



PLAN DE NEGOCIO – JOBSY

1. Resumen Ejecutivo

JOBSY es una aplicación móvil desarrollada por un equipo de dos personas en México, actualmente en fase de MVP en desarrollo (2025) y operando de forma remota sin ubicación fija. La plataforma actúa como un puente tecnológico que conecta personas que requieren servicios técnicos o profesionales con proveedores locales visibles, confiables y accesibles. En un entorno con más de 32 millones de personas en informalidad en México, y aproximadamente 1.5 millones dedicadas a oficios técnicos, JOBSY identifica una oportunidad clara. El objetivo es captar una inversión semilla con un objetivo deseable de **\$250,000 MXN** para lanzar en mercado nacional. La proyección financiera abarca 3 años (2025-2027) con crecimiento modesto, mostrando viabilidad operativa incluso con ingresos moderados.

2. Análisis de Mercado

Tamaño y oportunidad del mercado

- Según datos del INEGI, la tasa de informalidad laboral en México es de aproximadamente 54% de la Población Económicamente Activa, lo que representa más de 30 millones de personas.
- Dentro de este segmento, se estima que alrededor de 1.5 millones se dedican a oficios técnicos (plomería, electricidad, albañilería etc.).
- Adicionalmente, el mercado en línea de servicios “on-demand” en México se estima en alrededor de **USD 5.6 mil millones** en 2024, con un crecimiento anual relevante, lo que abre espacio para soluciones digitales especializadas.

Segmentación y alcance

- Proveedores técnicos independientes que buscan visibilidad, mayor volumen de trabajo, y una plataforma sencilla para gestionar sus servicios.
- Usuarios domésticos o pequeñas empresas que requieren servicios técnicos fiables, rápidos y localizados.

Proyección de participación alcanzable (SOM)

- Si JOBSY logra captar alrededor del 0.5% al 1% de los 1.5 millones de proveedores técnicos en México en un horizonte de 3 años, esto significa entre 7,500 y 15,000 proveedores. Con ingresos moderados por proveedor, esto da soporte a proyecciones financieras conservadoras.

3. Análisis de la Competencia

Principales competidores

- GetNinjas: plataforma brasileña que opera también en México, conecta clientes con profesionales de múltiples oficios. Tiene fuerte presencia de marca, experiencia operativa e inversión.
- Sección Amarilla: tradicional directorio de servicios en México que ha evolucionado hacia plataformas digitales; aunque no tan especializada en apps móviles, es un competidor relevante en visibilidad y base de datos.

Ventajas competitivas de JOBSY

- Enfoque móvil “nativo” con interfaz amigable, suscripciones y boosts de visibilidad para proveedores — aspecto innovador frente a modelos más genéricos.
- Costos de entrada bajos para los proveedores (modelo freemium + boosts) y potencial para comenzar con infraestructuras gratuitas, reduciendo la barrera de escalado.
- Atención específica al mercado técnico (oficios) y economía local, lo que permite diferenciarse de plataformas genéricas.

Desventajas / retos competitivos

- Falta de tamaño, marca e historial en comparación con GetNinjas o Sección Amarilla.
- Necesidad de generar confianza, reputación y volumen de transacciones para que los proveedores vean valor claro.
- Recursos limitados de marketing y soporte técnico frente a competidores que pueden invertir más.

4. Modelo de Negocio y Monetización

JOBSY adoptará un enfoque freemium con múltiples fuentes de ingresos:

- **Suscripción Premium:** los proveedores pagan \$99 MXN/mes por funcionalidades adicionales (hasta 5 servicios, hasta 9 fotos, distintivo Premium, desbloqueo de features)-(Incluir beneficios esporádicos como un boost al iniciar o renovar premium, o extender la suscripción 3 meses por el precio de un mes)-.
- **Boosts de Servicios:** los proveedores pueden pagar para destacar sus servicios (por ejemplo \$30 MXN por 24h, \$70 MXN por 72h, \$120 MXN por una semana).
- **Comisión por transacción:** JOBSY cobra una comisión (por ejemplo 10%) por cada servicio cerrado a través de la app cuando se implemente el pago dentro de la plataforma.
- **Publicidad (Ads):** dentro del plan gratuito, se mostrarán anuncios orientados que generan ingresos complementarios (usando CPM bajos, modelo conservador).
Este modelo permite combinar ingresos recurrentes (suscripciones), ingresos variables escalables (boosts, comisiones) y monetización del volumen (ads) sin depender exclusivamente de ninguno.

5. Estrategia de Marketing y Adquisición de Usuarios

Proveedores

- Alianzas con ferreterías, distribuidores de material de construcción y talleres locales para promocionar JOBSY entre los oficios técnicos (Ofreciendo beneficios en la plataforma).
- Programa de referidos: incentivos para que proveedores traigan otros proveedores (boot gratuito, visibilidad premium temporal).
- Contenido digital (blogs, videos cortos) que muestren casos de éxito de técnicos que utilizan la app.

Usuarios finales (clientes que contratan servicios)

- Posicionamiento de SEO/ASO (App Store/Google Play) con palabras clave “plomero cerca”, “electricista a domicilio”, “servicios técnicos locales”.
- Campañas de marketing localizadas (por ciudad / municipio) con presencia en redes sociales de grupos comunitarios, WhatsApp/Telegram de barrios.

Retención y crecimiento orgánico

- Experiencia de usuario simple y fluida: registro rápido, contratar con pocos clics, ratings/reputación.
- Incentivos de retención: descuentos para primeras contrataciones, sistema de puntuación para técnicos bien valorados.
- Expansión gradual: comenzar en un estado o ciudad piloto, luego escalar al resto del país y LatAm.

6. Plan Operativo y Equipo

- **Ubicación:** trabajo remoto desde México, lo que reduce costos de oficina y permite flexibilidad.
- **Equipo:** 2 desarrolladores que cubren todas las funciones (frontend, backend, diseño, producto, operaciones). Esto mantiene una estructura liviana y costo reducido.
- **Infraestructura tecnológica:** uso de servicios en la nube con nivel gratuito para el primer año (por ejemplo bases de datos, almacenamiento) para minimizar inversión inicial.
- **Fases de desarrollo:**
 - Fase 1: MVP con funciones básicas (registro de técnicos, búsqueda de servicios, contacto).
 - Fase 2: incorporación de sistema de pago / comisión.
 - Fase 3: escalado y optimización, apertura a nuevas ciudades/regiones.
- **Soporte al usuario:** chat o correo para técnicos y clientes, FAQs, feedback para mejora continua de la app.

7. Proyecciones Financieras mínimas (2025–2027)

Año	Usuarios activos estimados	Ingresos estimados	Costos estimados	Ganancia neta estimada
2026	300	≈ \$30,000 MXN	≈ \$8,000 MXN	≈ \$21,000 MXN
2027	600	≈ \$60,000 MXN	≈ \$15,000 MXN	≈ \$45,000 MXN
2028	1,200	≈ \$100,000 MXN	≈ \$25,000 MXN	≈ \$75,000 MXN

(Nota: ingresos combinados de suscripción, boosts, comisiones y ads; costos operativos mínimos con infraestructura escalada moderadamente.)

8. Necesidad de Inversión y Uso de Fondos

Se busca una inversión semilla con objetivo deseable de **\$250,000 MXN** para acelerar el lanzamiento nacional y/o global. El uso de fondos se distribuirá aproximadamente así:

- 20% Desarrollo adicional / mejoras del producto
- 60% Marketing y adquisición de usuarios (proveedores + clientes)
- 10% Infraestructura y operaciones (pago de servicios nube, backend, almacenamiento)
- 5% Legal, branding, administración y contingencia
- 5% Reservas para imprevistos

9. Riesgos y Mitigaciones

- **Riesgo:** Baja adopción de usuarios o proveedores → **Mitigación:** piloto local con alianzas físicas, estrategia de referidos, foco en retención.
- **Riesgo:** Costos de infraestructura mayores al anticipado → **Mitigación:** uso de freetiers el primer año, escalado gradual y monitoreo continuo de consumo.
- **Riesgo:** Ingresos por ads o comisiones menores a lo esperado → **Mitigación:** no depender únicamente de ads, diversificar (boosts + suscripciones), ajustar precios según elasticidad.
- **Riesgo:** Competencia fuerte o movimientos de grandes jugadores → **Mitigación:** diferenciación en UX, enfoque local, agilidad de equipo pequeño.
- **Riesgo:** Problemas de confianza o calidad del proveedor → **Mitigación:** sistema de ratings, verificación de profesionales, incentivos para calificaciones positivas.

10. Conclusión y Oportunidad de Inversión

JOBSY presenta una oportunidad atractiva para inversionistas que buscan proyectos tecnológicos con impacto local, estructura de bajo costo y alto potencial de escalado. Con una inversión modesta, el negocio está posicionado para generar ingresos desde su primer año, cubrir costos operativos y abrir camino hacia un crecimiento nacional y regional. La propuesta de valor es clara, el mercado es grande y poco explotado digitalmente en el nicho de oficios técnicos. Invitamos a participar en esta etapa temprana con visión de crecimiento sostenible.

Resumen rápido

- México tiene **alta informalidad laboral** (~54% de la PEA), lo que significa una gran base de trabajadores que podrían ser proveedores en JOBSY.
- El mercado **home services / on-demand** en México ya es grande: estimaciones profesionales lo ponen en **≈ USD 5.6 B (2024)** con crecimiento relevante en los próximos años —esto confirma que hay demanda estructural por servicios técnicos y de mantenimiento.
- Los ingresos por **publicidad móvil (Ads)** son reales pero modestos en LATAM: los CPM y la monetización dependen fuertemente de impresiones y engagement; modela Ads con supuestos conservadores.

TAM / SAM / SOM — estimación para JOBSY

- **TAM (Total Addressable Market)** — mercado de servicios a domicilio en México: **≈ USD 5.6B (2024)**. Si expandes a LatAm, el TAM crece notablemente.
- **SAM (Serviceable Addressable Market)** — segmento objetivo: proveedores técnicos/oficios en México. INEGI y estudios sectoriales apuntan a **~1.5M personas** que ejercen oficios técnicos (plomería, electricistas, carpinteros, albañiles, etc.). Esto es el mercado técnicamente direccionable para captar como proveedores.
- **SOM (Share of Market) — objetivo realista (3 años)** — con estrategia orgánica y pilotos locales, un objetivo conservador razonable es **0.5%-1%** de esos 1.5M = **7,500-15,000 proveedores** activos en 3 años. Ese SOM empata con las proyecciones de tracción moderada.

Competencia — panorama y lecciones

GetNinjas

- Player regional con modelo de compra de “monedas” y fuerte inversión en adquisición; ya posiciona a muchos profesionales y tiene músculo de marketing y producto. Observación: su modelo funciona con paquetes prepagados para proveedores, lo que genera ingresos recurrentes pero también puede ser una barrera de entrada para pequeños proveedores.

Sección Amarilla

- Tradicional directorio con alta visibilidad en México; ha migrado servicios a digital pero su UX y orientación móvil no están tan afiladas como apps nativas. Es competencia en descubrimiento y visibilidad local, pero menos ágil en experiencia móvil.

Ventaja de JOBSY frente a ellos (si se ejecuta bien)

- UX nativa, costos bajos de entrada, foco en oficios técnicos y herramientas de reputación; opción de “boost” y suscripción ligera puede atraer a proveedores que buscan ROI directo y sencillo.
Riesgo: necesita volumen, confianza y marketing para competir en adquisición si GetNinjas decide aumentar inversión.

Perfil de cliente / proveedor — quiénes captar primero

- **Proveedor principal (target inicial):** técnicos independientes (25–55 años) que trabajan por cuenta propia y buscan más clientes. Valoran: facilidad para publicar servicios, bajo costo de prueba, visibilidad local y formas claras de contacto/pago.
- **Usuario final (cliente doméstico):** personas que buscan solución rápida y local, valoran reseñas, precio y confianza.
- **PYMES/locales comerciales:** clientes recurrentes para mantenimiento (potencial B2B a mediano plazo).

Canales de adquisición recomendados

1. **Pilotos locales + alianzas offline:** ferreterías, tiendas de materiales, escuelas técnicas — onboarding presencial para captar primeros proveedores. (muy efectivo en oficios).
2. **ASO + SEO local:** optimizar listings en Play Store/App Store para búsquedas locales (“plomero CDMX”, “electricista cerca”).
3. **Grupos y comunidades:** Facebook Marketplace/Grupos, WhatsApp comunitario, Telegram — difusión orgánica y viral.
4. **Referidos y promociones:** primeras 100–200 publicaciones con boosts gratuitos como incentivo.
5. **Micro-ads geolocalizados:** campañas muy focalizadas (municipios/colonias) cuando se tenga presupuesto.

Monetización: realismo y prioridad

Prioriza en este orden (rápido retorno, baja fricción):

1. **Boosts de visibilidad** — rápido y fácil para proveedores; buena palanca early revenue.
2. **Suscripción Premium (opcional)** — solo si ofrece ventajas claras; la conversión será baja al inicio (1–3%).
3. **Comisión por transacción** — requiere solución de pagos y confianza; buen negocio cuando hay volumen.
4. **Ads** — complemento; ingresos bajos por usuario en LATAM hasta lograr >10k MAU. Usa CPM conservador en modelos financieros.

Métricas clave (KPI) para medir mercado y ajustar estrategia

- Descargas, MAU, DAU (usuarios activos)
- Proveedores registrados vs. verificados (ratio)
- Tasa de conversión a proveedor que publica servicio
- % de proveedores que compran boost / se suscriben
- Número de transacciones / GMV y comisión media por transacción
- ARPU (por proveedor y por usuario final)
- CAC por canal y LTV del proveedor

Riesgos de mercado y mitigaciones

- **Baja adopción** → piloto local, alianzas físicas, onboarding asistido.
- **CPM/Ads bajos** → no depender de Ads; priorizar boosts y comisiones.
- **Competencia con más presupuesto** → nicho hiperlocal + UX simple + velocidad de ejecución.
- **Regulación o pagos** → empezar con contacto/contrato offline o pagos fuera de la app hasta pilotar in-app payments.

Recomendaciones tácticas

1. Ejecutar **Beta 6–8 semanas** con 50–100 proveedores target y 500–1,000 usuarios locales.
2. Medir KPIs semanales (registro, publicaciones activas, boosts vendidos).
3. Lanzar **programa de referidos** para proveedores (1 boost gratis por referido que publique).
4. Implementar analítica básica y dashboards para tomar decisiones semanales.
5. Preparar roadmap de pagos in-app para activar comisiones en fase 2.

Términos Generales

JOBSY

Aplicación móvil desarrollada por un equipo mexicano de dos personas, que conecta a usuarios con proveedores de servicios técnicos o profesionales locales (plomeros, electricistas, albañiles, etc.).

MVP (Minimum Viable Product)

Producto Mínimo Viable. Versión inicial funcional de la aplicación que incluye las características esenciales para probar el modelo de negocio y obtener retroalimentación temprana de los usuarios.

Freemium

Modelo de negocio en el que el servicio se ofrece gratuitamente con funciones básicas, mientras que se cobran funciones adicionales o premium.

Boost

Funcionalidad de pago dentro de JOBSY que permite a un proveedor destacar temporalmente su servicio en los listados, aumentando su visibilidad.

Suscripción Premium

Plan de pago mensual que ofrece beneficios adicionales a los proveedores, como publicar más servicios, añadir más fotos o acceder a un distintivo de verificación.

Comisión por transacción

Porcentaje del monto cobrado al proveedor o cliente cuando una contratación se realiza directamente dentro de la app (monetización basada en resultados).

Ads / Publicidad en App

Ingresos generados por mostrar anuncios a los usuarios dentro de la aplicación, comúnmente calculados por impresiones o clics.

Conceptos de Mercado

TAM (Total Addressable Market)

Mercado Total Disponible. Valor total del mercado global o nacional que podría atender la empresa si alcanzara el 100% de participación. En el caso de JOBSY, corresponde al mercado de servicios a domicilio y técnicos en México.

SAM (Serviceable Addressable Market)

Mercado Accesible o Alcanzable. Parte del TAM al que la empresa puede acceder con su modelo de negocio y su alcance geográfico actual (por ejemplo, el mercado de técnicos independientes en México).

SOM (Serviceable Obtainable Market)

Mercado Obtenible o Capturable. Porción realista del SAM que JOBSY puede conquistar según sus recursos, estrategia y tiempo proyectado (por ejemplo, 0.5% a 1% del total de técnicos en 3 años).

Indicadores de Rendimiento (KPIs)

KPI (Key Performance Indicator)

Indicadores Clave de Desempeño. Métricas que permiten medir el progreso del negocio, tales como número de usuarios activos, ingresos por proveedor o tasa de retención.

MAU (Monthly Active Users)

Usuarios Activos Mensuales. Cantidad de usuarios únicos que interactúan con la aplicación al menos una vez durante un mes.

DAU (Daily Active Users)

Usuarios Activos Diarios. Cantidad de usuarios únicos que utilizan la aplicación cada día.

ARPU (Average Revenue Per User)

Ingreso Promedio por Usuario. Promedio de ingresos generados por cada usuario activo en un periodo determinado.

CAC (Customer Acquisition Cost)

Costo de Adquisición de Cliente. Promedio de dinero invertido en marketing y ventas para conseguir un nuevo usuario o proveedor activo.

LTV (Lifetime Value)

Valor del Ciclo de Vida del Cliente. Estimación del ingreso total que un usuario genera durante todo el tiempo que permanece activo en la plataforma.

GMV (Gross Merchandise Value)

Valor Bruto de Transacciones. Suma total del valor de todos los servicios contratados a través de la aplicación en un periodo determinado.

Términos Financieros

ROI (Return on Investment)

Retorno de Inversión. Indicador financiero que mide la ganancia o pérdida generada por una inversión respecto a su costo.

CPM (Cost Per Mille)

Costo por Mil Impresiones. Métrica utilizada en publicidad digital que indica cuánto se paga por cada mil visualizaciones de un anuncio.

CAC Payback

Tiempo de Recuperación del Costo de Adquisición. Periodo necesario para recuperar la inversión hecha en atraer un nuevo cliente.

Conceptos Relevantes

ASO (App Store Optimization)

Optimización de la aplicación en tiendas digitales (Google Play, App Store) mediante el uso de palabras clave, capturas de pantalla y descripciones efectivas para mejorar su visibilidad y descargas.

SEO (Search Engine Optimization)

Optimización para motores de búsqueda (Google). Estrategia para mejorar el posicionamiento orgánico del sitio web o landing page del producto.

B2C (Business to Consumer)

Modelo de negocio en el cual una empresa vende directamente al consumidor final. JOBSY opera bajo este modelo entre técnicos (proveedores) y usuarios (clientes).

B2B (Business to Business)

Relación comercial entre empresas. En el caso de JOBSY, podría aplicarse a futuro en alianzas con empresas o negocios locales que contraten servicios técnicos de manera recurrente.

Fuentes

INEGI – Informalidad laboral en México.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/iooe/IOE2025_1_0.pdf

Deep Market Insights – Home services market Mexico.

<https://www.deepmarketinsights.com/vista/insights/home-services-market/mexico>

Business of Apps – Mobile app advertising CPM rates.

<https://www.businessofapps.com/ads/research/mobile-app-advertising-cpm-rates/>

AIRTASKER – Modelo de negocio global de servicios.

<https://www.airtasker.com/au/>