



HELPMI

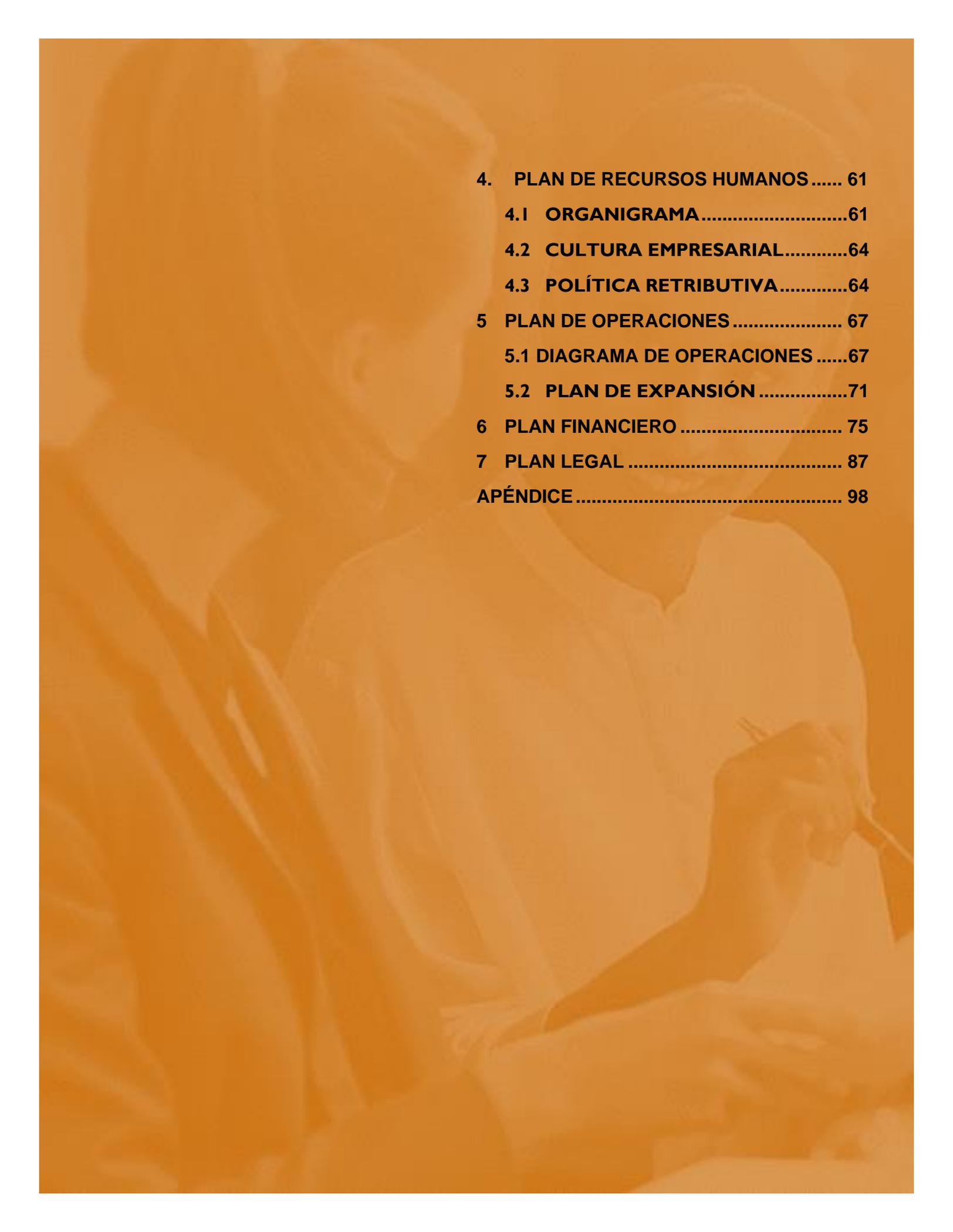
**“CON PAUSASY SIN PRISAS,
NOSOTROSTE AYUDAMOS”**

PLAN DE NEGOCIO



ÍNDICE

1.	RESUMEN EJECUTIVO	5
2.	MODELO DE NEGOCIO	7
2.1	IDEA DE NEGOCIO	7
2.2	OBJETIVO EMPRESARIAL	9
	Misión	9
	Visión	9
	Valores	9
2.3	PROPUESTA DE VALOR	10
2.4	ANÁLISIS PEST	10
2.5	CINCO FUERZAS DE PORTER	22
2.6	MODELO DE ANÁLISIS COMPETITIVO	26
	DAFO	26
	MATRIZ DE VENTAJA COMPETITIVA	27
3.	PLAN DE MARKETING	31
3.1	OBJETIVOS GENERALES DE MARKETING	31
	Segmentación y mercado objetivo	31
	Posicionamiento	34
	Volumen y rentabilidad	34
	Funnel de conversión	36
3.2	MARKETING MIX	37
	Estrategia de producto/servicio	37
	Estrategia de distribución	44
	Estrategia de precio	45
	Estrategia de comunicación	48



4.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	61
4.1	ORGANIGRAMA.....	61
4.2	CULTURA EMPRESARIAL.....	64
4.3	POLÍTICA RETRIBUTIVA.....	64
5	PLAN DE OPERACIONES	67
5.1	DIAGRAMA DE OPERACIONES	67
5.2	PLAN DE EXPANSIÓN	71
6	PLAN FINANCIERO	75
7	PLAN LEGAL	87
	APÉNDICE	98

1. RESUMEN EJECUTIVO

Oportunidad

Cada vez el tiempo libre se ve amenazado por una vida más ocupada. El crecimiento de las ciudades aumenta el consumo del tiempo en desplazamiento. Además, dedicamos muchas horas del día a redes sociales y otras distracciones de la vida moderna que absorben el tiempo libre, como resultado produciendo estrés, ansiedad y depresión.

Una reciente encuesta realizada por Helpmi que buscaba demostrar la necesidad de las personas a solicitar ayuda para liberar tiempo y estrés pagando por la realización de una tarea, demuestra que 8 de cada 10 personas han aplazado tareas por falta de tiempo y 7 de cada 10 estarían dispuestas a pedir ayuda para realizarla a través de una app móvil.

Solución

Hemos creado una App móvil que facilite la puesta en contacto entre usuarios que solicitan favores (Needers) a particulares o profesionales (Helpers), que tengan conocimiento en alguna de nuestras cinco categorías de servicios: Compras, cuidados de mascotas, servicio canguro, limpieza y reparación del hogar.

Público Objetivo

Las características de nuestros dos segmentos de clientes son:

Needers: Mujeres y Hombres trabajadores de 26 a 50 años, con excepciones, con un nivel de renta medio-alto.

Helpers: Mujeres y Hombres trabajadores de 18 a 25 años, con excepciones, con un nivel de renta bajo.

Ventaja Competitiva

Nuestra ventaja competitiva consiste en el ahorro de tiempo y dinero en las decisiones que implican buscar una asistente de limpieza, una canguro o una compra a domicilio, siempre asegurando unos mínimos de calidad. Es por ello que nuestros 3 atributos principales son: la calidad, precio y rapidez.

Equipo

Nuestro equipo está conformado por:

-  Marta Armas: CEO y Directora de marketing, graduada en Marketing, cursando MBA
-  Diana Herrera: Directora de operaciones, graduada en ingeniería industrial, cursando MBA
-  David Salas: Director financiero, graduado en Administración y Dirección de Empresas, cursando MBA
-  Juan Vázquez: Director de IT, graduado en Ingeniería de Organización Industrial, cursando MBA

Finanzas

Nuestros ingresos pasarán de ser 270.000 euros en el 2021 a 2.350.000 en el 2024, ¿cómo lo lograremos?: El primer año se hará una aportación de los socios fundadores por 15.250 € , de los socios externos serán 59.000€ y de los bancos 9.272€, el segundo año se pedirá otro préstamo bancario por 47.500€ y el último año uno por 28.000€ , esto estará destinado a cubrir primordialmente el desarrollo y mantenimiento de nuestra app, los sueldos y salarios, las fuertes inversiones de marketing y la fuerte expansión que tenemos prevista para el año 2023 y 2024 para estar presentes en todo Madrid y Barcelona.

La valoración de la empresa se sitúa en 729.861 euros, con una TIR del 70% y un ROE del 91% en el año 2024.

2. MODELO DE NEGOCIO

2.1 IDEA DE NEGOCIO

Hoy en día las personas tenemos cada vez menos tiempo libre. Estamos la mayor parte de nuestro tiempo trabajando o estudiando y, cómo no, cuando lo tenemos, solemos dedicarlo a nuestras familias y amigos. Numerosos artículos, como el publicado por el blog Infosalus titulado “Los peligros de estar estresados” describen que al menos un 50% de la población sufren estrés por diversos factores siendo uno de ellos la falta de tiempo. Así pues, tendemos cada vez más a aplazar las actividades cotidianas de nuestra vida, siendo esto un problema considerable, pues, o finalmente no las hacemos, las hacemos mal, o pagamos a alguien un precio excesivo para que lo realice.

Todo esto lo hemos podido comprobar gracias a la encuesta que realizamos y que podemos ver a continuación. En base a los resultados de la encuesta, se comprobó que:

-  El 81% de las personas aplaza las tareas porque no le da tiempo de terminarlas.
-  El 86% ha necesitado ayuda porque hay tareas difíciles que no han sabido hacer.
-  El 82% de las personas ayudarían a otra persona que necesita ayuda a cambio de dinero.
-  El 75% de las personas ayudarían a otra que necesita ayuda a cambio de un favor.
-  El 81% de los encuestados estarían dispuestos a pagar para que les ayuden.
-  El 76% de las personas pediría u ofrecería sus favores a través de una aplicación móvil.
-  El 68% de los encuestados les gustaría tener la posibilidad de escoger el método de pago con dinero o devolviendo el favor.

Verificando que existe una necesidad de ayuda, vimos una oportunidad para abordarla, ya que un gran porcentaje de las personas no saben o se les ha dificultado realizar una tarea por falta de tiempo y estarían dispuestas a pedir u ofrecer favores a cambio de una retribución.

Nuestra solución es HELPMI, un modelo de negocio de intermediación de servicios a través de una app móvil o web que permite la puesta en contacto de los solicitantes del servicio con los prestadores de éste a un solo click. En él, las personas que demandan la realización de una determinada Tarea (“Needers”) pueden contactar con personas que están interesados en realizarlas (“Helpers”) a cambio de una compensación económica y en los términos acordados directamente entre el Cliente y el Helper, teniendo unas ciertas limitaciones.

Así pues, HELPMI ofrecería lo siguiente:

-  Una APP y web a disposición de los usuarios/needers que les permitan ponerse en contacto y gestionar la tarea correspondiente.
-  Una manera de procesar el pago del servicio a través de un sistema seguro.
-  Atender las reclamaciones de los usuarios/needers con total rapidez.

En cuanto a los servicios que se pueden ofrecer/demandar en HELPMI, nos hemos guiado por las necesidades más habituales de las personas, que son las siguiente:

-  Limpieza del hogar
-  Compras en supermercados
-  Servicios de canguro
-  Cuidado de mascotas
-  Arreglos del hogar

2.2 OBJETIVO EMPRESARIAL

Misión

Nuestra misión es crear un ambiente de bienestar en la sociedad mediante la puesta en contacto de personas que estén en la necesidad de pedir ayuda para realizar una determinada tarea, por falta de tiempo o por desconocimiento, con personas que estén dispuestas a realizarla.

Visión

Ser la plataforma social de intercambio de servicios líder en el mercado español y expandirnos internacionalmente para poder llegar a serlo a nivel mundial, y así poder mejorar la vida de muchísimas personas.

Valores

-  **CONFIANZA Y SEGURIDAD:** Brindar confianza y seguridad tanto a los needers como a los helpers para usar nuestra plataforma.
-  **RESPONSABILIDAD:** Ser responsables de todo acto que pueda perjudicar a nuestros clientes.
-  **MEJORA CONTINUA:** Nos comprometemos a mejorar continuamente la calidad de nuestro servicio considerando todas las opiniones que muestran nuestros clientes.
-  **RAPIDEZ:** Actuar de la manera más rápida y oportuna posible para la puesta en contacto entre needers y helpers.
-  **INNOVACIÓN:** Innovaremos todo lo posible, buscando nuevos mercados y oportunidades.
-  **RESPECTO:** La ética es la base de nuestro negocio, todo el mundo tiene la oportunidad de acceder a él, siempre y cuando respete al resto de los usuarios.

2.3 PROPUESTA DE VALOR

HELPERS

Facilidad y flexibilidad de adquirir ingresos extras haciendo lo que saben y pueden hacer. Aumento de la satisfacción personal por el hecho de brindar a las personas ayuda con sus capacidades y conocimientos en lo que necesitan.

NEEDERS

Ambiente de bienestar - menos agobio, más tiempo libre-, seguridad, confianza, comodidad y tranquilidad de los servicios de ayuda adquiridos.

2.4 ANÁLISIS PEST

FACTORES POLÍTICOS

Tras varios meses de inestabilidad política en la que no existía un gobierno definido, en diciembre de 2019 finalmente se establece el gobierno actual del PSOE, Pedro Sánchez, y Unidas Podemos, Pablo Iglesias. Durante su mandato se han llevado a cabo unas series de cambios en medidas legales que afectan directamente al ámbito empresarial.

En materia laboral, se ha producido la subida del Salario Mínimo Interprofesional que se ha fijado en 950€/mes, según la publicación del Real Decreto 231/2020, de 4 de febrero tanto para trabajadores fijos, eventuales como para los empleados del hogar. Se trata de una subida del 5,5% con respecto al sueldo mínimo diario de 2019. Además, se ha aprobado el Real Decreto-ley 4/2020, de 18 de febrero, por el que se deroga el despido objetivo por faltas de asistencia al trabajo establecido en el artículo 52.d) del texto refundido de la Ley del Estatuto de los

Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre. Esta ley regulaba el despido por acumulación de ausencias al trabajo justificadas, incluidas las bajas médicas de corta duración.

En materia fiscal se ha planteado que se reduzca el déficit, pero se aumente el gasto, por lo tanto, eso se convierte en mayor recaudación vía impuestos. Se han propuesto alternativas como establecer una tributación mínima del 15% sobre la base imponible o que las rentas altas afronten una subida del Impuesto sobre la Renta.

Además, se han creado nuevos tributos como la denominada Tasa Google, que gravará con un 3% a las empresas digitales que facturen más de 750 millones de euros en el mundo y cuyos ingresos en España sean mayores a los 3 millones de euros. Pudiendo este aspecto provocar la negativa de las grandes tecnológicas como ya ocurrió en Francia tras la implantación de un tributo similar.

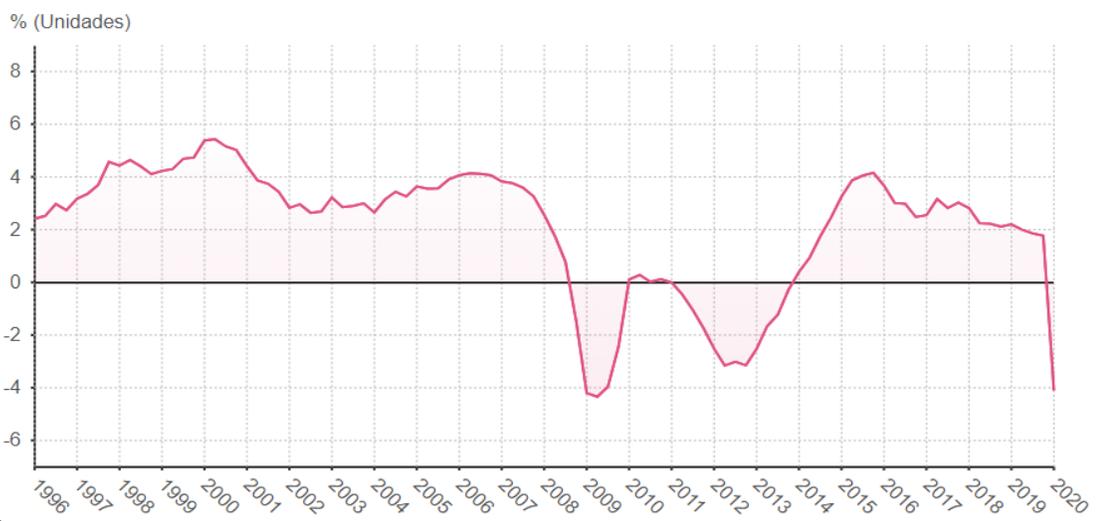
Sin embargo, tras la irrupción en el panorama mundial del virus COVID-19, muchas de estas propuestas previstas se han visto paradas/aplazadas. Paralelamente han surgido nuevas y repentinas medidas como son la aprobación de los ERTEs, los expedientes de regulación de empleo temporales dadas las circunstancias de confinamiento de la población y consecuente estancamiento de la economía. Se calcula que el PIB español caiga un 9,4% según la Comisión Europea y el paro suba un 14,5% afectando de manera más profunda a Andalucía, debido a su tejido empresarial eminentemente turístico y agrícola.

FACTORES ECONÓMICOS

Mientras que, a principios de 2020, se preveía un aumento del PIB, aunque se vaticinaban los inicios de lo que podría ser una crisis a medio largo plazo, la irrupción en nuestro país del virus

COVID 19, ha provocado el estallido de una crisis no solo sanitaria sino también económica a nivel mundial. Desde su comienzo en China en diciembre de 2019, el comercio internacional se vio enormemente afectado trasladándose estas consecuencias a España. En efecto, el PIB en el primer trimestre de 2020 ha caído un 5,2%¹ respecto al cuarto trimestre de 2019. Las causas son principalmente la fuerte dependencia de España del sector terciario, sobre todo turismo, que aporta 12%² del PIB y un 13%³ de empleo. Además, la situación ha golpeado duramente otros sectores claves de España, como la hostelería, comercio minorista no alimentario, educación, deporte y cultura que se han hundido de golpe, arrastrando consigo a muchos otros.

Variación anual PIB español (1996-2020)



Fuente: Epdata

¹ Información tomada de: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>

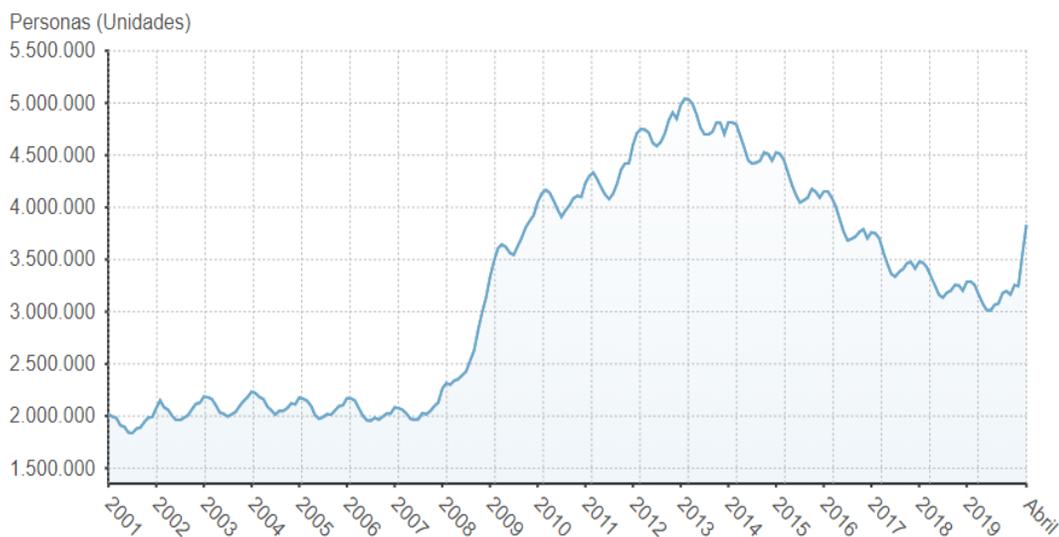
² Información tomada de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/23/companias/1577113873_775760.html

³ Información tomada de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/23/companias/1577113873_775760.html

El tejido empresarial español, en un 99,83%⁵ formado por PYMES, se ha visto afectado por la falta de liquidez, por lo que podrían enfrentarse a graves dificultades de solvencia. La respuesta del gobierno para evitar este colapso ha sido proponer unas líneas de crédito ICO.

Otra característica de esta crisis han sido los ERTes, aprobados por el gobierno para evitar el cierre de empresas. Actualmente, la cifra de paro ha aumentado un 13,2% con respecto al mismo mes del año anterior.

Evolución anual del paro en España (2001-2020)



Fuente: Epdata

Como consecuencia directa del aumento del desempleo se encuentra la disminución de la renta de las familias y la consiguiente caída del consumo de bienes y servicios.

⁵ Información tomada de: [Cifras PYME. Datos diciembre 2019](#)

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) calcula que el coronavirus pone en riesgo hasta 25 millones de empleos en el mundo⁶. Por lo que el PIB per cápita del año 2019, que se situaba en torno a 26.440€⁷ se verá reducido considerablemente. El análisis rápido que hace la OIT apunta a que la pérdida de ingresos laborales a nivel mundial podría llegar a ser 860.000 millones de dólares en el mejor de los casos y de 3,4 billones en el peor⁸.

Finalmente, otra de las medidas económicas impuestas por el gobierno, es el incremento del impuesto a las rentas más altas. Todo aquel cuyos ingresos anuales superen los 130.000€ pagarán un 47% de IRPF y se irá incrementando conforme pasen los 300.000€⁹. Esta medida perjudicaría a los Business Angel y los fondos de inversión que pueden financiar a las startups, ya que verán reducidos sus ingresos.

FACTORES SOCIALES

En los últimos años hemos visto cómo la pirámide poblacional se ha visto invertida debido a que cada vez hay menos natalidad y más mortalidad. A comienzos de 2019, la tasa de mortalidad se situaba en torno a un 9,1%¹⁰ (9 fallecidos por cada mil habitantes) una cifra que se espera que va a aumentar progresivamente con los años y que, en concreto, en el año 2020, va a aumentar considerablemente debido a los fallecimientos provocados por el Covid-19. En

⁶ Información tomada de: <https://elpais.com/economia/2020-03-18/la-oit-calcula-que-el-coronavirus-pone-en-riesgo-hasta-25-millones-de-empleos.html>

⁷ Información tomada de: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>

⁸ Información tomada de: <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471412>

⁹ Información tomada de: [Guía fiscal para rentas altas ante la subida del IRPF](#)

¹⁰ Información tomada de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>

cuanto a la tasa de natalidad, España cuenta con la segunda tasa de fecundidad más baja de la Unión Europea, tan sólo 1,33 hijos por mujer, situándose esta tasa en un 7,94%¹¹ (alrededor de 8 nacimientos por cada mil mujeres). Ambos datos confirman la previsión establecida sobre el futuro de la población española.

Como hemos mencionado anteriormente, según el blog Infosalud en su artículo “Los peligros de estar estresados”, alrededor del 50%¹² de las personas sufren estrés por falta de tiempo o por factores de diversas índoles. Esto junto con otras dificultades perjudican el nivel de bienestar de los ciudadanos, un aspecto que chocaría con los objetivos generales de los mismos, que son, aumentar su tiempo libre para disfrutar de los suyos y relajarse.

Pensamos que cada vez somos más exigentes, vivimos en un mundo donde podemos acceder a miles de ofertas de diversos bienes o servicios. Por lo que continuamente estamos buscando la calidad al mejor precio, lo que hace que las empresas sean cada vez más competitivas con el fin de lograr la fidelización de las personas.

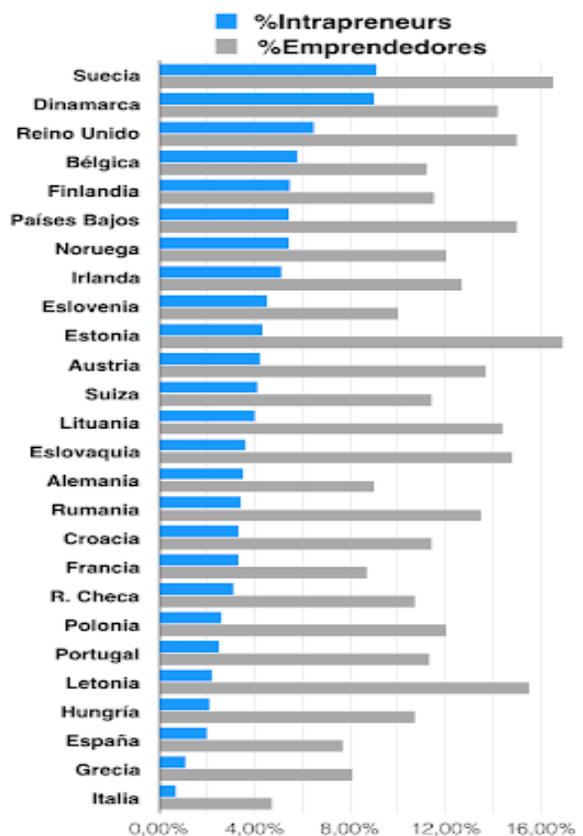
En cuanto a los niveles de emprendimiento en España, se siguen situando por debajo de la media europea, es decir, por debajo del 8%¹³, aunque en el último año la tasa española pasó de un 5,2% a un 6,4%. Actualmente, debido a la situación de incertidumbre en la que nos encontramos estas cifras están estancadas y descendiendo.

¹¹ Información tomada de : <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>

¹² Información tomada de: <https://www.infosalus.com/salud-investigacion/noticia-peligros-estar-estresado-20170927173505.html>

¹³ Información tomada de: <https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/10414626/03/20/El-emprendimiento-en-Espana-aun-no-llega-a-niveles-precrisis.html>

Tasa emprendimiento a nivel Europeo 2019



Fuente: Cincodías.elpaís.com

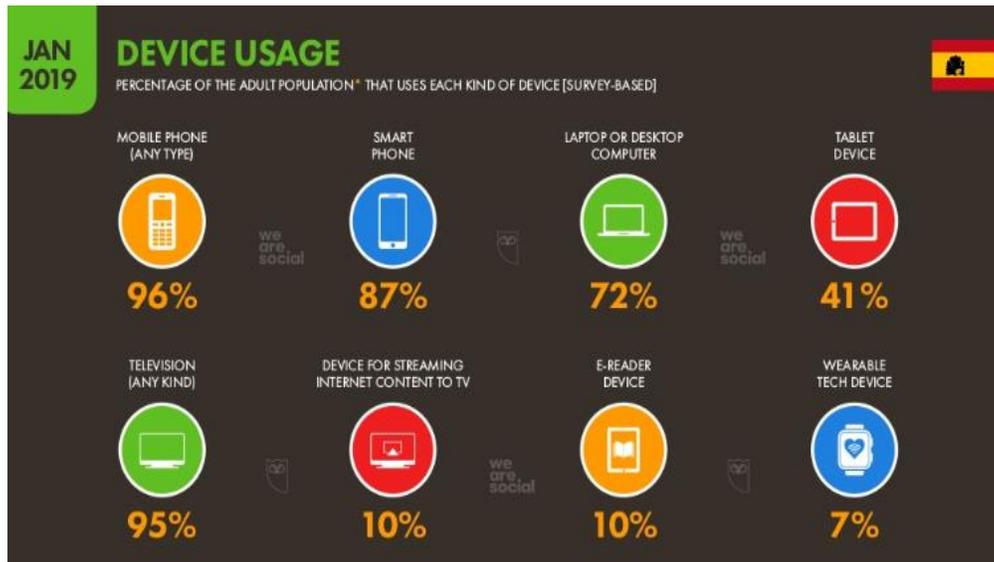
Hemos mencionado varias veces la situación de incertidumbre actual provocada por la pandemia del Covid-19. Ésta ha agitado la vida social de las personas totalmente. Nos hemos encontrado confinados en nuestros hogares, hemos fomentado el teletrabajo, hemos adaptado tecnológicamente tareas que jamás pensábamos que podíamos realizar virtualmente, es decir, nos hemos encontrado con una vida social completamente distinta y ante la cual nos hemos tenido que adaptar de la mejor manera posible. En este nuevo entorno la economía circular va a tomar un papel fundamental, pues, por un lado, hemos visto cómo la sociedad ha interactuado con otras personas para la realización de algunas tareas, lo cual ha favorecido el aumento de la confianza hacia este tipo de plataformas. Por otro lado, también ha afectado al bolsillo de los

españoles, lo que puede provocar que algunos prefieran optar por servicios derivados de estos negocios pues ofrecen unos precios más ajustados.

FACTORES TECNOLÓGICOS

Como dijimos anteriormente, la población del siglo XXI se encuentra constantemente conectada a la red y así lo muestran los datos. Según la página web puromarketing, en su artículo “Los españoles pasamos más de 5 horas diarias conectados a internet”, pasamos más de 5,18 horas¹⁴ en internet desde múltiples dispositivos, aunque el teléfono móvil es uno de los favoritos de los españoles

Porcentaje de uso de los distintos dispositivos electrónico (2019)



Fuente: digital2020overviewHOOTsuit

¹⁴ información tomada de : www.puromarketing.es

Según un estudio de IABmobile¹⁵ en España, la penetración de Internet en individuos mayores de 14 años alcanza el 82% de los cuales el 96% tiene smartphone.

Datos en España del uso del teléfono móvil, internet y redes sociales en 2019



Fuente: digital2020overviewHOOTsuit

El tiempo dedicado a las Apps frente a los navegadores en el mundo tiene una media de casi el 90% de los minutos móviles de los usuarios se dedican a las aplicaciones. El tiempo de las apps en España alcanza ya el 88% de minutos respecto al navegador.

Las aplicaciones on-demand (bajo demanda) ya son un clásico entre las nuevas tendencias, pero como se mueven sin esfuerzo con cada progreso tecnológico, siempre son una tendencia

¹⁵ información tomada de: <https://fatimamartinez.es/2019/07/05/estudio-anual-mobile-espana-2019-tendencias/>

para el futuro. Si nos fijamos en el mercado actual, hay un sinfín de ideas para aplicaciones on-demand que permiten lanzar un nuevo producto o servicio de forma fácil y eficiente. Se espera que, en 2019 las empresas de comunicación y las editoriales en particular, se beneficien más del rápido retorno de la inversión (ROI) de las apps instantáneas.

Un ejemplo de app española en crecimiento es el caso de Glovo¹⁶, que facturó más de 17 millones de euros en 2017, está implantado en 60 ciudades de 17 países diferentes abriendo hoy a una media de ciudad por semana, tiene más de un millón de usuarios, alcanzará este año los 850 empleados fijos y da trabajo a más de 12.000 autónomos. Es un modelo de crecimiento cuyo valor superaba en septiembre de 2017 los 70 millones de euros a los que hoy se suma un volumen de negocio o pedidos seis veces mayor; han captado más de 35 millones de euros de inversión internacional, liderada por Cathay Innovation y Rakuten Capital, financieras en busca de puro retorno y (en el caso de la japonesa Rakuten) prospección estratégica en Europa. Tras la última ronda de financiación, lo que iba a ser un test en Chile se ha convertido en una expansión latinoamericana fulgurante que alcanza hasta la frontera norte, al tiempo que continúan la ruta programada por Europa, Medio Este y Asia.

¹⁶ Fuente: <https://www.expansion.com/fueradeserie/personajes/2018/07/10/5b3b583822601d9d538b463f.html>

PERFIL ESTRATÉGICO DE HELPMI

Como consecuencia del análisis PEST surge el perfil estratégico, que representa el nivel de impacto de cada una de las variables descritas en nuestro modelo de negocio, puntuándolas con la siguiente escala:

MUY NEGATIVO	NEGATIVO	INDIFERENTE	POSITIVO	MUY POSITIVO
1	2	3	4	5

Perfil estratégico Helpmi



Fuente: Elaboración propia

Gracias a esta herramienta podemos observar como en los aspectos políticos, algunas de sus medidas nos pueden favorecer, como la subida del SMI, ya que los trabajadores tendrán mayor renta y no les importará pagar para que les realicen una determinada actividad, o que le pueden perjudicar como la denominada tasa Google, que nos perjudicaría en el tercer año ya que esperamos superar los límites de los ingresos.

De los factores económicos, debemos destacar que la desaceleración económica y la crisis derivada de la pandemia en la que nos encontramos, podríamos beneficiarnos de alguna manera, pues muchas personas que se encuentren en paro buscarían algunas alternativas para ganar un ingreso extra. Otro aspecto que nos impacta de manera positiva es que en España la mayor parte del tejido empresarial está formado por PYMES, evitándonos por lo tanto un competidor bien posicionado y con una gran cuota de mercado. Unos de los aspectos económicos más negativos sería el impuesto a las rentas altas, que como ya comentamos afectaría a los agentes que acudiríamos para buscar financiación.

En cuanto a los aspectos sociales, deberíamos preocuparnos por el continuo avance de la pirámide poblacional invertida. Sus consecuencias son que en un futuro podríamos encontrarnos con un exceso de oferta de servicios y una escasez de demanda, debido a la disminución del número de jóvenes, que serían nuestros Helpers. También los elevados niveles de exigencia de la sociedad provocarán que, si fallamos en algo, nuestros clientes se irán a la competencia sin pensárselo dos veces. Del elevado nivel de estrés al que se encuentra sometida la sociedad, sacamos un impacto positivo en Helpmi, ya que para lograr mayor tiempo libre buscarían a terceras personas que les realicen una actividad. Finalmente, con el impacto del Covid-19 en la sociedad, pensamos ha beneficiado la puesta en marcha de nuestro negocio por varios motivos, uno de ellos puede ser que hemos visto como plataformas similares a Helpmi, pero de manera gratuita, han triunfado durante el confinamiento. Otro, como ya comentamos en los aspectos económicos, es la creciente tasa de paro, que provocará la búsqueda de ingresos de cualquier manera posible.

Del último de los factores, del tecnológico, observamos como todas las variables nos afectan de manera positiva, ya que no encontramos con una sociedad cada vez más conectada a la red y que dedica una gran parte de su tiempo al uso de aplicaciones.

2.5 CINCO FUERZAS DE PORTER

El sector de la economía colaborativa está siendo en los últimos años una auténtica revolución. Como ya comentamos, se plantea que para el año 2025 ésta genere alrededor de 300.000 millones de euros. Gracias a ellas, los consumidores pueden acceder a servicios con unas ofertas más ajustadas y económicas.

Aquí es donde actúa Helpmi, una de las miles plataformas digitales existente en el mundo. Nuestro negocio se incluiría dentro de aquellas empresas dedicadas a poner en contacto a usuarios que requieran ayuda para la realización de tareas del hogar y de cuidado personal y a personas que estén dispuestos a realizarlas.

BARRERAS DE ENTRADA

Las bajas barreras de entradas que suponen acceder a este mercado y el auge de las plataformas digitales para el intercambio de servicios suponen una amenaza constante en la aparición de nuevos competidores, de ahí que necesitemos crear y mantener nuestra ventaja competitiva.

El reconocimiento de marca es una de las barreras de entrada fundamentales. Es necesario que los usuarios lleguen a identificar nuestra marca con unos valores y sea definida como una de las mejores. Si ya existe una empresa que sea reconocida como tal, deberíamos plantearnos si no entrar en ese mercado o seguir, si seguimos, deberíamos pensar en cómo nos vamos a diferenciar de ellos.

El aspecto del dinero nos va a suponer una barrera media, pues podemos acceder a él mediante multitud de vías de financiación, como por ejemplos las rondas de inversión existentes en páginas web o conferencias.

En cuanto a las barreras legales, no existe una regulación estricta, tan solo está regulado por las prácticas de buena fe y el límite legal de ingresos que puede generar un usuario. Tampoco es necesario el Know-how, pues con un poco de conocimiento acerca de los negocios puedes lanzarte a competir.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

El poder de negociación de los clientes va a depender directamente de si el mercado es atomizado o no. Los mercados atomizados son aquellos donde no hay un líder empresarial, por lo que hay una competencia real con unos precios similares y competitivos. Así pues, en nuestro modelo de negocio es el Needer quien fija el precio y es cuestión del Helper si aceptar la oferta o no. Por ello consideramos que en Helpmi tanto Needer como Helper tienen un poder de negociación bajo, aunque si pueden surgir negociaciones.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

En Helpmi podemos identificar tres tipos de proveedores distintos. El primero de ellos son los desarrolladores informáticos para la creación de la web y de la app. En España encontramos alrededor de 300.000 personas dedicadas a este oficio, por lo que en general son unos profesionales escasos y muy valiosos, pues sin ellos no podríamos lograr poner en funcionamiento el negocio. Así que hemos considerado que estos tendrían un poder de negociación medio-alto.

Otro de nuestros proveedores serían las plataformas para subir las Apps, como por ejemplo App Store y Play Store. La negociación con ellos sería nula, pues mantienen unos precios fijos para colgar las aplicaciones en sus plataformas.

El último de los proveedores serían los informáticos relacionados con el mantenimiento de la web y de la app. A diferencia de los desarrolladores, en España encontramos a más de 1.000.000 de informáticos dedicados a este oficio. Lo cual nos indica que tienen un poder de negociación bajo, ya que podríamos acudir a otro proveedor si un precio nos parece elevado.

PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Hemos considerado como productos sustitutivos a todo aquello que pueda ser una alternativa a Helpmi:

-  Apps dedicadas al intercambio de algún tipo de los servicios que se intercambia en Helpmi, como, por ejemplo, una app dedicada a la prestación del servicio cuidado de mascotas.
-  Tiendas físicas que carecen de presencia online y que prestan algunos de nuestros servicios, como por ejemplo arreglos de costura o del hogar.
-  Particulares que ofrecen sus servicios de manera tradicional, como, por ejemplo, pegando carteles en la calle.

RIVALIDAD

La rivalidad va a depender del margen del beneficio unitario en la prestación de un servicio. Nuestro margen de beneficio depende de las comisiones que se apliquen al precio de la prestación de este, e investigando un poco en las distintas empresas del mismo sector, los porcentajes de comisión son similares. Lo cual nos indica que obtienen un nivel de beneficios unitarios similares.

En cuanto al número de competidores que se realizan en parte las mismas funciones que Helpmi, hemos encontrado varias que se encuentran establecidas en España y que comentaremos en la matriz de competencias.

Analizando ambos aspectos, hemos considerado un nivel de rivalidad medio-alto, pues, aunque tengan un margen de beneficio unitario similar, no es que haya muchos competidores a nivel nacional, y menos a nivel comarcal.

2.6 MODELO DE ANÁLISIS COMPETITIVO

DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Débil posicionamiento de marca. • Escasa capacidad financiera. • Proveedores con un poder medio-alto de negociación. • Poca experiencia en el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso social • Cercanía con los clientes. • Habilidad del equipo en el uso de tecnologías • Variedad de formaciones académicas en nuestro equipo de dirección. • Rápida adaptación en entornos en constante cambio.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Caída del PIB • Disminución en la renta de las familias, debido a la caída de PIB per cápita con respecto a 2019. • Tasa Google. • Inestabilidad política mundial, guerras comerciales), aranceles (proteccionismo EEUU) ... • Incremento del impuesto a las rentas más altas • Sociedad cada vez más exigente con los servicios, requieren rapidez y excelencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en los hábitos de consumo por el confinamiento aumentando el uso de apps móviles. • Estructura demográfica envejecida, mayores dependientes. • Aumento del desempleo por el Covid-19 • Disminución de la entrada ilegal de inmigrantes. • Aumento y familiarización de los usuarios a pedir en plataformas On-Demand • Aprovechamiento de la situación de confinamiento para desarrollar nuestros servicios

MATRIZ DE VENTAJA COMPETITIVA

	helpmi	habitissimo	taskia	TODO SERVICIO	Clintu	HomeServe
Amplitud de servicios	✓	✗	✓	✗	✓	✗
App y web	✓	✓	✓	✗	✓	✗
Usabilidad	✓	✗	✓	✗	✓	✓
Precio visible en web y app	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Particulares y profesionales	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Cobertura de riesgo	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Posicionamiento	✗	✓	✓	✗	✓	✓
Servicios urgentes (inmediatez)	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Servicio postventa	✓	✗	✗	✗	✓	✓

 **VARIEDAD DE SERVICIOS:** Helpmi ofrece una amplia gama de servicios entre los que encontramos limpiezas del hogar, reparaciones, cuidado de mascotas, canguros y hacer las compras. Mientras tanto la mayoría de nuestros competidores se focalizan en limpieza y arreglos del hogar.

-  **APP Y WEB:** Ponemos a disposición de los usuarios tanto una aplicación como una web para solicitar y realizar el intercambio del servicio, con el fin de que nuestros clientes accedan de la manera más cómoda que les sea posible.
-  **USABILIDAD:** Pretendemos que tanto Needers como Helpers ofrezcan y soliciten el servicio de la manera más sencilla posible, por ello ofrecemos una web/app usable y fácil de manejar.
-  **PRECIO VISIBLE EN WEB Y APP:** En Helpmi queremos ofrecer transparencia en cuanto a los precios, por ello, en cada tarea los Needers deben establecer un rango de precios que refleje la cantidad de dinero que están dispuestos a pagar. Además, estableceremos una política de precios estricta para así evitar la realización de prácticas abusivas de ciertos usuarios.
-  **PARTICULARES Y PROFESIONALES:** En nuestro negocio no rechazamos a nadie, así pues, los Helpers pueden ser tanto profesionales como particulares, controlando que éstos últimos tengan ciertos dotes para realizar la actividad. Para mejorar la calidad de nuestro servicio, nuestros Needers podrán puntuar las tareas realizadas por los Helpers, para evitar que se realicen malos servicios y que los propios Needers puedan filtrar por valoración a la hora de buscar un Helper.
-  **COBERTURA DE RIESGO:** Helpmi no dispone de una cobertura de riesgos pues los Helpers son directa y exclusivamente responsables frente a los Needers de la calidad y corrección de los servicios prestados, así como de cualquier incidencia, garantía o servicio postventa asociado a la Tarea efectuada. Helpmi no forma parte de la relación jurídica que se genera entre los Needers y los Helpers al concluir la Transacción. Para asegurarnos de la correcta realización de las tareas, exigiremos unos requisitos determinados para cada servicio.

-  **POSICIONAMIENTO:** Pretendemos ser la marca líder del mercado, sin embargo, debido a que somos una startup, dicho reconocimiento lo conseguiremos más adelante pues sin la puesta en marcha de nuestro negocio, no se nos conocería.
-  **SERVICIOS URGENTES:** Si algún Needer necesita urgentemente la realización de alguna tarea, éste puede activar la opción de priorizar su servicio a un costo adicional y su solicitud será enviada a la empresa especializada del servicio requerido para que sea atendido.
-  **SERVICIO POSTVENTA:** Ofreceremos un servicio postventa de calidad. Cualquier error o problema que puedan llegar a tener alguno de nuestros clientes, podrán comunicárnoslo vía chat, teléfono o correo electrónico.



**PLAN
DE
MARKETING**

3. PLAN DE MARKETING

3.1 OBJETIVOS GENERALES DE MARKETING

Segmentación y mercado objetivo

¿Quiénes son nuestros clientes? Gracias a la validación de las hipótesis planteadas, hemos podido realizar con facilidad la estrategia de segmentación de nuestro mercado. Éstas nos han permitido dividirlo en dos tipos de clientes muy claros que se diferencian en función de algunas características demográficas, como, por ejemplo, la edad, la ocupación y la renta.

Así pues, tenemos a:

NEEDERS	HELPERS
<p>Personas que piden la realización de una tarea por desconocimiento o por falta de tiempo, ofreciendo una retribución</p> <p>EDAD: 26 a 50 años con excepciones</p> <p>OCUPACIÓN: trabajadores en mayor parte, aunque encontraremos estudiantes y empleados del hogar</p> <p>NIVEL DE RENTA: medio-alto</p> <p>SEXO: indiferente</p> <p>NEEDERS OBJETIVOS 3.142</p>	<p>Personas que están dispuestas a realizar una tarea, de la que tenga cierto conocimiento, a cambio de una retribución</p> <p>EDAD: 18 a 26 con excepciones</p> <p>OCUPACIÓN: estudiantes y desempleados en general</p> <p>NIVEL DE RENTA: bajo</p> <p>SEXO: indiferente</p> <p>HELPERS OBJETIVOS 3.487</p>

Para lograr identificar el número de cada uno de los públicos objetivos, hemos considerado las variables definidas anteriormente y hemos elaborado las siguientes tablas:

NEEDERS OBJETIVOS

En ella hemos tenido en cuenta a los habitantes de la ciudad de Sevilla, y en concreto, a la cantidad de personas que están en activos, a lo que le hemos sumado un pequeño porcentaje referido a esos desempleados o estudiantes que también serían Needers en algún momento. Seguidamente, el porcentaje de los potenciales lo hemos obtenido analizando los datos de la encuesta previamente mencionada.

Hemos querido ser lo más realistas posibles, por lo que hemos considerado una tasa del 2,5% de público objetivo. Consiguiendo finalmente la cifra de 3.142 Needers objetivos.

Tabla Needer objetivos

Población Sevilla por edad	Habitantes	Renta media alta	Trabajadores + Excepciones	Potenciales	Potenciales	Objetivos	Total Objetivos
18-26	112.227	35%	31,5%	80,35%	9.941	2,5%	248
26-40	165.846	35%	78,9%	94,12%	43.105	2,5%	1.077
40-55	176.339	35%	85%	95%	49.837	2,5%	1.245
55-70	112.223	35%	62%	94%	22.891	2,5%	572
TOTAL	566.635				125.774		3.142

Fuente: Elaboración propia

HELPERS OBJETIVOS

En ella hemos tenido en cuenta a los habitantes de la ciudad de Sevilla, y en concreto, a la cantidad de personas que están estudiando o en paro, a lo que le hemos sumado un pequeño porcentaje referido a esos empleados que también serían Helpers en algún momento. Seguidamente, el porcentaje de los potenciales lo hemos obtenido analizando los datos de la encuesta previamente mencionada.

Hemos querido ser lo más realistas posibles, por lo que hemos considerado una tasa del 2,5% de público objetivo. Consiguiendo finalmente la cifra de 3.847 Helpers objetivos.

Tabla Helpers objetivos

Población Sevilla por edad	Habitantes	Renta baja	Estudiante + Desempleados + Excepciones	Potenciales	Potenciales	Objetivos	Total Objetivos
18-26	112.227	65%	87,5%	95,34%	60.854	2,5%	1.528
26-40	165.846	65%	55,2%	85,71%	50.996	2,5%	1.274
40-55	176.339	65%	47,3%	69,1%	37.462	2,5%	936
55-70	112.223	65%	20%	30%	4.376	2,5%	109
TOTAL	566.635				153.688		3.847

Fuente: Elaboración propia

Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento seguida por Helpmi se fija principalmente en tres atributos; precio, calidad y rapidez. Pretende situarse como el negocio de referencia a la hora de que alguna persona tenga necesidad de pedir ayuda para la realización de una tarea.

Centraremos todo nuestro esfuerzo en controlar la interacción de los servicios para que se cumplan las mencionadas cualidades, y que nuestros clientes se encuentren lo más satisfechos posibles.

Volumen y rentabilidad

El volumen de clientes potenciales al que nos dirigimos es de 125.774¹⁷. Suponemos que un 2,5% de nuestro mercado potencial utiliza nuestros servicios una vez al mes con un ticket medio de 14,25€¹⁸ con una duración media de hora y media. Dicho ticket lo hemos obtenido de la media de los distintos precios medios de cada servicio, y aplicándolo a una hora y media. A su vez, la tarificación de los servicios la hemos determinado de distinta manera, algunos establecidos según la competencia, mientras que, para otros como Arreglos del hogar, Cuidado de mascotas y Servicio de compra, lanzamos una encuesta a la población con el fin de ser lo más rigurosos posible.

¹⁷ Tabla Needers objetivos Página 24

¹⁸ Tabla Precios Página 38

Esto supondría que 3.142¹⁹ personas tendrán un ticket medio por hora y media de 14,25€ al mes, generando unas transacciones de unos 44.773€. De esta cantidad nos llevamos de media un 14% de comisión. Para determinar este número, hemos realizado una media de las comisiones asignadas a los distintos rangos de precios del servicio prestado.²⁰

Finalmente, una vez aplicada dicha comisión al ticket medio mensual, generaríamos unos ingresos en el primer año de 6268 €/mes, unos 18.804€ durante el año 2.020.

Además, otra de nuestras fuentes de ingresos, consistiría en cobrar a los Helpers por posicionarse si así lo desean. Es decir, éstos pagarían una cuota mensual de mínimo 2€, para situarse de los primeros en la lista de Helpers. En función de la cantidad abonada, se encontrarán en orden de preferencia en la búsqueda. Con esta cuota, y considerando que un 20% de nuestros Helpers objetivos la pagarían, obtendríamos mensualmente 1.538€, que en el año 2020 darían lugar a 4.614€

Así pues, sumando ambos ingresos, conseguiríamos en torno 23.418€.

¹⁹ Tabla Needers objetivos Página 24

²⁰ Tabla Comisiones página 38

Funnel de conversión**ATRACCIÓN**

Aumentar la visibilidad del sitio web y de la app móvil, a través de anuncios en nuestras redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) y en Google AdWords, que generen Branding para ganar interacciones (Likes, Comentarios, Compartidos) y seguidores que empiecen a reconocer la imagen de nuestra marca y nuestros valores, además de trabajar con un posicionamiento orgánico (SEO) para aparecer en primeras posiciones con la búsqueda de palabras claves como : “Limpieza hogar”, “Ayuda tareas”, “Canguro”..., esto con el fin de que nuestra página Web tenga mayor visibilidad en el buscador.

Esperamos llegar a conseguir, según los resultados de las encuestas, la atención de un total del 70%-80% de la población de Sevilla.

La inversión para llevar a cabo las acciones de atracción será en CPM (Coste por cada mil impresiones) y CPC (Coste por cada Clic recibido).

LEADS

Realizar campañas performance para que los usuarios se registren, instalen la aplicación o realicen un favor, el impacto de las campañas performance se medirá con la inversión que se realizará en el CPL (Coste por cada lead recibido), CPI (Coste por instalación). Con los registros recibidos se harán campañas de mailing a los usuarios, con los servicios y las diferentes funcionalidades de nuestra app móvil.

Nuestro objetivo es captar un 35% de leads de los posibles clientes a los que hemos llegado en la fase anterior.

VENTAS

Para empujar las ventas se harán promociones de los paquetes de servicios que prestamos, así como beneficios a los primeros usuarios en usar la aplicación. Para medir la efectividad de las promociones, se invertirá en CPA (Coste por cada venta conseguida).

Esperamos llegar a vender a un 2,5% de los usuarios con los que conseguimos un lead.

FIDELIZACIÓN

Para garantizar la recurrencia se harán campañas de remarketing según los servicios que suelen pedir (“sus favoritos”), beneficiaremos a aquellos usuarios que más servicios intercambien, continuaremos con las promociones y ofreceremos un excelente servicio y atención a los usuarios.

Con todas estas acciones, pretendemos fidelizar alrededor de un 5% de los clientes que han usado nuestros servicios.

3.2 MARKETING MIX**Estrategia de producto/servicio**

Helpmi ofrece un catálogo de siete servicios que iremos ampliando gracias a las sugerencias de nuestros propios clientes. En alguno de ellos exigiremos cierta documentación necesaria, aparte de los datos personales para certificar que cuentan con una determinada experiencia o formación, como comentaremos a continuación en la descripción de cada servicio. En cuanto a los datos personales y profesionales que nos proporcionan, nos aseguraremos de controlarlos rigurosamente cumpliendo con la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Una vez comprobada la información, se le dará de alta en nuestra plataforma y podrá comenzar a solicitar los servicios que previamente haya seleccionado. Hablamos de seleccionar, pues en el momento del registro, cada Helper seleccionaría las categorías en las que estaría dispuesto a participar. Una vez seleccionadas, si el Helper lo desea, se le enviará notificaciones por la publicación de servicios relacionados con sus requerimientos.

En el momento de que un Needer demande la realización de un servicio y un Helper tenga las cualidades necesarias para su realización, el segundo enviará una solicitud al primero, el cual decidirá si aceptar o no la petición. En el momento en el que el Needer acepte, el pago se bloqueará en nuestro sistema, y se ingresará al Helper una vez se termine el servicio y queden los dos satisfechos. Si surgen problemas debido a la realización de la actividad, Helpmi se encargará de solucionarlos y de llegar a un acuerdo que beneficie a ambas partes. Algunas de estas soluciones pueden ser hacer uso de nuestro servicio de BackOffice que más adelante explicaremos.

Cuando el servicio quede terminado, el Needer podrá valorar la prestación del Helper mediante un sistema de puntuación, y si lo desea, con algunos comentarios. El equipo de Helpmi se encargará de revisar las puntuaciones que nuestros clientes reciben para poder clasificar a nuestros colaboradores y en caso de que tengan más de tres faltas graves (puntuación por debajo de 2 en una escala de 5) serán expulsados de nuestra plataforma.

Como comentamos, somos una plataforma de intermediación, por lo que no nos haríamos cargo de los riesgos que puedan surgir durante la realización de la tarea. Informaremos a todos nuestros usuarios de estas medidas, las cuales bajo su responsabilidad deberán aceptar.

A continuación, describiremos con rigurosidad los servicios que vamos a realizar, así como los requisitos necesarios:

-  **Limpieza del hogar:** Se compone de los servicios que incluyen tareas de limpieza y aseo de la vivienda, cuyo cumplimiento recae bajo la responsabilidad exclusiva del Helper, quien será plenamente responsable de las potenciales consecuencias o sanciones derivadas de su incumplimiento, eximiendo a Helpmi de cualquier responsabilidad.

 **Arreglos de hogar:** Helpmi a través de su plataforma pone en contacto a Helpers y Needers que necesitan ayuda para realizar tareas de electricidad, fontanería, electrodomésticos, cerrajería, pintura y cualquier tipo de incidencia que puedan surgir en las viviendas.

Aquellos Helpers que quieran prestar sus servicios en esta categoría deben poseer experiencia mínima de 3 años en la realización de la tarea o estar dado de alta en el Régimen de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social. Para justificar la experiencia deben de presentarse documentos que la acrediten tales como contratos de trabajo. En caso de que el colaborador no sea autónomo deberá firmar un documento en el que asume toda la responsabilidad ante posibles incidencias que pudiera causar tras su trabajo, eximiéndose así Helpmi de todo riesgo ocasionado por dichos Helpers.

 **Cuidado de mascotas:** No dejes tus mascotas sin compañía. En Helpmi encontrarás todo lo que necesites para que tu mascota se encuentre como en casa. Podrás contar con la ayuda de un Helper para tareas como sacar de paseo a tu mascota, alimentación, juego, baño, guardería e incluso visitas al veterinario.

 **Servicio de canguro:** Tienes la posibilidad de que un Helper se encargue de tus hijos en cuanto lo necesites. Se advierte expresamente que, de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, aquellas personas que pretendan ofrecer servicios que impliquen el contacto habitual con menores (cuidado de niño/as, clases particulares de primaria o secundaria, etc.) deberán obtener, antes de prestar este tipo de servicios, la correspondiente certificación negativa del Registro Central de delincuentes sexuales y estar en disposición de acreditar el cumplimiento de este requisito al Needer, bajo su exclusiva responsabilidad.

 **Compras:** si necesitas que te realicen cualquier tipo de compra en tienda de cercanía y su posterior entrega en su domicilio, contamos con ese servicio. Compras en farmacia, estanco, supermercados o frutería.

Como parte de nuestro posicionamiento está basado en la rapidez en el servicio, ofrecemos la posibilidad de realizar pedidos urgentes a través de nuestra plataforma. En este caso, el Needer que lo solicite podrá ser atendido en menos de 30' gracias a nuestros colaboradores externos. Este servicio tendrá un sobrecoste.

APP HELPMI

La usabilidad y facilidad de uso es nuestra premisa, por ello hemos diseñado una aplicación lo más sencilla posible con el fin de que realizando los mínimos pasos posibles, puedan solicitar el servicio. Los pasos a realizar en la app serían los siguientes:

1º Registro en la aplicación.

2º Seleccionar qué usuario seríamos en ese momento, Needer o Helper.

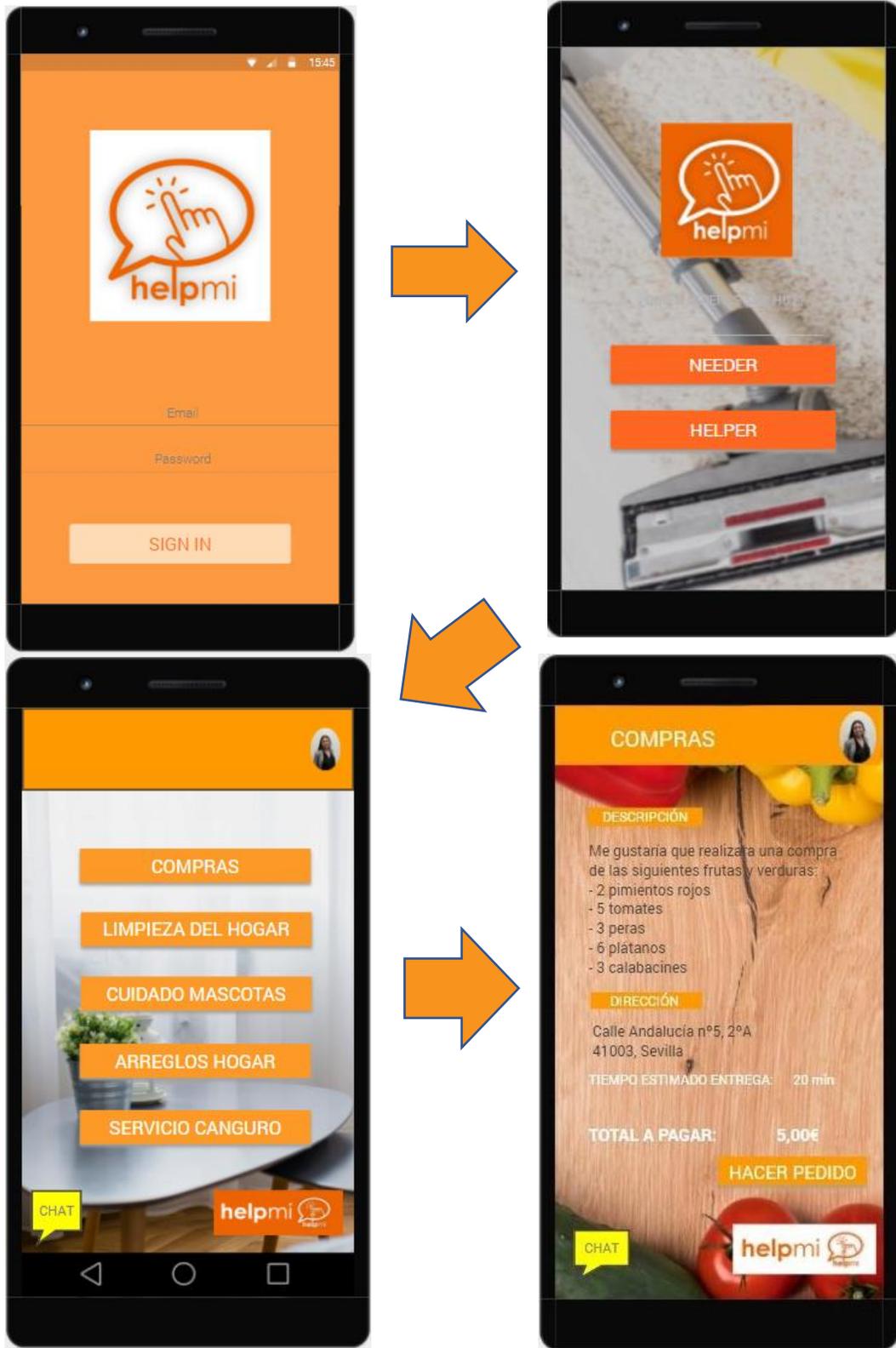
3º Acceder a la sección donde se encuentre el servicio que deseemos demandar o realizar

4º Crear la demanda y enviarla (Needer)/ Solicitar el servicio (Helper)

5º Aceptar al Helper y retener el pago

6º Realización del servicio y envío del pago.

7º Valoración



PÁGINA WEB

Además de la app, disponemos de una página web preparada para que Needers y Helpers intercambien los servicios. Al igual que nuestra aplicación, la hemos diseñado de la manera más sencilla posible con el fin de facilitar el uso a nuestros clientes. También en ella, podrán acceder a diversidad de contenidos, como información sobre Helpmi, su equipo y un blog en el que interactuar con nuestra comunidad.



Página web: www.helpmiapps.com

POSICIONAMIENTO HELPERS

Ofrecemos la posibilidad a los HELPERS de que obtengan mayor visibilidad en la plataforma a cambio de un pago mensual. Así aquellos que paguen esa cuota o tengan mejores valoraciones estarán posicionados más arriba en las búsquedas.

SERVICIO POSTVENTA

Para la máxima satisfacción de nuestros clientes, tenemos a disposición de los mismos un servicio postventa que cuenta con un chat, correo y teléfono móvil en el que se atenderán las posibles reclamaciones, dudas y/o incidencias.

POLÍTICA DE CANCELACIÓN

Helpmi permite la cancelación flexible de las tareas contratadas.

- 🗨️ Una tarea no queda oficialmente cancelada hasta que el Needer no lo comunica vía email a helpmiapps@gmail.com, indicando el motivo de cancelación de la tarea.
- 🗨️ Si hay alguna queja de cualquiera de las partes implicadas, es necesario avisar a Helpmi antes de que pasen 7 días tras la realización del servicio, y antes de valorarla. Si un Needer valora una tarea con 3 o más estrellas está dando por buena la realización de la misma y no se podrá reclamar el pago.
- 🗨️ Helpmi mediará entre ambas partes cuando sea necesario y tomará la decisión definitiva en todas las disputas. Helpmi se reserva el derecho a acceder al registro de las interacciones producidas entre el Needer y el Helper a través de la plataforma al objeto de contar con todos los antecedentes del caso y evaluar la situación en contexto. Tanto el Needer como el Helper se comprometen a respetar la solución que razonablemente les proponga Helpmi a la vista de las circunstancias del caso.

Cancelación solicitada por el Helper

Si el motivo de cancelación ha sido solicitado por el Helper, el Needer recibirá el reembolso íntegro de la tarea abonada y se aplicará una penalización económica en la cuenta del Helper si este cancela con menos de 24 horas de antelación, y no podrá

volver a usa Helpmi hasta que se haya pagado la infracción. Si lo hace en más de 24 horas, no habría penalización.

Si un Helper cancela varias actividades en repetidas ocasiones (más de 3 veces sin motivos justificados) tendremos el derecho de cancelar su cuenta en Helpmi.

Cancelación solicitada por el Needer.

Si es el Needer quien cancela el servicio se le aplicará una penalización económica correspondiente al 30% del precio acordado en la tarea si avisa con menos de 24 horas antes a la realización y no podrá volver a usar Helpmi hasta que ésta sea compensada. Si se cancela con más de 24 horas, no tendría ninguna penalización, y recibirá el reembolso completo.

Si un Needer cancela varias actividades en repetidas ocasiones (más de 3 veces sin motivo justificado) tendremos el derecho de cancelar su cuenta en Helpmi.

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución de HELPMI es la distribución directa por Venta Online.

Nuestra estrategia de ventas se basa en una plataforma digital que permite el encuentro e interacción de nuestros usuarios a través de una APP de tipo Nativa, cuyo diseño se centrará y difundirá a Smartphones iOS y Android, en concreto, en las dos tiendas virtuales con mayor interacción mundial:

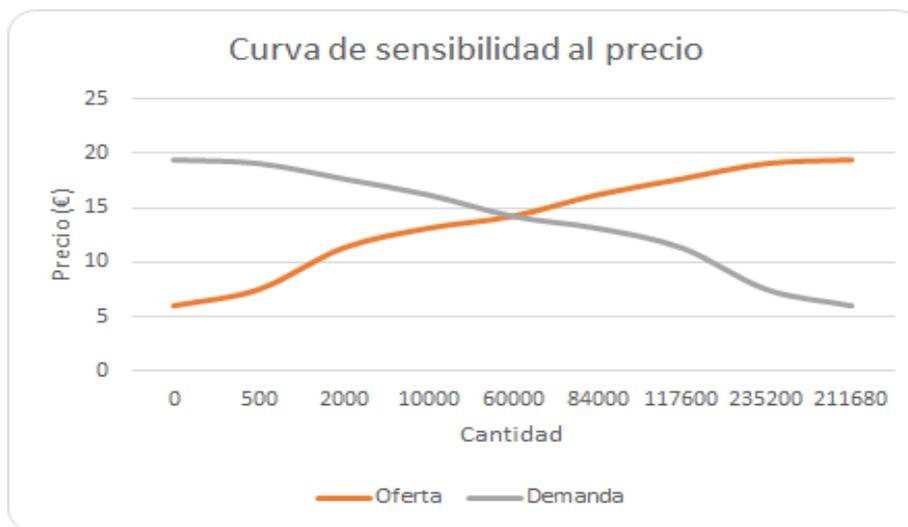
 App Store

 Play Store

Desde las mismas, los usuarios podrán descargarse la aplicación sin coste alguno para su uso y disfrute. Estas serán, por tanto, las dos únicas vías dónde podrán descargar la aplicación aquellos que lo deseen. Tenemos dos segmentos de clientes diferenciados, teniendo uno de ellos poca presencia en RRSS por lo que se han planteado otras estrategias de comunicación como anuncios de radio o reparto de flyers. Gracias a las constantes campañas que realizaremos y los anuncios publicados en Facebook, Twitter e Instagram previo pago, los usuarios clicando sobre ellos podrán acceder directamente a su tienda virtual específica (dependiendo si su sistema operativo es iOS o Android). Una vez allí, podrán proceder a descargar la aplicación.

Estrategia de precio

Para fijar nuestros precios, hemos tenido en cuenta los precios que suelen tener nuestros servicios en el mercado y con ellos hemos realizado una encuesta (ANEXO) entre nuestros clientes para así poder ser más competitivos. En dichas encuestas hemos tenido en cuenta tres de nuestros servicios que consideramos que serían los más demandados. Hemos realizado la curva de sensibilidad del precio de cada uno de ellos y, seguidamente, hemos establecido una curva de sensibilidad media de los precios de los tres servicios, que sería la siguiente:



Fuente: elaboración propia

Con los datos obtenidos de las encuestas y por razonamientos propios en el resto de los servicios, en la siguiente tabla podemos ver el desglose de precios de nuestros servicios:

SERVICIO POR HORA	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO MEDIO
LIMPIEZA DEL HOGAR	6€	13€	9,5€
ARREGLOS DEL HOGAR	6€	27€	16,5€
CUIDADO DE MASCOTAS	5€	10€	7,5€
SERVICIO DE CANGURO	7€	14€	10,5€
SERVICIO DE COMPRA	2€	5€	3,5€
TICKET MEDIO APROXIMADO POR HORA			9,5€

Considerando que la media de tiempo por servicio realizado es hora y media (90 minutos), el ticket medio estimado es de 14,25 €.

El precio mínimo sería de 1,5€ el servicio (15 minutos), mientras que el máximo estaría sujeto al SMI, ya que por encima de ello sería ilegal.

También hemos definido unos intervalos de precios en los cuales aplicaremos una comisión (Se lo aplicaremos íntegramente a los Needers):

INTERVALOS DE PRECIO (€)	PORCENTAJE
1,5 - 6	10%
6 - 15	12%
15 - 25	14%
25 - 50	16%
> 50	18%

En el siguiente mapa, podemos observar como se situaría Helpmi con relación a su precio/rapidez, y su competencia.



Además, otra de nuestras fuentes de ingresos, consistiría en cobrar a los HELPERS por posicionarse si así lo desean. Es decir, éstos pagarían una cuota mensual de mínimo 2€, para

situarse de los primeros en la lista de Helpers. En función de la cantidad abonada, se encontrarán en orden de preferencia en la búsqueda.

Estrategia de comunicación

Nuestra señal de identidad corporativa más importante será nuestro logo.

La esencia de nuestra razón de ser es la colaboración y ayuda entre ciudadanos y es por ello por lo que elegimos el nombre de HELPMI para la empresa.

En nuestro logo, vemos representado un símbolo de ayuda ampliamente conocido como es una mano levantada, que hemos representado dentro de un “bocadillo”.



Nuestros colores corporativos son el blanco y el naranja, siendo estos percibidos por las personas como frescura, tranquilidad y felicidad, en definitiva, los valores que queremos transmitir a nuestros usuarios.

A través de nuestros canales de comunicación con el cliente como son nuestras RRSS y nuestra web y APP, nos encargaremos de llevar a cabo acciones de relaciones públicas en las que comunicaremos toda aquella información que creamos de su interés y beneficio para así crear

una relación de confianza. Todas las actuaciones de comunicación corporativa, desde el marketing en medios hasta la comunicación comercial o postventa, la alinearemos con un mensaje para lograr un posicionamiento uniforme.

Cómo somos conscientes de que somos una start up, nuestras acciones de marketing iniciales se centrarán en acciones de branding, con el fin de crear una imagen de marca. A través de una comunicación de la identidad corporativa y una definición y afianzamiento de nuestro posicionamiento.

Utilizaremos como medio fundamental el medio digital, ya que nuestro objetivo se encuentra en este y es bastante eficaz.

Pero ¿cómo conocerán nuestra plataforma los posibles usuarios?

Sabiendo que tenemos dos segmentos de clientes tendremos una estrategia de comunicación diferenciada ya que cada uno de ellos se caracteriza por utilizar una serie de medios.

- **COMUNICACIÓN NEEDERS**

Con un rango de edad mayor y un estilo de vida de trabajador, optaremos por realizar campañas en aquellos lugares que más frecuenten.

CAMPAÑAS RADIO

Vamos a realizar una cuña en horario de mañana (7h-8:30h) y media tarde (15h-16h) en la que incluiremos un anuncio de nuestra app. La elección del canal de radio elegido se ha basado en los resultados de la EGM 2020 DE LA AIMC, que posiciona a Canal Sur Radio como unas de las principales emisoras de la provincia de Sevilla. Crearemos una cuña de audio con una

duración no superior a los 20”, y estará en línea durante los 2 primeros meses de actividad, observando tras esto su impacto, proseguiremos con la campaña más adelante.

- **COMUNICACIÓN HELPERS**

Paralelamente, estaremos presentes en las RRSS más utilizadas por nuestros clientes objetivos, en este caso, Facebook, Instagram y Twitter. En ellas realizaremos tanto publicaciones como anuncios de pago con los que propondremos la descarga de nuestra app, la visita a nuestra web o la mera interacción con nuestras páginas con likes. Esto no significa que usemos las RRSS solo para captar la atención de los Helpers, también realizaremos campañas focalizadas en nuestros Needers.

CAMPAÑA RRSS

Se realizarán una serie de publicaciones con frecuencia en nuestras RRSS para mantener a nuestra audiencia atenta a todas las novedades que se presenten en la compañía proporcionando material altamente impactante y atractivo para aumentar nuestra red de seguidores. Además de eso, realizaremos campañas de pago en las que se incluya un enlace directo a nuestra web o app.

Calendario publicaciones RRSS

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
FACEBOOK		Facebook		FACEBOOK
	INSTAGRAM		INSTAGRAM	
TWITTER		TWITTER		TWITTER

Así pues, estaremos presentes en las siguientes RRSS:

TWITTER



	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Campaña RRSS + SEO	2.400 €	4.800 €	7.200 €	12.240 €	20.808 €

● **CAMPAÑAS CONJUNTAS**

CAMPAÑA FLYERS

Se realizará un reparto de estos flyers informativos en los alrededores de las zonas universitarias de la ciudad de Sevilla con el ánimo de dar a conocer a nuestro posibles Helpers nuestro proyecto. Para entregarlos a nuestros Needers, acudiremos a supermercados y zonas

muy frecuentadas por empresarios como la Torre Sevilla. Su distribución se extenderá durante los 2 primeros meses de actividad. Aquí les mostramos un ejemplo:



REGALOS PROMOCIONALES

Realizaremos campañas de promoción en las que se obsequiará a los primeros usuarios de nuestra APP con material corporativo de HELPMI. Aquí ofreceremos los regalos tanto a nuestros colaboradores o “Helpers” como a los usuarios.

Por ejemplo, en el caso de que se contrate un servicio de paseo de mascotas, regalaremos un portabolsas.



Otros ejemplos de material corporativo a ofertar son los siguientes:



	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Artículos promocionales	1.000 €	2.000€	3.000€	3.000€	3.000€

OTRAS CAMPAÑAS

-  **Cupón amigo:** Si invitas a un amigo a la app y se registra con tu código en la plataforma, este recibirá un descuento del 20% en su primer servicio y tu recibirás un descuento de 5€* (aplicable proporcionalmente en los próximos 3 servicios)
-  **Black Friday:** Con ánimo de agilizar las ventas y aumentar clientes, a finales de noviembre realizaremos la campaña de promoción en la que no se cobrarán comisiones a todos los servicios efectuados el día 27 de noviembre de 2020.

-  **Campaña de Navidad:** En esta navidad las compras realizadas entre las fechas del 23 al 25 Diciembre y del 30 Diciembre al 1 de Enero, se destinarán parte de las comisiones recolectadas a fundaciones de bancos de alimentos.

MARKETING DIGITAL

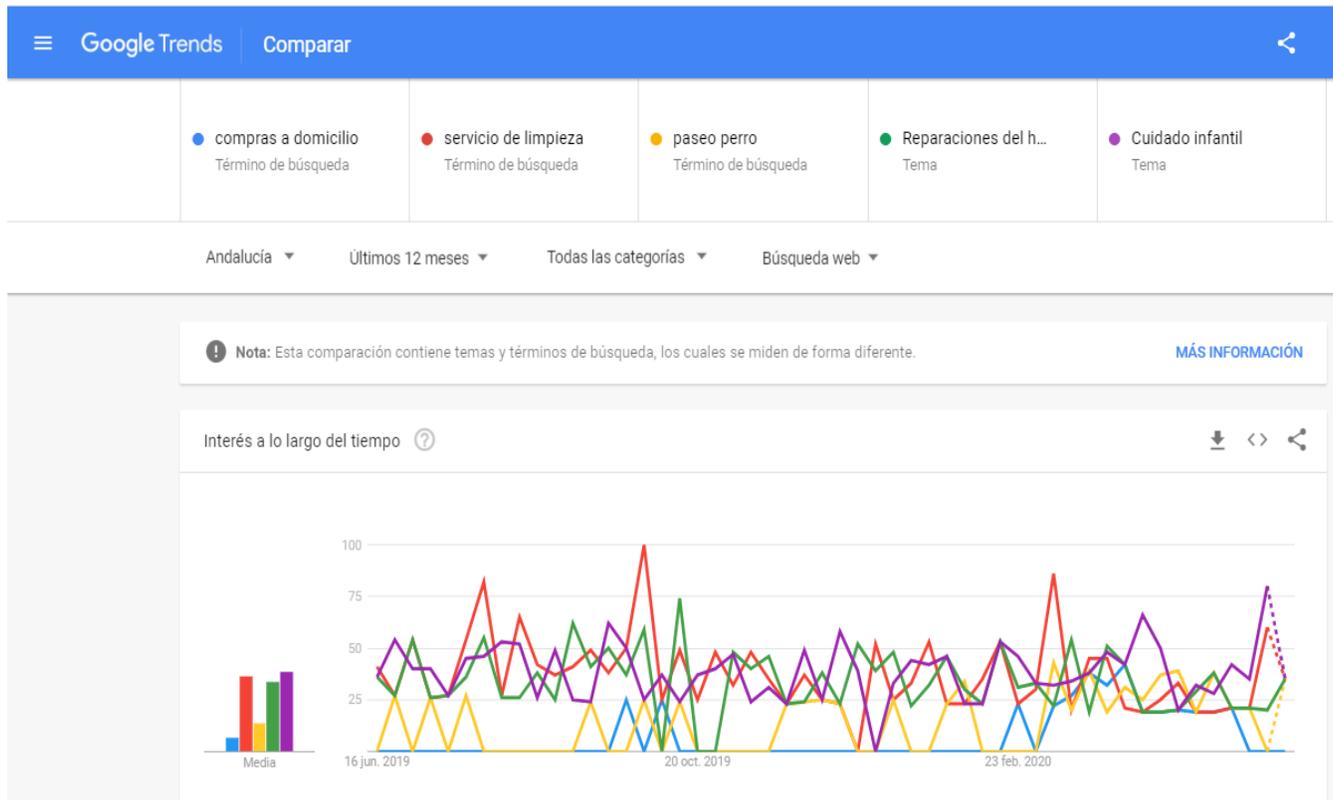
SEO

Realizaremos un gran esfuerzo para conseguir que nuestra web sea de las primeras en aparecer cuando un usuario busque en google contenido relacionado con nuestra actividad. Analizaremos profundamente las palabras claves, y para ello nos fijaremos en nuestra competencia, empleando herramientas como SemRush. También nos centraremos en el marketing de contenidos en las RRSS y plataformas ya comentadas.

GOOGLE ADWORDS

Mediante Google Adwords pretendemos que nuestros clientes potenciales puedan vernos lo máximo posible. Crearemos anuncios en Google que se mostrarán en las páginas webs relacionadas con nuestra actividad empresarial incrementando así nuestro tráfico inorgánico

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Campaña Google Adwords	400 €	800€	1.040€	1.768€	3.005€



EMAIL MARKETING

El envío masivo de mails es una técnica muy útil para captar y fidelizar a los clientes. Para lograr conseguir los datos relativos a esto, y en concreto, conseguir un correo electrónico, lanzamos una landing page en la cual los clientes que estaban interesados en saber más acerca de Helpmi nos dejaban su email. Una herramienta de las más interesantes para llevar a cabo esta técnica es Mailchimp. Los mails que enviaremos contendrán información más detallada acerca de Helpmi, aviso de promociones para el primer uso de la aplicación, así como los regalos mencionados con anterioridad, etc...

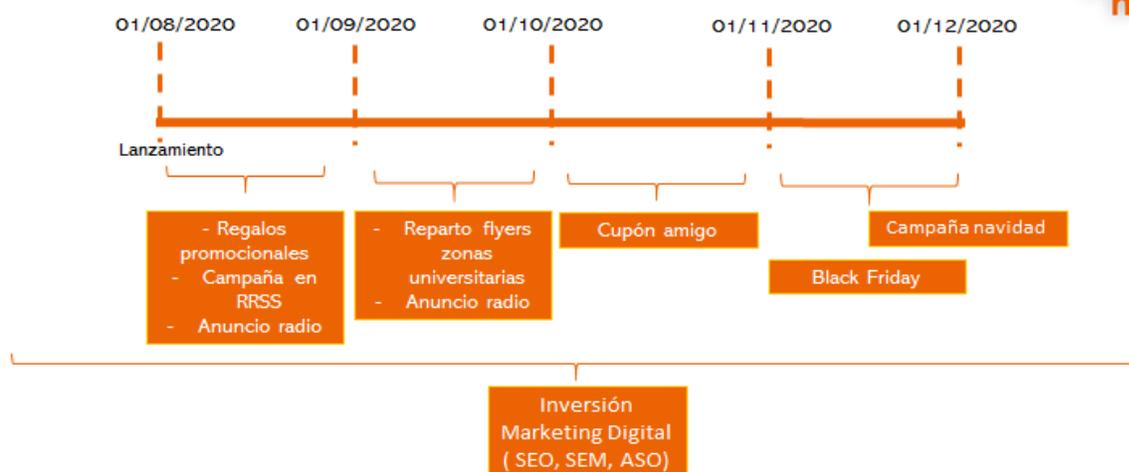
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Email marketing	1.000 €	3.000€	7.000€	10.000€	10.000€

MARKETING DE INFLUENCERS

Una de las últimas acciones de marketing, pero no menos importantes, es la publicidad por medio de personajes públicos con una determinada cantidad considerable de seguidores en sus redes sociales. Hoy en día, estos influencers tienen una gran capacidad de influencia y credibilidad sobre las personas. Iremos contactando con algunos de ellos para dar a conocer cada uno de nuestros servicios, por ejemplo, para los servicios de cuidado personal hemos contactado con Mario Ortiz, influencer en instagram conocido por sus consejos sobre la salud y el bienestar y que nos publicitaria en el primer año de manera gratuita. También contaremos con la ayuda de otros microinfluencers a cambio de pequeñas compensaciones.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Marketing de influencers	0€	1.000€	3.000€	7.000€	10.000€

Cronograma acciones de marketing 2020-2021

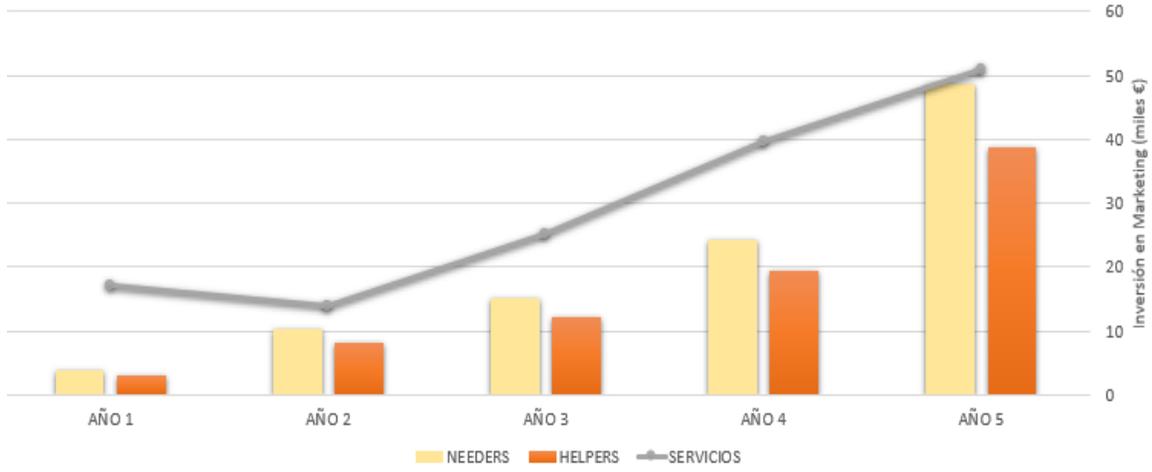


Presupuesto acciones de marketing 2021-2025



ACCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMPAÑAS PROMOCIONALES	3.000 €	5.500 €	15.000	50.000 €	102.000€
ANUNCIO TV			60.000 €	370.000	670.000 €
RADIO	16.000 €	50.000 €	98.000 €	150.000	190.000 €
RRSS + SEO	4.680 €	8.200 €	13.000 €	28.240 €	53.000 €
GOOGLE ADWORDS	1.000 €	1.240 €	4.500 €	7.300 €	15.980 €
EMAIL MARKETING	770 €	1.050 €	2.500 €	4.000 €	9.000 €
MARKETING INFLUENCERS	1.200 €	1.910 €	7.500 €	15.000 €	39.000 €
TOTAL	26.650 €	67.900 €	199.500 €	624.540 €	1.078.980 €

Captación de clientes según inversión en marketing





PLAN DE RRHH

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 ORGANIGRAMA

La actividad de esta empresa estará gestionada desde el principio por los 4 fundadores. A pesar de que se ha trabajado de manera transversal todos los aspectos del proyecto inicial, hemos designado los diferentes roles de cada uno de nosotros en el siguiente organigrama:



MARTA ARMAS ABREU**CEO Y DIRECTORA DE MARKETING**

Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Sevilla y actualmente cursando el MBA de la Escuela de Organización Industrial.

JUAN VÁZQUEZ CLAVERO**DIRECTOR DE IT**

Graduado en Ingeniería de Organización Industrial por la Universidad de Sevilla y actualmente cursando el MBA de la Escuela de Organización Industrial.

DIANA CATHERINE HERRERA ORTIZ**DIRECTORA DE OPERACIONES**

Graduada en Ingeniería Industrial en la Universidad de Bogotá y actualmente cursando el MBA de la Escuela de Organización Industrial.

DAVID SALAS PÉREZ**DIRECTOR FINANCIERO**

Graduado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla y actualmente cursando el MBA de la Escuela de la Organización Industrial.

Para el resto de las tareas no plasmadas en el organigrama nos encargaremos de subcontratar los servicios de tecnología y desarrollo de la APP al igual que una agencia de Marketing, para realizar algunas de las campañas previamente mencionadas.

Hemos de añadir que contaremos con un convenio de colaboración con la empresa Grupo DMSL, que nos proporcionará los servicios de limpieza y/o reparaciones del hogar en aquellas ocasiones en la que nuestros Needers no estén satisfechos con el servicio prestado o en caso de que ocurra alguna incidencia.

Para atender cualquier altercado con nuestros usuarios contaremos con un servicio de atención telefónica que estará prestado por la empresa Serviquir, que cuenta con un servicio de Call Center.

A medida que vayamos creciendo, necesitaremos añadir integrantes a nuestro equipo de Helpmi. Primeramente, incluiremos el servicio subcontratado de tecnología y desarrollo al igual que el marketing.

A continuación, presentamos una tabla mostrando los diferentes departamentos que se crearán a medio plazo.

PERIODO	DEPARTAMENTO	CARGO
AÑO 2	SISTEMAS	Informático
	MARKETING	Técnico Marketing
AÑO 3	SISTEMAS	Informático
	ATENCIÓN A CLIENTE	
	MARKETING	Especialista Marketing Digital
AÑO 4	SISTEMAS	Informático
	ATENCIÓN A CLIENTE	Auxiliar de atención al cliente
	MARKETING	Especialista Marketing Digital
AÑO 5	SISTEMAS	Informático
	ADMINISTRACIÓN	Administrativo
	EXPANSIÓN	Desarrollo de negocio
	DATOS	Analista de datos

4.2 CULTURA EMPRESARIAL

En HELPMI somos conscientes de que nuestra mano de obra es la que hace posible nuestro proyecto y es por ello que queremos mantenerles atraídos y motivados por la empresa. La base de nuestra filosofía es que exista un ambiente de trabajo amigable, cordial y afable en el que poder desarrollarse personal y profesionalmente. Creemos que las estructuras jerárquicas están obsoletas y es por ello que organizaremos la empresa de manera que todos los participantes tengan voz y voto en las decisiones de la empresa.

Las claves en recursos humanos será la formación y desarrollo de los empleados. Proporcionaremos una plataforma en la que se dará una formación inicial de bienvenida a todos nuestros nuevos empleados y además se proveerá de cursos formativos de diversas índoles a todos nuestros colaboradores.

Para el buen desarrollo de la fuerza de trabajo realizaremos encuestas para obtener información, opinión y feedback de los empleados. Además, les brindaremos la posibilidad de traspaso entre departamentos y puestos de trabajo al igual que de promoción interna, pudiendo crear una carrera dentro de la empresa con el fin de tener a los mejores profesionales en los puestos deseados.

4.3 POLÍTICA RETRIBUTIVA

Desde Helpmi queremos que nuestros empleados sientan que forman parte de una gran compañía y deseen quedarse con nosotros mucho tiempo y por ello sabemos que es imprescindible que exista una buena política retributiva. Esta estará compuesta de una parte fija y otra variable.

La parte fija estará compuesta por bandas salariales dependiendo del puesto que ocupemos. Paralelamente, existirá una parte variable que dependerá del desempeño individual que se medirá a partir de evaluaciones del desempeño que realizaremos trimestralmente. Así lograremos que se encuentren motivados y tomen parte de la consecución de los objetivos marcados por la empresa.

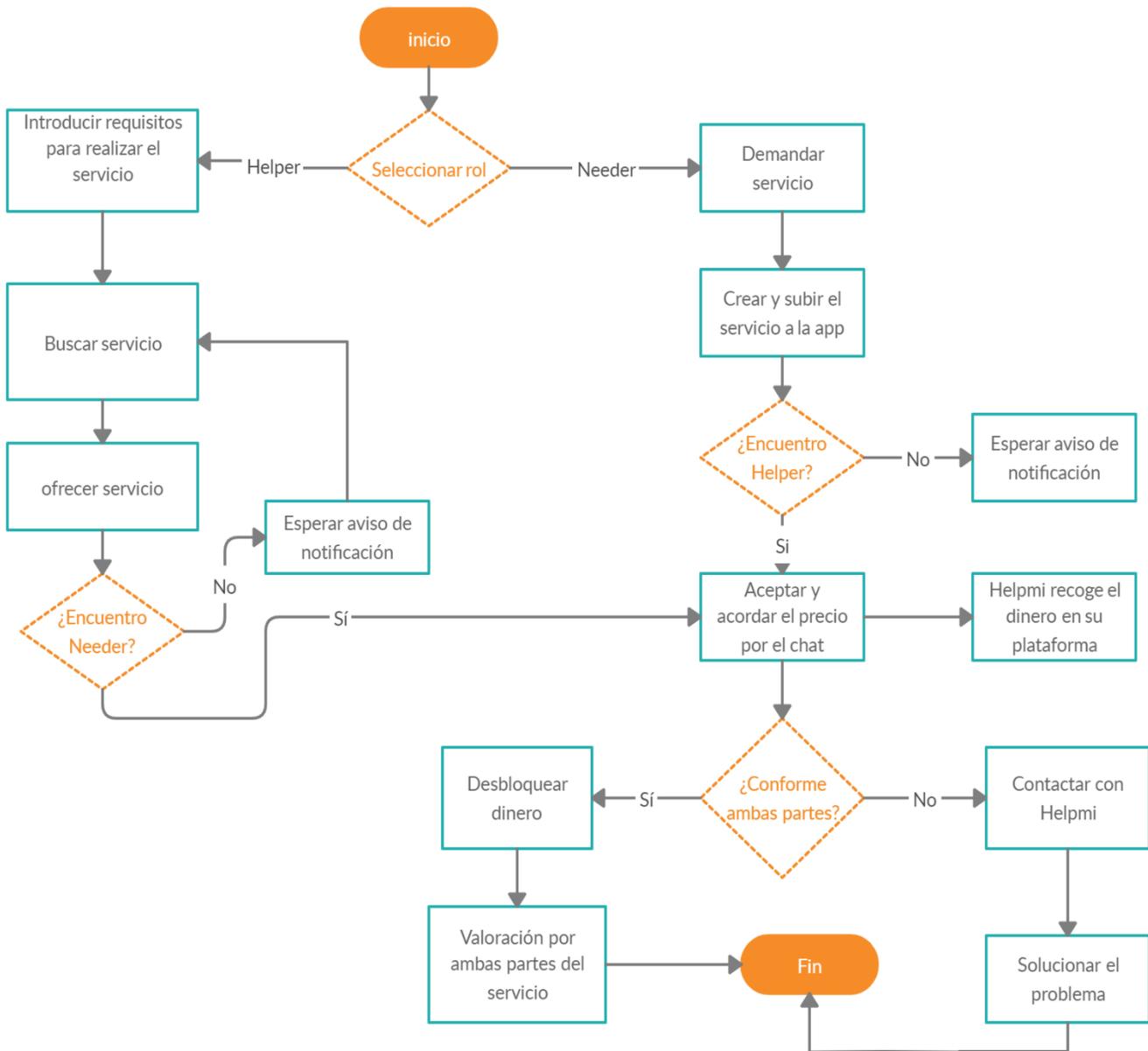
Por otro lado, incluiremos también una retribución flexible compuesta por el pago de guardería y cheques de comida para aquellos que así lo soliciten.



PLAN DE OPERACIONES

5 PLAN DE OPERACIONES

5.1 DIAGRAMA DE OPERACIONES



1.- Seleccionar rol: en nuestra aplicación los usuarios pueden ser tantos Needers como Helpers al mismo tiempo, es por ello que la página de inicio te ofrecerá la posibilidad de elegir qué rol decidirás tomar ese día.

HELPER:

Introducir requisitos para realizar el servicio: cada vez que un HELPER decida realizar un servicio por primera vez deberá de rellenar una serie de documentos en los que acreditará contar con los requisitos para la realización del mismo.

Buscar servicio: Una vez se haya validado las certificaciones de aptitudes, el HELPER tendrá acceso a la opción de buscar los servicios que se han demandado.

Ofrecer servicio: Paralelamente, cada HELPER tiene la posibilidad de ofrecer una oferta para el servicio que desea prestar y mantenerse a la espera de un NEEDER, momento en el que se le enviará una notificación de servicio.

Esperar notificación de la plataforma: La APP contará con los datos suministrados por el HELPER para sus preferencias en prestar determinados servicios y cuando detecte alguna demanda de NEEDER que coincida, se le avisará vía notificación.

NEEDER:

Demandar servicio: Una vez registrado en la plataforma, el NEEDER deberá elegir uno de los servicios que ofrecemos.

Crear y subir el servicio a la app: Ya elegido el servicio, el NEEDER deberá crear el anuncio exponiendo los detalles del mismo y prefijando una cantidad monetaria que más adelante podrá negociar con el HELPER.

Esperar notificación de la plataforma: En caso de que el NEEDER no encuentre un HELPER, este deberá esperar el aviso de notificación de la app cuando haya un HELPER disponible para realizar su servicio.

2. Aceptar y acordar el precio por chat: Si existe un acuerdo entre HELPER y NEEDER, el sistema les pone en contacto para que entre ellos establezcan el precio para prestar la actividad deseada. Aquí HELPMI no interviene, solo estipula unos precios mínimos.

3.- Helpmi recoge dinero en la plataforma: una vez se acepte el servicio, la plataforma retiene el pago del servicio hasta que se dé por finalizada la tarea por ambas partes.

4.- ¿Está conforme con el servicio?

 **SÍ**

Desbloquear dinero: Una vez se realice el servicio y ambas partes estén de acuerdo, deberán acceder a la app y dar por finalizada la actividad. En ese momento el dinero es ingresado en la cuenta del Helper y Helpmi cobrará la comisión.

Valoración del servicio por ambas partes: Tras producirse la transacción económica, tanto Helper como Needer, deberán valorar la actitud correspondiente en una escala de 1 a 5, y se daría por finalizado la intermediación.

NO

Contactar con Helpmi: Si se realiza el servicio y alguna de las partes no está conforme, deberán contactar con nuestro servicio de atención al cliente. El dinero seguiría bloqueado en nuestra plataforma.

Solucionar el problema: Analizaremos el posible problema y contactaremos tanto con Needer como Helper. Estudiaremos la trayectoria de cada uno de ellos en Helpmi mediante las valoraciones y las quejas previamente recibidas. En función de la gravedad del asunto, cancelaremos el servicio y el dinero será devuelto al Needer, o bien, si es muy grave el asunto podríamos hacer uso de nuestro BackOffice.

Métricas de desempeño App/web

PARÁMETROS	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA	UNIDAD
Métricas de performance de la APP			
Caídas APP	APP Cierres abruptos de la APP mientras se encuentra en uso	0,20	%
Caídas WEB	Cierres abruptos de la WEB mientras se encuentra en uso	0,13	%
	Duración de la gestión de orden	53	Min
Velocidad de navegación	Nota 9,2/10 para velocidad de navegación	92	%
Métricas de captación de clientes			
Descargas	Número de Descargas por semana	47	Descargas
Usuarios diarios	Números de usuarios activos diarios	12	%
Tiempo medio de navegación	Tiempo medio de duración de las sesiones y/o visitas	30	Min
Retención de usuarios	Tasa media de retención de usuarios	80	%
Abandonos	Tasa media de abandonos	18	%
Métricas de adquisición de clientes			
<u>Life Time Value (LTV)</u>	(Ticket medio cliente * <u>Nº</u> servicio mes) * permanencia	171€	€

5.2 PLAN DE EXPANSIÓN

Como bien aparece en nuestro eslogan, en Helpmi vamos sin prisas. Queremos llevar un control riguroso de todas las transacciones que se produzcan con el fin de poder atender a todos nuestros clientes a la perfección. Es por ello que nuestro objetivo de expansión es estar presente en los próximos 5 años en las grandes ciudades de España.

FASE 1 LANZAMIENTO EN SEVILLA 2020

El lanzamiento de Helpmi tendría lugar en la ciudad de Sevilla en agosto de 2020. Decidimos comenzar en la capital hispalense pues es en ella donde realizamos principalmente la mayoría de las validaciones de clientes. Además, actualmente, es el lugar de residencia de gran parte del equipo Helpmi, por lo que conocemos a la perfección el comportamiento de sus habitantes.

Otros de los aspectos por los que nos guiamos fue en la cantidad de población. Quisimos comenzar en una ciudad mediana para poder así controlar las transacciones de todos los servicios posibles. Cabe decir, que en Sevilla todavía no hay ningún competidor que se haya establecido como el mejor, es decir, no ha habido posicionamiento de marca.

FASE 2 MÁLAGA, CÓRDOBA Y GRANADA 2021

Durante el año 2021, estaremos presente en las ciudades andaluzas de Málaga, Córdoba y Granada. Este año hemos querido estar presentes en Andalucía por varias razones, una de ellas es la cercanía, y otra, el perfil similar de los andaluces a los sevillanos. Nuestro objetivo en este año será poder controlar a la perfección todas las transacciones que realicen nuestros usuarios con el fin de ofrecer un servicio de calidad. Al igual que en Sevilla, en Andalucía tampoco existe algún competidor líder de este mercado.

FASE 3 ANDALUCÍA Y VALENCIA 2022

Durante el año 2022 estaremos en el resto de las ciudades de Andalucía y pegaremos el salto a otra comunidad autónoma, que en este caso sería la Comunidad Valenciana. En ella, funcionaremos en las principales ciudades valencianas. La razón de comenzar en esta comunidad española es el número de habitantes, ya que sus ciudades tienen un nivel de población similar a Sevilla. En este caso, comenzaremos a competir de manera más directa con algunos de nuestros competidores, pues algunos de ellos tienen bastante fuerza en algunas de sus ciudades.

FASE 4 MADRID 2023

A comienzos de 2023 comenzaremos en la capital de España, Madrid. Para este año tendremos una capacidad de control rigurosa para poder controlar la mayoría de las transacciones que se produzcan en la capital y en el resto de las ciudades comentadas anteriormente. Además, Helpmi tendrá más experiencia y un mayor reconocimiento de marca, aspectos muy importantes ya que en Madrid es donde encontramos a la mayoría de nuestros competidores.

FASE 5 BARCELONA

Será en el año 2024 cuando lleguemos a las ciudades de Barcelona.

Nuestro objetivo a más de 5 años es estar presentes en todas las principales ciudades de España y una vez cumplido dicho objetivo, comenzar en los países vecinos como Portugal o Italia.

Cronograma de expansión 2021-2025





PLAN FINANCIERO

6 PLAN FINANCIERO

1. INVERSIONES

Las inversiones a más de 1 año previstas (CAPEX) son las siguientes:

-  Software/desarrollo app: Una de nuestras primeras inversiones será en nuestra app móvil y página web, hosting y dominio, así como licencias para programas de gestión de recursos humanos, tratamiento de bases de datos y ofimática.
-  Equipos informáticos: Inversión en ordenadores para nuestros informáticos, analistas de datos, técnico de marketing. A medida que se incorpore personal se va comprando un equipo nuevo más el mantenimiento de los ya adquiridos en otros años
-  Mantenimiento y mejora de los equipos informáticos
-  Coches empresa: en el año 2022 compraremos un coche propiedad de Helpmi, y en el año siguiente compraríamos dos
-  Equipamiento Helper: invertiremos en materiales de equipamiento de nuestros usuarios, como uniformes, cajas de herramientas, etc...

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Software /Desarrollo app	80.000 €				
Mantenimiento	10.000€	20.000€	20.000€	50.000€	50.000€
Equipos Informáticos	10.000 €	10.000€	15.000€	30.000€	35.000€
Coches				15.000€	40.000€
Equipamiento Helpers				70.000€	70.000€
Total Inversión	100.000 €	30.000 €	35.000 €	175.000 €	190.000€

2. VENTAS E INGRESOS

Helpmi obtiene ingresos por comisiones resultantes, las cuales varían según el rango de precio de la transacción del servicio, que van desde el 10% hasta el 18%²¹, por esto, Helpmi estaría generando ingresos mensuales de 6268 € en comisiones por lo que para lo que resta del año 2020 se generarán 18.804€ y que junto con los ingresos previstos del pago de posicionamiento

²¹ Tabla de comisiones página 26

del 20% de los Helpers en la App, que se estiman mensualmente en 1.538€, y que en el año 2020 darían lugar a 4614€, se estaría obteniendo un ingreso total de 23.418€.

A continuación, se presenta la tabla, en la cual vemos como pasamos de unos ingresos en el primer año de 23.418€ a unos ingresos en el último año de 2.350.000€, según las siguientes previsiones porcentuales de crecimientos:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	23.418,00	270.000,00	600.000,00	1.525.000,00	2.350.000,00

3. COSTES

En este apartado detallaremos los costes que vamos a tener que soportar en los próximos cinco años contables:

3.2.- RRHH

A medida que se vayan abriendo los departamentos antes mencionados en el plan de RRHH, aquí mostramos los costes de la mano de obra que ocupará cada uno de los nuevos puestos en nuestra compañía.

CARGO	VACANTE	SUELDO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Informático/Mantenimiento		1.200 €	1		2	2	2
Técnico de Marketing		1.100 €			1	2	
Soporte finanzas		1.100 €	1	1		1	1
Desarrollo de nuevos productos		1.250 €				1	
RRHH		1.150 €		1		1	
Especialista Marketing Digital/rsss		1.300 €	1	1	1	1	1
Analista de cuentas		1.400 €	1			1	0
Socios		1400	4				
Atención al cliente		1.200 €	2	1	1	3	3
TOTAL			13.000 €	4.750 €	6.000 €	14.400 €	8.400 €
ACUMULADO			39.000 €	213.000	285.000 €	457.800 €	558.600 €

3.3.- MARKETING

Recordamos aquí el resumen del presupuesto de gasto en marketing para los próximos 5 años.

ACCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARTÍCULOS PROMOCIONALES	1.000 €	2.000 €	2.000 €	3.000	4.000€	4.000€
RADIO	8.000 €					
RRSS + SEO	2.400 €	4.800 €	7.200 €	12.240 €	20.808 €	27.050 €
GOOGLE ADWORDS	400 €	800 €	1.040 €	1.768 €	3.005€	6.011 €
EMAIL MARKETING	250 €	500 €	650 €	1.005€	1.878 €	3.756 €
MARKETING INFLUENCERS		1.000 €	3.000 €	7.000 €	10.000 €	10.000 €
TOTAL	12.050 €	9.100 €	13.890 €	25.013 €	39.691 €	50.817 €

3.3.- OPERACIONES

A parte de los ya comentados costes de marketing y RRHH, necesitaremos realizar una serie de gastos anuales que permitan el correcto funcionamiento de Helpmi. Entre ellos encontraríamos los siguientes:

-  Servidores: Coste que soporta el funcionamiento de la app y host web.

-  Backoffice: como hemos comentado en reiteradas ocasiones, dispondremos de convenios con determinadas empresas especializadas en los servicios que intermediamos por si algunos de nuestros clientes necesitan un servicio urgente, o bien se tras la actuación de un Helper, el resultado de su servicio es desastroso.

-  Agencia de marketing: Durante el primer año, contrataremos una agencia de marketing para que lleve a cabo las distintas campañas de marketing online que comentamos anteriormente.

-  Materiales de oficina: Productos, complementos y accesorios, que se utilizan con los equipos de oficina para realizar las tareas.

-  Gastos de constitución: Teniendo en cuenta que somos una S.L, tenemos un coste asociado a la hora de constituir la sociedad. A esto habría que sumarle los gastos de registro mercantil y los de notaría.

-  Google play: El darnos de alto en esta tienda virtual solo requiere de un pago único que realizaremos en el año 1.

- 📱 App store: Para darnos de alta en la tienda virtual de Apple se requiere de un pago anual que empezaremos a realizar desde el año 1.
- 📱 Alquiler de oficina: Nuestras oficinas serán alquiladas e iremos abriendo una por año de expansión.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servidores	20.000€	25.000€	30.000€	35.000€	40.000€
Oficina	1.500€	21.600€	32.400€	50.000€	60.000€
Backoffice	500€	2.500€	3.500€	5.000€	7.500€
Agencia de marketing	1.000€	-	-	-	-
Materiales de oficina	300€	1.000€	2.000€	3.000€	3.500€
Gastos de constitución	1.150€	-	-	-	-
Play Store	21€	-	-	-	-
App Store	88€	88€	88€	88€	88€
Total	24.559€	50.088€	68.988€	93.088€	111.088€

3.4.- FINANCIACIÓN

Una vez determinados los ingresos y las inversiones correspondientes a los distintos años, llegamos a la pregunta más importante del plan de negocios, ¿cuánta financiación necesitamos?

Analizando ambas, hemos fijado unas necesidades de financiación por valor de 129.000€.

Dicha cantidad la vamos a conseguir por tres vías distintas:

- 👤 **Aportación de los socios:** los cuatros socios fundadores, realizaremos una inversión inicial de 15.250€.
- 👤 **Socios externos:** Acudiremos a una ronda de inversión en la que captaremos unos fondos de 59.000€
- 👤 **Bancos:** acudiremos los bancos con el fin de conseguir a lo largo de los 5 años, tres préstamos. Uno al comienzo por una cantidad aproximada de 9.000€, otro en el segundo año de 42.000€ y finalmente en el último año el de mayor cantidad, 28.000€.
- 👤 **Líneas de crédito anuales** variantes cada año

CUENTAS ANUALES

BALANCE 2020-2024

- 👤 **ACTIVO NO CORRIENTE:** en este apartado del balance, tendremos parte de las inversiones comentadas en el apartado Inversiones, serán principalmente, equipos informáticos, material de oficina y vehículos.
- 👤 **MATERIAS PRIMAS:** al ser un negocio de intermediación mediante una app, no tendremos ningún tipo de materia prima
- 👤 **CLIENTES:** el pago a Helpmi se registrará en los 5 días siguientes a la realización del servicio

 **EFFECTIVO:** Helpmi tiene una política que fija una necesidad de tesorería del 60% de su deuda a corto plazo.

 **PATRIMONIO NETO:** estará compuesto por los 120.000€ de capital social cuya composición hemos determinado en el apartado Financiación.

 **DEUDA A LARGO PLAZO:** iremos incrementando el endeudamiento de Helpmi hasta situarnos en un 20% equity y un 80% deuda.

 **DEUDA A CORTO PLAZO:** iremos renovando anualmente un línea de crédito que iremos aumentando.

 **PROVEEDORES:** al no tener materias primas, no tendremos proveedores.

 **ACREEDORES:** el pago a acreedores lo realizaremos cada 60 días.

Periodo	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Activos Fijos Brutos		100.000,00	130.000,00	165.000,00	340.000,00	530.000,00
Amortización Acum.		20.000,00	46.000,00	79.000,00	147.000,00	253.000,00
Activos No Corrientes		80.000,00	84.000,00	86.000,00	193.000,00	277.000,00
Existencias						
Cientes		320,79	3.698,63	8.219,18	20.890,41	32.191,78
Efectivo		8.261,31	32.601,71	57.937,51	134.636,50	209.726,88
Activos Corrientes		8.582,10	36.300,34	66.156,69	155.526,91	241.918,66
Activos Totales		88.582,10	120.300,34	152.156,69	348.526,91	518.918,66
Accionistas		120.000,00	66.158,93	18.682,32	15.499,78	9.463,71
Beneficio Neto a cuenta		(53.841,07)	(47.476,61)	(3.182,55)	73.963,94	99.159,74
Patrimonio Neto		66.158,93	18.682,32	15.499,78	89.463,71	108.623,45
Pasivo No Corriente		8.654,32	47.281,84	40.094,40	34.669,03	60.750,41
Deuda a C/P		618,17	3.377,27	2.863,89	2.476,36	4.339,32
Proveedores						
Acreedores		13.150,68	50.958,90	93.698,63	221.917,81	345.205,48
Pasivo Corriente		13.768,85	54.336,18	96.562,52	224.394,17	349.544,79
Pasivo Total		88.582,10	120.300,34	152.156,69	348.526,91	518.918,66

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2020-2024

En la presente cuenta de pérdidas y ganancias se reflejan los ingresos ya comentados, al igual que las inversiones en su conjunto.

Periodo	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	23.418,00	270.000,00	600.000,00	1.525.000,00	2.350.000,00
Costes Variables					
Margen Bruto	23.418,00	270.000,00	600.000,00	1.525.000,00	2.350.000,00
Costes Fijos	80.000,00	310.000,00	570.000,00	1.350.000,00	2.100.000,00
Margen de Explotación	(56.582,00)	(40.000,00)	30.000,00	175.000,00	250.000,00
Amortización	20.000,00	26.000,00	33.000,00	68.000,00	106.000,00
BAII	(76.582,00)	(66.000,00)	(3.000,00)	107.000,00	144.000,00
Intereses	333,81	1.823,73	1.546,50	1.337,23	2.343,23
BAI	(76.915,81)	(67.823,73)	(4.546,50)	105.662,77	141.656,77
Impuestos	(23.074,74)	(20.347,12)	(1.363,95)	31.698,83	42.497,03
Beneficio Neto	(53.841,07)	(47.476,61)	(3.182,55)	73.963,94	99.159,74

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

A continuación, mediante el estado de flujo de efectivos, vemos justificado la cantidad de efectivo en cada uno de los próximos años. En él podemos observar:

-  Flujo de operaciones: incluye el beneficio bruto más la amortización
-  Flujo de inversión: derivado de las inversiones realizadas en cada año
-  Flujo de financiación: suma las cantidades necesarias de cada una de las distintas fuentes

Periodo	2020	2021	2022	2023	2024
1. Flujo de Efectivo de Operaciones					
Beneficio Neto	(53.841,07)	(47.476,61)	(3.182,55)	73.963,94	99.159,74
Amortización	20.000,00	26.000,00	33.000,00	68.000,00	106.000,00
	(33.841,07)	(21.476,61)	29.817,45	141.963,94	205.159,74
(-) Incr. Existencias					
(-) Incr. Clientes	(320,79)	(3.377,84)	(4.520,55)	(12.671,23)	(11.301,37)
Incr. Proveedores					
Incr. Acreedores	13.150,68	37.808,22	42.739,73	128.219,18	123.287,67
Flujo de Efectivo de Operaciones	(21.011,18)	12.953,77	68.036,63	257.511,88	317.146,04
2. Flujo de Efectivo de Inversiones					
	100.000,00	30.000,00	35.000,00	175.000,00	190.000,00
3. Flujo de Efectivo de Financiación					
Accionistas comunes	120.000,00				(80.000,00)
Accionistas preferentes					
Bancos	9.272,49	41.386,62	(7.700,83)	(5.812,89)	27.944,34
Flujo de Efectivo de Financiación	129.272,49	41.386,62	(7.700,83)	(5.812,89)	(52.055,66)
Flujo de Efectivo	8.261,31	24.340,40	25.335,80	76.698,99	75.090,38
Efectivo al principio	8.261,31	8.261,31	32.601,71	57.937,51	134.636,50
Flujo de Efectivo		24.340,40	25.335,80	76.698,99	75.090,38
Efectivo al final	8.261,31	32.601,71	57.937,51	134.636,50	209.726,88

VAN Y TIR

Para determinar el valor actualizado neto de Helpmi en su prospección a los cinco años, es necesario calcular el WAAC. Para ello, hemos fijado una rentabilidad para los accionistas del 18% y una rentabilidad para los bancos del 3,6%, consiguiendo así una WAAC del 7,2%.

Actualizando los flujos de caja anteriores, obtenemos lo siguiente:

VAN	729.860€
TIR	70%

RATIOS ECONÓMICO-FINANCIEROS

Finalmente hemos analizado los distintos ratios de la compañía a lo largo de sus próximos cinco años con el fin de analizar los distintos indicadores como la futura liquidez, endeudamiento y las distintas rentabilidades, tanto económica como financiera, y son los siguientes:

Periodo	2020	2021	2022	2023	2024
Liquidez					
Ratio del Corriente	0,62	0,67	0,69	0,69	0,69
Prueba del Ácido	0,62	0,67	0,69	0,69	0,69
Ratio de Efectivo	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%
Gestión					
Rotación de Existencias					
Días en Existencias	0,0 días				
Rotación de Clientes	73,00	73,00	73,00	73,00	73,00
Días de Cobro	5,0 días				
Rotación de Proveedores					
Días de Pago a Proveedores	0,0 días				
Rotación de Acreedores	6,08	6,08	6,08	6,08	6,08
Días de Pago a Acreedores	60,0 días				
Rotación de Activos Totales	0,26	2,24	3,94	4,38	4,53
Deuda					
Ratio de Apalancamiento	25,3%	84,5%	89,8%	74,3%	79,1%
Ratio de Crédito	10,5%	42,1%	28,2%	10,7%	12,5%
Cobertura del Interés	(229,42)	(36,19)	(1,94)	80,02	61,45
Ratio de Cobertura de Efectivo	(169,50)	(21,93)	19,40	130,87	106,69
Multiplicador del PN	1,34	6,44	9,82	3,90	4,78
Rentabilidad					
ROE	-81,4%	-254,1%	-20,5%	82,7%	91,3%
ROA	-60,8%	-39,5%	-2,1%	21,2%	19,1%



ASPECTOS LEGALES

7 PLAN LEGAL

1.- Ámbito de aplicación y aceptación

Estos Términos de Uso regulan las condiciones de acceso y navegación a través de la Plataforma. La navegación a través de la Plataforma y/o la utilización de los servicios/funcionalidades disponibles en la misma (“Servicios”) atribuyen al visitante la condición de usuario (“Needer o Helper”).

Le recomendamos que, cada vez que acceda a la Plataforma y/o utilice los Servicios, lea con atención los presentes Términos de Uso puesto que el acceso y navegación a través de la misma conlleva la plena e incondicional aceptación de la versión publicada en la Plataforma en el momento en que se produzca dicho acceso.

Algunos servicios y/o funcionalidades de la Plataforma accesibles para los usuarios pueden estar sometidos a condiciones particulares, condiciones generales de contratación y/o instrucciones adicionales que, en su caso, sustituyen, completan y/o modifican los presentes Términos de Uso, previa aceptación por parte de los Usuarios.

2.- Condiciones de acceso y utilización de los servicios

La navegación a través de la Plataforma es gratuita y voluntaria, y su utilización se realiza bajo la responsabilidad exclusiva del Usuario (“Needer o Helper”).

En todo caso, el acceso a la Plataforma y la utilización de los Servicios están reservados a mayores de 18 años. Queda prohibido el acceso y navegación a través de la Plataforma a menores de 18 años, salvo que cuenten con la autorización expresa de sus padres, tutores o representantes legales. Helpmiapp podrá requerir en cualquier

momento la acreditación de este requisito e impedir el uso de los Servicios mientras este requisito no se acredite plenamente.

Para la navegación por la Plataforma y la utilización de la mayoría de sus funcionalidades es necesario estar registrado como también el acceso y utilización de determinadas funcionalidades (por ejemplo, la solicitud de tareas, el registro en la app, etc.).

En caso de registro, la información que el Usuario facilite a Helpmiapp deberá ser completa, veraz, lícita y exacta, y deberá estar permanentemente actualizada. Será exclusiva responsabilidad del Usuario la comunicación inmediata a Helpmiapp de cualquier modificación que se produzca en la información suministrada. Los datos personales que los Usuarios proporcionen a Helpmiapp serán tratados conforme a la Política de Privacidad y Cookies disponible en la Plataforma.

Los Usuarios son responsables de la adecuada custodia y confidencialidad de los identificadores y/o contraseñas que le sean suministradas y/o que hayan sido sean creadas por ellos durante el proceso de registro y se comprometen a no permitir ni ceder su uso a otras personas. Helpmiapp no será responsable de la utilización por cualquier tercero de la contraseña del Usuario a causa de una utilización no diligente o de la pérdida de la misma por este último.

En caso de robo, extravío o acceso no autorizado a sus contraseñas, el Usuario será el responsable de su notificación inmediata a Helpmiapp con el fin de proceder a su cancelación. Helpmiapp en ningún caso será responsable de las acciones realizadas por terceros no autorizados mientras no se produzca la notificación mencionada por parte de Usuario.

3.- Propiedad intelectual e industrial

El “www.helpmiapps.com” y “Helpmiapp” son un dominio y una marca registrada propiedad de Helpmiapp.

Helpmiapp es titular de todos los derechos de explotación de propiedad intelectual y/o industrial sobre el contenido, diseño y código fuente de la Plataforma, incluido el software que lo soporta y las bases de datos que formen o hayan formado parte del misma en algún momento, y, en especial, con carácter enunciativo pero no limitativo, sobre las fotografías, imágenes, textos, logos, gráficos, diseños, marcas, nombres comerciales y materiales que se alojan y ponen a disposición de los Usuarios a través de la Plataforma (“Contenidos”).

Los Usuarios disponen únicamente de un derecho de uso estrictamente privado con la finalidad de disfrutar de los Servicios y los Contenidos conforme a los presentes Términos de Uso. En ningún caso se entenderá que el acceso y navegación de los Usuarios por la Plataforma implique una renuncia, transmisión, licencia o cesión total ni parcial de dichos derechos por parte de Helpmiapp para la explotación, reproducción, comunicación pública, difusión, divulgación y/o transformación de la Plataforma ni de sus Contenidos.

Queda totalmente prohibida la copia, reproducción, adaptación, modificación, transformación, distribución, comercialización, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío y/o utilización de cualquier naturaleza, por cualquier canal y/o procedimiento, de cualquiera de los Contenidos o de los elementos integrantes de la Plataforma, que comporte una infracción de la normativa nacional y/o internacional vigente en materia de propiedad intelectual y/o industrial, la violación de derechos de terceros o el incumplimiento de los presentes Términos de Uso.

El envío, por parte de los Usuarios, de comentarios, sugerencias y cualquier material y/o información que no tenga la consideración de dato de carácter personal (“Contenidos

del Usuario”) a través de los canales de contacto y/o funcionalidades habilitadas en la Plataforma atribuye expresa y automáticamente a Helpmiapp una licencia no exclusiva, gratuita, no revocable, de ámbito mundial y sub-licenciable de explotación de la propiedad intelectual inherente a los Contenidos del Usuario, para que Helpmiapp pueda hacer uso de ella en el contexto y con las finalidades propias de la Plataforma y los Servicios y funcionalidades disponibles en la misma, así como para realizar acciones promocionales de Helpmiapp y la Plataforma por cualquier canal, poniéndolos a disposición de los usuarios y del público en general.

4.- Condiciones de uso y prohibiciones

Los Usuarios únicamente podrán acceder a la Plataforma y utilizar los Servicios y Contenidos a través de los medios o procedimientos que se hayan puesto a su disposición a tal efecto y exclusivamente para las finalidades para las que los mismos se han puesto a su disposición en la Plataforma.

A título meramente enunciativo y no exhaustivo, el Usuario (Needers y Helpers) se abstendrá de:

-  Acceder, interferir, manipular o utilizar cualquier área de la Plataforma o de los sistemas informáticos de Helpmiapp o de la Plataforma que no tenga naturaleza y/o vocación pública, o a los que no se le haya dado acceso, así como cualquier acto que vulnere, eluda o manipule los términos, la mecánica, las políticas y el espíritu de la Plataforma;
-  Intentar sondear, investigar, analizar, explorar o probar la vulnerabilidad de la Plataforma o de cualquier sistema o red relacionado con la misma o los Servicios, o quebrantar o tratar de romper o evitar cualquier barrera o medida de seguridad o de autenticación;
-  Dañar o generar una amenaza de daño al sistema, a otros usuarios, al host o a la red, introduciendo virus, programas, macros o cualquier secuencia de

caracteres con la finalidad de dañar o alterar los sistemas informáticos de la Plataforma, u obstaculizar el acceso de otros Usuarios mediante el consumo masivo de recursos;

-  Intentar descifrar, descompilar, desmontar o invertir cualquier ingeniería de software utilizada para el correcto funcionamiento de la Plataforma o la prestación de los Servicios;
-  Vulnerar derechos de propiedad intelectual o industrial pertenecientes a Helpmiapp o a terceros y, en especial, reproducir, copiar o distribuir los contenidos disponibles en la Plataforma, así como permitir el acceso del público a los mismos a través de cualquier modalidad de comunicación pública, o transformarlos o modificarlos, sin la autorización expresa del titular de los correspondientes derechos, así como realizar acciones de competencia desleal y publicidad ilícita;
-  Utilizar la Plataforma, los contenidos y/o los Servicios de forma y con fines contrarios a la ley, la moral, el orden público y los presentes Términos de Uso, y, en particular, para la publicación, transmisión, alojamiento, envío y/o difusión de información, datos, mensajes, gráficos, dibujos, archivos de sonido y/o imagen, grabaciones, fotografías, software o contenidos ilegales que infrinjan la ley o derechos de propiedad industrial o intelectual o derechos personales de terceros, que sean obscenos, racistas, sexistas, difamatorios, pornográficos, denigratorios u ofensivos, o que induzcan o puedan facilitar conductas ilícitas o fraudulentas de cualquier tipo.

todos aquellos que, a su juicio, no se ajusten a esta Política de Comentarios y Opiniones.

6.- Exclusión de garantías y limitación de responsabilidad

Los Helpers reconocen y aceptan que ellos mismos son directa y exclusivamente responsables frente a los Needers de la calidad y corrección de los servicios prestados, así como de cualquier incidencia, garantía o servicio post-venta asociado a la Tarea efectuada. Helpmiapp no forma parte de la relación jurídica que se genera entre los Needers y los Helpers al concluir la Transacción. Consecuentemente, los Helpers reconocen y aceptan que en ningún caso existirá ningún tipo de relación laboral, mercantil, colaboración, asociación o de cualquier otro tipo entre Helpmiapp y los Helpers.

Por ello, los Helpers son individualmente responsables de cumplir con las obligaciones que, por razón de las actividades profesionales que desempeñen o el tipo de tareas que ofrezcan, les pudieran ser exigidas. Mediante su registro como usuario de la Plataforma y sin perjuicio de la facultad de Helpmiapp de solicitar su acreditación en cualquier momento, los Helpers declaran y garantizan a Helpmiapp:

- 👤 Que disponen de las capacidades profesionales necesarias para ofrecer y prestar los servicios en los que se registren en la Plataforma en pleno cumplimiento de la legislación vigente, incluida cualquier titulación, licencia, autorización, seguro o permiso que fuera necesario al efecto.
- 👤 Que están legalmente facultados para ofrecer/prestar los servicios y que no están incurso en ninguna incompatibilidad que limite o impida sus facultades para la prestación de los servicios o para su facturación/cobro. En particular, los Helpers garantizan que:
 - 👤 No están percibiendo ninguna ayuda o prestación pública o de otro tipo que sea incompatible con la percepción de la remuneración derivada de las prestaciones de servicios a los Needers (p.e. pensión de jubilación, prestación por desempleo, etc.);
 - 👤 Tratándose de ciudadanos extranjeros de fuera de la Unión Europea, disponen de la documentación oficial y/o los permisos de trabajo vigentes que sean necesarios conforme a la legislación española.

- Ⓜ Que, cuando desarrollen una actividad económica o profesional, se encuentran regularizados ante las autoridades públicas y/o registros oficiales que sean legalmente necesarios a efectos laborales y tributarios, particularmente, que se encuentran dados de alta en el Régimen de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social y en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores de la Administración Tributaria, así como al corriente en el pago de sus obligaciones fiscales y de seguridad social.

Obligaciones de los Helpers:

Los Helpers se obligan a suministrar información veraz, completa y exhaustiva durante el proceso de registro y a mantenerla debidamente actualizada en la Plataforma, para que los Needers conozcan el perfil profesional, la experiencia y las capacidades del Helper para prestar los servicios ofertados. Durante el proceso de contacto y negociación que mantengan con los Needers, los Helpers deberán actuar de buena fe y bajo su exclusiva responsabilidad, ofreciendo toda la información que sea necesaria para que el Needer pueda evaluar el alcance exacto de los servicios ofertados. Queda terminantemente prohibido ofrecer servicios que el Helpers no esté profesional o legalmente capacitado para prestar o que, por cualquier otro motivo, no esté en disposición de prestar en los términos acordados con el Needer*(En los servicios que se indiquen previamente la necesidad de aportar esta información).

Los Helpers reconocen que la confianza y la transparencia son elementos esenciales para el correcto funcionamiento de la Plataforma y que sus actuaciones e interacciones serán valoradas por los Needers con quienes concierten la realización de Tareas. Las valoraciones que los Needers realicen respecto de los Helpers son esenciales a la hora de calificar la fiabilidad de los Helpers. Helpmiapp se reserva el derecho a cancelar la

cuenta de usuario de cualquier Helper que reciba repetidamente valoraciones negativas de los Needers.

Los Needers seleccionan a los Helpers en función de las valoraciones que han recibido de otros Needers. Por ello, el Helper en ningún caso podrá subcontratar ni delegar en terceros la realización de los servicios comprometidos con el Needer.

Todos los precios que los Helpers publiquen o comuniquen a los Clientes en relación con los servicios deberán incluir el I.V.A. Una vez prestados los servicios comprometidos, los Helpers deberán proporcionar a los Needers, a solicitud de éstos, las facturas correspondientes a los servicios prestados.

Exclusión de garantías y responsabilidad

Helpmiapp excluye cualquier tipo de responsabilidad respecto de:

- 🗣️ la veracidad, exhaustividad, exactitud, licitud y/o fiabilidad de la información publicada por los usuarios en la Plataforma – particularmente, de las descripciones, informaciones y datos contenidos en los perfiles profesionales de los Helpers y de la información, fotografías y demás contenidos publicados por los Needers respecto de los detalles de las Tareas solicitadas y
- 🗣️ las obligaciones que corresponde cumplir individualmente a los usuarios con ocasión de la utilización de los Servicios y/o que deriven de la realización de las Tareas comprometidas – particularmente, de las obligaciones de carácter tributario y de seguridad social y cualesquiera otros requerimientos administrativos y/o académicos-profesionales que pudieran ser exigibles a los Helpers para la oferta y prestación de sus servicios o para la facturación y cobro de los mismos, cuyo cumplimiento recae bajo la entera y exclusiva responsabilidad de los propios Helpers

Los Helpers responderán plenamente ante Helpmiapp por cualquier falta de veracidad, omisión, inexactitud y/o incumplimiento, total o parcial, de cualquiera de las declaraciones y garantías efectuadas en virtud de las presentes Condiciones de Uso y la mantendrá indemne ante cualquier reclamación, judicial o extrajudicial, derivada de dicha falta de veracidad, omisión, inexactitud y/o incumplimiento.

Una vez acordados los términos de las Tareas a realizar y concluida la Transacción, será responsabilidad exclusiva de los Needers y los Helpers cumplir en sus propios términos con las obligaciones y condiciones que hayan acordado entre ellos. Helpmiapp no forma parte de la relación jurídica que se genera entre los Needers y los Helpers, por lo que excluye cualquier responsabilidad por los daños y perjuicios, por pérdidas o por incidencias o inconvenientes de toda naturaleza que los Needers o terceros puedan sufrir como consecuencia directa o indirecta de los servicios prestados por los Helpers.

Los Needers y los Helpers deberán mantener indemne y, en su caso, resarcir e indemnizar a Helpmiapp, sus directivos, empleados, afiliados, agentes y cualesquiera otras personas vinculadas, respecto de cualesquiera reclamaciones, responsabilidades, sanciones, daños y perjuicios, pérdidas, gastos o cualesquiera otros conceptos, sean razonables o no, que sean consecuencia de cualquier incumplimiento de las presentes Condiciones de Uso.

Baja y terminación de los servicios

Los Needers y los Helpers podrán darse de baja de los Servicios en cualquier momento, enviando un correo electrónico a Helpmiapp. La baja del Servicio conllevará la cancelación de la cuenta del usuario (Needer o Helper) y su imposibilidad de acceder a los servicios y las funcionalidades de la Plataforma, pero no implicará la eliminación de los contenidos que el usuario haya publicado o compartido a través de la Plataforma con el resto de los usuarios mientras su cuenta estaba activa. La baja tampoco invalidará

ninguna actuación llevada a cabo por el usuario a través de la Plataforma antes de cursar la baja.

En todo caso, la baja como usuario quedará suspendida en tanto en cuanto existan obligaciones pendientes de cumplimiento por parte del usuario que inste la baja (tareas pendientes de realizar, liquidaciones pendientes de facturar, etc.). Una vez efectuada la baja de los Servicios, Helpmiapp se reserva el derecho a conservar debidamente bloqueados los antecedentes del usuario y los registros relativos a las interacciones generadas por el usuario en el uso de la Plataforma, exclusivamente por el tiempo que sea necesario para atender eventuales responsabilidades que legalmente pudieran ser exigibles.

En cualquier caso, Helpmiapp se reserva el derecho a suspender, restringir, cancelar y/o finalizar definitivamente, sin previo aviso y en cualquier momento, el acceso a la Plataforma y la utilización de todos o algunos de los Servicios, adoptando las medidas técnicas que al efecto sean precisas, en caso de incumplimiento de los presentes Condiciones de Uso por parte del usuario o cuando razonablemente se sospeche que el usuario está realizando un uso abusivo, excesivo o inapropiado de la Plataforma.

Modificaciones

Helpmiapp se reserva el derecho a modificar en cualquier momento las presentes Condiciones de Uso para adaptarlas a potenciales novedades legislativas o jurisprudenciales, a las prácticas, usos y costumbres del sector, debido a modificaciones técnicas en la Plataforma y/o de sus funcionalidades, o como consecuencia de cambios en la naturaleza de los Servicios.

En cualquier caso, Helpmiapp facilitará a los usuarios información suficiente a través de la publicación permanente en la Plataforma de las Condiciones de Uso vigentes en cada momento o a través de cualquier tipo de comunicación dirigida a los usuarios, y recabar

su aceptación si fuera preceptivo por Ley. Los usuarios deberán leer atentamente estas Condiciones de Uso cada vez que accedan y hagan uso de la Plataforma, ya que su utilización supone la plena e incondicional aceptación de la versión disponible en ese momento en la Plataforma.

APÉNDICE

ENCUESTA Nº1

1. **Edad** [†]

Marca sólo un óvalo.

- menos de 16 años
- entre 16 y 26
- entre 26 y 40
- más de 40

2. **Sexo** [†]

Marca sólo un óvalo.

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo

3. **Ocupación actual** [†]

Marca sólo un óvalo.

- Solo trabajo
- Solo estudio
- Trabajo y estudio
- No trabajo y no estudio

4. ¿Sueles aplazar tareas porque no has tenido tiempo para terminarlas? (Ejemplo: Pasear al perro, ir al supermercado, etc) *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

5. ¿ Hay tareas que te resulten difíciles de hacer o no sabes realizar y has necesitado ayuda? (ejemplo: montar un mueble, arreglar algún desperfecto del hogar, hacer una hoja de excel.etc) *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

6. ¿ Ayudarías a otras personas con tareas que no saben realizar/no disponen de tiempo a cambio de dinero? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

7. ¿ Ayudarías a otras personas con tareas que no saben realizar/no disponen de tiempo a cambio de que te paguen con otro favor? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

8. ¿Usarías una app móvil para recibir/dar favores a otras personas que lo necesiten? (Ejemplo: Reparar una moto, hacer la compra, dar clases de inglés, acompañar a una persona mayor, etc) *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

9. ¿Estarías dispuesto a pagar para que te realicen o ayuden en una tarea? *

Marca solo un óvalo.

- Sí Salta a la pregunta 10
 No

Helpyou-
App de
intercambio
de favores

Helpyou es una app móvil que conecta personas que quieren intercambiar favores de distintas índoles, como sacar a pasear al perro, llevar la compra a casa, con personas calificadas dispuestas a ayudar.

10. ¿Cómo desearías pagar por la ayuda? *

Marca solo un óvalo.

- Con dinero
 Devolviendo el favor con algo que sepa hacer
 Cualquiera de las dos opciones anteriores

RESPUESTAS ENCUESTA 1

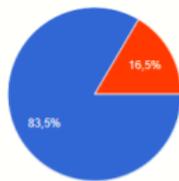
Análisis de los resultados:

3. A pesar de que hubo una disminución de respuestas positivas para realizar un favor a cambio de favor comparado con las respuestas positivas de favor a cambio de dinero, se mantuvo en un buen porcentaje, más de la mitad están dispuestos a hacer un favor a cambio de favor (70%).

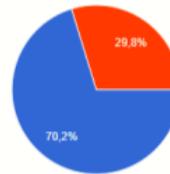
Favor a cambio de dinero

VS

Favor a cambio de favor



● Sí
● No



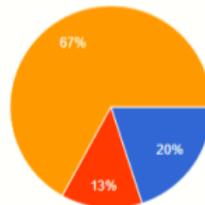
● Sí
● No

Análisis de los resultados:

2. Otro dato interesante es que los encuestados dispuestos a pagar por un favor prefieren sacrificar su bolsillo pagándolo con dinero (20%) en lugar de devolverlo con otro favor (13%), encontramos una oportunidad de monetizar nuestro negocio, al mismo tiempo que les brindamos comodidad de elegir.

¿Cómo desearías pagar por la ayuda?

100 respuestas



● Con dinero
● Devolviendo el favor con algo que sepa hacer
● Cualquiera de las dos opciones anteriores

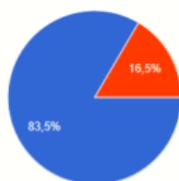
Análisis de los resultados:

3. A pesar de que hubo una disminución de respuestas positivas para realizar un favor a cambio de favor comparado con las respuestas positivas de favor a cambio de dinero, se mantuvo en un buen porcentaje, más de la mitad están dispuestos a hacer un favor a cambio de favor (70%).

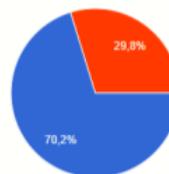
Favor a cambio de dinero

VS

Favor a cambio de favor



● Si
● No



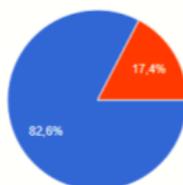
● Si
● No

Análisis de los resultados:

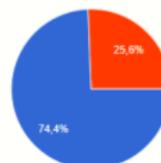
4. La gran mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar por una tarea (82,6%) . De esos mismos aún existe un gran porcentaje (74,4%) que están dispuestos a usar una App móvil para recibir un favor.

¿Estarías dispuesto a pagar para que te realicen o ayuden en una tarea?
121 respuestas

¿Usarías una app móvil para recibir favores a otras personas que lo necesiten? (Ejemplo: Reparar una moto, hacer la compra, dar clases de inglés, acompañar a una persona mayor, etc)
121 respuestas



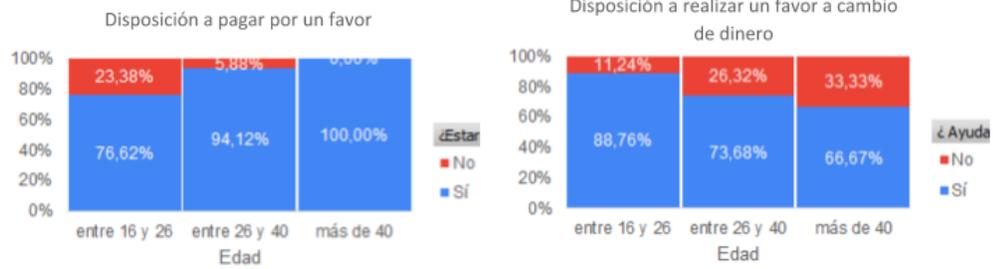
● Si
● No



● Si
● No

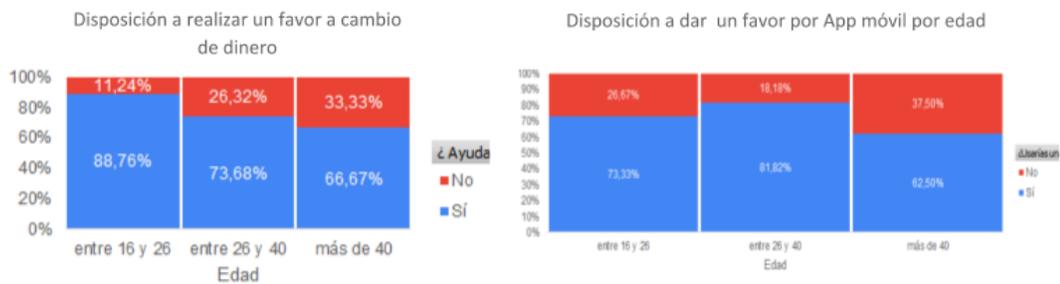
Análisis de los resultados:

5. Quisimos ver la disposición del pago por un favor y de la realización de este por edad, observamos que existe un aumento a la disposición de pagarlo y una disminución de realizarlo a medida que el rango de edad aumenta.



Análisis de los resultados:

7. Un 88,76% de encuestados entre 16 y 26 años están dispuestos a realizar un favor a cambio de dinero, y con un 73,33% usarían una app móvil para dar un favor. Lo cual nos deja evidenciar quiénes podrían ser nuestros posibles potenciales Helpers.



ENCUESTA Nº2

1. ¿Cuál es el precio máximo que pagarías a una persona por arreglarte alguna avería de tu hogar? *

Marca solo un óvalo.

12€

13€

14€

2. ¿Qué precio sería tan barato que no lo pagarías por desconfianza de la calidad del servicio(para una avería de tu hogar)? *

Marca solo un óvalo.

3€

4€

5€

3. ¿Cuál es el precio máximo que pagarías a una persona por que te cuide la mascota durante una hora? *

Marca solo un óvalo.

12€

13€

14€

4. ¿Qué precio sería tan barato que no lo pagarías por desconfianza de la calidad del servicio (por cuidarte a tu mascota durante una hora)? *

Marca solo un óvalo.

- 1€
 2€
 3€

5. ¿Cuál es el precio máximo que pagarías a una persona por que te realizara la compra del supermercado? *

Marca solo un óvalo.

- 6€
 7€
 8€

6. ¿Qué precio sería tan barato que no lo pagarías por desconfianza de la calidad del servicio (por realizarte la compra del supermercado)? *

Marca solo un óvalo.

- 0,5€
 1€
 2€