



Facultad de ciencias Económicas y Empresariales (ICADE)

ESTUDIO DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO “SINTIEMPO”

MADRID | Junio

Autor: Mónica de León Brumer

Director: Jorge Aracil Jordá

ESTUDIO DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO "SINTIEMPO"

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	4
Palabras clave	4
Abstract	5
Key words.....	5
1 Introducción	7
1.1 Objetivo general del proyecto.....	7
1.2 Objetivos específicos del proyecto.....	7
1.3 Estructura y Metodología Utilizada.....	7
2 Análisis Del Problema y Oportunidad De Mercado.....	10
2.1 Problema de mercado.....	10
2.2 Oportunidad de mercado.....	13
3 Descripción del proyecto	17
3.1 Idea de negocio y descripción del producto.....	17
3.2 Interfaz de la aplicación	18
3.3 Como utilizar la aplicación	19
4 Análisis externo del mercado.....	22
4.1 PESTEL	22
5 Análisis Del Sector	30
5.1 Analisis Porter.....	30
5.2 Estudio de la competencia.....	32
6 Business Model Canvas	38
6.1.1 Segmentos de clientes	38
6.1.2 Propuesta de valor	39
6.1.3 Canales de distribución	40
6.1.4 Actividades clave	41
6.1.5 Relaciones con clientes	42
6.1.6 Recursos claves	42
6.1.7 Socios claves.....	43
6.1.8 Fuentes de Ingresos	44
6.1.9 Estructura de costes.....	46
6.2 DAFO.....	48
7 PLAN ESTRATEGICO	53
7.1 Misión y visión	53
7.2 Plan de marketing.....	53
7.3 Departamento de Operaciones	56
7.4 Departamento de Recursos Humanos.....	57
7.5 Departamento Financiero	58
7.5.1 Plan de inversiones y fuentes de financiación.....	58
7.5.2 Analisis de ingresos.....	59
7.5.3 Proyecciones financieras	60
7.5.1 Proyección provisional Ingresos	62
7.5.2 Proyección provisional Plan de Tesorería.....	63
7.5.3 Proyección provisional de la cuenta de P&G.....	64
7.5.4 Proyección provisional del Balance	65
8 Conclusiones.....	69
9 Bibliografía.....	71

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar la viabilidad de "SinTiempo", una aplicación móvil que tiene como propósito simplificar la vida de las personas al brindarles un servicio integral de gestión de tareas. A través de la aplicación, los usuarios podrán delegar y administrar diversas responsabilidades diarias, como recados, trámites y otras tareas, a un equipo de personas confiables que se encargarán de realizarlas en su nombre. El trabajo incluirá la definición de la idea de negocio, un análisis del mercado y el sector, la creación de un Business Model Canvas, así como la elaboración de un plan estratégico que abarcará aspectos clave como marketing, recursos humanos, operaciones y finanzas.

Palabras clave

App móvil, economía colaborativa, modelo de negocio, servicio a domicilio, tecnología, servicios, recados, recadista

Abstract

The objective of this project is to analyze the feasibility of "SinTiempo," a mobile application that aims to simplify people's lives by providing them with a comprehensive task management service. Through the app, users will be able to delegate and manage various daily responsibilities, such as errands, paperwork, and other tasks, to a team of reliable individuals who will handle them on their behalf. The project will involve defining the business idea, conducting market and industry analysis, creating a Business Model Canvas, and developing a strategic plan that encompasses key aspects such as marketing, human resources, operations, and finances.

Key words

Mobile app, collaborative economy, business model, home service, technology, services, errands, errand runner.

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

<i>ILUSTRACIÓN I. PERSONAS CON EMPLEO, TIEMPO MEDIO DIARIO DEDICADO A DISTINTAS ACTIVIDADES...</i>	11
<i>ILUSTRACIÓN II. NÚMERO MEDIO DE HORAS TRABAJADAS</i>	12
<i>ILUSTRACIÓN III. PROMEDIO SEMANAL DEDICADO A “RECADOS”</i>	25
<i>ILUSTRACIÓN IV. ACTIVIDADES QUE REALIZA LA GENTE EN SU TIEMPO LIBRE</i>	26
<i>ILUSTRACIÓN V. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER</i>	32
<i>ILUSTRACIÓN VI. VALORACIONES CLIENTES APP “LO HACEMOS TODO”</i>	35
<i>ILUSTRACIÓN VII. ESTRUCTURA DE COSTES.....</i>	48
<i>ILUSTRACIÓN VIII. DESGLOSE PRECIO SERVICIO.....</i>	60
<i>ILUSTRACIÓN IX. DESGLOSE PRECIO APLICACIÓN PARA RECADISTAS.....</i>	60
<i>ILUSTRACIÓN X. EXPLICACIÓN PROVISIONAL INGRESOS</i>	62
<i>ILUSTRACIÓN XI. PROYECCIÓN PROVISIONAL A TRES AÑOS.</i>	63
<i>ILUSTRACIÓN XII. BALANCE PROVISIONAL INICIAL</i>	66
<i>ILUSTRACIÓN XIII. BALANCE PROVISIONAL A TRES AÑOS.....</i>	67

1 Introducción

1.1 Objetivo general del proyecto

El objetivo de este proyecto es demostrar la viabilidad del plan de negocio de la creación de la startup "SinTiempo". Consiste en una aplicación móvil cuyo propósito es poner en contacto a personas que necesitan realizar un recado de manera urgente con alguien dispuesto a hacerlo. La idea surge debido a la falta de tiempo de los trabajadores aprovechando la popularidad actual de las aplicaciones de servicios bajo demanda, especialmente después de la pandemia de COVID-19.

Para poder determinar que es un proyecto viable y competitivo, se considerarán una serie de objetivos específicos:

1.2 Objetivos específicos del proyecto

- Explicar el funcionamiento de la app "Sint tiempo" y de qué manera satisface las necesidades del usuario.
- Desarrollar una propuesta de valor única.
- Demostrar la existencia de una demanda en el mercado.
- Establecer una estrategia de marketing para dar a conocer la aplicación y atraer al mayor número de clientes posibles.
- Identificar fuentes de ingresos rentables.
- Lograr una rentabilidad demostrable durante el primer año.
- Realizar una proyección financiera a tres años.

1.3 Estructura y Metodología Utilizada

La estructura estará dividida en siete apartados, incluyendo una introducción y conclusión. Estos siete apartados, a su vez, se dividirán en distintos subapartados clave.

El primer apartado es un análisis del problema y oportunidad del mercado. En él se demostrará mediante un estudio del mercado español, la falta de tiempo libre de las personas que trabajan a tiempo completo y la necesidad de una app como SinTiempo. La oportunidad de mercado mostrará como el aumento de la demanda y popularidad de este tipo de aplicaciones convierten a este negocio una idea factible.

El segundo apartado consiste en una descripción del proyecto, explicando por qué se ha elegido esta idea de negocio, en qué consiste y el producto mediante una breve introducción. Se abordará la interfaz y se finalizará explicando cómo se utilizaría desde el punto de vista del cliente.

En el tercer apartado se realizará un análisis PESTEL, para analizar el mercado externo. Este análisis, aunque de origen incierto, se atribuye a la obra "Scanning the Business Environment" escrita por Francis S. Agular en 1967. Originalmente se denominaba ETPS debido a las iniciales de las diferentes categorías macroeconómicas que aborda (Singh, 2013). Esto nos ayudará a determinar la viabilidad del negocio en este mercado.

En el cuarto apartado se realizará un estudio del entorno, para ello se emplearán las cinco Fuerzas de Porter, desarrolladas por Michael E. Porter. Introdujo este marco de análisis en su libro "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" publicado en 1980 (*Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors - Book - Faculty & Research - Harvard Business School*, n.d.). Una vez recopilada esa información se podrá hacer un estudio de la competencia y un análisis diferencial de la oferta.

El quinto apartado se basa en el "Business Model Canvas", un marco de trabajo creado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. Este modelo se presentó por primera vez en el libro "Business Model Generation" (Osterwalder & Pigneur, 2010). Siguiendo los nueve segmentos de este modelo, se realizará un estudio del modelo de negocio que adoptará "Sintiempo", incluyendo el desarrollo de la aplicación, los recursos necesarios, la forma de distribución, la obtención de capital y la estrategia de darla a conocer (Osterwalder & Pigneur, 2010). De esta manera, se establecerán los aspectos clave del

plan de negocio. Finalmente, se realizará el análisis DAFO, propuesto por Albert S. Humphrey (Huerta, 2020), en el cual se analizarán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del mercado. Esto permitirá recopilar y sintetizar toda la información relevante sobre la situación interna y externa de la empresa. Una vez hecho esto, se contará con una mejor posición para desarrollar el plan estratégico y establecer una estimación más realista de los objetivos.

En el sexto apartado, se llevará a cabo dicho plan estratégico, donde se explicará los objetivos y función del departamento de operaciones y del departamento de recursos humanos. En esta sección también se hará un análisis financiero elaborando una previsión de las ventas, estimación de costes, balance y se analizará si es rentable para los inversores tanto el primer año, como realizando una proyección a tres años.

En todo el trabajo se ha empleado Google Scholar como el principal buscador de información, apoyado también en noticias recientes. Además, se han consultado datos en el Instituto Nacional de Estadística. En la bibliografía se detallan todas las fuentes empleadas.

2 Análisis Del Problema y Oportunidad De Mercado

2.1 Problema de mercado

El problema de mercado nace de la falta de tiempo personal y la acumulación de tareas pendientes debido a las extensas jornadas laborales.

El informe de la Guía del Mercado Laboral 2022 de Hays, revela un problema significativo en el mercado laboral actual: la falta de tiempo para actividades personales debido a las extensas jornadas laborales. Según el informe, un preocupante 59% de los empleados encuestados confirma que tienen dificultad para desconectar de su trabajo. Esta cifra se incrementa aún más, alcanzando el 68%, en el caso de los puestos directivos. En relación con esto, el artículo "Redada en las oficinas de las Big Four: impulso de la fallida desconexión digital" publicado en El País el 22 de enero de 2023, destaca una vez más el problema de la falta de tiempo para actividades personales debido a las extensas jornadas laborales. En esta noticia, en una redada realizada por la inspección de trabajo a las Big Four en Madrid, se ha denunciado que estas empresas no respetan los límites legales de la jornada laboral. Esto afecta directamente la disponibilidad de tiempo para actividades personales, impidiendo a los empleados disfrutar de su tiempo libre y tener un equilibrio entre su vida profesional y personal.

Estos artículos demuestran que una gran parte de la fuerza laboral en España experimenta dificultades para equilibrar su vida personal y profesional, lo que afecta negativamente su calidad de vida y bienestar.

Las extensas jornadas laborales y la dificultad para desconectar del trabajo generan altos niveles de estrés y agotamiento. Esta situación, conocida como el síndrome de agotamiento laboral o burnout, tiene consecuencias perjudiciales tanto para los individuos como para las organizaciones. Los empleados agotados y estresados presentan una disminución en su productividad y falta de motivación para realizar cualquier otra tarea. Según un estudio recopilado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) se puede observar el tiempo libre que tanto hombres como mujeres tienen al día en España para realizar tareas domésticas y actividades de ocio. Como se puede apreciar en la gráfica de

abajo, la media se sitúa en una o dos horas diarias, lo cual no es suficiente para realizar todas las tareas. (Encuesta de Condiciones de Trabajo, 2015)

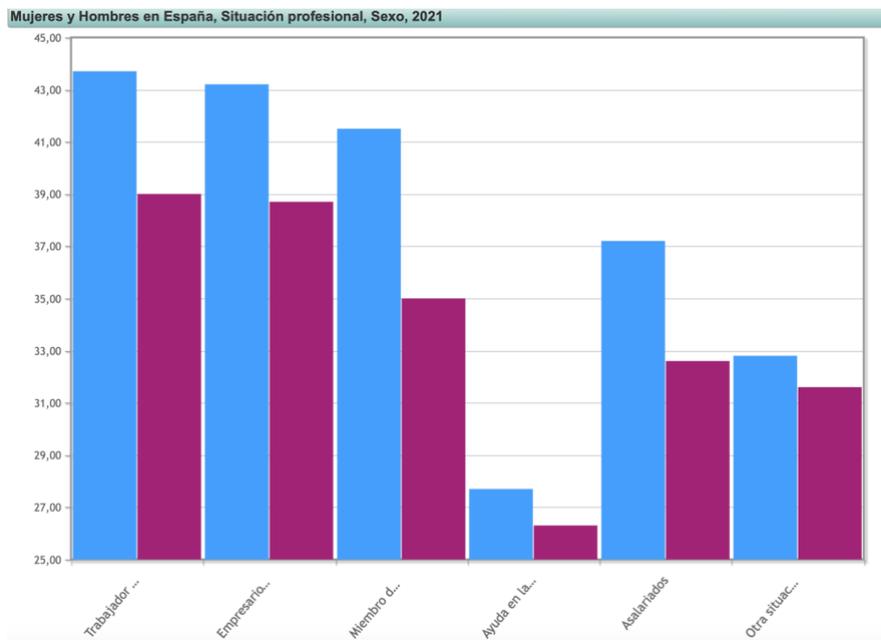
Ilustración I. Personas con empleo, tiempo medio diario dedicado a distintas actividades

Mujeres		Mujeres	
Cocinar y realizar las tareas domésticas		Actividades deportivas, culturales o de ocio	
Mujeres			
Menos de 1 hora	2,6 ¹	Menos de 1 hora	12,7 ¹
1 hora	15,8 ¹	1 hora	50,0 ¹
2 horas	43,3 ¹	2 horas	24,5 ¹
3 horas	19,5 ¹	3 horas	4,6 ¹
4 horas	12,2 ¹	4 horas	2,3 ¹
5 o más horas	2,5 ¹	5 o más horas	0,0 ¹
NS	4,2 ¹	NS	5,9 ¹
Hombres		Hombres	
Cocinar y realizar las tareas domésticas		Actividades deportivas, culturales o de ocio	
Menos de 1 hora	6,5 ¹	Menos de 1 hora	6,6 ¹
1 hora	42,5 ¹	1 hora	44,7 ¹
2 horas	35,5 ¹	2 horas	33,8 ¹
3 horas	9,9 ¹	3 horas	7,9 ¹
4 horas	1,7 ¹	4 horas	4,3 ¹
5 o más horas	0,3 ¹	5 o más horas	0,2 ¹
NS	3,7 ¹	NS	2,5 ¹

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística, 2015*

Otro estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2021, cuya gráfica se observa abajo, revela la cantidad de horas diarias que tanto hombres (representados en azul) como mujeres (representadas en morado) dedican al trabajo semanalmente. En promedio, los hombres emplean 38.4 horas semanales, mientras que las mujeres dedican 33.3 horas. Tomando en cuenta que en una semana laboral hay 120 horas, los hombres invierten aproximadamente el 32.5% de su tiempo en trabajar, mientras que las mujeres destinan alrededor del 28%. Estos datos corroboran una vez más, que el trabajo ocupa una parte muy significativa del tiempo de las personas, dejando menos tiempo disponible para otras actividades. (*Instituto Nacional de Estadística, 2021*)

Ilustración II. Número medio de horas trabajadas



Fuente: *Instituto Nacional de Estadística, 2021*

Al tiempo invertido en trabajar, hay que sumar las horas dedicadas a llegar y volver del trabajo. Según el Informe Global de Transporte Público publicado por Moovit la duración media del trayecto en la capital de España en 2022 es de 48 minutos, y el 25% debe emplear entre una y dos horas para llegar al trabajo (*Índice de Transporte Público de Moovit, n.d.*) A pesar que el teletrabajo ha ganado popularidad, un estudio realizado por Eurofound afirma que España es uno de los países de la Unión Europea donde las horas del trabajo para la gente que teletrabaja son mayores que para aquellos que no lo hacen (*El aumento del teletrabajo, n.d.*) De esta manera, tanto las personas que acuden a la oficina como las que teletrabajan añaden a su extensa jornada laboral más tiempo que les quita para realizar otras actividades.

Nascia, una empresa especializada en el manejo y tratamiento del estrés en 2019 analizó las variables del trabajo y la vida personal, y concluyó que ciudades como Madrid y Barcelona son consideradas las más estresantes para vivir. En este estudio, se pidió a los participantes que calificaran, en una escala del 1 al 10, el nivel de estrés en su trabajo, su vida personal y el desarrollo de otras actividades cotidianas. Madrid obtuvo una calificación promedio de 8.1, mientras que Barcelona obtuvo un 7.9, mostrando los

niveles más altos de estrés. El informe también reveló que el 65% de las personas encuestadas indicaron que el problema de su estrés está relacionado con el trabajo y la conciliación. El exceso de tareas, un alto nivel de autoexigencia, horarios incompatibles con la vida personal y la incertidumbre laboral se identificaron como las principales razones de estrés. (Nascia En SportLife: Mapa Del Estrés En España - Nascia.Com, n.d.) Estos estudios del mercado objetivo de SinTiempo en España muestran que existe un claro problema de falta de tiempo para las personas que tienen un empleo. En la sociedad actual, donde el ritmo de vida es cada vez más acelerado y las responsabilidades laborales se multiplican, el tiempo se ha convertido en un recurso sumamente valioso y escaso.

Esta restricción de tiempo libre crea una necesidad en el mercado de encontrar soluciones que permitan maximizar el tiempo disponible y delegar las tareas menos urgentes en manos de profesionales capacitados. La plataforma "Sint tiempo" se presenta como la respuesta ideal a esta oportunidad de mercado al ofrecer una solución integral para la gestión de recados y tareas personales.

2.2 Oportunidad de mercado

La oportunidad de mercado para SinTiempo en España surge en respuesta a un problema creciente y evidente: la falta de tiempo libre en la vida de las personas empleadas. Los estudios del mercado objetivo revelan que cada vez más individuos se enfrentan al desafío de equilibrar sus responsabilidades laborales con las demandas diarias de la vida personal. En un entorno tecnológico en constante evolución, la demanda de soluciones prácticas y eficientes se ha vuelto cada vez más pronunciada.

Esta oportunidad se ve respaldada por dos tendencias significativas. En primer lugar, el crecimiento del comercio electrónico ha revolucionado las transacciones comerciales a nivel mundial. Según datos de Statista de 2021, en España, aproximadamente el 24% de las compras totales se realizaron online en 2021, y la facturación del comercio online alcanzó un máximo histórico en el último trimestre del mismo año. Además, la facturación procedente del comercio online alcanzó un máximo histórico en el último trimestre del mismo año, superando los 16,5 millones de euros a nivel nacional. (Varían & Texto, 2021.) Según un informe de Ecommerce News, se proyecta un crecimiento

anual promedio del 7,6% en los próximos tres años, llegando a alcanzar los 88 millones de euros en 2024. Esto demuestra que las soluciones digitales se ven como herramientas normalizadas para resolver muchas tareas, en especial las relativas al ocio y compras relativas al sector servicios. En definitiva, la alta demanda y el uso de aplicaciones se está convirtiendo en una parte integral de la vida cotidiana de las personas. (López, 2021) Es decir, el posible cliente está cada día más acostumbrado a usar este tipo de plataformas parecidas a lo que SinTiempo quiere ofrecer ya que se ha producido un cambio en los hábitos de consumo.

En segundo lugar, conviene destacar la economía de consumo colaborativos online, la cual ha ganado relevancia en España. Un estudio del Foro Europeo de Economía Colaborativa muestra que 1 de cada 3 usuarios ha utilizado una plataforma de economía colaborativa, y el país se sitúa como líder europeo en este campo, con el 6% de la población ofreciendo productos y servicios bajo este modelo. Esto indica una predisposición por parte de la población a participar en plataformas que promueven la colaboración y la eficiencia. La crisis del COVID-19 ha intensificado aún más la importancia de estas plataformas en la economía. Durante este período, las plataformas digitales de economía colaborativa han demostrado su impacto socioeconómico positivo (*Consumo Colaborativo: ¿cómo Lo Usamos Los Españoles?* | Blog Bankinter, n.d.) Esto respalda la oportunidad de mercado para SinTiempo, ya que puede aprovechar el crecimiento y la popularidad del mercado para posicionarse en él de manera efectiva.

Con relación a la oportunidad de trabajo que ofrece SinTiempo, el podcast "La plataforma y yo" que entrevista a David Muñoz, sociólogo del trabajo, brinda interesantes reflexiones sobre las oportunidades que conlleva esta modalidad de empleo basada en la realización de micro trabajos a través de aplicaciones de consumo colaborativo. Durante la entrevista, David destaca la flexibilidad horaria como una de las ventajas más valoradas por los profesionales freelance. En un mundo cada vez más digitalizado y globalizado, poder adaptar el horario de trabajo a las necesidades personales y familiares resulta sumamente atractivo. Otro aspecto relevante que se aborda en el podcast es el control que se adquiere al trabajar en una plataforma de micro trabajos. (pablojimenezarandia, 2021) En Google se pueden observar decenas de páginas webs que publicitan ejemplos de

trabajos a tiempo parcial. En todos ellos se ofrece la economía colaborativa como una alternativa e incluso ofrecen cursos para reiventarse y cambiar de vida con trabajos a tiempo parcial. Véase, entre otros, la página web Escuela.tu posicionamiento web.net, que te ofrece una serie de ejemplos de trabajos a tiempo parcial y sus ventajas e inconvenientes, tanto presenciales como online..

Prueba de todo ello es que en la mayor encuesta realizada a escala global por la Organización Internacional del Trabajo titulada “Las plataformas digitales y el futuro del trabajo” del año 2019 se incluyó una pregunta sobre la satisfacción general que sentían los entrevistados respecto del trabajo en las plataformas digitales: *“¿Cuál es su nivel de satisfacción al trabajar en las plataformas digitales?”*. Las preguntas de satisfacción laboral que contienen una única medida, como estas, normalmente evalúan los sentimientos con respecto a las características intrínsecas de un trabajo (el que efectivamente realiza la persona, la autonomía, el estrés laboral, entre otros factores) más que las características extrínsecas, tales como la remuneración, la situación contractual o las perspectivas de crecimiento (Rose, 2003). La mayoría de los trabajadores de las plataformas digitales declaró estar satisfecho o muy satisfecho con esta actividad (gráfico 3.14). En términos generales, solo el 6 por ciento estaba insatisfecho y el 1 por ciento, muy insatisfecho.” (Wcms_684183.Pdf, n.d.)

Por eso cada vez más personas optan por trabajar como autónomos, “freelancers” o bajo esquemas de trabajo flexibles, lo que hace necesario contar con servicios que se ajusten a las variables y disponibilidad de tiempo de cada individuo. En la actualidad, el panorama laboral muestra un creciente porcentaje de la población activa en España (aproximadamente el 10%) que obtiene ingresos de diversas plataformas al menos una vez al año. Este fenómeno refleja el enorme potencial económico de las plataformas digitales en el ámbito laboral. Según diversas estimaciones, para el año 2025, se espera que cinco sectores destacados de la economía colaborativa generen ingresos globales por valor de 335 mil millones de euros. (“Las plataformas digitales bajo demanda en España,” n.d.) Esto afirma que no solo hay una bolsa importante de clientes potenciales, sino también de trabajadores potenciales, ya que cada vez es más popular esta nueva modalidad de trabajo que se emplea en SinTiempo

Por todo ello, el éxito o fracaso empresarial de SinTiempo frente a la competencia, una vez establecido que hay un público potencial que puede estar interesado en sus servicios y gente dispuesta a trabajar a tiempo parcial como autónomos en la empresa, va a depender fundamentalmente de la rapidez con la que se puede poner en marcha el servicio porque en un contexto global de falta de tiempo, lo que más se valora no es tanto el coste del servicio (siempre y cuando sea razonable) sino en ganar tiempo, que representa un valor absoluto en un contexto como el descrito anteriormente y que todos conocemos en nuestras vidas.

3 Descripción del proyecto

3.1 Idea de negocio y descripción del producto

La idea de crear esta aplicación móvil surge debido a mi falta de tiempo personal desde que comencé mis prácticas laborales. Al adentrarme en el mundo laboral a tiempo completo, me di cuenta de que mi jornada a menudo se extendía más allá de las 19:00, la hora oficial de finalización de mis jornada laboral. Observando a mi alrededor, descubrí que no era la única que se enfrentaba este problema. Tanto mis compañeros de trabajo como mis amigas que estaban realizando prácticas en diferentes empresas, se encontraban en la misma situación. Era un tema recurrente de queja. Durante la semana, carecíamos de tiempo y energía para realizar cualquier otra tarea que no fuera trabajar, lo que generaba una acumulación de tareas y un aumento en los niveles de estrés.

Hoy en día, vivimos en un mundo donde la tecnología ha cambiado la forma en que hacemos las cosas y ha hecho posible tener acceso a casi todo desde la comodidad de nuestro hogar. Es por eso que las aplicaciones móviles que ofrecen servicios de ayuda se han vuelto muy populares especialmente después de la pandemia.

Creo que puedo crear una aplicación eficiente y rentable que ayude a las personas a realizar sus tareas urgentes de manera más eficaz y conveniente. Mi formación universitaria en ADE y conocimiento de tecnología me han brindado los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo este proyecto.

La aplicación móvil que voy a crear tendrá como objetivo principal facilitar la vida de las personas que viven en Madrid y no tienen suficiente tiempo para hacer todos los recados que necesitan. La idea es ofrecer un servicio sencillo, rápido para que la gente de clase media- alta pueda contratar a alguien que le haga un recado puntual de manera inmediata. Para lograr esto, la aplicación contará con diferentes categorías de servicios, como compras de todo tipo, recados en la oficina, recados en el hogar, recados de gestoría, recogida de pedidos para personas que no se encuentran en su domicilio, cuidado de mascotas, entre otros. Los usuarios podrán seleccionar la categoría que mejor se ajuste a sus necesidades y luego indicar el tiempo estimado que llevará realizar la tarea. En base

a esta información, la aplicación mostrará una lista de perfiles de personas que se ofrecen para realizar esta tarea.

Cada perfil de recadista incluirá una breve descripción sobre ellos mismos, sus habilidades y experiencia, así como una sección de comentarios y valoraciones de otros usuarios que hayan contratado sus servicios anteriormente. De esta manera, los usuarios pueden tener una idea más clara de quién es la persona que van a contratar y como de bien se desempeña en el trabajo.

El precio de cada servicio variará según el tiempo estimado y la categoría del recado. Los usuarios podrán pagar directamente desde la aplicación a través de diferentes métodos de pago, como tarjetas de crédito o débito, o PayPal.

En resumen, mi objetivo con esta aplicación es ofrecer un servicio útil y eficiente para aquellas personas que no tienen suficiente tiempo para hacer todo lo que necesitan. Espero que esta aplicación pueda marcar una diferencia positiva en la vida de las personas ocupadas y ofrecer una solución práctica y conveniente para sus necesidades diarias.

3.2 Interfaz de la aplicación

El objetivo de esta interfaz es que sea muy fácil y rápida, para que la persona pueda solicitar su recado de manera inmediata. La interfaz se divide en dos partes: la parte de clientes y la parte de recadistas.

La parte para clientes permite a los usuarios solicitar ayuda para una tarea específica. Los clientes pueden buscar en la plataforma a través de una lista de categorías, como limpieza del hogar, recados de gestoría, entregas de paquetes, cuidado de mascotas y otros. Una vez que el cliente selecciona la categoría correspondiente a la tarea que necesita ayuda, se le presentará una lista de trabajadores disponibles en su área. Desde allí, el cliente puede elegir a un trabajador en función de su tarifa, reseñas y disponibilidad. También puede ver la información del perfil del recadista, incluyendo su historial laboral, reseñas y calificaciones de otros clientes.

La parte para los recadistas permite a los trabajadores independientes registrarse en la plataforma y crear un perfil. Los recadistas pueden buscar y aplicar para trabajos que se ajusten a sus habilidades y horarios. Los trabajadores pueden ver las tareas disponibles en el área que establezcan (ellos seleccionan la distancia que entra en su radio) y enviar ofertas a los clientes en función de su experiencia, tarifa y disponibilidad. De este modo, el cliente tiene más capacidad de selección ya que puede elegir a un recadista y recibir ofertas. Una vez que un recadista es contratado por un cliente, se les asigna la tarea y se le proporciona toda la información necesaria para llevarla a cabo.

3.3 Como utilizar la aplicación

Para un mejor entendimiento de cómo funciona esta aplicación, voy a poner un ejemplo. Jaime, un analista de 29 años en KPMG, cuyo horario va desde las 8 de la mañana hasta las 11 de la noche de media de lunes a viernes, tiene una boda el sábado. Es jueves a las 16.30 y necesita llevar a arreglar el traje de la boda e ir a recoger el regalo que ha pedido en El Corte Inglés. El, con su horario, no tiene tiempo y el viernes por la tarde se tiene que ir a la boda en Asturias. Jaime no está preocupado porque un amigo suyo le ha recomendado “SinTiempo”. Vamos a ir explicando los pasos que tiene que seguir Jaime.

- 1) Descargar e instalar la aplicación: Lo primero que debe hacer es descargar e instalar la aplicación en su teléfono móvil. La aplicación está disponible en las tiendas de aplicaciones para Android e iOS.
- 2) Crear una cuenta: Una vez que la aplicación está instalada, Jaime debe crear una cuenta. Para ello, debe proporcionar su nombre, dirección de correo electrónico y número de teléfono. También debe crear una contraseña para proteger su cuenta.
- 3) Publicar una tarea: Después de crear su cuenta, Jaime debe publicar una tarea en la aplicación. En este caso, las tareas serían dos: "llevar a arreglar el bajo de su vestido" y "recoger regalo en El Corte Inglés". Para hacer esto, Jaime debe proporcionar detalles, como su casa, la dirección de la tienda donde le arreglarán el traje y el tamaño del paquete que va a recoger de El Corte Inglés. También debe

especificar la fecha y hora en que desea que se realice la tarea (ese mismo jueves por la tarde)

- 4) Recibir ofertas: Inmediatamente después de que Jaime publica la tarea en la aplicación, los usuarios recibirán una notificación y aquellos que estén interesados en realizarla pueden hacer una oferta. Jaime puede revisar las ofertas y seleccionar la que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto. Ha decidido elegir a Lucas, un estudiante de 23 años que vive en su mismo barrio.
- 5) Confirmar la tarea: Después de seleccionar una oferta, la persona debe confirmar la tarea. En este punto, se le pedirá que proporcione los detalles de pago y que acuerde un horario específico con el contratista para que realice la tarea. El y Lucas hablan por el chat de la aplicación y llegan al acuerdo de que ese jueves a las 17:00, Lucas recoge el traje lo lleva a arreglar, va a recoger el regalo de “El Corte Inglés” y a la vuelta pasa a recoger el vestido. Una vez finalizado se los deja al portero de Jaime, para que Jaime, cuando vuelva de trabajar, pueda recogerlo. Debido a que le va llevar 1 hora y 30 minutos realizar esta tarea, y Lucas no se tiene que transportar, el precio es de 55 euros, de los cuales Lucas se llevará 46.75 euros.
- 6) Realizar el pago: Después de confirmar la tarea, Jaime debe realizar el pago a través de la aplicación. Se aceptan varias formas de pago, como tarjetas de crédito y débito, PayPal y Google Wallet.
- 7) Realizar la tarea: Ellos han acordado que Lucas llegará a la casa de Jaime para recoger el traje y empezar los recados a las 18.00.
- 8) Calificar al contratista: Después de que se complete la tarea, Jaime debe calificar a Lucas en la aplicación. La calificación ayudará a otros usuarios a decidir si quieren contratar al mismo contratista en el futuro. Como lo ha hecho bien, le pone 5 estrellas.

En esta parte he abordado el objetivo específico de explicar el funcionamiento de la aplicación móvil, mediante un ejemplo explicativo que muestra paso a paso, de qué manera esta aplicación móvil satisface las necesidades del usuario.

4 Análisis externo del mercado

4.1 PESTEL

Se va a emplear un análisis PESTEL para analizar el entorno y los factores que afectan al desarrollo de esta aplicación. Esto ayudará con el objetivo de averiguar si es viable este plan de negocio en el mercado externo. Este análisis está dividido en factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales.

POLÍTICOS

Los factores políticos influyentes para la creación de esta app en España más concretamente en Madrid, son la regulación legislativa que cambia para que los autónomos coticen en base a sus ingresos reales, la tarifa plana que ayuda a los autónomos a reducir la cuota mensual a la Seguridad Social y las ayudas del gobierno para emprendedores. Los explico a continuación:

Para 2023 se estima que la regulación legislativa cambie en España → Esto significa que los autónomos empezarán a cotizar en base a sus ingresos reales y no como están haciendo hasta ahora que es en función a una base mínima voluntaria. (García, 2022) → El gobierno también ha anunciado que esta nueva legislación beneficia a los autónomos que ganen menos de 900 euros. (Infoautonomos, 2023)

La tarifa plana → Esta ayuda a los autónomos supone una reducción de la cuota mensual a la Seguridad Social. Durante el primer año solo pagarán 60 euros mensuales, siempre y cuando cumplan con el requisito de no haber sido autónomo en los últimos dos años (tres, en caso de haber solicitado esta bonificación con anterioridad a contar desde la fecha de efectos del alta en seguridad social, en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos) (El Periódico de España, 2022) → Esto supone una ventaja para cualquier persona que quiera ser trabajador independiente ya que se van a tener que dar de alta como autónomos.

Ayudas del gobierno → También existen ayudas para autónomos que desean emprender nuevas empresas por parte del gobierno, como es, el programa ENISA del ministerio de

Industria(S.A, n.d.) y del de la Comunidad de Madrid (*Ayudas a personas trabajadoras autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social, 2017*)→ Estas ayudas las puedo solicitar al crear mi negocio, como autónoma. Sobre todo, el de la comunidad de Madrid ya que mi negocio estará basado en Madrid.

ECONÓMICOS

Los factores económicos influyentes a la creación de SinTiempo son el crecimiento del PIB, la disminución del IPC y la inflación. A continuación, explico todos los factores.

Crecimiento del PIB → En el primer trimestre de 2023, el Producto Interno Bruto (PIB) experimentó un aumento del 0,5%, según los datos preliminares, superando en cuatro décimas las expectativas de los analistas. Es destacable el notable impulso experimentado por las exportaciones de servicios turísticos. Asimismo, se han revisado al alza los resultados de los dos últimos trimestres de 2022, pasando de un crecimiento del 0,2% en cada uno a un 0,4%. Esto genera un efecto positivo de arrastre en la tasa de crecimiento anual de 2023, el cual no estaba contemplado en las previsiones anteriores. → Esto supone una ventaja ya que un aumento en el crecimiento económico suele suponer un aumento en la demanda de servicios, y un mayor poder adquisitivo. (*Panel de Previsiones de La Economía Española- Funcas, 2023.*)

Disminución IPC → Según los datos preliminares del INE, se estima que la inflación anual del IPC en mayo de 2023 sea del 3,2%. Esto representa una disminución de nueve décimas en comparación con el mes anterior, donde la variación fue del 4,1%. La reducción se debe principalmente a la baja en los precios de los carburantes en comparación con el año pasado. Además, el aumento de los precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas ha sido menor que en mayo de 2022, aunque en menor medida. La inflación subyacente, que excluye alimentos no elaborados y productos energéticos, disminuye cinco décimas, situándose en el 6,1%. (*Ipcia0523.Pdf, 2023.*) Por otro lado el Consenso Económico y Empresarial de PwC afirma que ha habido una mejora de la inflación de 6.6% al 5.5% → Según los indicadores económicos mencionados, se observa que la economía española ha mostrado aumento en los costes, podría tener un impacto negativo en mi empresa. No obstante, se espera una mayor resistencia de lo esperado. Sin

embargo, la inflación, que representa un que esta tendencia en la inflación no tenga una repercusión significativamente negativa, especialmente si los clientes tienen ingresos medios altos.

Crecimiento año 2022 → En conclusión, según el Barómetro de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA) solo el 25,8% de los autónomos afirma que su negocio ha crecido a lo largo de 2022. Preguntados sobre la economía en general, siete de cada diez autónomos destacan la tendencia económica negativa. Esto va en relación con el aumento de gastos de las actividades de los autónomos. Los gastos de este tipo de actividades han aumentado un 95.2% en 2022.(Emprendedores y Economistas, 2022.) → Estas estadísticas suponen una amenaza para abrir un negocio ya que supone una mayor posibilidad de fracaso debido a que frena a los autónomos a ofrecer sus servicios como recadistas por miedo.

SOCIALES

Los factores sociales influyentes son el aumento en el número de personas que viven solas y el aumento en la jornada laboral de muchas personas. El hecho de que las personas pasen gran parte de su tiempo trabajando o durmiendo, implica que no tienen mucho tiempo libre para realizar tareas que consideran menos apetecibles. En cuanto a la pandemia, las medidas de restricción y distanciamiento social han llevado a que muchas personas busquen pasar el menor tiempo posible en los establecimientos, lo que lleva a un aumento en la demanda de servicios de compras por parte de terceros. Finalmente, la dificultad burocrática en la creación de empresas es un factor importante, y el hecho de que haya empresas que ofrezcan servicios que faciliten este proceso puede ser una ventaja competitiva. Lo explico a continuación:

Personas que van a vivir solas → Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en menos de 15 años en uno de cada tres hogares vivirá solo una persona. Esto significa que más de 6,5 millones de personas vivirán solas en 2037. (*“INEbase,2021.”*). → Suponiendo que esta persona trabaja y que la jornada laboral dura 8 horas (siendo en muchos casos un número mayor de horas) no dispone de mucho tiempo, aparte del cansancio, para realizar este tipo de tareas que, por lo general, se dejan para el fin de semana, lo que

tampoco apetece mucho robar tiempo al poco ocio disponible, por lo cual esto supone una ventaja para nuestro negocio.

Horario Laboral → Como hemos visto antes, el 26% de la población española trabaja más de 12 horas, si incluimos las horas de transporte → Esto supone una desproporción muy grande entre la vida personal y laboral que apenas deja tiempo para otras actividades. Wenceslao Unanue, académico de la U. Adolfo Ibáñez y director del Instituto del Bienestar, en Madrid, señala que esa desproporción se da "porque en un sistema tan capitalista como el nuestro, la gente tiene miedo a perder el trabajo".(La Tercera, 2022.) → Esta gráfica de abajo nos muestra el promedio por horas de la población española de más de 12 horas en que invierten realizar lo que denominamos “recados”.

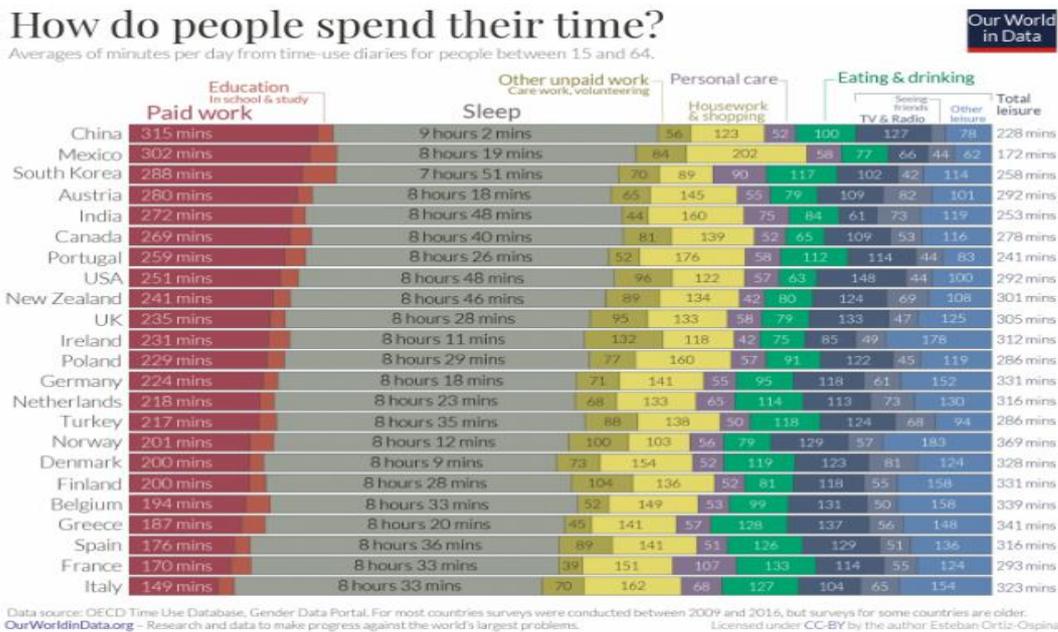
Ilustración III. Promedio semanal dedicado a “recados”



Fuente: *OurWorldinData*, 2020

En esta otra encuesta abajo, realizada por “Ourworld in Data” realizada a gente de 15 a 64 años, enseña que pasamos la mayoría de nuestro tiempo durmiendo y trabajando. Se observa que aquellas tareas marcadas como “Housework and shopping” se les dedica mucho menos tiempo(Ej: poner la lavadora, limpiar la casa, cuidar a los ancianos.) (Ortiz-Ospina et al., 2020) → Todo esto suponen una ventaja para la creación del negocio, ya que corrobora el problema de la falta de tiempo debido al horario laboral.

Ilustración IV. Actividades que realiza la gente en su tiempo libre



Fuente: *OurWorldinData*, 2020

Covid-19: La pandemia ha forjado un cambio permanente en el hábito de compra de la gente y muy difícilmente volverá a ser como antes de la pandemia. Entre las principales tendencias que está impulsando la pandemia, el Observatorio de Salesforce destacó las siguientes:

- La gente busca pasar el menor tiempo posible en los establecimientos.
- Muchos establecimientos piden cita previa o tienen un aforo máximo.

Todo esto supone dificultades a la hora de ir físicamente a comprar. (Redacción, 2020)→ Esto es una ventaja ya que supone que la gente estaría abierta a la idea de permitir a otra persona ir físicamente a las tiendas por ellos.

Estos hábitos de las sociedades occidentales en el siglo XXI, en vez de disminuir, solo van a aumentar de cara al futuro. Hacemos caso al naturalista británico Charles Darwin, lo más inteligente será adaptarse al nuevo escenario global, porque el cambio de era es inevitable. Renovarse o morir. Y SinTiempo forma parte de esta renovación

LEGALES

Los factores legales influyentes son principalmente las regulaciones específicas de la industria que requieren licencias y seguros y las leyes laborales que rigen la contratación de trabajadores independientes o contratistas de servicios.

Burocracia para crear una empresa: Una de las dificultades burocráticas que llevan tiempo y “papeleo” es la constitución formal de la empresa y seguir todas las regulaciones. Por eso es bueno servirse de una empresa de consultoría como KPMG que ofrece en su servicio de creación de empresas a través del Punto de Atención al Emprendedor (PAE), y que también forma parte del programa Kit digital y que se encarga de facilitar la creación de nuevas empresas, mediante un sistema de tramitación telemática por un precio de 350 euros más IVA (*KPMG Impulsa, 2022.*) → Esto es una oportunidad para mi negocio ya que supone un ahorro de tiempo y dinero.

TECNOLÓGICOS

Este es uno de los puntos clave de este proyecto que se centra en la aplicación móvil. Los factores tecnológicos influyentes son las ayudas europeas existentes para la tecnología, las amenazas cibernéticas y la necesidad de implementar medidas de seguridad efectivas

Ayudas europeas para tecnología: El Programa Kit Digital: el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital ofrece un tipo de ayuda a empresas con menos de 49 empleados para que puedan invertir y así mejorar su transformación tecnológica. Lo que ofrece son bonos de entre 2.000 y 12.000 euros para invertir en herramientas digitales como pueden ser, dar mayor visibilidad al negocio, o mejorar el sistema de venta por internet. (*Autónomos: Novedades Para Este Colectivo | El Periódico de España, 2023*) . Otra ayuda europea es RED, entidad pública empresarial dependiente de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. Esta gestiona tres convocatorias. → La primera, abierta hasta marzo de 2023, va dirigida a empresas de 10 o más empleados y menos de 50 y otorga ayudas de 12.000 euros para invertir en soluciones digitales como la ciberseguridad o el marketing digital. La segunda, para organizaciones de entre tres y

menos de 10 trabajadores, ofrece bonos de 6.000 euros hasta septiembre del próximo año. Y la tercera, para empresas de menos de tres trabajadores y autónomos, entrega 2.000 euros a cada compañía que lo solicite antes de octubre de 2023. (*EL PAÍS*, 2023) → Esto es una oportunidad para la creación del negocio ya que una de las principales ventajas competitivas va a ser la tecnología.

AMBIENTALES

Los factores ambientales que impactan a esta start-up son las regulaciones en España, así como la necesidad de implementar prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente para mantener la licencia social y la imagen positiva del negocio. Las leyes y normas principales que se deben de seguir son:

Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental: Es una ley establecida en 2007, para todas pymes que regula la “responsabilidad de prevenir, evitar y reparar daños ambientales” (Consultores, 2019)

Ley 21/2013 de Evaluación Ambiental: En una ley de 2013, Establece los principios de evaluación del impacto ambiental que deben tenerse en cuenta para cuidar de forma efectiva de la naturaleza y la salud de las personas(Consultores, 2019)

Norma ISO 14001: Establece los procedimientos de gestión ambiental que las empresas deben seguir. Aunque no es mandatorio, adoptarla reduce el impacto ambiental, ahorra costes, mejora la imagen de la empresa y evita sanciones por malas prácticas. En resumen, seguir esta norma es beneficioso para el medio ambiente y el éxito empresarial. (Consultores, 2019)

Tras realizar este análisis del entorno, se puede observar que SinTiempo podría beneficiarse tanto de las ayudas gubernamentales ofrecidas como de la regulación legislativa. Económicamente, al haber mejorado la inflación, la gente dispone de un mayor poder adquisitivo para gastar. Por último, se puede observar la creciente tendencia en las últimas décadas de personas que viven solas y del aumento de la falta de tiempo de

la gente debido a las jornadas laborales cada día más extensas. De esta manera, SinTiempo satisface una necesidad social que cada vez es más importante. Todos estos factores establecen las oportunidades que existen en este mercado, ayudando así a corroborar los objetivos establecidos, ya que existe una oportunidad en este mercado de la cual SinTiempo podría beneficiarse.

5 Análisis Del Sector

5.1 Analisis Porter

Una vez analizado el entorno general, se procede a llevar a cabo un análisis del entorno específico a través del conocido modelos de las cinco fuerzas de Porter. Este, va a permitir tener una visión de cómo se encuentra el sector de las plataformas digitales de servicios bajo demanda y si este, se encuentra muy saturado o no.

Las cinco fuerzas de Porter a analizar son: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de entrada de nuevos competidores, la amenaza existente de productos sustitutos, y la rivalidad entre competidores.

Poder de negociación de los clientes: Los clientes tienen un alto poder de negociación debido a la amplia variedad de opciones disponibles en el mercado de servicios bajo demanda en Madrid. Pueden comparar precios y características de diferentes proveedores, y tienen la capacidad de cambiar fácilmente a otras plataformas si no están satisfechos con el servicio ofrecido por Sint tiempo. Aunque Sint tiempo cuenta con ventajas competitivas, existe un alto poder de negociación por parte de los clientes.

Poder de negociación de los proveedores: El poder de negociación de los proveedores de recursos necesarios para la creación y mantenimiento de la plataforma de Sint tiempo se considera reducido. Los proveedores, como los desarrolladores de la web o Amazon Web Services, suelen ofrecer precios fijos y existen numerosos competidores en el mercado para cada uno de estos servicios. Además, las diferencias entre los proveedores en términos de calidad y funcionalidad no suelen ser significativas, lo que implica que Sint tiempo no está "atado" a proveedores específicos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores: La amenaza de entrada de nuevos competidores en el sector de servicios de recados se considera medio-baja. Aunque el sector de las aplicaciones móviles está experimentando un crecimiento notable, crear una empresa sostenible a largo plazo en este sector requiere enfrentarse a una fuerte competencia existente. Es necesario contar con una ventaja comparativa significativa y

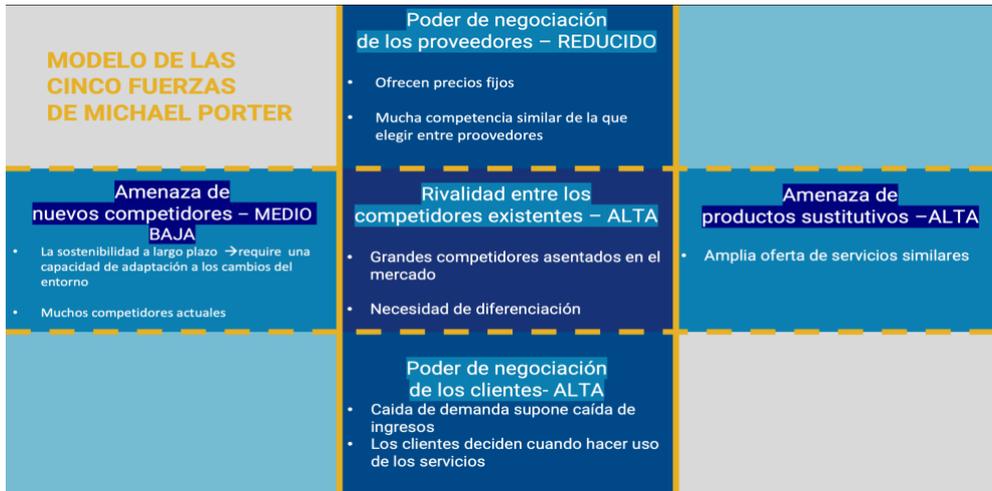
tener la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno. La pandemia del COVID-19 ha afectado a varias empresas del sector, como "Déjame a mí", "No tengo tiempo" o "Mis recados", causando su cierre, lo que demuestra la importancia de la adaptación.

Amenaza de productos sustitutos: La amenaza de productos sustitutos se considera alta. Existe una variedad de servicios similares en el mercado, lo cual supone una gran competencia indirecta para Sint tiempo. Es importante analizar y entender los diferentes tipos competidores, esto se hará en el estudio de la competencia.

Rivalidad entre los competidores existentes: La rivalidad entre la competencia indirecta en Madrid se considera muy alta, dado que hay muchas plataformas que están especializadas en servicios específicos de los que ofrece Sint tiempo. Esto genera una competencia intensa por captar y retener clientes. Sint tiempo se enfoca en un nicho de mercado específico y se diferencia a través de la calidad del servicio y la atención al cliente para destacar en este entorno competitivo.

En resumen, el análisis de las cinco fuerzas de Porter muestra que el sector de servicios bajo demanda en Madrid presenta desafíos y oportunidades para Sint tiempo. Aunque el poder de negociación de los clientes es alto y existen muchas amenazas competitivas, Sint tiempo puede aprovechar su ventaja competitiva en rapidez y eficiencia, así como su enfoque en el nicho de mercado, para diferenciarse y mantener una posición sólida en el mercado de servicios de recados. Este estudio del mercado interno nos ha servido para cumplir con el objetivo de crear una propuesta de valor única que diferencie a SinTiempo del resto de competidores.

Ilustración V. Las cinco fuerzas de Porter



Fuente: *Elaboración propia*

5.2 Estudio de la competencia

En el mercado de los servicios de tareas y recados hay dos modelos de empresas:

1. Empresas de recados y gestiones, que son competidores directos de SinTiempo y los denominaremos principales competidores. He seleccionado analizar las tres empresas mejor establecidas y con una base de clientes más sólida que son “Recadería”, “Taskia” y “LoHacemostodo”
2. Empresas especializadas en una oferta determinada que también ofrece SinTiempo, siendo así la competencia indirecta. Comentaré los líderes en el mercado como Glovo, TaskRabbit y luego analizaré “Washrock”, especializada en lavado de ropa.

Dentro de las empresas de competencia directas, que son empresas que se dedican a hacer todo tipo de recados y servicios, sin un sector específico, no hay apenas competencia operativa. Vamos a analizar el caso de "Recadería". Recadería cuenta con una página web en la que ofrecen realizar una amplia variedad de recados en Madrid, con precios que parten desde los 15€. Entre los servicios que ofrecen se encuentran compras, gestiones, trámites, envíos, recogidas, publicidad, recadería 24/7, comida a domicilio, supermercado a domicilio, farmacia a domicilio y ayuda en general.

El sistema de funcionamiento de Recadería se basa en su página web, a través de la cual se solicita el servicio y se deriva a WhatsApp para gestionar el proceso. Con el objetivo de entender mejor su funcionamiento, realicé una petición de servicio. Después de contactarlos, recibí un mensaje automatizado que indicaba que me responderían en un plazo de 20 minutos. Una vez que me respondieron, me pidieron detalles sobre el servicio solicitado y me informaron que normalmente se debe solicitar con al menos tres horas de antelación.

En mi caso, les explique era para que llevaran a lavar la ropa y me indicaron que como la tarea me llevaría una hora, el precio sería de 15€. Además, me informaron que si se requería más tiempo, el precio aumentaría en franjas de 30 minutos a razón de 7,50€. Por lo general, las tareas de lavandería suelen tardar entre 30 y 45 minutos. También les pregunté sobre su horario operativo y me informaron que están disponibles de 8:00 a 21:00 horas. Sin embargo, mencionaron que si se requiere un servicio fuera de este horario, se debe solicitar con anticipación.

Es importante destacar que el proceso completo, desde la realización de los trámites hasta la ejecución del recado, puede llevar más de tres horas, y posiblemente un poco más. Este aspecto puede considerarse como una debilidad de esta empresa, ya que los clientes potenciales suelen estar acostumbrados a una mayor rapidez en las entregas de servicios *delivery*.

La otra empresa de competencia directa que vamos a analizar es Taskia, una aplicación española que permite a los usuarios solicitar servicios de tareas cotidianas, como limpieza del hogar y reparaciones, a través de una red de trabajadores autónomos. Sin embargo, Taskia ha recibido muchas críticas en los foros de Internet debido a que no permite a los usuarios elegir a los recadistas, lo que puede generar malas experiencias y críticas negativas en la misma tienda de aplicaciones. Al realizar una solicitud de recado, personalmente he experimentado un retraso en la respuesta. Me enviaron un correo electrónico dos horas más tarde con el siguiente mensaje: "Hola Mónica, Fernando C. quiere ayudarte en tu tarea. Solicita que te envíe su presupuesto para poder reservarlo.

Una vez reservado, podréis intercambiar los datos de contacto". Este proceso de comunicación puede resultar frustrante y consumir mucho tiempo, ya que implica esperar la respuesta del recadista, luego ponerme en contacto con él y finalmente recibir su presupuesto. Además, el hecho de que el presupuesto no esté basado en una tarifa establecida previamente por la plataforma puede generar incertidumbre y falta de transparencia en cuanto a los precios. En general, estos problemas de funcionamiento y falta de control sobre la elección de los recadistas pueden afectar negativamente la experiencia del usuario y generar críticas desfavorables en la plataforma.

La tercera empresa es "Lo hacemos todo". En el caso de "Lo hacemos todo", su centro principal es un taller de reparación de automóviles ubicado en la calle Hermanos del Moral 24, en Madrid. Sin embargo, han decidido diversificar su línea de negocio ofreciendo servicios adicionales, que incluyen lavado de vehículos, limpieza a domicilio por horas, limpieza integral a domicilio, servicios de mecánica, cuidado de mascotas, entrega de comida a domicilio, y servicios de recados, entre otros.

A diferencia de otras empresas, "*Lo hacemos todo*" no cuenta con una aplicación móvil para realizar las solicitudes de servicio. En su lugar, se requiere completar un formulario en su sitio web indicando los detalles del servicio deseado. En cuanto a los horarios de atención al cliente, están disponibles de lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00 horas, los sábados de 10:00 a 14:00 horas, y permanecen cerrados los domingos y días festivos. Sin embargo, cabe destacar que la página no proporciona información clara sobre los precios de los servicios.

Al investigar sobre la empresa, resulta llamativo el hecho de que tardan más de 14 horas en responder a las consultas realizadas a través del formulario en línea. Además, al revisar los comentarios positivos que se muestran en su página web, mostrados debajo, se puede observar que están relacionados principalmente con el taller de reparación de automóviles y son de años anteriores a la pandemia, lo cual genera cierta incertidumbre sobre la calidad y eficiencia de los servicios adicionales que ofrecen.

Ilustración VI. Valoraciones clientes app “Lo hacemos todo”

Fecha del servicio	Fecha	Nombre	Valoraciones	Acciones
31/10/18	03/10/18	Admin	Fue rápido, trabajo limpio y buen trato.	Responder
30/11/18	27/11/18	Adolfo Lopez Samaniego	Trato estupendo por parte de Rubén y mucha rapidez a la hora de coger cita y hacer el servicio. Recomiendo.	Responder
30/04/19	29/04/19	RUFINO COBOS	Han sido rápidos y eficientes, sin largas esperas como en otros talleres.	Responder
30/03/19	30/03/19	JULIAN ANDRES QUINTERO	Bien me atendieron muy bien.	Responder
29/12/18	29/12/18	ANDRES LOPEZ PASCUAL	Muy bien hoy no tuve que esperar, y siempre atento, rápido y eficaz. Volveré para la próxima.	Responder
29/09/18	29/09/18	Dmitry Mezhlumian	Tienen precios bastante adecuados	Responder
29/09/18	29/09/18	Iván chueca Corbacho	Todo orden. Seriedad, rapidez y buen acabado.	Responder
29/09/18	29/09/18	Iván chueca Corbacho	Todo orden. Seriedad, rapidez y buen acabado.	Responder
28/12/18	27/12/18	ALFREDO PADILLA TORRES	Facilidades para concretar todo. Acabaron antes de lo previsto.	Responder
28/11/16	28/11/16	JOSE ANTONIO TERAN COBO	Las personas que me atendieron, me parecieron auténticas en ayudar y una vez solucionado el problema no engañar al cliente x lo k volveré.	Responder
28/11/16	24/11/16	JUAN CARLOS	El servicio ha sido correcto. La limpieza de tapicería no ha incluido maletero	Responder

Fuente: *lohacemostodo.es*, 2023

En relación con la competencia indirecta, contamos con una competencia abundante. Hay muchas aplicaciones móviles y páginas webs que se enfocan realizar un servicio o recados específico, o servicios y recados a un público específico diferente al nuestro (por ejemplo, las personas mayores). Nos encontramos TaskRabbit, empresa comprada por IKEA, que cuenta con un sistema similar al de SinTiempo, permitiendo a los usuarios contratar a trabajadores independientes para realizar tareas y establecer su propio precio mediante un sistema de puntuación. Sin embargo, TaskRabbit en España solo permite la realización de tareas relacionadas con reparaciones, mantenimiento y limpieza del hogar (*TaskRabbit - Servicios de Mantenimiento, Mudanza, Envíos y Más Para El Mismo Día*, n.d.). En caso de que decidan expandirse y ofrecer servicios más amplios como en otros países, se convertirían en competencia directa para SinTiempo.

Por otro lado, se encuentra Glovo, plataforma tecnológica líder en el sector de comida *delivery* con una cuota de mercado del 48.8% en España. (*Glovo dobla sus ingresos hasta 360 millones en 2020 y recorta sus pérdidas casi un 80% | Empresas | Cinco Días*, n.d.)

También ofrece servicios de recogida de productos en diferentes tiendas. Sin embargo, como cliente es necesario invertir tiempo en hablar con el negocio y explicar detalladamente qué productos se desean recoger, lo que puede complicar la tarea si se trata de una lista larga o si se trata de un negocio pequeño o de barrio. Además, su lema "si cabe en la bolsa del rider, te lo llevamos" limita la capacidad de recoger compras grandes.

En relación con un servicio muy específico, he decidido analizar “Washrocks” que se encarga de servicios de lavandería y tintorería. Es una empresa que tuvo sus inicios en Barcelona y posteriormente se expandió a Madrid. Su sistema de funcionamiento se basa en la descarga de su aplicación móvil y el registro en la plataforma. Una vez completado el registro, los usuarios deben especificar su código postal y seleccionar si desean servicios de limpieza o si necesitan llevar prendas a la tintorería. Además, la empresa proporciona un video en YouTube que explica detalladamente cómo funciona su servicio y también se encuentra disponible el contacto por correo electrónico y WhatsApp para resolver cualquier duda.

Washrock cuenta con su propia lavandería, lo cual la diferencia de “Recadería”. Por ejemplo, una bolsa de hasta cinco kilos de ropa en Washrock tiene un coste de 14,50 euros, pero es importante tener en cuenta que la ropa se entrega sin planchar y el tiempo de entrega es de 48 horas. Además, si se requiere el planchado de diez prendas a mano, se agrega un coste adicional de 35,95 euros lo que hace un precio total de 50,45 euros por solo diez prendas. (*WASHROCKS: Lavandería y Tintorería a Domicilio En 24 Horas*, n.d.) Una vez más, el tiempo de entrega de 48 horas se muestra como un punto débil para esta empresa, ya que los clientes potenciales suelen esperar una mayor rapidez en los servicios de delivery.

6.3 Competitive landscape

Habiendo analizado la oferta en el mercado madrileño, se puede concluir que existe una clara necesidad de una plataforma que ofrezca un amplio margen de recados y servicios de manera inmediata, a precios estables y con garantía de confianza para los clientes. A

diferencia de otras empresas competidoras, SinTiempo se destaca por su enfoque integral en satisfacer estas necesidades.

Una de las principales ventajas que SinTiempo ofrece es la posibilidad de que los clientes elijan al recadista que mejor se adapte a sus necesidades. Esto se logra mediante una descripción detallada de cada recadista y un sistema de puntuación mediante estrellas, que brinda a los usuarios la información necesaria para tomar una decisión informada. Esta transparencia en la selección garantiza una experiencia personalizada y satisfactoria. Además, SinTiempo se diferencia por su rapidez en la gestión de los servicios. Con una respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes, esta plataforma se compromete a asignar un recadista disponible en el menor tiempo posible. Esto se traduce en una mayor eficiencia y ahorro de tiempo para los clientes, quienes pueden confiar en que sus recados serán atendidos de manera oportuna.

Otra ventaja destacada de SinTiempo es la estabilidad de los precios. A diferencia de otras empresas que pueden variar sus tarifas dependiendo de diferentes factores, como Taskia, SinTiempo se compromete a ofrecer precios fijos y preestablecidos. Esto brinda confianza a los clientes al saber que no habrá sorpresas desagradables en cuanto al costo del servicio.

En resumen, SinTiempo se presenta como una solución integral para los clientes que buscan un servicio de recados y tareas cotidianas eficiente, confiable y rápido. Con su enfoque en la transparencia en la selección de recadistas, rapidez en la gestión de los servicios y estabilidad de precios, SinTiempo se posiciona como una opción sólida y atractiva en el mercado madrileño. Este análisis responde al objetivo de demostrar una propuesta de valor única, ya que detalla lo que les diferencia del resto del mercado.

6 Business Model Canvas

6.1.1 Segmentos de clientes

Nuestro público objetivo se centra en de clase media-alta en Madrid, específicamente en hombres independizados de entre 25 y 45 años empleados. Esta selección se basa en varios factores que respaldan su relevancia para nuestro servicio.

En primer lugar, este grupo demográfico es el que ~~más,~~ probablemente, más solicitaría recados a través de Sintiempo. Según las estadísticas, el 86.4% de los hombres madrileños de edades comprendidas entre 25 y 54 años, están empleados (Tasas de empleo por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma(4942), n.d.). Esta alta tasa de empleo indica que esta categoría de hombres está activa en el mercado laboral y, por lo tanto, puede requerir asistencia adicional para gestionar sus tareas cotidianas.

Además, se observa que el 59.1% de los hogares unipersonales de Madrid formados por personas menores de 65 años están compuestos por hombres (INEbase / Demografía y población /Cifras de población y Censos demográficos /Encuesta continua de hogares / Últimos datos, n.d.). Esta cifra indica que la mayoría de las personas que viven solas son hombres. Dentro de este grupo, el 59.7% son solteros y sin hijos (Phepa21not.Pdf, n.d.) Lo que demuestra que al vivir solos necesitan una mayor ayuda para la realización de tareas fuera del horario laboral y al estar solteros no cuentan con alguien que les brinde un apoyo en la realización de las tareas.

La elección de los hombres como público objetivo se justifica por la teoría económica neo-clásica, una corriente teórica que ha intentado explicar la división sexual del trabajo desde la década de 1960, centrándose en la distribución del tiempo y la riqueza de los miembros del hogar. Según esta teoría, el modelo básico asume que la división tradicional de las tareas domésticas, en la que los hombres se especializan en el trabajo de mercado y las mujeres en el trabajo doméstico, maximiza el bienestar familiar y la eficiencia del hogar(010art06.Pdf, n.d.)En España, este modelo básico sigue implementado en muchos hogares ya que los hombres son menos propensos a realizar tareas domésticas o encargar recados, prefiriendo delegar estas responsabilidades en otros. Según datos del INEGI, el

76.4% de las labores domésticas son realizadas por mujeres, mientras que solo el 23.6% son asumidas por hombres (La importancia de delegar tareas domésticas – Qué y Cómo A.C, n.d.). Esta estadística subraya la necesidad de un servicio como el nuestro, que ofrece asistencia en la realización de recados y tareas cotidianas, especialmente para hombres que pueden beneficiarse de un apoyo adicional en esta área.

En resumen, nuestro público objetivo está compuesto por hombres de Madrid, de entre 25 y 45 años, independientes, sin pareja y de clase media-alta. Esta selección se basa en la alta tasa de empleo en este grupo demográfico, sus ingresos, el número significativo de hombres solteros que viven solos en Madrid, y la tendencia de los hombres en España a delegar las tareas domésticas y los recados. Esto corrobora nuestro tercer objetivo, el cual es, demostrar una existencia de una demanda de mercado.

6.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor consiste en aprovechar el boom de la economía colaborativa “una forma eficiente de utilizar recursos infrautilizados y permitir a las personas convertirse en proveedores de servicios para obtener ingresos adicionales” (Eckhardt & Bardhi, 2015) después del COVID-19, creando una aplicación que sea fácil y rápida de usar, cuya ventaja diferencial es la rapidez con la que se puede solicitar y asignar a alguien que te haga el servicio, ya que hay una variedad de personas autónomas y dadas de alta disponibles inmediatamente para ayudar.

La consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) ha analizado el peso del consumo colaborativo en Europa y ha calculado que actualmente factura 15.000 millones de euros, y se estima que llegará a los 560.000 millones en 2025 (Evaluación: Presencia de La Economía Colaborativa En Europa, s.f.). Esto indica que es un mercado con un potencial que se puede explorar y aprovechar, ya que está en crecimiento.

Existe un mercado maduro para una aplicación como esta. En Estados Unidos, TaskRabbit, una aplicación muy similar, triunfa en las principales ciudades del país. En la App Store, cuenta con una calificación de 4.8 estrellas y se encuentra en el top 35 de aplicaciones de estilo de vida (TaskRabbit - Handyman & More, 2023).

Esto nos ayuda a determinar nuestro segundo objetivo, que es averiguar si hay demanda en el mercado. Existe un público interesado en plataformas tecnológicas de consumo colaborativo, y actualmente estamos presenciando un crecimiento en este sector.

6.1.3 Canales de distribución

Los canales de distribución son los medios o vías a través de los cuales se entrega y se pone a disposición de los clientes el servicio que la empresa ofrece.

Actualmente, en la App Store hay 650.000 apps disponibles (Applesfera, 2023). Las estadísticas de SaaS afirman que en el año 2023, "las apps móviles habrán generado más de 935 millones de dólares en descargas y pago de publicidad" (SaaS Rank, 2021). Además, la firma de inteligencia de aplicaciones Sensor Tower pronostica que para el año 2024, el gasto mundial en apps móviles superará los 140 millones de dólares, lo cual indica un aumento en la demanda de aplicaciones móviles en comparación con los sitios web tradicionales (El desarrollo de aplicaciones móviles en la era post Covid-19, 2021).

Un canal de distribución clave son los recadistas. Estos recadistas, una vez seleccionados para llevar a cabo la tarea, emplean sus propios medios de transporte, los cuales son pagados por el cliente en función del kilometraje empleado. Este se encuentra desarrollado en el plan de financiamiento.

Otro canal de distribución que se empleará a medida que vaya creciendo Sint tiempo son las colaboraciones estratégicas con socios comerciales como Wallapop. La colaboración con Wallapop, una plataforma de compraventa de productos de segunda mano podría generar oportunidades para ambas partes. Aunque hay una evidente desproporción inicial entre ambos negocios, SinTiempo puede estar interesado en darse a conocer en un segmento poblacional que no lo conoce bien, como es el mercado de compraventa de segunda mano. Además, muchos de nuestro público potencial tienen una gran movilidad geográfica laboral, por lo que sus casa y necesidades son temporales y no les interesa invertir demasiado en ellas. O, por el contrario, pueden encontrar un buen canal de venta de objetos que para ellos ya son "antiguos" y tienen una buena venta en Wallapop. También podríamos colaborar en la creación de promociones conjuntas para fomentar el

uso de ambas plataformas, partiendo de la idea de que ambas son aplicaciones móviles de negocios basadas en la economía colaborativa y en los servicios bajo demanda.

6.1.4 Actividades clave

En cuanto a nuestras actividades clave, consideramos que la estrategia de marketing y publicidad, el buen funcionamiento de nuestra aplicación y la atención al cliente son fundamentales para el éxito de nuestra empresa.

Para nuestra estrategia de marketing, nos enfocaremos en una primera fase de un mes principalmente en el uso de Google Ads y Facebook Market Ads, que permite poner anuncios en Instagram y Facebook a un precio competitivo. También emplearemos la técnica de marketing por influencers en Instagram en los primeros meses. Según un estudio de IAB Spain, más del 70% de los ciudadanos españoles ha comprado algún producto o servicio recomendado por un "influencer". Además, la franja de edad de uso de redes sociales en España, que va de los 25 a los 40 años, coincide con nuestro segmento de clientes (Galeano, 2021). Por lo tanto, esta estrategia nos permitirá llegar a nuestro público objetivo y generar confianza en nuestra aplicación.

En cuanto al buen funcionamiento de nuestra aplicación, invertiremos en tecnología para asegurar que sea fácil y rápida de usar. Esto es crucial, ya que los usuarios son más propensos a utilizar una aplicación si tienen una experiencia positiva con ella. Además, nos aseguraremos de contar con un equipo de atención al cliente eficiente y receptivo, para resolver cualquier duda o problema que los usuarios puedan tener. Según la investigación, los usuarios son más propensos a recomendar una aplicación si han tenido una experiencia satisfactoria (Cantallops y Salvi, 2014).

Además, creemos en la importancia de la recomendación por parte de los usuarios. Para fomentar esto, implementaremos desde el primer momento un programa de referidos, donde los usuarios recibirán descuentos a cambio de recomendar nuestra plataforma a otros. Esta estrategia aprovecha el poder del boca a boca, ya que los usuarios confían en las recomendaciones de sus amigos y contactos en línea (596ElMarketingDeBocaEnBoca,2009). Nuestro objetivo es brindar una experiencia excepcional a los usuarios, tanto en el funcionamiento de la aplicación como en la

atención al cliente, para estimular el boca a boca positivo y generar mayor visibilidad y confianza en nuestra marca.

6.1.5 Relaciones con clientes

SinTiempo actúa como intermediario entre los clientes y los recaudistas, facilitando la comunicación y la gestión de las tareas a realizar. La comunicación con los clientes se realiza a través de la aplicación. La aplicación proporciona una plataforma donde los clientes pueden solicitar y coordinar los recaudos, mientras que los recaudistas realizan los servicios requeridos.

La relación con el cliente se basa en brindar un servicio eficiente, confiable y conveniente. SinTiempo se compromete a ofrecer una muy buena experiencia al cliente, asegurándose de que sus necesidades sean atendidas de manera efectiva ya que esto forma parte de la ventaja competitiva.

6.1.6 Recursos claves

Si interpretamos recursos como aquellos necesarios para la construcción tecnológica de esta app las claves serían los siguientes:

- Una página web: Es muy importante contar con una plataforma tecnológica sólida cuyo funcionamiento sea rápido y el cual carezca de fallos. Por eso vamos a emplear Amazon Web Services, “AWS es líder en la industria de servicios en la nube debido a su escalabilidad, flexibilidad, seguridad y facilidad de uso” (Patel & Ganatra, 2021). Yo como fundadora de “SinTiempo” tengo conocimiento de esta plataforma debido a mis prácticas realizadas en esta empresa. Aquí he aprendido el funcionamiento de AWS y los servicios que ofrece al igual que me ha permitido corroborar su buen funcionamiento.
- Desarrolladores de software: Sería necesario subcontratar a un desarrollador de software para construir y mantener la aplicación. Los desarrolladores deben tener experiencia en tecnologías como Node.js, AngularJS, HTML5, CSS y bases de datos.

Para esto, voy a emplear el buscador Upwork para encontrar un desarrollador de software freelance.

- Servicios de alojamiento en la nube: se necesitaría un servicio de alojamiento en la nube para alojar la aplicación y garantizar su escalabilidad y disponibilidad. Para esto, al haber contratado los servicios de AWS para crear la web, vamos a emplearlos también para que se encarguen del servicio de alojamiento en la nube.
- Servicios de atención al cliente: Se necesitaría un equipo de atención al cliente formado por dos personas para responder a las preguntas de los usuarios y resolver problemas técnicos.
- Un sistema de pagos seguro y eficiente: Vamos a emplear Stripe. Según Devlin y Yeoh (2019), Stripe se ha convertido en uno de los sistemas de pago más populares para las empresas de nueva creación debido a su simplicidad, eficacia y flexibilidad en cuanto a los métodos de pago aceptados. Además, el modelo de precios de Stripe, que no cobra tarifas mensuales ni de configuración, sino que cobra una pequeña tarifa por transacción, hace que sea muy útil para la start-up.
- El posicionamiento SEO: Este es fundamental para poder aumentar la visibilidad de SinTiempo y atraer tráfico orgánico. Este proceso implica una serie de actividades, como la investigación de palabras clave, la optimización del contenido y la construcción de enlaces, que requieren herramientas y servicios especializados.

Todos estos recursos van incluidos dentro de los 25.000 euros para la creación de la página web.

6.1.7 Socios claves

Debido a que es una start-up, será necesaria la financiación externa para su crecimiento. La financiación inicial se producirá mediante la incorporación de inversores que, a cambio, se llevarán un porcentaje de la empresa como socios. Uno de los objetivos iniciales es obtener la mayoría de la financiación a través de inversores de capital de riesgo (Venture Capital).

Otro elemento fundamental son los trabajadores independientes, ya que son los principales colaboradores de la aplicación, realizando las tareas para los clientes. La plataforma permite a los trabajadores autónomos registrarse por una cuota de prueba de 5,99 euros al mes o una cuota mensual de 15 euros anuales. Se necesita un gran número de trabajadores independientes para poder realizar los recados de manera urgente, por lo que es importante atraerlos. Debido a que el beneficio que se llevan por servicio es considerado alto en el mercado, esto supondría un atractivo para los recadistas. Una manera de crecimiento que le permite aumentar sus ganancias a la vez que mantenerse competentes, es mediante el sistema de evaluación. Si obtienen muchas evaluaciones positivas, generaran confianza en los clientes, lo cual le permitirá aumentar su popularidad y demanda. Otra manera de esto, es destacando en un campo específico. Por ejemplo, en la realización de tareas de bricolaje.

Además, nuestro objetivo es conseguir asociarnos con empresas de tecnología para mejorar su plataforma, agregar nuevas funciones y mejorar la experiencia del usuario, así como con empresas de pagos y finanzas para procesar pagos a los trabajadores independientes y los clientes de manera más rápida y segura.

La incorporación de inversores de capital de riesgo en actividades similares demuestra el interés y confianza que existe en el potencial de una empresa así. La existencia de socios estratégicos muestra que hay una oportunidad clara de crecimiento. El uso del crowdfunding, permite involucrar a un público más amplio, obtener apoyo y validación, y acceder a fondos adicionales para financiarse. La facilidad que supone que los trabajadores independientes se den de alta y empiecen a trabajar también contribuyen a fortalecer la empresa. Estas estrategias, muestran la capacidad que tiene Sin Tiempo de romper en el mercado.

6.1.8 Fuentes de Ingresos

Para analizar las fuentes de ingresos, voy a dividirlo en dos apartados. El primer apartado se enfocará en los ingresos iniciales para iniciar esta startup y posteriormente en los ingresos para la sustentación de este proyecto. La principal fuente de financiación para la

creación de este proyecto va a ser externa. Esto permitirá conseguir la calidad de la aplicación que necesitamos para su crecimiento y uso de la plataforma. A medida que avancemos, el objetivo será conseguir que nuestro proyecto llame la atención de stakeholders interesados en invertir y evitar tener que recurrir a financiación externa.

La inversión inicial necesaria será de unos 66.000 euros. Para obtener esta cantidad, el objetivo es, como mencioné anteriormente, conseguir la mayoría de la financiación a través de inversores de capital de riesgo (Venture Capital)

Otra manera a la cual vamos a recurrir para obtener estos 66.000 euros es el crowdfunding. En una campaña de crowdfunding, los empresarios pueden presentar su idea de negocio a un público más amplio y solicitar fondos de manera online. Por lo que mucha gente aporta una pequeña cantidad de dinero a cambio de diferentes tipos de recompensa. Este proyecto lo vamos a subir a la página Crowdfunder, donde a cambio del capital aportado recibirán una participación "equity funding" muy pequeña de la empresa. Los proyectos de crowdfunding en la categoría de tecnología colaborativa recaudaron \$6.5 mil millones en todo el mundo entre 2010 y 2015 (Sorenson et al., 2016) Este método va a ser empleado también porque nos aporta beneficios que otras maneras de financiación no pueden, como es abrirse al público y obtener su apoyo y validación que están expectantes del lanzamiento de la aplicación. También esta idea llama la atención porque para obtener crowdfunding es necesario realizar una campaña de publicidad, para atraer a los inversores, lo cual nos permitirá reutilizarla después de cara al público y nos permitirá llevar una ventaja.

Una vez establecida la base, nuestro objetivo será obtener ingresos a través de cada transacción de pago por servicio. El precio que paga el cliente se dividirá. Un 80% para el trabajador y un 20% para la plataforma.

Cuando los recadistas se registren en la aplicación, se les pedirá que paguen una cuota mensual de 5,99 euros o anual de 15,00 euros ya que les estamos brindando acceso a clientes. Esta cuota mensual se convierte en una fuente de ingresos constante para nosotros.

Esta estrategia de financiación diversificada, que incluye inversores, crowdfunding y colaboraciones, junto con el modelo de ingresos basado en transacciones y cuotas mensuales, nos brinda una base sólida para la viabilidad del negocio.

6.1.9 Estructura de costes

Se ha estimado que el proyecto requerirá una inversión inicial de 70.307 euros durante el primer mes. Estos costes se han desglosado en costes fijos y costes variables/únicos.

Dentro de los costes fijos encontramos:

- Alquiler mensual de una oficina de 122m²: La oficina se encontrará en el barrio madrileño de Chamberí.
- Personal: Este aspecto es fundamental en nuestra estructura de costes, ya que implica los salarios y beneficios de nuestro equipo de 5 personas
Es importante destacar que dentro del coste de personal también se consideran los gastos asociados a la empresa, como las contribuciones al IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas) y a la Seguridad Social.
- Mantenimiento de la Web: Dentro de este coste incluyo el posicionamiento SEO fundamental para poder aumentar la visibilidad de SinTiempo y atraer tráfico orgánico. Este proceso implica una serie de actividades, como la investigación de palabras clave, la optimización del contenido y la construcción de enlaces, que requieren herramientas y servicios especializados. Estos costes incluyen también una pasarela de pago confiable, vamos a emplear Stripe para garantizar transacciones seguras y eficientes. También incluye los seguros obligatorios de la actividad. Por último, una parte de este capital va ir destinado a adquirir soluciones y servicios que protejan contra ataques, como firewalls, sistemas de detección de intrusiones y software de protección antivirus.
- Renting de dos furgonetas: Estas furgonetas serán utilizadas por nuestros comerciales cuando necesiten desplazarse y reunirse con los clientes.

Los costes variables, desglosados a continuación:

- Suministros de gas, luz y agua.
- Utillaje necesario: Esto incluye, por un lado, el mobiliario de la oficina, como escritorios, sillas, estanterías, archivadores, entre otros. Por otro lado, incluye el software y licencias.
- Creación de la página web: La creación de una página web bien diseñada y de fácil y rápido funcionamiento, es fundamental. Es por eso que se invierte tanto dinero en ello. Este proyecto implicará la contratación de AWS para la base, y contratar a una persona para el desarrollo, así como los costes asociados al registro de dominio y alojamiento web.
- Servicios de atención al cliente: Se necesitaría un equipo de atención al cliente formado por 2 personas para responder a las preguntas de los usuarios y resolver problemas técnicos.
- Decoración local: Se tiene planeada la compra de pegatinas que llevará el logo de la empresa. En cuanto a las paredes, se planea pintarlas para darles un aspecto renovado y fresco. Cada mes se invertirá una pequeña cantidad en decoración.
- Servicios de profesionales independientes: Hemos decidido subcontratar servicios de profesionales independientes para cubrir diversas áreas como son la contabilidad, asesoría y gestión.
- Gastos de puesta en funcionamiento: Los gastos de puesta en funcionamiento son gastos únicos que incluyen aspectos legales y administrativos, como los costes asociados a trámites notariales, el registro en el Registro Mercantil y el Impuesto de Actos Jurídicos Documentados (IAJD). Estos son necesarios para establecer y formalizar legalmente la empresa.

- Pago inicial en campaña de publicidad: La publicidad es fundamental para el impulso del negocio, es por ello que invertimos la mayor parte de los costes del primer mes en ello.

Ilustración VII. Estructura de Costes

OPEX	Mes	Anualizado
Alquileres	2.500,00 €	30.000,00 €
Suministros varios	105,00 €	1.260,00 €
Decoración	333,33 €	4.000,00 €
Seguros	80,00 €	960,00 €
Sueldos	6.000,00 €	72.000,00 €
Utilillaje	10.000,00 €	10.000,00 €
Página web	25.000,00 €	25.000,00 €
Página web (mantenimiento)	400,00 €	4.800,00 €
Renting vehículos	472,00 €	5.664,00 €
Servicios de profesionales independientes	250,00 €	3.000,00 €
Otros gastos de puesta en funcionamiento	1.500,00 €	1.500,00 €
Publicidad	5.000,00 €	60.000,00 €
Pago inicial en campaña de publicidad	15.000,00 €	15.000,00 €
Total	66.640,33 €	233.184,00 €

Fuente: *Elaboración propia*

6.2 DAFO

El análisis DAFO estará basado en el análisis Pestel y el análisis de la competencia. Voy a realizar un análisis interno para identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, y un análisis externo para identificar las oportunidades y amenazas en el entorno de la empresa. Este análisis me ayudará a determinar mi plan de negocio es viable y a desarrollar una propuesta de valor única identificando las fortalezas y oportunidades del mercado.

Oportunidades:

Se pueden observar diversas oportunidades para el negocio, entre ellas:

- Ayudas del gobierno: Existen diversas ayudas del gobierno que pueden ser aprovechadas para el lanzamiento y crecimiento del negocio. Además, también existen ayudas europeas para el desarrollo de la tecnología, lo que podría ser beneficioso para el negocio.
- Existencia de empresas como KPMG: En el mercado hay empresas que se encargan de la burocracia necesaria para la creación de una empresa, lo que podría facilitar los procesos con su subcontratación.
- Tarifa plana: La tarifa plana para autónomos es una oportunidad que puede ser aprovechada en el lanzamiento del negocio.
- Nuevas tendencias por el COVID: La pandemia del COVID-19 ha generado nuevas tendencias en cuanto a la demanda de servicios de gestión y recados, lo que podría ser aprovechado por el negocio.
- La gente va a vivir sola: La tendencia a vivir solo puede generar una mayor demanda de servicios de gestión y recados, lo que representa una oportunidad de negocio.
- Tecnologías: El abaratamiento de los costes de implementación de herramientas de software, análisis de datos, seguimientos en internet... es un hecho que favorece.
- Sistemas publicitarios: El coste de publicidad en Meta, que se puede potenciar con la propia página, no es muy elevado y permite la segmentación del objetivo por edad y localización geográfica. Los influencers... (no sé si son baratos o caros). Asimismo, la elaboración y distribución de folletos.
- La falta de tiempo: Madrid se caracteriza por su ritmo de vida acelerado y la alta demanda de servicios. Los estudios demográficos y socioeconómicos mencionados indican que existe un mercado potencial considerable en esta área.
- Oferta de trabajadores: En sitios web como Milanuncios, se pueden encontrar personas que ofrecen sus servicios para hacer recados y gestiones, lo que puede ser una oportunidad para emplearlos en el sistema del negocio.

Amenazas:

Entre las amenazas identificadas, se encuentran:

- La principal amenaza es la competencia existente que he identificado en el análisis de competidores.
- No ser capaz de alcanzar las cifras previstas en el tiempo establecido y no contar con un apoyo externo.
- El factor humano, los recadistas: Pueden abandonar la empresa por ofertas mejores o falta de motivación, o entrar en tratos directos con el cliente. Por eso es fundamental que estén satisfechos con lo que perciben económicamente y recabar su opinión para hacerles partícipes de la empresa.
- Inflación: La inflación es una amenaza que puede afectar el poder adquisitivo de los clientes y, por tanto, la demanda de servicios del negocio.
- La entrada de nuevos competidores en el mercado: si la empresa se enfrenta a una competencia cada vez mayor, puede perder cuota de mercado y clientes.
- La inestabilidad política y económica: eventos como crisis económicas, cambios en las regulaciones gubernamentales y la inestabilidad política pueden afectar la capacidad de la empresa para operar de manera efectiva y generar ingresos.

Debilidades:

Entre las debilidades identificadas en el análisis del sector y la competencia, se encuentran:

- Falta de conocimiento del negocio: Al tratarse de un negocio nuevo, es necesario invertir muchos recursos económicos para darse a conocer en el mercado y conseguir el éxito de esta aplicación.
- Precio del servicio: Actualmente, hemos establecido un precio mínimo de 30 euros por cada solicitud de servicio. Si bien este precio nos permite cubrir los costes operativos y obtener un margen de beneficio adecuado, también es necesario reconocer que puede suponer un inconveniente para algunas personas. El precio mínimo de 30 euros limita nuestra base de clientes a aquellos que tienen un nivel de ingresos y disponibilidad económica suficiente como para permitirse contratar nuestros servicios.

- Dependencia de la tecnología: Al tener tanta dependencia del buen funcionamiento de la app si hay problemas con la plataforma tecnológica, SinTiempo puede sufrir interrupciones y pérdida de clientes.
- Depender en gran medida de los trabajadores: Para poder ofrecer un servicio inmediato debe haber una gran cantidad de trabajadores disponibles, si esto no se consigue o los trabajadores no son confiables puede traer problemas.
- Darse a conocer: Esto puede suponer dificultades para llegar a un público más amplio si no se consigue una buena reputación que anime a la gente a recomendar la aplicación.

Fortalezas:

Entre las fortalezas identificadas, se encuentran:

- Base tecnológica sólida: Contar con una base tecnológica sólida es una fortaleza importante ya que permite ofrecer servicios más eficientes y de mayor calidad.
- Inversión en marketing: Nuestra empresa se destaca por realizar una gran inversión en marketing, lo cual representa una fortaleza significativa para nuestro negocio. Al destinar recursos financieros y humanos adecuados al área de marketing, podemos obtener una amplia visibilidad y notoriedad en el mercado.
- Contar con un equipo formado por 5 personas: Un equipo diverso y capacitado nos brinda una base sólida para la distribución de tareas y el éxito y el crecimiento del negocio.
- Experiencia en AWS de la fundadora: Mi experiencia previa en esta empresa me permite tener un conocimiento de AWS y sus servicios que puede ser muy útil a la hora de manejar la página web.
- Puesta en marcha rápida: Nuestra fortaleza principal es la rapidez con la que ponemos en contacto con el recadista y establecemos los servicios que va a realizar.
- Estabilidad de precios: Al proporcionar precios fijos y estables, se garantiza al cliente que no está siendo objeto de cambios o incertidumbres por parte del recadista.

Este análisis DAFO ha revelado diversas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Entre las fortalezas se destacan una base tecnológica sólida, inversión en

marketing, un equipo capacitado, experiencia en AWS y rapidez en la puesta en marcha. Sin embargo, también se han identificado debilidades como la falta de conocimiento del negocio, el precio del servicio y la dependencia de la tecnología y los trabajadores. A nivel de oportunidades, se observan ayudas gubernamentales, nuevas tendencias por el COVID-19 y la oferta de trabajadores en plataformas. Por otro lado, las amenazas incluyen la competencia, la inflación, la inestabilidad política y económica, y la entrada de nuevos competidores. En general, este análisis proporciona una visión integral de la viabilidad de la empresa y nos permite desarrollar una propuesta de valor única considerando las fortalezas y oportunidades del mercado.

7 PLAN ESTRATEGICO

7.1 Misión y visión

La principal misión es facilitar la falta de tiempo a las personas, proporcionándoles una plataforma en línea donde puedan conectarse con otros usuarios dispuestos a realizar tareas específicas de manera urgente, a cambio de una tarifa. Esta aplicación está diseñada para ayudar a las personas a ahorrar tiempo y energía en la realización de tareas cotidianas.

La aplicación permite a los usuarios publicar tareas que necesitan ser realizadas, desde comprar comida hasta pintar una habitación, y otros usuarios interesados en realizar esas tareas pueden hacer una oferta por el trabajo. Los usuarios pueden leer las reseñas y perfiles de los posibles contratistas antes de tomar una decisión sobre a quién contratar.

La visión es lograr que este negocio sea rentable y se convierta en una opción viable al momento de llevar a cabo una tarea. Esto implica ofrecer un servicio eficiente y de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes. Además, se busca establecer una reputación sólida en el mercado y construir relaciones a largo plazo con los usuarios.

Además, para aquellos que están buscando trabajo, SinTiempo puede proporcionar una oportunidad para ganar dinero realizando tareas para otras personas.

7.2 Plan de marketing

Nuestro objetivo principal con el plan de marketing de "Sint tiempo" es darnos a conocer masivamente, para atraer al mayor número de clientes posibles. Una vez hecho esto, nuestro siguiente objetivo con este plan es aumentar la visibilidad de la marca y captar nuevos usuarios. Para lograr estos dos objetivos, hemos diseñado una estrategia integral que sigue las 5 P's del marketing: Producto, Precio, Plaza, Promoción y Personas.

El **producto** "Sint tiempo" es una aplicación que revoluciona la forma en que se gestionan las tareas y recados en Madrid. Se ofrece una solución rápida y eficiente para los usuarios. El equipo de desarrollo se ha enfocado en crear una plataforma web con un diseño

avanzado que permite una gestión ágil y efectiva. La amplitud de horarios de los recadistas, junto con la rapidez en la selección y puesta en marcha de los recados, hacen que el producto se destaque y se diferencie de otras opciones disponibles en el mercado.

En cuanto al **precio**, hemos establecido una tarifa de 30 euros por una hora, más IVA. Si son dos horas el precio es de 55 euros + IVA y a partir de ahí cualquier hora extra son 27,5 euros. A este precio se le añade entre 0.16-0.23 céntimos por kilómetro en función de la distancia recorrida por el recadista. Esta estrategia de precios está enfocada a la clase media-alta y refleja la calidad de nuestro servicio y el valor añadido que proporcionamos a nuestros usuarios. Nos diferenciamos de la competencia al ofrecer un servicio de instantáneo, de alta calidad y personalizado, lo que justifica nuestra tarifa que tampoco es excesiva frente a otros competidores, como se vio en el caso de “Washrocks”.

En cuanto a la **plaza**, nos enfocamos inicialmente en el mercado de Madrid, centrándonos en nuestro público objetivo, hombres independizados bien remunerados y con un rango de edad de 25-45 años. Posteriormente, tenemos planes de expansión a Barcelona y Valencia, para llegar a este mismo público en otras ciudades de España.

En cuanto a la **promoción**, destinaremos una parte significativa de nuestro presupuesto. Primero invertiremos 15.000 euros iniciales y posteriormente 5.000 euros mensuales, a estrategias promocionales.

Nuestro primer objetivo es darnos a conocer masivamente , por lo que dedicaremos nuestro presupuesto principalmente a la distribución de folletos a las salidas de las oficinas y de gimnasios en la zona de la Castellana, Madrid donde se concentra el 15% de las oficinas, en concreto por la plaza de Cuzco donde se concentra el 5% de estas (Press, 2018) durante los horarios de mayor afluencia de estos lugares. Otra estrategia que vamos a emplear es establecer stands promocionales estratégicamente ubicados a esas mismas horas cerca de las empresas. En estos stands, daremos regalos promocionales para que la gente le llame la atención y se interese por el producto.

Como ya dijimos antes, el marketing digital es fundamental para darnos a conocer en el primer mes. Emplearemos dos vías; una de ellas es crearnos una cuenta en Instagram y

Facebook, y utilizar Facebook Ads Manager, que de manera automática las publicaciones que seleccionemos las lanzarán como publicidad tanto en Instagram como en Facebook, al público objetivo que seleccionemos. Esta herramienta nos permite elegir el rango de edad y zona geográfica, además de realizar un seguimiento de la actividad (Facebook Ads Manager, 2023) Emplearemos también Google Ads, principalmente para mostrar nuestra app la primera en búsquedas de Google que incluyan recados o servicio en Madrid. Su funcionamiento es parecido a Facebook Ads, mediante la creación de una cuenta, la selección de tu segmento de audiencia y la configuración de campañas (*Google Ads - Crea Anuncios Online Fácilmente y Consigue Más Clientes*, n.d.). La otra estrategia que va a ser empleada es el marketing por influencers, que como hemos mencionado anteriormente tiene un gran alcance en España- Nuestro principal objetivo son los microinfluencers, que cuentan con hasta 50k seguidores.

En este sentido, un estudio realizado por "Bininfluencer" afirma que los microinfluencers alcanzan una mayor tasa de interacción por parte de sus seguidores que los macroinfluencers."Los microinfluencers se convierten en líderes del engagement rate debido a que trabajan con nichos muy concretos" (Galeano, 2020). Al colaborar con ellos, podemos aumentar nuestra visibilidad y captar la atención de una porción significativa de sus seguidores, lo que nos permitirá obtener un número considerable de nuevos usuarios. Específicamente, nos enfocaremos en trabajar con microinfluencers del ámbito del entretenimiento, ya que este sector es el más popular en España (Galeano, 2021).

Una vez ya puesta en marcha la actividad y habiéndonos dado a conocer en el mercado, vamos a seguir empleado todas las técnicas mencionadas, para lograr el siguiente objetivo que consiste en aumentar la visibilidad de la marca y captar nuevos usuarios. Calculamos que en el tercer trimestre del primer año vamos a estar presentes en eventos empresariales, solicitando permiso para tener un espacio publicitario en los eventos, donde vamos a mostrar las características y ventajas de Sintiempo a los empleados que asistan. En estos eventos, realizaremos demostraciones en vivo y ofreceremos descuentos a los que estén interesados en la app móvil.

Otra de nuestras estrategias para lograr nuestro objetivo de aumentar la tasa de interacción con la app es mediante la recomendación por usuarios. Vamos a incentivar a los usuarios a compartir la plataforma ofreciéndoles descuentos a cambio. Mediante este método de

referidos, el usuario que recomienda a un nuevo usuario recibirá puntos que se podrán canjear por descuentos a la hora de realizar un recado. Nuestro objetivo es centrarnos en que los clientes tengan una buena experiencia para poder utilizar el boca a boca como estrategia, ya que los usuarios son más propensos a utilizar una aplicación si la han descubierto a través de amigos.

En cuanto a las **personas**, reconocemos la importancia del factor humano en nuestra empresa. Al final, la mejor estrategia de marketing son los clientes satisfechos, por lo que es muy importante hacer todo lo posible para conseguir esto.

Dentro del equipo de "Sintiempo", contamos con un equipo de Recursos Humanos dedicado a la selección cuidadosa de nuestros recadistas, asegurando que cumplan con los requisitos necesarios en términos de habilidades y experiencia. También contamos con un equipo de atención al cliente que estará disponible para resolver cualquier problema que puedan surgir tanto con los trabajadores independientes como con los clientes. El objetivo es brindar una excelente experiencia a nuestros usuarios y aprovechar el poder del boca a boca como estrategia de marketing.

Mediante estas estrategias de marketing, pretendemos cumplir con nuestros objetivos de destacar en el mercado, aumentar nuestra visibilidad y captar nuevos usuarios de forma mensual. Para lograr el éxito de nuestro plan y cumplir con los objetivos, es muy importante que tanto nuestra plataforma como el servicio de atención al cliente funcionen de manera excelente. De esta manera, nos aseguramos de generar confianza y satisfacción en nuestros usuarios, lo que contribuirá al crecimiento constante de nuestra base de usuarios

7.3 Departamento de Operaciones

Nuestro principal objetivo es establecernos como una plataforma líder en el mercado, respaldada por una página web de alto rendimiento que garantice un funcionamiento óptimo.

Para lograr este objetivo, contaremos con un equipo sólido compuesto por cuatro personas altamente capacitadas y comprometidas. En primer lugar, tendremos a un técnico especializado en el desarrollo y gestión de nuestra página web, asegurando su funcionamiento sin contratiempos y constantemente actualizada para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

Además, contaremos con un profesional de ventas dedicados a establecer y mantener relaciones sólidas con colaboradores estratégicos, como Wallapop, así como a buscar y gestionar acuerdos con influencers y asegurar la presencia de nuestra publicidad en plataformas web y redes sociales, como Instagram.

Asimismo, asignaremos dos personas dedicadas exclusivamente a la atención al cliente, para brindar un servicio amigable, eficiente y resolver cualquier consulta o problema que puedan tener nuestros usuarios.

Con este equipo multidisciplinario y comprometido, estamos seguros de que podremos destacar en el mercado y ofrecer a nuestros usuarios una experiencia completa y satisfactoria en nuestra plataforma, que haga destacar a SinTiempo

7.4 Departamento de Recursos Humanos

El objetivo que buscamos con el equipo de recursos humanos es encontrar al personal idóneo y que los recadistas estén contentos con su trabajo. Para garantizar la eficacia en la elección y contratación de personal idóneo, se establece la importancia de reclutar a los mejores candidatos para desempeñar el rol de recadistas en la plataforma. El objetivo principal es asegurar que se contraten personas con las habilidades y experiencia necesarias para brindar un servicio de calidad y confiable. Esto implica llevar a cabo un proceso de selección riguroso que incluya la revisión cuidadosa de perfiles, verificaciones de antecedentes y la evaluación exhaustiva de cada candidato. El siguiente objetivo es mantener a los recadistas motivados y comprometidos con la empresa a largo plazo. Esto se va a lograr mediante la compensación económica que reciben por servicio.

La gestión del desempeño y la evaluación también son aspectos fundamentales. El objetivo es establecer un sistema efectivo de evaluación del desempeño que permita medir y mejorar el rendimiento de los recadistas. Esto implica proporcionar retroalimentación constructiva, establecer metas claras y reconocer y recompensar el desempeño destacado. Un sistema de evaluación sólido contribuirá a mantener altos estándares de calidad en el servicio y permitirá identificar áreas de mejora y desarrollo para los empleados.

En el departamento de Recursos Humanos, se asignará a una persona el rol crucial de gestionar el personal de la empresa. Esta persona será responsable de llevar a cabo el proceso de selección de recadistas, garantizando que solo se reclute a individuos idóneos. Además, desempeñará un papel fundamental en la supervisión y resolución de cualquier problema o conflicto que pueda surgir tanto con los trabajadores independientes como con los clientes. Su función principal será ser el punto de contacto principal para abordar preocupaciones, quejas o consultas de los empleados y usuarios de la plataforma.

En resumen, la elección y contratación de personal idóneo, la retención y desarrollo del talento, y la gestión del desempeño y evaluación son aspectos clave en la gestión de Recursos Humanos en "Sint tiempo". Estas estrategias contribuirán a mantener un equipo de recadistas altamente capacitado y comprometido, asegurando la calidad y confiabilidad de los servicios ofrecidos por la empresa.

7.5 Departamento Financiero

7.5.1 Plan de inversiones y fuentes de financiación

El objetivo principal es obtener la mayoría de la financiación, más concretamente el 90%, a través de inversores de capital de riesgo y crowdfunding. Para atraer a estos inversores se ha recopilado la información relevante que respalda a este negocio como modelo de negocio escalable y con una gran potencialidad de crecimiento ya que a medida que la demanda aumente, aumentará la ventaja competitiva de SinTiempo. Para respaldar esto se presentará el plan de financiación detallado lo cual permitirá asegurar los fondos necesarios para impulsar la startup.

Por último, se aportará 6.000 euros de la inversión total utilizando los propios recursos de la startup proveniente de mis ahorros acumulados a lo largo de mis cuatro años de trabajo.

A medida que el negocio experimente crecimiento, destinaremos los fondos generados para cubrir la inversión del año siguiente.

7.5.2 Análisis de ingresos

El principal objetivo es ganar como empresa más de 5 euros por gestión. Para determinar el precio de un recado, hemos establecido una estructura basada en el tiempo estimado de ejecución. Dependiendo de la duración del servicio, aplicamos diferentes tarifas. Por ejemplo, un recado de 1 hora tiene un coste de 30 euros, mientras que uno de 1.5 horas tiene un coste de 55 euros. En el caso de los recados que superen las 2 horas, se cobra una tarifa de 27,5 euros por cada hora adicional.

Además del tiempo de ejecución, también consideramos el factor de transporte necesario para realizar el recado. Para cubrir los gastos de desplazamiento, agregamos un coste adicional basado en la distancia recorrida por el recadista.

Esta estructura de precios nos permite ser justos y transparentes con nuestros clientes al cobrarles en función del tiempo y el esfuerzo requerido para completar el recado. Además, tener en cuenta el kilometraje nos permite cubrir los gastos de transporte y garantizar una compensación adecuada para nuestros recadistas, a la vez que logramos nuestro objetivos de obtener más de 5 euros por gestión.

El proceso de facturación para nuestros servicios se compone de varios elementos. En primer lugar, el cliente debe abonar el precio de venta incluyendo el impuesto al valor agregado (IVA), el 21% del importe (Empresa, 2022). Es importante destacar que, si bien este coste puede parecer elevado a primera vista, se basa en un análisis del mercado y los costes asociados para ofrecer un servicio eficiente y de calidad.

Dentro del precio total, desglosamos la distribución de los ingresos. En la tabla que se muestra a continuación, se especifica la cantidad que corresponde al recadista, el margen que se queda la empresa (equivalente al 20% sobre el pago al repartidor) y la retención

del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) que en el caso de los autónomos se sitúa en un 15% del precio de venta sin IVA (“Las retenciones del IRPF de los profesionales autónomos,” n.d.). Además, se añade el “Kilometraje”, que es la distancia que ha de recorrer el recadista.

Este enfoque de facturación, que incluye los impuestos correspondientes y los costes de transporte, es justo y transparente tanto para nuestros clientes como para nuestros recadistas. Además, permite mantener la rentabilidad del negocio.

Ilustración VIII. Desglose precio servicio

Tiempo	Pago a repartidor	Pago por comisión	Margen 20% sobre coste	Retención a hacienda	IVA 21%	IRPF 15%	+ kilometraje
0-1 hora	25,50 €	20,40 €		5,10 €	4,50 €	36,30 €	4,50 €
1-2 hora	46,75 €	37,40 €		9,35 €	8,25 €	66,55 €	8,25 €

Fuente: *Elaboración propia*

Otra fuente de obtención de ingresos es mediante la descarga de la app por parte de los recadistas. Al estar poniéndoles en contacto con clientes, cobramos una suscripción. Ofrecemos dos tipos de suscripciones. La primera es la “cuota de prueba” donde cobramos 5.99 euros mensuales, y la segunda es la cuota anual que son 15 euros.

Ilustración XIX. Desglose precio aplicación para recadistas

	Cuota de prueba	Anualizado
Ingresos por descargas de la aplicación	5,99 €	15,00 €

Fuente: *Elaboración propia*

7.5.3 Proyecciones financieras

A continuación, citaré los objetivos, lo cuales iré desarrollando en cada apartado.

- Alcanzar unas ventas de 2000 unidades el primer año.
- Alcanzar un aumento del 30% en los ingresos entre el primer y segundo año.

- Alcanzar un aumento de 10% en los ingresos entre el segundo y tercer año.
- Lograr con el flujo de caja del primer año cubrir un 80% de la inversión inicial de 66.000 euros.
- Establecer una previsión de costes que no aumenten más del 3% anualmente para mantener los gastos estables.
- Conseguir que el resultado del ejercicio del año 3 sea un 5% mayor que el del año 2.
- Lograr cubrir el activo con los fondos propios del pasivo.

Para calcular los ingresos, hemos realizado una proyección que contempla tres escenarios: optimista, pesimista y más probable. Basándonos en el escenario esperado, que es la media de los tres, hemos considerado que el 90% de las personas que se descargan la aplicación como recadistas optan por la cuota de prueba mensual, mientras que solo el 10% elige pagar la cuota anual.

Dentro de esta proyección, se incluyen los ingresos fijos, teniendo en cuenta un crecimiento mensual del 10% hasta junio, de un 9,5% de junio a septiembre y un 9% de octubre a diciembre. Este crecimiento lo hemos basado en nuestra fuerte estrategia de marketing y ventas, que al ser más fuerte al inicio, explica porque va a producirse un mayor crecimiento.

Posteriormente, pasamos a las ventas de suscripción para ser recadista. Para hacer una estimación realista, se ha tenido en cuenta que no todos los que descargan la aplicación y pagan la cuota tienen garantizado trabajar como recadistas, ya que la oferta y demanda deben equilibrarse. Nuestro objetivo es conseguir unas 2000 unidades (suscripciones) vendidas al final del año. En las primeras etapas, al entrar en el mercado con menos personas y recados disponibles, podríamos ofrecer trabajo a un porcentaje menor, alrededor del 79%. Sin embargo, en el duodécimo mes, podríamos brindar trabajo a casi el 100% de los recadistas. Para hacer las proyecciones es importante tener en cuenta que no partimos del número de pedidos realizados, si no del número de pedidos realizados habiéndoles restado un 3% de error. Al finalizar el año, se ha logrado el objetivo con creces, habiendo conseguido unas ventas de 22.276 unidades totales.

En cuanto al pago al recaudista, se suma el precio de venta más el IVA, y se realiza una retención del 15% del precio de venta sin IVA como concepto de IRPF. A esta cantidad se le aplica una comisión del 20% sobre el total, correspondiente a la gestión de la empresa. La comisión por gestión de la empresa es un componente importante en nuestra estructura de costes, ya que representa el porcentaje que cobramos a los clientes por la gestión integral de sus solicitudes y la coordinación de los recaudistas.

Ilustración X. Explicación provisional ingresos

Escenario (ventas primer mes)	Optimista	Mas probable	Peimista	Esperado								
Unidades vendidas (descargas aplicación)	1200	900	400	831,3								
90% descargas cuota de prueba	1080	810	360	748,17								
10% descargas cuota anual	120	90	40	83,13								
Probabilidad	33%	33%	33%	100%								
INGRESO FIJO												
Ventas por descarga de la aplicación												
Ventas en unidades (no monetarias)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Por descargas cuota mensual de prueba	748	823	905	996	1095	1205	1319	1445	1582	1724	1880	2049
Por descargas cuota anual	83	91	101	111	122	134	147	161	176	192	209	228
Total unidades	831	914	1006	1106	1217	1339	1466	1605	1758	1916	2088	2276
DETERMINANDO LOS INGRESOS												
Descargas de aplicación por % de ajuste entre oferta y demanda	79%	81%	82%	84%	87%	89%	91%	93%	94%	96%	98%	100%
Nº de repartos realizados	656,7 €	737	827	928	1062	1191	1330	1486	1660	1845	2051	2281
Descuento por devoluciones (3% de error)	637,0 €	715	802	900	1030	1155	1290	1441	1610	1790	1990	2212
Precio de venta media del servicio	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €	30,0 €
IVA al 21%	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €	6,3 €
Coste de empresa de contratar el reparto	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €	36,3 €
IRPF al 15%	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €	4,5 €
Total pago a repartidor	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €	31,8 €
Comisión de gestión de empresa (20% del coste)	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €	45,4 €
Precio de venta con IVA	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €	54,9 €
Beneficio neto para la empresa	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €	9,1 €
Precio unitario prueba mensual sin IVA (repartidor)	5,99 €											
Cuota anual sin IVA	30,00 €											

Fuente: *Elaboración propia*

7.5.1 Proyección provisional Ingresos

Una vez tenemos esa información se puede hacer el presupuesto financiero. Nuestro objetivo es aumentar las ventas en un 36% en el segundo año, lo cual representa casi el doble del volumen de ventas del primer año. Este objetivo como se ve en la gráfica de abajo se ha logrado con un aumento mensual del 3,5%. El objetivo del segundo al tercer año, de aumentar las ventas un 10% se ha superado aumentando mensualmente un 1% los ingresos. Esto refleja nuestra consolidación en el mercado y nuestra capacidad para mantener un crecimiento sostenible.

Ilustración XI. Proyección provisional a tres años.

Presupuesto Financiero Año1, suponiendo que la actividad se inicia en enero													
Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Ingresos por ventas													
Por descargas cuota mensual de prueba	4.481,54 €	4.929,69 €	5.422,66 €	5.964,93 €	6.561,42 €	7.217,56 €	7.903,23 €	8.654,04 €	9.476,17 €	10.329,03 €	11.258,64 €	12.271,92 €	94.470,82 €
Por descargas cuota anual	2.493,90 €	2.743,29 €	3.017,62 €	3.319,38 €	3.651,32 €	4.016,45 €	4.398,01 €	4.815,83 €	5.273,33 €	5.747,93 €	6.265,24 €	6.829,11 €	52.571,41 €
Ingresos de intermediación (20%)	5.781 €	6.486 €	7.278 €	8.165 €	9.345 €	10.485 €	11.711 €	13.080 €	14.609 €	16.242 €	18.058 €	20.077 €	141.316 €
Total Ingresos	12.756,44 €	14.159,27 €	15.717,89 €	17.449,79 €	19.557,64 €	21.719,00 €	24.011,92 €	26.549,52 €	29.358,17 €	32.318,87 €	35.581,64 €	39.177,65 €	288.357,80 €

Presupuesto Financiero Año2, suponiendo que la actividad se inicia en enero													
Año 2	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Ingresos por ventas													
Por descargas cuota mensual de prueba	12.314,87 €	12.357,97 €	12.401,22 €	12.444,63 €	12.488,18 €	12.531,89 €	12.575,75 €	12.619,77 €	12.663,94 €	12.708,26 €	12.752,74 €	12.797,38 €	150.656,60 €
Por descargas cuota anual	6.853,02 €	6.877,00 €	6.901,07 €	6.925,22 €	6.949,46 €	6.973,79 €	6.998,19 €	7.022,69 €	7.047,27 €	7.071,93 €	7.096,68 €	7.121,52 €	83.837,84 €
Ingresos de intermediación (20%)	20.146,89 €	20.217,40 €	20.288,16 €	20.359,17 €	20.430,43 €	20.501,93 €	20.573,69 €	20.645,70 €	20.717,96 €	20.790,47 €	20.863,24 €	20.936,26 €	246.471 €
Total Ingresos	39.314,77 €	39.452,37 €	39.590,46 €	39.729,02 €	39.868,07 €	40.007,61 €	40.147,64 €	40.288,16 €	40.429,16 €	40.570,67 €	40.712,66 €	40.855,16 €	480.965,75 €

Presupuesto Financiero Año3, suponiendo que la actividad se inicia en enero													
Año 3	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Ingresos por ventas													
Por descargas cuota mensual de prueba	12.810,17 €	12.822,98 €	12.835,81 €	12.848,64 €	12.861,49 €	12.874,35 €	12.887,23 €	12.900,11 €	12.913,01 €	12.925,93 €	12.938,85 €	12.951,79 €	154.570,37 €
Por descargas cuota anual	7.128,64 €	7.135,77 €	7.142,91 €	7.150,05 €	7.157,20 €	7.164,36 €	7.171,52 €	7.178,69 €	7.185,87 €	7.193,06 €	7.200,25 €	7.207,45 €	86.015,79 €
Ingresos de intermediación (20%)	20.957,20 €	20.978,15 €	20.999,13 €	21.020,13 €	21.041,15 €	21.062,19 €	21.083,25 €	21.104,34 €	21.125,44 €	21.146,57 €	21.167,71 €	21.188,88 €	252.874,15 €
Total Ingresos	40.896,01 €	40.936,91 €	40.977,85 €	41.018,82 €	41.059,84 €	41.100,90 €	41.142,00 €	41.183,15 €	41.224,33 €	41.265,55 €	41.306,82 €	41.348,12 €	493.460,31 €

Fuente: Elaboración propia

7.5.2 Proyección provisional Plan de Tesorería

Para analizar el flujo de efectivo de la empresa, he utilizado un plan de tesorería. En primer lugar, he analizado las entradas de dinero, donde se observa que al finalizar el primer año, estas ascienden a 288.357,80 euros. Por otro lado, las salidas de dinero las he dividido en dos categorías: N-1, que incluye todos los gastos anteriores al inicio de la actividad, y luego los gastos mensuales una vez que la actividad se encuentra en desarrollo. El objetivo con este plan de tesorería es que al final del año la liquidez permita cubrir un 80% de la inversión inicial, siendo esta de 52.800 euros.

En la sección de tesorería, se analiza la capacidad mensual de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras. Hasta el décimo mes, el cash flow acumulado es negativo, lo que indica que la empresa ha gastado más de lo que ha generado en ese período. Sin embargo, al finalizar el año, es decir, en el mes 12, la empresa obtuvo un saldo positivo de 52.673,80 euros, lo que dejó 127 euros por debajo del objetivo de 52.800 euros.

Ilustración XII. Proyección de tesorería provisional primer año

Plan de Tesorería primer año	N-1	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	Total
Entradas de dinero														
Aportaciones empresaria	6.000,00 €													
Aportación Venture Capital	60.000,00 €													
Ventas		12.756,44 €	14.159,27 €	15.717,89 €	17.449,79 €	19.557,64 €	21.719,00 €	24.011,92 €	26.549,52 €	29.358,17 €	32.318,87 €	35.581,64 €	39.177,65 €	
Subvenciones	0													
Intereses financieros	0													
Otros ingresos	0													
Total entradas de dinero	66.000,00 €	12.756,44 €	14.159,27 €	15.717,89 €	17.449,79 €	19.557,64 €	21.719,00 €	24.011,92 €	26.549,52 €	29.358,17 €	32.318,87 €	35.581,64 €	39.177,65 €	288.357,80 €
Salidas de dinero														
Página web	25.000,00 €													
Mobiliario	10.000,00 €													
Alquileres	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €
Primas de seguros	0	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €
Devoluciones de préstamos	0													
Sueldos	0	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Suministros varios	0	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €
Servicios profesionales	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Gastos puesta a punto	1.500,00 €													
Renting		472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €	472,00 €
Publicidad	15.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Mantenimiento Web		400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Impuestos IVA	0													
Obras acondicionamiento	4.000,00 €													
Comisiones bancarias	0													
Total salidas de dinero	58.000,00 €	14.807,00 €	14.807,00 €	14.807,00 €	14.807,00 €	235.684,00 €								
Tesorería	8.000,00 €	5.949,44 €	5.301,71 €	6.212,60 €	8.855,39 €	13.606,04 €	20.518,03 €	29.722,95 €	41.465,47 €	56.016,64 €	73.528,51 €	94.303,15 €	118.673,80 €	
<i>Líneas de crédito (no hay)</i>														
Saldo Inicial Ajustado	- 58.000,00 €	- 2.050,56 €	- 647,73 €	910,89 €	2.642,79 €	4.750,64 €	6.912,00 €	9.204,92 €	11.742,52 €	14.551,17 €	17.511,87 €	20.774,64 €	24.370,65 €	
Cash Flow Acumulado	- 58.000,00 €	- 60.050,56 €	- 60.698,29 €	- 59.787,40 €	- 57.144,61 €	- 52.393,96 €	- 45.481,97 €	- 36.277,05 €	- 24.534,53 €	- 9.983,36 €	7.528,51 €	28.303,15 €	52.673,80 €	

Fuente: *Elaboración propia*

7.5.3 Proyección provisional de la cuenta de P&G

El objetivo es establecer una previsión de costes que no aumenten más del 3% anualmente para mantener los gastos estables. Después de completar la estructura detallada de costes en la sección 3.6.1, hemos realizado una proyección anualizada de las pérdidas y ganancias para los tres primeros años. A este, se le ha añadido el 15% de beneficio de sociedades, que se aplica debido a que la empresa es una startup ("Nueva Ley de Startups en España [Ventajas y oportunidades]," 2022)

Según los cálculos, los costes totales para el primer año alcanzan los 233.184 euros. Esta cifra incluye todos los gastos previstos antes de comenzar la actividad, como el alquiler del local, los salarios del equipo, la inversión en marketing, los servicios profesionales subcontratados como los gastos una vez iniciada la actividad.

Para el segundo y tercer año, hemos establecido un crecimiento del 2%, que coincide con el objetivo de inflación a medio plazo del Banco Central Europeo (BCE) y el límite establecido por el gobierno para 2023 (Bank, 2022). Observamos que el objetivo

propuesto inicialmente se cumple, ya que los costes anuales son menores al no incluir los costes iniciales y sin un aumento significativo más allá de la inflación a excepción de los gastos de viaje y la página web, que se mantienen constantes.

Ilustración XIII. Cuenta provisional de pérdidas y ganancias a tres años

PyG final del año 1	Año 1	Año2	Año3
Ventas previstas	288.357,80 €	480.965,75 €	493.460,31 €
Total Ingresos	288.357,80 €	480.965,75 €	493.460,31 €
Gastos de Explotación			
Alquileres	30.000,00 €	30.600,00 €	31.518,00 €
Suministros varios	1.260,00 €	1.285,20 €	1.310,90 €
Acondicionamiento local	4.000,00 €	- €	- €
Seguros	960,00 €	979,20 €	998,78 €
Sueldos + Seguridad Social	72.000,00 €	73.440,00 €	74.908,80 €
Ustillaje	10.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
Página web	25.000,00 €	- €	- €
Página web (mantenimiento)	4.800,00 €	4.800,00 €	4.800,00 €
Renting vehículos	5.664,00 €	5.777,28 €	5.892,83 €
Servicios de profesionales independientes	3.000,00 €	3.060,00 €	3.121,20 €
Gastos de puesta en funcionamiento	1.500,00 €	- €	- €
Publicidad	60.000,00 €	61.200,00 €	62.424,00 €
Pago inicial en campaña de publicidad	15.000,00 €	- €	- €
Total Gastos	233.184,00 €	183.141,68 €	186.974,51 €
EBITDA	62.973,80 €	305.624,07 €	314.285,79 €
Amortizaciones (pagina web, mobiliario, renting, etc) -	7.800,00 €	- 7.800,00 €	- 7.800,00 €
EBIT	55.173,80 €	297.824,07 €	306.485,79 €
BAT 15% (Start Up)	8.276,07 €	44.673,61 €	70.491,73 €
Resultado del ejercicio	46.897,73 €	253.150,46 €	243.794,06 €

Fuente: *Elaboración propia*

7.5.4 Proyección provisional del Balance

El objetivo de un balance es conseguir una igualdad en el balance entre el activo y pasivo. En este caso, mi objetivo también es lograr cubrir el activo con fondos propios, sin deuda. El balance, lo he dividido en dos partes. En primer lugar, el balance provisional inicial muestra la situación financiera al inicio de la actividad. En el activo, se incluye el activo no corriente con un valor de 39.000 euros, que representa los activos a largo plazo, como propiedades, equipos u otros activos fijos. Además, en el activo circulante se registra una cantidad de 27.000 euros, que se ha utilizado para equilibrar el balance y reflejar la diferencia entre el pasivo y el activo. En el pasivo inicial, tengo un capital de 66.000 euros y no tengo deudas a largo ni corto plazo.

Ilustración XII. Balance Provisional Inicial

Balance Provisional Inicial			
Activo		Pasivo	
Activo No Corriente		Pasivo Fijo	
Inmovilizado Intangible		Fondos Propios	
Aplicaciones Informáticas	25.000,00 €	Capital	66.000,00 €
Amortizaciones totales		PyG	
Inmovilizado Material		Deudas l/p	
Mobiliario	10.000,00 €		
Inversiones para el inmovilizado	4.000,00 €		
Activo Circulante		Pasivos a Circulante	
Tesorería (Bancos y caja)	27.000,00 €	Deudas a C/P	-
Total de activo	66.000,00 €	Total pasivo	66.000,00 €

Fuente: *Elaboración propia*

Para el balance de los tres años, se incluyen las amortizaciones totales dentro del activo no corriente. En la cuenta de bancos, se registra una tesorería basada en la diferencia entre el pasivo y la suma del activo, con el objetivo de equilibrar el balance. En el pasivo, se incluye la inversión inicial más el resultado final de la cuenta de pérdidas y ganancias del primer año. Siendo esto el total de nuestros fondos propios. Se puede observar que se ha cumplido el objetivo, de conseguir financiar el activo con los fondos propios del pasivo durante los tres años.

Ilustración XIII. Balance provisional a tres años

Balance Provisional Final año 1			
Activo		Pasivo	
Activo No Corriente		Pasivo Fijo	
Inmovilizado Intangible		Fondos Propios	
Aplicaciones Informáticas	25.000,00 €	Capital	66.000,00 €
Amortizaciones totales	- 7.800,00 €	PyG	46.897,73 €
Inmovilizado Material		Deudas l/p	
Mobiliario	10.000,00 €		
Inversiones para el inmovilizado	4.000,00 €		
Activo Circulante		Pasivos a Circulante	
Tesorería (Bancos y caja)	66.097,73 €	Deudas a C/P	- €
Total de activo	112.897,73 €	Total pasivo	112.897,73 €
Balance Provisional Final año 2			
Activo		Pasivo	
Activo No Corriente		Pasivo Fijo	
Inmovilizado Intangible		Fondos Propios	
Aplicaciones Informáticas	25.000,00 €	Capital	66.000,00 €
Amortizaciones totales	- 15.600,00 €	PyG	253.150,46 €
Inmovilizado Material		Deudas l/p	
Mobiliario	10.000,00 €		
Inversiones para el inmovilizado	4.000,00 €		
Activo Circulante		Pasivos a Circulante	
Bancos	264.550,46 €	Deudas a C/P	- €
Total de activo	319.150,46 €	Total pasivo	319.150,46 €
Balance Provisional Final año 3			
Activo		Pasivo	
Activo No Corriente		Pasivo Fijo	
Inmovilizado Intangible		Fondos Propios	
Aplicaciones Informáticas	25.000,00 €	Capital	66.000,00 €
Amortizaciones totales	- 23.400,00 €	PyG	243.794,06 €
Inmovilizado Material		Deudas l/p	- €
Mobiliario	10.000,00 €		
Inversiones para el inmovilizado	4.000,00 €		
Activo Circulante		Pasivos a Circulante	
Bancos	247.394,06 €	Deudas a C/P	- €
Total de activo	309.794,06 €	Total pasivo	309.794,06 €

Fuente: *Elaboración propia*

En cuanto a los objetivos planteados, el plan de negocio ha logrado avances significativos. En términos de financiación, se ha obtenido el 90% de la financiación a través de inversores de capital de riesgo y crowdfunding, lo cual respalda el potencial de

crecimiento de la empresa. En cuanto a los ingresos, el objetivo de ganar más de 5 euros por gestión se ha cumplido, gracias a la estructura de precios establecida. Además, las proyecciones financieras a tres años muestran un aumento constante en las ventas y los ingresos, lo cual indica un crecimiento sostenible de la empresa. Por otro lado, el plan de tesorería ha demostrado la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras y mantener la liquidez necesaria. En general, los objetivos planteados en el plan de negocio se han cumplido o superado, lo cual es un indicador positivo del éxito y la viabilidad de SinTiempo. A pesar de los logros alcanzados, es importante destacar que uno de los objetivos planteados no se ha cumplido en su totalidad. Cubrir el 80% de la inversión inicial de 66.000 euros con el flujo de caja del primer año no se ha logrado por completo. Aunque la empresa ha obtenido un saldo positivo al finalizar el primer año, se ha quedado ligeramente por debajo del objetivo, con 52.673,80 euros en lugar de los 52.800 euros esperados. Aunque este desvío es mínimo, es importante reconocer que se requerirá una estrategia adicional para cubrir la parte restante de la inversión inicial.

8 Conclusiones

El primer objetivo consistía en explicar el funcionamiento de la app "SinTiempo" y de qué manera satisface las necesidades del usuario. Esto se ha logrado en los apartados dos: "Análisis del problema y oportunidad del mercado" y tres: "Descripción del proyecto", a través de la explicación detallada del funcionamiento de la app, acompañada de un ejemplo concreto y la exposición de cómo surgió la idea.

El segundo objetivo era demostrar la existencia de una demanda en el mercado. Esto se ha logrado identificando un nicho específico de hombres entre 25 y 45 años, independizados, que desempeñan profesiones liberales, son de clase media-alta y viven en Madrid. Se eligió este nicho tan específico para empezar y romper en el mercado, pero a partir del cuarto año nos gustaría expandir este nicho, ya que es un servicio que puede incluir a un público mucho más amplio.

El desarrollo de una propuesta de valor única se ha logrado identificando cual podía ser el valor diferencial de SinTiempo. Mediante la demostración de la existencia de demanda en el mercado y el análisis de la competencia, hemos descubierto qué es lo que faltaba exactamente, y qué es lo que le permite a SinTiempo destacar en el mercado.

Para la creación de una estrategia de marketing para aumentar el "*engagement*" y dar a conocer la aplicación, una vez identificado el nicho específico, se han desarrollado estrategias de marketing enfocadas en dos direcciones. Primero las estrategias para darse a conocer, que consisten en adentrarse en los lugares donde pasan la mayor parte de su tiempo nuestro público objetivo, como las oficinas y los gimnasios y en técnicas de marketing digital, como publicidad en redes y uso de microinfluencers. Posteriormente, para aumentar el "*engagement*" nos adentramos en eventos empresariales y establecemos descuentos para que nuestros propios clientes nos recomienden a sus amigos y compañeros. Es fundamental que tanto el funcionamiento de la aplicación como la calidad de los recadistas sean impecables, ya que esto asegurará el éxito basado en nuestra ventaja competitiva.

El quinto objetivo era identificar fuentes de ingresos rentables. Tras un análisis, se ha optado por el venture capital y el crowdfunding como métodos para obtener la inversión inicial. Estas fuentes de financiamiento implican la adquisición de participaciones de la empresa a cambio de su aportación. Es importante establecer alianzas estratégicas con inversores y realizar campañas de crowdfunding efectivas para garantizar ingresos rentables y apoyar el crecimiento de la empresa. Posteriormente se ha identificado una manera de obtener ingresos fijos, que generan seguridad (mediante la descarga de la app) y los ingresos variables mediante el número de recado realizados.

Respecto al objetivo de demostrar la rentabilidad en el primer año, inicialmente se consideró establecer un precio más económico con el objetivo de atraer a un público más amplio. Sin embargo, se llegó a la conclusión de que esto no sería viable si queríamos ofrecer una aplicación sólida que pudiera cumplir con todas las tareas deseadas, al mismo tiempo que contamos con una gran demanda de recadistas y garantizamos una experiencia satisfactoria para los usuarios. Por lo tanto, se estableció un precio mínimo que nos permita ofrecer un servicio de calidad y cubrir los costos de manera adecuada. Nuestro objetivo era lograr rentabilidad en el primer año, y si hubiéramos bajado el precio, no lo habríamos logrado. En el futuro, nos gustaría investigar formas de reducir el precio inicial y, por consiguiente, aumentar nuestro nicho de mercado

Finalmente se ha logrado realizar una proyección a tres años, la cual ha sido explicada en el análisis financiero. Esta proyección ha demostrado la rentabilidad y el aumento de los ingresos en los tres primeros años. Sin embargo, en el futuro, nos gustaría establecer alianzas estratégicas con otras marcas para obtener ingresos a través de acuerdos de publicidad. Asimismo, en un futuro nuestro objetivo es aumentar el equipo y expandirnos a nuevos mercados, lo cual contribuiría a nuestro crecimiento y fortalecimiento en el sector.

9 Bibliografía

- Autónomos: Novedades para este colectivo en 2023* | *El Periódico de España*. (n.d.). Retrieved December 27, 2022, from <https://www.epe.es/es/activos/empleo/20221219/autonomos-novedades-colectivo-2023-80186647>
- Ayudas a personas trabajadoras autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social*. (2017, June 1). Comunidad de Madrid. <https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/ayudas-personas-trabajadoras-autonomas-emprendedoras-entidades-economia-social>
- Berg J.pdf*. (n.d.). Retrieved June 4, 2023, from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_684183.pdf
- Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors—Book—Faculty & Research—Harvard Business School*. (n.d.). Retrieved June 7, 2023, from <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>
- Consultores, C. (2019, October 15). ▷ Normativas Medioambientales para Empresas—CTMA. *CTMA Consultores*. <https://ctmaconsultores.com/normativas-medioambientales/>
- Consumo colaborativo: ¿cómo lo usamos los españoles?* | *Blog Bankinter*. (n.d.). Retrieved June 2, 2023, from <https://www.bankinter.com/blog/economia/consumo-colaborativo-que-es>
- Eckhardt, G. M., & Bardhi, F. (2015, January 28). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>
- El aumento del teletrabajo: Impacto en las condiciones de trabajo y*. (n.d.). Eurofound. Retrieved June 4, 2023, from <https://www.eurofound.europa.eu/es/publications/report/2022/the-rise-in-telework-impact-on-working-conditions-and-regulations>
- Emprendedores, A. y. (n.d.). *El 38% de los autónomos ha sufrido una fuerte caída de facturación y el 66% piensa que no mejorará en 2023*. *Autónomos y Emprendedores*. Retrieved December 27, 2022, from

<https://www.autonomosyempreendedor.es/articulo/info-ata/38-autonomos-ha-sufrido-fuerte-caida-facturacion-66-piensa-que-mejorara-2023/20221220094358028589.html>

Empresa, S. I. (2022, March 18). Calculadora de IVA: Calcular IVA - Santander Impulsa Empresa. *Banco Santander Impulsa Empresas*. <https://www.impulsa-empresa.es/calculadora-iva/>

García, J. (2022, July 27). *Estas son las novedades del nuevo régimen de autónomos que ha aprobado el Gobierno*. Cinco Días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/07/25/economia/1658765444_247885.html

Glovo dobla sus ingresos hasta 360 millones en 2020 y recorta sus pérdidas casi un 80% | Empresas | Cinco Días. (n.d.). Retrieved June 6, 2023, from https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/09/21/companias/1632238703_306184.html

Google Ads—Crea anuncios online fácilmente y consigues más clientes. (n.d.). Retrieved June 6, 2023, from https://ads.google.com/intl/es_es/getstarted/?subid=es-es-ha-aw-bk-c-bau!o3~CjwKCAjwsvujBhAXEiwA_UXnACE_9AC5cam-Jgb1wXzWxTo-UxGQpw-5v0I9d4yNGI_6dVnZKASOCxoCgQYQAvD_BwE~115177376148~kwd-94527731~10830627112~456548650452&utm_source=aw&utm_medium=ha&utm_campaign=es-es-ha-aw-bk-c-bau!o3~CjwKCAjwsvujBhAXEiwA_UXnACE_9AC5cam-Jgb1wXzWxTo-UxGQpw-5v0I9d4yNGI_6dVnZKASOCxoCgQYQAvD_BwE~115177376148~kwd-94527731~10830627112~456548650452&gclid=CjwKCAjwsvujBhAXEiwA_UXnACE_9AC5cam-Jgb1wXzWxTo-UxGQpw-5v0I9d4yNGI_6dVnZKASOCxoCgQYQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds

Guía de las ayudas europeas para impulsar mi negocio en 2023 | Estar donde estás | EL PAÍS. (n.d.). Retrieved December 27, 2022, from

Gonzalez, M.J. (n.d.). Retrieved June 3, 2023, from https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/010art06.pdf

Guía de las ayudas europeas para impulsar mi negocio en 2023 | Estar donde estás | EL PAÍS. (n.d.). Retrieved December 27, 2022, from

<https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2022-12-20/guia-de-las-ayudas-europeas-para-impulsar-mi-negocio-en-2023.html>

Horas al día dedicadas a actividades de trabajo no remunerado por trabajadores que realizan dichas actividades. Encuesta de Condiciones de Trabajo 2015 (% personas)(26060). (n.d.). INE. Retrieved May 28, 2023, from <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=26060>

Índice de Transporte Público de Moovit. (n.d.). Retrieved June 4, 2023, from https://moovitapp.com/insights/es/Moovit_Insights_%C3%8Dndice_de_Transporte_P%C3%BAblico-countries

INstituto Nacional de Estadística.pdf. (n.d.). Retrieved June 4, 2023, from <https://www.ine.es/daco/daco42/daco421/ipcia0523.pdf>.

Jimenez, P. (2021, April 26). La Plataforma y Yo: Freelancers y micro-tareas. *Pablo Jiménez Arandia - Periodista freelance.* <https://pablojimenezarandia.com/2021/04/26/la-plataforma-y-yo-freelancers-y-micro-tareas/>

KPMG Impulsa. (n.d.). Retrieved December 27, 2022, from https://www.kpmgimpulsa.es/landings/punto-pae-startups?gclid=EAIaIQobChMI8tr3nuaX_AIVhwiLCh28LAPFEAMYAiAAEgILgfD_BwE

Las plataformas digitales bajo demanda en España. (n.d.). *Fundación Alternativas.* Retrieved June 2, 2023, from <https://fundacionalternativas.org/publicaciones/las-plataformas-digitales-bajo-demanda-en-espana/>

Las retenciones del IRPF de los profesionales autónomos. (n.d.). *Infoautonomos.* Retrieved June 4, 2023, from <https://www.infoautonomos.com/fiscalidad/retenciones-irpf-profesionales-autonomos/>

Lopez, T. (2021, February 23). El sector de las aplicaciones se espera que llegue a los 85 millones de euros en España en 2024. *Ecommerce News.* <https://ecommerce-news.es/el-sector-de-las-aplicaciones-se-espera-que-llegue-a-los-85-millones-de-euros-en-espana-en-2024/>

- Nuevas cuotas de autónomos 2023—2031: Pros y contras—Infoautonomos.* (n.d.). Retrieved December 27, 2022, from <https://www.infoautonomos.com/blog/nuevas-cuotas-autonomos-pros-y-contras/>
- Panel de previsiones de la economía española mayo 2023—Funcas.* (n.d.). Retrieved June 4, 2023, from <https://www.funcas.es/textointegro/panel-de-previsiones-de-la-economia-espanola-mayo-2023/>
- Press, E. (2018, February 26). *¿Cuáles son las zonas de oficinas, naves y locales más solicitadas de Madrid?* Europa Press. <https://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-cuales-son-zonas-oficinas-naves-locales-mas-solicitadas-madrid-20180226100635.html>
- Redaccion. (2020, September 14). *Los patrones de compra de los consumidores españoles están “más alterados que nunca”—MuyPymes.* <https://www.muypymes.com/2020/09/14/patrones-compra-consumidores-espanoles-alterados>
- S.A, E., Empresa Nacional de Innovación S. M. E. (n.d.). *Enisa con el emprendimiento innovador.* Retrieved June 7, 2023, from <https://www.enisa.es/>
- Sorenson, O., Assenova, V., Li, G.-C., Boada, J., & Fleming, L. (2016). Expand innovation finance via crowdfunding. *Science*, 354(6319), 1526–1528. <https://doi.org/10.1126/science.aaf6989>
- TaskRabbit—Servicios de mantenimiento, mudanza, envíos y más para el mismo día.* (n.d.). Retrieved June 6, 2023, from <https://www.taskrabbit.es/es/es/>
- varían, E. texto proporciona información general S. no se hace responsable de la veracidad o exactitud del contenido N. ciclos de actualización, & Texto, D. M. Q. L. E. P. C. I. M. A. Q. L. R. E. E. (n.d.). *Tema: El comercio electrónico dentro de España.* Statista. Retrieved June 2, 2023, from <https://es.statista.com/temas/3167/el-comercio-electronico-dentro-de-espana/>
- WASHROCKS: lavandería y tintorería a domicilio en 24 horas.* (n.d.). Retrieved June 6, 2023, from <https://washrocks.com/>

