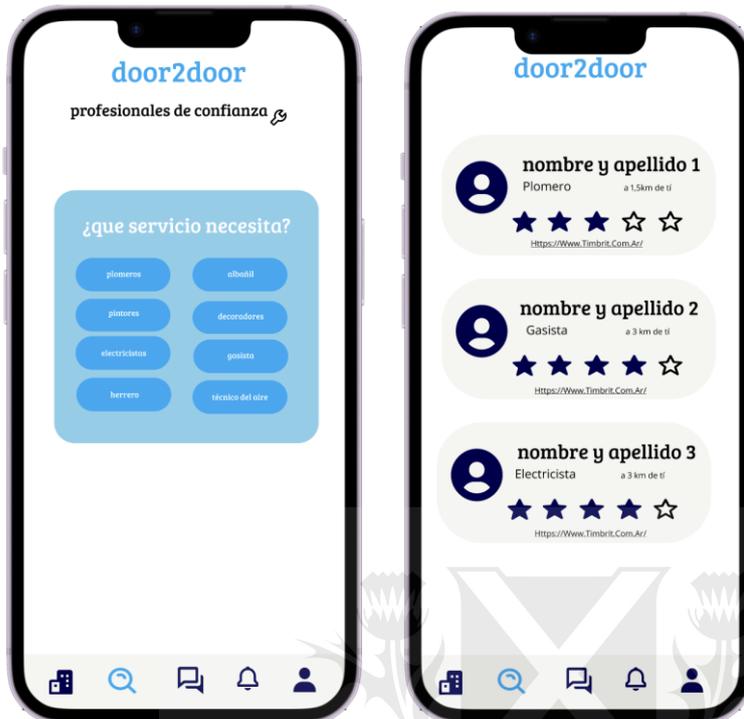
Anexo 13



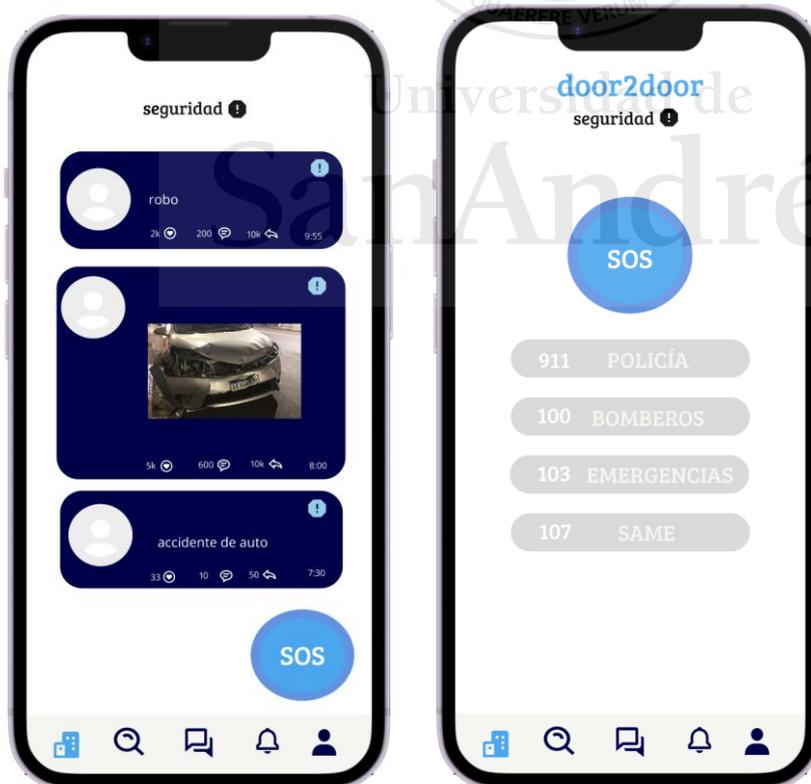
Anexo 14



Anexo 15

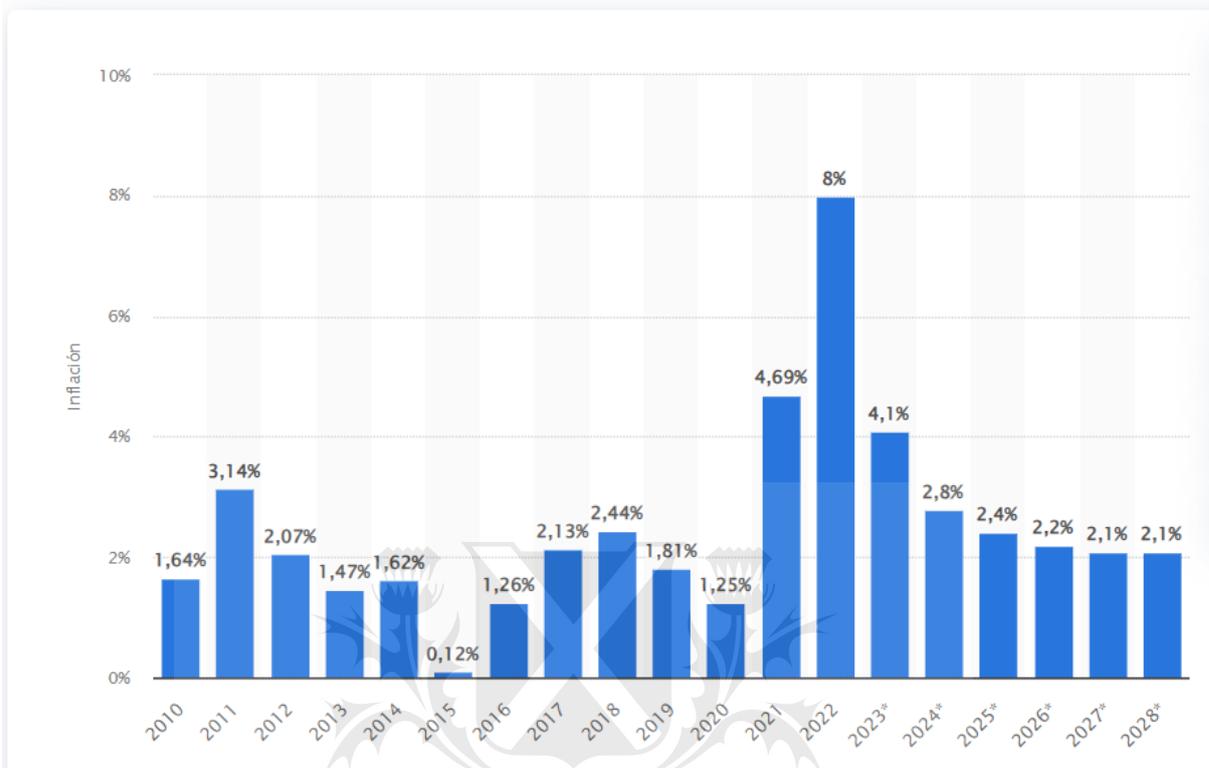


Anexo 16



Anexo 17

Tasa de inflación en Estados Unidos entre 2010 y 2028



Anexo 18

Costos de Producción - Sueldos						
	PRE LANZAMIENTO		LANZAMIENTO		POST LANZAMIENTO	
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desarrollador Back End		USD 12.113,65	USD 12.113,65	USD 24.227,31	USD 24.227,31	USD 36.340,96
Desarrollador Front End		USD 13.319,70	USD 13.319,70	USD 26.639,40	USD 26.639,40	USD 39.959,09
Diseñador UX/UI		USD 9.027,60	USD 9.027,60	USD 9.027,60	USD 9.027,60	USD 9.027,60
Administrador de Base de Datos		USD 7.945,71	USD 7.945,71	USD 7.945,71	USD 15.891,41	USD 15.891,41
Agente Call-Contact Center		USD 4.061,53	USD 4.061,53	USD 4.061,53	USD 4.061,53	USD 4.061,53
AWS		USD 1.467,84	USD 1.467,84	USD 1.467,84	USD 1.467,84	USD 1.467,84
Hardware y Equipamiento		USD 436,91	USD 436,91	USD 1.372,01	USD 1.001,55	USD 1.050,10
App Store y Play Store		USD 124,00	USD 99,00	USD 99,00	USD 99,00	USD 99,00
TOTAL		USD 48.496,94	USD 48.471,94	USD 74.840,39	USD 82.415,64	USD 107.897,53

Anexo 19

Sueldos Managers - Equipo						
	PRE LANZAMIENTO		LANZAMIENTO		POST LANZAMIENTO	
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CEO - CFO		USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60
CTO		USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60
CMO		USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60	USD 4.734,60
TOTAL		USD 14.203,79	USD 14.203,79	USD 14.203,79	USD 14.203,79	USD 14.203,79

Buyer Persona



Edad: 31 Años
Género: Masculino
Educación: Administración de Empresas en UADE
Familia: Vive solo, a veces lo visita la novia
Trabajo: Ejecutivo de ventas en Pepsico

Nicolás Martínez



Hábitos

- Ejercicio Regular
- Ir a la cancha a apoyar a su equipo
- Sacar a pasear al perro
- Tomar café de especialidad
- Revisar Noticias antes de trabajar

Drivers de compra

Seguridad vecinal, conectarse con la comunidad, obtener información sobre su vecindario de manera rápida

Intereses

- Fitness y Vida Saludable
- Vida social en la ciudad
- Carrera y Desarrollo Profesional
- Inversion y Trading

Inhibidores de compra

Proteccion de los datos personales y la confidencialidad de la información

PSICOGRAFÍA

Va al gimnasio 5 días a la semana. Tiene poco tiempo libre. Compra todo por MercadoLibre. Le gusta ver y jugar al fútbol. Vive en un edificio de Belgrano con cochera y sin seguridad. Tiene un perro. Nicolas valora la independencia, el crecimiento profesional y la estabilidad financiera. Es una persona activa y trabajadora, le gusta mantenerse ocupado y encontrar formas de mejorar su calidad de vida. Dedicar mucho tiempo a su carrera. Es una persona ambiciosa y enfocada en sus objetivos.

door2door



Universidad de
San Andrés

Bibliographic

- AFIP*. (2023). Retrieved 2023, from <https://servicioscf.afip.gob.ar/publico/abc/ABCpaso2.aspx?id=26144835>
- Amazon Web Services*. (2023, Diciembre). Retrieved Diciembre 2023, from https://aws.amazon.com/es/efs/pricing/?did=ap_card&trk=ap_card
- Ambito*. (2023, Junio 15). Retrieved Noviembre 30, 2023, from <https://www.ambito.com/argentinos-usan-redessociales-3-horas-dia-n5746260>
- Argentina Gobierno*. (2023, Diciembre). Retrieved 2023, from <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/arancelesinpi2023dic.pdf>
- Argentina.gob.ar*. (2023, Diciembre). Retrieved Diciembre 2023, from <https://www.argentina.gob.ar/trabajo/buscastrabajo/conocetusderechos/salario>
- Banco Comafi*. (2023). Retrieved 2023, from <https://www.comafi.com.ar/El-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras-1943.note.aspx>
- Bloomberg*. (2023). Retrieved 2023, from <https://www.bloomberglinea.com/2023/10/13/asi-esta-el-ranking-de-inflacion-acumulada-en-2023-en-latinoamerica/#:~:text=El%20pa%C3%ADs%20con%20la%20inflaci%C3%B3n,en%20los%20nueve%20meses%20relevados.>
- Consejo Profesional de Ciencias Informáticas de la Provincia de Buenos Aires*. (2023, Diciembre). Retrieved Diciembre 2023, from <https://www.cpciba.org.ar/honorarios/page/>
- Movistar*. (2023). Retrieved 2023, from https://www.movistar.com.ar/promociones/zona-norte?aux_utm_campaign=AR_HOGAR_COL-ZONA-FIBRA-INTERNET-ZONA-NORTE-B2C_20-01-01_SEM_LEAD-WEB_AON_ABT_CATEGORY_100912&adgroupid=58700006403390166&keyword=p57835452815&lid=43700057835452815&ds_s_kwgid=58700006403
- Amazon*. (n.d.). Retrieved 2023, from <https://www.amazon.com/-/es/Computadora-procesador-Ryzen-almacenamiento-15-ef2024nr/dp/B09J1PS4TG?th=>
- Argentina.gob.ar*. (n.d.). Retrieved Diciembre 2023, from <https://www.argentina.gob.ar/noticias/nuevas-categorias-para-ser-pyme-3#:~:text=Para%20el%20sector%20de%20industria,mediana%20tramo%20dos%20hasta%20%241.441.>
- Kemp, S.* (2022, Enero 26). *DataReportal*. Retrieved Noviembre 30, 2023, from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- Nextdoor*. (n.d.). Retrieved Septiembre 28, 2023, from <https://business.nextdoor.com/en-us/small-business/product/ads>