



Universidad de Palermo

Máster en Dirección de Empresas

**Trabajo final para optar al grado de Máster de la Universidad de Palermo
en Dirección de Empresas**

Propuesta de plan de Negocios:

*Aplicación interactiva para la asistencia y resolución de problemas en tiempo
real dirigida a padres con hijos menores de edad diagnosticados con
Trastornos Espectro Autista.*

Nombre de tesista: Luzmaxiel Peña Acevedo.

e-mail: luz_maxiel@hotmail.com

Perfil de LinkedIn: www.linkedin.com/in/luzmaxielpeñaacevedo

Número de legajo: 0115183

Director de trabajo final propuesto: Lucas Pussetto

Julio 2024

Buenos Aires – Argentina

EVALUACIÓN DEL COMITÉ

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, a Dios las gracias por permitirme cumplir este nuevo logro en esta trayectoria profesional, siendo mi fuente de sabiduría en todo momento.

Dedico esta esta tesis a mi compañero de vida, Patricio, por su paciencia, comprensión, y aliento inquebrantable durante mi carrera profesional. Su presencia ha sido mi roca en momentos difíciles y mi motivación para seguir adelante.

A mis padres, Xiomara y Gustavo, quienes siempre me han brindado su amor incondicional y su apoyo a lo largo de mi vida. Su ejemplo de perseverancia y valores han sido mi inspiración constante.

A mis hermanos Edwin y Robert, por siempre velar por mi bienestar y apoyarme siempre en todo momento. Cada logro alcanzado también es suyo, por ser parte inseparable de mi vida y mi corazón.

Agradezco a mis compañeras y amigos por su apoyo incondicional y aliento constante a lo largo de este camino académico. Esta experiencia no hubiera sido tan enriquecedora sin ustedes.

A mis profesores y tutor de tesis, Lucas Pussetto, gracias por su apoyo constante y sus orientaciones, no habría sido posible lograr este hito tan significativo en mi carrera.

Finalmente, dedico este trabajo a los padres valientes, cuyo amor ilimitado hacia sus hijos con Trastornos del Espectro Autista, han sido la fuente de inspiración detrás de cada característica diseñada en este proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tuvo como objetivo principal realizar una investigación y desarrollar una propuesta de plan de negocios con el fin de crear una aplicación móvil dirigida a padres con hijos menores de edad diagnosticados con Trastornos Espectro Autista (TEA). La herramienta pretende proporcionar recursos prácticos, como videos y textos, que faciliten la comprensión, el desarrollo, el bienestar y la convivencia diaria con sus niños, además de brindar servicios de asistencia virtual por psicólogos. Esto se llevó a cabo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Durante su desarrollo fue utilizada una metodología de investigación con un enfoque descriptivo no experimental con un diseño cualitativo y cuantitativo. Donde se utilizaron diferentes técnicas de recolección de datos, como encuestas y entrevistas. Posteriormente, los resultados de las encuestas fueron interpretados y presentados mediante gráficos. Además, se implementó un análisis estratégico utilizando metodologías como son: FODA, análisis PESTEL y las 5 fuerzas de Michael Porter.

Finalmente, considerando los resultados obtenidos mediante el análisis económico y financiero, la investigación de mercado y el exhaustivo análisis del entorno, se confirma la viabilidad del desarrollo de la aplicación interactiva de asistencia y resolución de problemas en tiempo real para padres con hijos menores de edad con diagnóstico de Trastornos Espectro Autista. Se concluye, que esta herramienta tiene potencial dado que hay una comunidad de padres que requieren de apoyo y la educación necesaria para mejorar su calidad de vida y bienestar.

TABLA DE CONTENIDOS

EVALUACIÓN DEL COMITÉ	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
TABLA DE CONTENIDOS	5
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
NDICE DE GRÁFICOS.....	10
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Justificación.....	11
1.2 Objetivo General	12
1.3 Objetivos específicos.....	12
1.4 Hipótesis.....	13
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	14
2.1 Encuesta	14
2.2 Entrevistas	14
3. MARCO TEÓRICO.....	16
3.1 Plan de Negocio	16
3.2 Matriz F.O.D.A.	17
3.3 Business Model Canvas	18
3.4 Análisis PESTEL.....	19
3.5 Cinco Fuerzas de Michael Porter	21
3.6 Evaluación Financiera	24
3.7 Marketing Digital	27
3.8 Impacto del niño autista en los padres	29

4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	31
4.1 Matriz F.O.D.A	31
4.2 Análisis PESTEL.....	32
4.3 Cinco Fuerzas de Porter	33
4.4 Business Model Canvas	35
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	36
5.1 Estadísticas del Trastorno Espectro Autista.....	36
5.2 Encuesta a padres con hijos menores de edad diagnosticados con Trastornos Espectro Autista.	38
5.3 Entrevista a psicólogos clínicos especializados en Trastornos Espectro Autista.....	53
5.4 Entrevista a madres con hijos con Trastornos Espectro Autista	54
6. DESARROLLO DE LA PLATAFORMA	56
6.1 Descripción de la aplicación	56
6.2 Misión, Visión y Valores de la aplicación.	56
6.3 Experiencia de Usuario	57
6.4 Modelo Freemium.....	57
6.5 Estrategia de marketing y ventas.....	58
6.6 Indicadores Claves (KPIs).....	58
7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	60
7.1 Estimación de la demanda.....	60
7.2 Etapas del proyecto	61
7.2.1 Presupuesto e inversión inicial para el desarrollo de la plataforma.....	61
7.2.2 Lanzamiento de aplicación versión beta funcional.....	61
7.2.3 Mejora de la aplicación.....	62
7.2.4 Optimización de experiencia de usuario y estrategias de marketing	63
7.2.5 Explorar nuevas oportunidades de crecimiento.	64
7.2.6 Fortalecimiento de la plataforma en el mercado.....	65

7.3	Proyección de ingresos y egresos.....	66
7.4	Estados de resultados (EERR).....	67
7.5	Flujo de efectivo proyectado.....	68
7.6	Análisis de sensibilidad.....	69
8.	Conclusiones y Recomendaciones	71
	Bibliografía	73
	Anexos	75

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración No.1: Matriz FODA.....	18
Ilustración No.2: Business Model Canvas.....	19
Ilustración No.3: Las 5 fuerzas de Michael E. Porter.....	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Matriz F.O.D.A.....	31
Tabla No.2: Análisis PESTEL	32
Tabla No.3: Business Model Canvas	35
Tabla No.4: Datos expresados en promedios globales.....	36
Tabla No.5: Datos estadísticos de autismo por país.....	37
Tabla No.6: Inicio del Negocio.....	61
Tabla No.7: Proyección año 1	62
Tabla No.8: Proyección año 2	62
Tabla No.9: Proyección año 3	63
TablaNo.10: Proyección año 4	64
Tabla No.11: Proyección año 5	65
Tabla N°12: Proyección anual de ingresos y egresos.....	67
Tabla N°13: Estado de resultados	67
Tabla No.14: Flujo neto de efectivo proyectado.....	68
Tabla No.15: Análisis de sensibilidad – escenario optimista.....	69
Tabla No.16: Análisis de sensibilidad – escenario pesimista.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1: Género.....	39
Gráfico No.2: Edad	40
Gráfico No.3: Edad de hijos con TEA.....	41
Gráfico No.4: Edad diagnóstico de su hijo con Autismo.....	42
Gráfico No.5: Asistencia de padres a espacios terapéuticos	43
Gráfico No.6: Preferencia sobre asesoramiento psicológico.....	44
Gráfico No.7: Conocimiento sobre una aplicación para padres con hijos con TEA	45
Gráfico No.8: Usabilidad de la aplicación	45
Gráfico No.9: Necesidad de una aplicación que brinde servicios de asesormiento	46
Gráfico No.10: Prferencia de incluir recursos educativos en la aplicación	47
Gráfico No.11: Consideraciones de asesoramiento virtual por psicólogos.....	48
Gráfico No.12: Preferencias de actividades o ejercicios que incluya la aplicación.....	49
Gráfico No.13: Importancia de la privacidad de los datos en la aplicación	50
Gráfico No.14: Disposición de pagar por los servicios que brinda la aplicación	51
Gráfico No.15: Recomendación de la aplicación.....	52

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El Trastorno del espectro autista (TEA), según la Autism Society of Texas (2023), es una discapacidad del desarrollo compleja y permanente que suele aparecer durante los primeros años de vida y puede afectar a las habilidades sociales, la comunicación, las relaciones y la autorregulación de una persona.

Dicha sociedad refiere que, es crucial destacar algunos comportamientos asociados al autismo, entre los que se incluyen: retraso en el aprendizaje del lenguaje, dificultad para establecer contacto visual o mantener una conversación, dificultades en el funcionamiento ejecutivo (conjunto de habilidades mentales que incluyen la memoria de trabajo, el pensamiento flexible y el autocontrol), escasas habilidades motrices, sensibilidades sensoriales entre otros.

Según detalló la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2023, aproximadamente uno de cada 100 niños tiene autismo. Las capacidades y necesidades de los niños con autismo son diversas y pueden experimentar cambios a lo largo del tiempo. Mientras que algunos pueden llevar una vida independiente, otros enfrentan dificultades más significativas, requiriendo atención y apoyo continuo a lo largo de toda su vida.

Considerando esto, es fundamental abordar sobre las reacciones de los padres al tener un hijo con dicha condición. La Fundación ConecTEA en (2020), afirma que los niños con autismo enfrentan una variedad de desafíos que pueden tener un impacto negativo en el desenvolvimiento de los padres y crear un estrés significativo en todos los miembros de la familia. Así como también los déficits sociales y de comunicación afectan al total de los miembros de la familia emocional y financieramente.

Aceptar y comprender que un hijo tiene una discapacidad es un proceso que va más allá del mero conocimiento del hecho. Como cualquier suceso doloroso, la asimilación de esta situación dura un tiempo e incluso en algunos casos no llega a completarse nunca (Martínez y Bilbao, 2008).

Debido a esto, los padres de familia indagan constantemente sobre la ayuda que pueden encontrar en los profesionales del área de la salud y otras áreas académicas, buscando así una pronta solución o tratamiento a los problemas a los cuales deben enfrentarse día tras día, lo que convierte en un factor de estrés la búsqueda constante de tratamientos o terapias, donde en ocasiones no se ven los avances o los resultados que les gustaría obtener con sus hijos. Aparte de esto, el estado de salud no les brinda la suficiente información o herramientas para implementar en casa de manera oportuna (Martínez y Bilbao, 2008).

En base a los datos antes mencionados, se busca proporcionar una herramienta efectiva para ofrecer apoyo y contención a padres que enfrentan desafíos con hijos que poseen trastornos espectro autista (TEA), especialmente aquellos que encuentran dificultades para manejar adecuadamente la relación con sus hijos.

Partiendo de esto, se propone el desarrollo de un programa de asistencia virtual dirigida a padres, con el fin de orientarlos en las diferentes situaciones que enfrentan con sus hijos, las cuales muchas veces les resultan difíciles de manejar. Se desarrollará una aplicación que ofrecerá recursos prácticos, como, consejos, pasos a seguir de acuerdo a la situación, así como también planes de acción a través de videos y textos basados en situaciones reales. Además, proporcionará acceso a profesionales de la psicología, los cuales podrán ofrecer asistencia virtual con el fin de dar soporte profesional.

1.2 Objetivo General

Diseñar y desarrollar una aplicación amigable y eficaz dirigida a padres que tengan hijos menores de edad con Trastorno del Espectro Autista (TEA), teniendo como objetivo proporcionarles una herramienta que simplifique el proceso de la crianza y promover el desarrollo integral de sus hijos.

1.3 Objetivos específicos

1. Desarrollar contenido educativo y de apoyo que aborde específicamente las necesidades y desafíos comunes enfrentados por los padres que tengan hijos con TEA.

2. Integrar un sistema de asesoramiento virtual, conectando a los padres con profesionales especializados en TEA para brindar orientación personalizada y responder preguntas específicas.
3. Incluir herramientas interactivas, como videos y textos orientativos, que proporcionen ejemplos prácticos sobre cómo abordar situaciones cotidianas con niños con TEA.
4. Evaluar la viabilidad financiera de la aplicación para padres con niños con TEA.

1.4 Hipótesis

Existe una demanda insatisfecha para los padres con hijos menores de edad con TEA que buscan apoyo y orientación para afrontar los desafíos asociados con esta condición en la Ciudad Autónoma de Buenos, Argentina.

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó utilizando un enfoque descriptivo no experimental con un diseño cualitativo y cuantitativo. Se utilizaron diversas técnicas de recolección de datos, como encuestas y entrevistas, dirigidas tanto a padres de niños con TEA como a psicólogos especializados en esta área. El propósito ha sido analizar las diversas situaciones que atraviesan los padres con hijos con esta condición y al mismo tiempo, investigar sobre la viabilidad de este negocio. Esta investigación se llevó a cabo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A continuación, se detallan cada una de ellas:

2.1 Encuesta

Para lograr cada uno de los objetivos establecidos en esta investigación, se realizó la recolección de datos a través de una encuesta formal utilizando la plataforma de Google Forms, la cual ha sido aplicada de forma online. El cuestionario contó con 16 preguntas de las cuales diez (10) son preguntas dicotómicas, dos (2) son preguntas cerradas, una (1) es pregunta de selección múltiple, una (1) pregunta de escala Likert y una (1) es abierta.

La interpretación de los datos fue descriptiva y se ha analizado a través de gráficos para una mejor comprensión. La finalidad de esta encuesta fue conocer los desafíos que enfrentan los padres en su día a día con sus hijos que tienen trastornos de espectro autista (TEA). Además, servirá para identificar cuáles son las distintas situaciones que les impide una mayor comprensión con los niños.

2.2 Entrevistas

Se llevaron a cabo entrevistas basadas en preguntas semiestructuradas, dirigidas a tres psicólogos que ofrecen atención a familias con TEA y dos madres que tienen hijos con esta condición, el propósito ha sido recopilar información precisa y detallada de primera mano. Las preguntas fueron seleccionadas minuciosamente dada la sensibilidad del tema y cada entrevista tuvo duración aproximadamente de 30 minutos.

El diseño de cada una de las entrevistas tuvo como objetivo obtener una mayor comprensión y conocimiento de las experiencias de los psicólogos que brindan terapia a niños con TEA, así

como de los padres de estos niños. Se buscó conocer sus percepciones sobre el manejo de esta condición y cómo lo han asimilado.

Finalmente, al ser las entrevistas semiestructuras, permitió realizar preguntas adicionales a los padres para identificar estrategias que serían útiles y adecuadas para mejorar la calidad de vida de sus niños y fortalecer la relación entre padres e hijos.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Plan de Negocio

Representa un documento en el que se bosqueja la idea básica que fundamenta una empresa y se describen consideraciones relacionadas con su puesta en marcha. En este se debe exponer la idea básica de la nueva iniciativa de negocios e incluir descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí. (Longenecker, Moore, Petty & Palich, 2010)

Según (Longenecker, Moore, Petty & Palich, 2010), existen para el emprendedor que inicia una nueva empresa, un plan de negocios tiene tres objetivos básicos:

1. Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿por qué existe una oportunidad así?
2. Presentar el método que el emprendedor piensa adoptar para aprovechar dicha oportunidad.
3. Reconocer los factores que determinarán si esta nueva iniciativa de negocios tendrá éxito.

Dicho de una manera diferente, un plan de negocios se utiliza para proporcionar una declaración de las metas y estrategias que utilizarán las personas al interior de la empresa y ayudar al desarrollo de relaciones con personas externas a la empresa (inversionistas y otros) que podrían ayudar a la empresa a alcanzar sus metas. (Longenecker, Moore, Petty & Palich, 2010).

Por otro lado, Fleitman (2000), argumenta que un plan de negocios se define como instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación y el crecimiento de una empresa.

Según (Zorita, Lloreda. E, 2016), algunas de las claves para saber en principio que una idea de negocio prospere son:

- Detectar que segmento de clientes es posible dirigirse dentro del universo de consumidores, analizando qué necesidades cubre o qué satisfacciones potenciales podrá aportar a los futuros usuarios.
- Cubrir un nicho de mercado sin explorar.
- Concebirla dentro de un sector conocido.
- Analizar la competencia y el mercado.

Por último, es importante el estudio del escenario donde competirá la nueva empresa, la elección de los objetivos que desea alcanzarse y el diseño de las estrategias para lograrlos. (Zorita, Lloreda. E, 2016).

3.2 Matriz F.O.D.A.

Un análisis FODA realiza una evaluación general de las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D) y amenazas (A) de la empresa. Las fortalezas incluyen capacidades internas, recursos y factores situacionales positivos que podrían ayudar a la empresa a atender a sus clientes y lograr sus objetivos. Las debilidades incluyen las limitaciones internas y los factores situacionales negativos que podrían interferir con el desempeño de la empresa. Las oportunidades son factores o tendencias favorables en el entorno externo que la empresa podría ser capaz de aprovechar a su favor. Y las amenazas son factores o tendencias externos y desfavorables que podrían presentar desafíos al desempeño. (Kotler & Armstrong, 2013)

La empresa debería analizar sus mercados y entorno de marketing para encontrar oportunidades atractivas e identificar las amenazas del entorno. También debería analizar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las acciones de marketing actuales y posibles para determinar cuáles oportunidades puede aprovechar mejor. La meta es que las fortalezas de la empresa se empaten con oportunidades atractivas en el entorno, mientras se eliminan o superan las debilidades y se minimizan las amenazas. (Kotler & Armstrong, 2013)

En la siguiente ilustración se presentan los conceptos descriptos:

Ilustración No.1: Matriz FODA



Fuente: Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Fundamentos del Marketing.

El análisis FODA ha adquirido una gran importancia en la dirección estratégica empresarial, ya que es uno de los métodos más simples y eficaces para recopilar y analizar la información necesaria para tomar decisiones sobre el futuro de la empresa.

Para concluir, este análisis si se realiza adecuadamente, permite a la empresa identificar sus factores estratégicos de éxito, así como también, los críticos. Una vez identificados, se pueden utilizar para ejecutar cambios organizacionales como: consolidar las fortalezas, disminuir las debilidades, aprovechar las oportunidades y reducir las amenazas.

3.3 Business Model Canvas

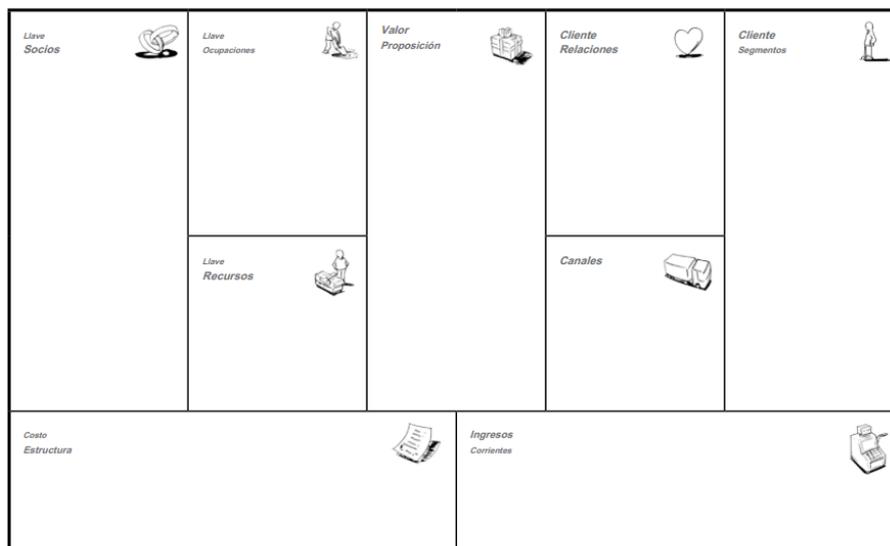
El modelo CANVAS, describe las bases sobre la que una empresa crea, proporciona y capta valor. Este concepto se ha convertido en un lenguaje compartido que permita fácilmente describir y gestionar modelos de negocios con el fin de desarrollar nuevas alternativas estratégicas. (Osterwalder, & Pigneur, 2010).

Para (Osterwalder, & Pigneur, 2010), considera que la mejor manera de describir el modelo CANVAS, es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nuevos módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio. Clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Esto es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa.

Los planes de negocios han sido siempre esenciales en la planificación y ejecución de iniciativas de proyectos. Sin embargo, el panorama actual, caracterizado por la innovación y el espíritu emprendedor, demanda modelos de negocios ágiles y simples que puedan adaptarse con rapidez a los cambios del entorno. Estos modelos deben ofrecer una visión clara y organizada de la información disponible, facilitando así la toma de decisiones.

A continuación, se presentan los nueve módulos por el cual está conformado el modelo de negocio CANVAS.

Ilustración No.2: Business Model Canvas



Fuente: Osterwalder A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation.

3.4 Análisis PESTEL

PESTEL representa una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y el futuro. Se trata de un acrónimo Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal. Este análisis se utiliza para evaluar estos seis factores externos en relación con la situación comercial. Además, se basa en examinar oportunidades y amenazas que surgen a partir de dichos factores. Con los resultados que ofrece esta metodología es posible tener una visión favorable al llevar a cabo una investigación de mercados, crear estrategias de marketing, desarrollar productos y tomar mejores decisiones para la organización. (Armador Mercado, 2022)

(Armador Mercado, 2022), describe estos factores de la siguiente forma:

- **Factores políticos:** permiten determinar y evaluar cómo la intervención del gobierno puede afectar el funcionamiento y desempeño de la empresa. Esto se da por medio de las leyes y las políticas que aplica el ente gubernamental. En general podrían ser aspectos como las políticas fiscales y monetarias del gobierno, subsidios, tratados comerciales y las políticas internacionales. Es decir, se refiere a toda ley y política que afecte a la empresa ya sea a nivel nacional, regional e internacional.
- **Factores económicos:** toman en cuenta todas las variables macroeconómicas, estas variables se consideran tanto a nivel nacional como internacional, dado que podrían favorecer o entorpecer el desempeño de la organización. Las variables económicas más importantes son el comportamiento del producto interior bruto (PIB), la tasa de desempleo, el nivel de precio y la balanza comercial.

Además, se deben considerar eventos como las variaciones de los ciclos económicos, especialmente los períodos de crisis y de auge dentro de la economía pues son factores que pueden beneficiar o poner en riesgo a la empresa.

- **Factores sociales:** estos factores incluyen elementos como la religión, las creencias, la cultura, los hábitos, los intereses y las preferencias de las personas. Todos estos elementos afectan de manera favorable o desfavorable los resultados que una empresa espera alcanzar. Dado que los aspectos sociales van cambiando y van presentando nuevas.
- **Factores tecnológicos:** son vitales para una empresa, por los niveles de innovación que se están dando en los mercados actuales. Los cambios tecnológicos pueden traer grandes beneficios para las empresas que saben aprovecharlos. Pero por el contrario puede ocasionar mucho daño a las empresas que se quedan obsoletas y que no cambian su infraestructura. Estos elementos pueden ser el uso de nuevos programas informáticos, aprovechamiento de nuevas formas de energía y cualquier cambio en la tecnología implementada.

- **Factores ecológicos o ambientales:** desde luego, los aspectos ecológicos tienen que ver con todos los factores relacionados directa o indirectamente con el medio ambiente. Cualquier cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la empresa.

Así mismo, se pueden mencionar leyes sobre el uso de la energía, la conservación del ambiente, la gestión de residuos y la emisión de gases, entre otras.

- **Factores Legales:** incluyen todas las leyes que la empresa se ve obligada a cumplir. La normativa legal puede perjudicar o beneficiar el desempeño de la entidad y también las leyes pueden incidir sobre el proceso de producción y de comercialización de los productos que ofrecen. Del mismo modo puede afectar a nivel nacional e internacional.

Se pueden incluir leyes sobre propiedad intelectual, seguridad social, salarios mínimos, licencias entre algunas de las más importantes.

3.5 Cinco Fuerzas de Michael Porter

En el mundo empresarial altamente competitivo de hoy, comprender las dinámicas de la industria es esencial para el éxito. El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta clásica que las organizaciones utilizan para evaluar su entorno competitivo y tomar decisiones estratégicas. Desarrollado por Michael E. Porter, este marco ayuda a las empresas a evaluar las fuerzas ambientales que influyen en el futuro de su industria.

Estas cinco fuerzas competitivas combinadas rigen la intensidad de la competencia y la rentabilidad en una industria; la fuerza o las fuerzas más poderosas predominan y son decisivas desde el punto de vista de la formulación de estrategias. (Porter, M. E, 2015).

A continuación, se describirán brevemente cada una de las fuerzas para ofrecer una visión más clara de cada una de ellas.

- **Amenaza de nuevos competidores entrantes:** los nuevos participantes en una industria aportan más capacidad, el deseo de conquistar participación en el mercado y, a menudo, grandes recursos. Esto hace que se reduzcan los precios o que se inflen los costos de las compañías establecidas. (Porter, M. E, 2015).

Esta amenaza se refiere a las barreras de entradas y salidas en la industria en la que opera el negocio. Un segmento atractivo se caracteriza por barreras de entrada altas y barreras de salida bajas, lo que dificulta la entrada de nuevos competidores al mercado y facilita la salida si es necesario. Por otro lado, cuando ambas barreras son altas, el potencial de ganancias económicas también lo es, pero los competidores lucharán con más determinación para permanecer en el mercado, ya que abandonarlo les provocaría grandes pérdidas.

- **Amenaza de productos sustitutos:** en un sentido general, las compañías de una industria compiten con las empresas que generan productos sustitutos; los cuales limitan rendimientos potenciales de un sector industrial porque colocan un tope en los precios que las empresas de la industria cobran de manera rentable. Cuanto más atractiva sea la opción de precios que los sustitutos ofrecen, mayor será el margen de utilidad. (Porter, M. E, 2015).

Para descubrir productos sustitutos es necesario buscar otros productos que realicen la misma función que el de la industria. Algunas veces es una tarea sutil y lleva al analista a industrias en apariencia distintas. Así, los corredores de valores deben tratar cada día con más sustitutos, como bienes raíces, seguros, fondos del mercado dinero y otras formas en que el individuo invierte su capital, cuya importancia creció por el desempeño deficiente de los mercados accionarios. (Porter, M. E, 2015).

Por consiguiente, un mercado puede volverse poco atractivo si hay productos sustitutos disponibles. Esta situación limita los precios y las ganancias de un producto o servicio, ya que los consumidores pueden optar fácilmente por alternativas. Es crucial mantenerse informado sobre las novedades de la industria, ya que pueden surgir productos sustitutos a través de precios más bajos, mejoras tecnológicas u otros factores.

- **Poder de negociación con los clientes:** los compradores compiten con la industria cuando la obligan a reducir precios, negocian una mejor calidad o más servicios y enfrentan a los rivales entre sí. El poder de los grupos importantes de compradores depende del número de características de su situación de mercado y del valor relativo de su compra en relación con la industria global. (Porter, M. E, 2015).

Es decir, los consumidores pueden volverse más exigentes y establecer mayores estándares sobre los precios, la calidad o los servicios del producto. Esto puede reducir los márgenes de ganancias de la empresa y hacer que el mercado objetivo sea menos atractivo. Además, los compradores tendrán la libertad de elegir productos o servicios de la competencia. Por lo tanto, si hay una mayor cantidad de proveedores en la industria, esto se volverá más desfavorable para la empresa.

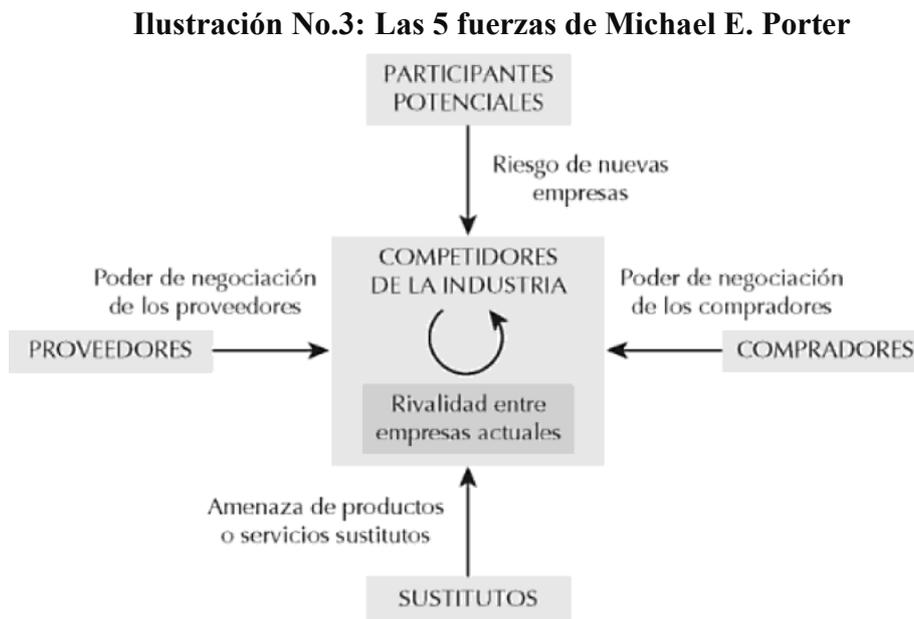
- **Poder de negociación con los proveedores:** los proveedores ejercerán poder de negociación sobre los participantes de una industria si amenazan con elevar los precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen. De ese modo, los más poderosos reducen de manera drástica la rentabilidad en una industria incapaz de recuperar los incrementos de costos en sus precios. (Porter, M. E, 2015).

En otras palabras, cuando los proveedores están bien organizados en su sector, poseen recursos valiosos y controlan los precios y el tamaño de los pedidos, esto les otorga un fuerte poder de negociación. En consecuencia, un negocio o emprendimiento tendrá menos capacidad de negociación cuando hay pocos proveedores en el mercado, ya que estos pueden imponer sus condiciones con mayor autoridad.

- **Rivalidad entre competidores:** adopta la conocida forma de manipular para alcanzar una posición, recurriendo tácticas como la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos, y un mejor servicio o garantía a los clientes. La rivalidad se debe a que uno o más competidores se sienten presionados o ven la oportunidad de mejorar su posición. En la generalidad de las industrias, las tácticas competitivas de una compañía influyen profundamente en otras y, por tanto, provocan represalias o esfuerzos por contrarrestarlas; en otras palabras, las compañías dependen una de otras. (Porter, M. E, 2015).

En conclusión, este factor ofrece la información necesaria para que el negocio desarrolle estrategias y se posicione en el mercado. Cuando una industria tiene muchos competidores bien establecidos, con barreras de salida altas o un fuerte interés en mantener su presencia en el mercado, la rivalidad aumenta y el segmento se vuelve menos atractivo.

En la siguiente ilustración se observan las 5 fuerzas de Michael E. Porter:



Fuente: Porter, M. E. (2015). Estrategia Competitiva.

3.6 Evaluación Financiera

Incluir el análisis financiero en un plan de negocio es fundamental, ya que permite a empresarios comprender la viabilidad económica de su proyecto y tomar decisiones acertadas. Analizar la situación económica de la empresa emergente, incluidos sus riesgos y flujos de efectivo, proporciona información sobre el rendimiento esperado a lo largo de sus distintas etapas de desarrollo.

Para (Dumrauf, 2010), las finanzas representan aquella rama de la ciencia económica que se ocupa de todo lo concerniente al valor. Su objetivo es maximizar la riqueza de los accionistas. De esta forma, las decisiones de inversión y las decisiones de financiamiento deben agregar a la empresa tanta riqueza como sea posible.

(Meza Orozco, 2013), describe un proyecto de inversión como un plan al que, si se le asigna un determinado monto de capital y que se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad. Así mismo comenta, que no existe una sola solución a un problema o a una necesidad, por el contrario, casi siempre se logran encontrar numerosas alternativas que pueden contribuir a resolver las dificultades o a modificar las condiciones existentes.

Según (Meza Orozco, 2013), en la práctica se pueden identificar proyectos para satisfacer necesidades concretas o para aprovechar oportunidades especiales. Estos proyectos de inversión pueden surgir de varios orígenes:

- Satisfacción de las necesidades individuales y colectivas.
- Aprovechamiento de una oportunidad de negocio. Las oportunidades de negocios se dan cuando las ideas de negocios están basadas en las necesidades de la comunidad, en ventajas competitivas, cuando se visualizan los recursos humanos y físicos y cuando se cuenta con el impulso vital del inversionista que las hagan realidad.
- Crecimiento del mercado en general, que produce una mayor demanda del bien o servicio.
- Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores.
- Cambio en los niveles de ingresos de los consumidores o en el precio de los bienes y servicios.
- Innovación tecnológica. Estos proyectos surgen por la necesidad de aumentar la productividad de las empresas y disminuir los costos directos para ser competitivas en el mercado tanto en precio como en calidad, por lo tanto, se hace necesario el reemplazo de maquinarias y equipos obsoletos.

Asimismo, se debe tener presente comprender algunos términos y definiciones básicas con el fin de evaluar financieramente un emprendimiento. Los siguientes conceptos son cruciales tanto en la etapa de planificación económica como la puesta en marcha de un startup. A continuación, se presentan algunos de estos términos claves:

- **Inversión Inicial:** conocida como costos de inversión o inversión antes de la puesta en marcha, está representada por los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo de acuerdo con lo expresado por (Meza Orozco, 2013). Es decir, es la cantidad de dinero o recursos necesarios para iniciar un proyecto, los cuales incurren activos tangibles como activos intangibles, entre otros.
- **Punto de Equilibrio:** es el nivel de producción donde la contribución marginal cubre exactamente los gastos fijos, por lo que no se generan ni utilidades ni pérdidas. (Hernández León & Coello González, 2020). Una vez que se alcanza el punto de equilibrio, los ingresos superan los costos a partir de ahí son ganancias percibidas para el negocio.
- **Valor Actual Neto (VAN):** es el valor presente de los flujos de efectivo futuros de la inversión, menos el costo inicial de la misma. Vale la pena hacer una inversión si tiene un valor presente neto positivo. En caso de que sea negativo, debe ser rechazada. (Ross, Westerfield & Jaffer, 2000)

Expresado de manera sencilla, conocer el VAN en un plan de negocios o inversión proporciona una herramienta efectiva para evaluar la rentabilidad, comparar alternativas y evaluar el riesgo, lo que ayuda a los inversores a tomar decisiones acertadas y maximizar el valor de su inversión.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** se define como la tasa de descuento a la cual el valor presente neto de una inversión es igual a 0. La tasa interna de rendimiento es el método que se sigue para evaluar las propuestas de los gastos de capitales. (Ross, Westerfield & Jaffer, 2000)

La TIR es una herramienta importante en la toma de decisiones de inversión y se utiliza junto con otras métricas financieras para evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto o inversión.

Se concluye que, a través de la evaluación financiera, se busca calcular la inversión inicial necesaria para poner en marcha el proyecto o negocio, identificar las fuentes de financiamiento disponibles, estimar los costos operativos en cada etapa y proyectar las ganancias futuras. Además, posibilita evaluar si resulta factible seguir adelante con la ejecución del emprendimiento o si es recomendable emplear los recursos en otras oportunidades.

3.7 Marketing Digital

Para (Shum Xie, 2016), lo describe como una aplicación de estrategias y técnicas de comercialización llevadas a cabo a través de los medios digitales. Todas las técnicas de marketing off-line son adaptadas al mundo digital. Actualmente aparecen nuevas herramientas que facilitan el trabajo, permitiendo tener una conexión y comunicación más directa con los clientes y así poder medir en tiempo real cada una de las estrategias empleadas.

Las redes sociales forman parte del marketing digital. Muchas agencias, organizaciones y marcas combinan los canales tradicionales y digitales del marketing; debido a que se amplía más la posibilidad de penetración de su marca o de productos y servicios. Además, si el objetivo es captar clientes, no solo se debe tener presencia exclusiva en los medios on-line y off-line, sino all-line. Esto significa que se debe estar presente en todos los canales de comunicación que te permiten captar, conectar y comunicar con la audiencia. (Shum Xie, 2016)

Para (Solé Moro & Campo Fernández, 2020), existen diferentes motivos para invertir en el sector digital:

- Búsqueda de información sobre productos en internet.
- Utilizar internet para comunicar.
- La digitalización es la transformación más importante hoy en día.
- La digitalización está impactando todos los aspectos de los negocios.

- El público objetivo se encuentra en el internet.

Entre las actividades propias del marketing digital se encuentran las campañas publicitarias que se difunden por la televisión digital, promociones de ventas a móviles mediante sistemas de geolocalización, encuestas en línea y actividades de comercio electrónico, entre otras muchas actividades eminentemente orientadas al consumidor. (Solé Moro & Campo Fernández, 2020)

Según (Solé Moro & Campo Fernández, 2020), las enormes dificultades de captar, retener y fidelizar a través de la red han originado tres tipos de estrategia de marketing en internet que deben complementarse:

- **Marketing de atracción:** también conocido como inbound marketing. Este utiliza sus herramientas para atraer a su público objetivo de forma que sea el consumidor el que acceda a la marca de manera positiva. El público objetivo se siente atraído por la información que aporta la marca mediante el uso del content marketing o branded content, que persigue tres objetivos: informar, educar y entretener.
- **Marketing de retención:** es intentar enamorar al cliente para que se quede con el producto o servicio. Para fidelizar un cliente, actualmente las marcas trabajan estrategias basadas en el contenido y en el buen uso de sus bases de datos, por lo que es fundamental tener sus contactos para poder optimizar la experiencia.

Con este tipo de marketing las marcas ofrecen información desde el inicio de la relación para que el cliente aproveche todas las capacidades reales de las marcas, además se le hace partícipe del proceso y se personaliza al máximo la experiencia.

- **Marketing de recomendación:** las marcas buscan con esta estrategia que los clientes hablen bien de ellas a su entorno, familiares y amigos. Gracias a las redes sociales, esto se ha convertido en una herramienta básica para la captación de nuevos clientes.

Definitivamente, el marketing digital debe ser visto como un recurso esencial en la estrategia actual de cualquier empresa. Esta herramienta ofrece la capacidad de llegar a la audiencia de

forma precisa y efectiva, además de ser altamente medible y adaptable. No solamente resulta ser más económico que la publicidad tradicional, sino que su capacidad para conectar con los consumidores en cualquier momento y lugar, lo convierte en un componente fundamental para el éxito en una era cada vez más digitalizada.

3.8 Impacto del niño autista en los padres

(Martínez y Bilbao, 2008) expresa que, la aceptación por parte de los padres de que su hijo padece autismo es muy difícil de asimilar. Generalmente no pueden creer lo que les dice el especialista, no es posible que su hijo padezca autismo, un trastorno grave, de origen orgánico, un trastorno hoy por hoy incurable y que requiere de tratamiento e intervención educativa lo antes posible y en un porcentaje alto de casos de por vida.

Cuando los padres reciben el diagnóstico inicial, cuando conocen la noticia de que su hijo tiene una discapacidad, entran en un estado de inmovilización, de shock, de bloqueo y aturdimiento general, debido a la inesperada noticia. En el caso del autismo, como en otras muchas discapacidades, los padres no están preparados para escuchar que su hijo, padece un trastorno que, aunque se puede tratar, no tiene cura. El efecto de esta fase sobre las familias sería leve si desde los primeros indicios se les apoyase y ayudase a identificar el trastorno. (Martínez y Bilbao, 2008)

Basándonos en lo comentado anteriormente, la crianza de un hijo o hija con autismo suele generar un impacto significativo en la dinámica familiar, dando paso a alterar considerablemente el ambiente hogareño. Los padres enfrentan desafíos importantes al criar a un niño con autismo, ya que esta condición puede provocar frustración, estrés y confusión en el seno familiar.

Por otro lado, (Martínez y Bilbao, 2008) comenta también que es preciso modificar la forma de comunicación. Los niños con TEA tienen un lenguaje particular, miran el mundo desde una perspectiva singular y se perciben a sí mismos y a los demás de manera diferente a como se perciben el resto de las personas. Viven en un mundo de percepción directa e inmediatez, ven el mundo sin metáforas. Los padres necesitan disponer de ayudas que les permitan entender este lenguaje enigmático y contradictorio en el que se expresa su hijo. No utilizan el lenguaje de manera cotidiana para negociar el mundo social, su lenguaje a menudo se limita a tareas cotidianas y a peticiones sencillas que satisfacen sus propias necesidades. Si no hablan, no son

aptos de sustituir los significados no verbales de la comunicación. Esto hace que los padres de niños y niñas con autismo a menudo tienen que adivinar cuál puede ser el significado de un comportamiento.

La (Fundación ConecTEA, 2020), resalta que los padres y madres gestionan el estrés de una manera diferente:

- **Estrés materno:** los estudios analizados han demostrado que, aunque las madres están involucradas en el cuidado de sus hijos todo el tiempo, se enfrentan a más desafíos que los padres, tales como: soledad, tasas más altas de depresión, dificultades para seguir sus carreras profesionales debido a la excesiva demanda de tiempo para cuidar al niño, vergüenza de no comprender la condición del autismo y sus síntomas, pérdida de las relaciones entre los miembros de la familia debido a la tarea laboriosa de cuidar a sus hijos.
- **Estrés Paterno:** los estudios realizados indican que tienen menos tasas de estrés y señalan que están reprimiendo sus sentimientos la mayor parte del tiempo a costa de la ira.

Finalmente, se puede determinar que la mayoría de las familias pueden enfrentar estos desafíos de manera exitosa si cuentan con el control sobre otros factores que generan estrés. Para mitigar la carga emocional en los padres y el impacto en el funcionamiento familiar, es fundamental contar con intervenciones destinadas a los niños con autismo. Diversos tipos de apoyo, la formación de los padres por parte de profesionales, tratamientos especializados y la participación en grupos de apoyo pueden contribuir positivamente al bienestar familiar. Afrontar el estrés asociado con la crianza de un niño con TEA puede fortalecer los lazos familiares y matrimoniales, aunque esto requiere un sólido sistema de apoyo y un esfuerzo constante.

4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

4.1 Matriz F.O.D.A

Tabla No. 1 Matriz F.O.D.A

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Primera aplicación que proporciona acceso a recursos y herramientas útiles para padres de niños con TEA en cualquier momento y lugar, lo que puede mejorar la conveniencia y la experiencia del usuario. - La capacidad de personalizar la experiencia de los padres de acuerdo con las necesidades que tengan sus hijos dentro del Trastorno Espectro Autista. - Ofrece una amplia gama de recursos educativos, como videos, textos interactivos para ayudar a los padres a comprender mejor el TEA y desarrollar habilidades de crianza efectivas. - Acceso a la aplicación a los 365 días del año durante las 24 horas. - Disponibilidad de atención personalizada con psicólogos. 	<ul style="list-style-type: none"> - La falta de acceso a dispositivos móviles o conexión a internet puede limitar la capacidad de algunos usuarios para utilizar la aplicación. - El desarrollo y mantenimiento de una aplicación de calidad puede requerir una inversión significativa de recursos financieros y tiempo. - Aún no se cuentan con psicólogos para que formen parte.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - El aumento en la conciencia y diagnóstico del TEA puede ampliar la base de usuarios potenciales para la aplicación. - La continua evolución de la tecnología móvil y las herramientas de comunicación puede permitir el desarrollo de características y funcionalidades más avanzadas para la aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia a padres por organizaciones y/o psicólogos que trabajan con niños con TEA. - La rápida evolución de la tecnología puede requerir actualizaciones frecuentes y adaptaciones para mantener la relevancia de la aplicación en el mercado. - La falta de aceptación o adopción por parte de los usuarios puede limitar el crecimiento y el éxito de la aplicación.

<ul style="list-style-type: none"> - La posibilidad de establecer colaboraciones con psicólogos y organizaciones dedicadas al TEA puede enriquecer el contenido y la credibilidad de la aplicación. - La aplicación puede considerar la posibilidad de expandirse a otros mercados internacionales donde también exista una demanda creciente de recursos para padres de niños con TEA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lanzamiento de una versión mejorada del modelo de negocio existente.
---	--

Fuente: Elaboración propia (2024)

4.2 Análisis PESTEL

Tabla No.2: Análisis PESTEL

Factores Externos	Oportunidades	Amenazas
Políticos	Apoyo gubernamental a programas de salud y bienestar que incluyan recursos para personas con TEA, lo que puede facilitar la adopción y promoción de la aplicación.	Los recortes fiscales podrían afectar negativamente la financiación de programas gubernamentales destinados a proporcionar servicios de salud, educación, terapia y apoyo a personas con TEA.
Económicos	Mayor disposición de los padres a invertir en servicios y recursos para el cuidado y desarrollo de sus hijos con TEA.	Fluctuaciones en la tasa de cambio que puedan afectar los costos de desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
Socioculturales	Incremento en el nivel de conciencia con respecto al TEA en la sociedad argentina, lo que puede generar una mayor demanda de recursos y servicios para padres de niños con esta condición.	Aún existe una parte de la población con cierto estigma social asociado con el TEA, lo cual puede afectar la adopción de la aplicación por parte de los padres.
Tecnológicos	Accesibilidad digital mejorada que facilite el uso de la aplicación en diferentes dispositivos y plataformas tecnológicas.	Competencia de otras aplicaciones y tecnologías que ofrecen servicios similares o alternativos para padres de niños con TEA en Argentina.

Culturales	N/A	N/A
Legales	Cumplimiento con las regulaciones de protección de datos puede ser un punto de venta único y diferenciador para la aplicación, destacándola como una opción segura y confiable en el mercado.	Existen sanciones por incumplimiento de las leyes de protección de datos. Además, de que una violación de privacidad de datos puede llevar a la pérdida de confianza en la aplicación.

Fuente: Elaboración propia (2024)

4.3 Cinco Fuerzas de Porter

- **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

El mercado actual cuenta con psicólogos que se han apegado al mundo digital principalmente luego de la pandemia, ofreciendo sus servicios psicológicos en general, incluyendo a padres que tienen hijos con TEA, quienes han estado abiertos a recibir ayuda y orientación para criarlos de la mejor manera posible. Sin embargo, los padres a menudo no disponen del tiempo necesario para asistir a terapias completas debido a sus jornadas laborales y otros quehaceres de su diario vivir. Es por esto, que se tiene como objetivo lanzar la aplicación, la cual les permitirá acceder a recursos de apoyo para facilitar la convivencia diaria con sus niños en cualquier momento y lugar.

Como barreras de entradas se pretende utilizar las redes sociales y estrategias efectivas para la penetración en el mercado objetivo. Además, que, si se cumple con las regulaciones correspondientes de salud y privacidad, esto ayudará a disuadir a algunos competidores potenciales.

- **Amenaza de productos sustitutos**

Los servicios de terapias presenciales ofrecidos por psicólogos, terapeutas y especialistas en autismo pueden ser vistos como más efectivos dada a la atención personalizada y la capacidad de adaptarse a las intervenciones en tiempo real. Así como también, los padres pueden preferir una interacción cara a cara, donde se pueden abordar temas detalladamente de acuerdo con las necesidades específicas de sus hijos y en ese mismo sentido recibir una retroalimentación inmediata.

Sin embargo, para mitigar estas amenazas, la aplicación posee un valor añadido significativo, como es ofrecer contenido altamente especializado y validado por profesionales en el área, con características innovadoras, brindando una excelente experiencia de usuario con facilidades de acceso y uso. Además, psicólogos especializados en autismo podrán ofrecer sus servicios a través de la plataforma, lo que va a aumentar la credibilidad y la confianza en la aplicación, diferenciándolas del resto de las alternativas disponibles.

- **Poder de negociación con los clientes**

Los clientes potenciales de esta aplicación para su etapa inicial son aquellos padres que tiene hijos con TEA en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, quienes tienen el interés de obtener una herramienta que sea efectiva para mejorar la relación con sus hijos, de comprenderlos mejor y saber cómo actuar ante una situación en particular que se les presente con ellos.

Si bien es cierto que los padres tienen fácil acceso a información en el internet respecto al tema, y que existen grupos de apoyo, así como también ayuda psicológica. El poder de negociación sigue siendo bajo, dado que es la primera aplicación para padres con hijos con esta condición, donde se les ofrece guías prácticas, videos orientativos y que contenga como valor agregado terapias o asesorías personalizadas con psicólogos a través de la aplicación.

- **Poder de negociación con los proveedores**

El recurso más valioso de la aplicación serán los psicólogos quienes brindarán sus conocimientos y experiencias con el fin de desarrollar los videos y los textos orientativos, además ofrecerán sus servicios de apoyo a través de sesiones personalizadas de forma virtual

a los padres. En el caso de estos profesionales cada uno de ellos va a establecer sus propios honorarios por lo que no será una amenaza de parte de ellos para la aplicación. A futuro se espera tener como aliados a organizaciones o fundaciones que trabajen con niños del espectro trastorno autista.

- **Rivalidad entre competidores**

Una de las principales rivalidades directas que puede tener la aplicación es el acceso al uso de internet como herramienta de búsqueda de información, donde los padres se apoyen con el fin ampliar sus conocimientos de modo que lo puedan aplicar en la crianza que tienen con sus hijos.

No obstante, hoy en día no existe ninguna aplicación orientada a padres con hijos con TEA, pero es posible que luego de lanzada, la misma corra el riesgo de ser copiada hacia una versión mejorada más intuitiva, más amigable para los usuarios, con precios competitivos y con facilidades de uso. Partiendo de lo anteriormente mencionado, se pretende mantener la aplicación lo más actualizada posible con el objetivo de mantener su posición en el mercado.

4.4 Business Model Canvas

Tabla No.3: Business Model Canvas

Socios Claves 	Actividades claves 	Propuesta de valor 	Relación con los clientes 	Segmentos de clientes 
Psicólogos. Organizaciones sin fines de lucro. Instituciones y universidades. Agencia de marketing digital	Realizar actualizaciones regulares. Publicidad y promoción Soporte técnico y gestión de consultas. Recursos claves  Equipo de diseñadores y desarrolladores para crear y mantener la aplicación. Colaboración de psicólogos para la creación de los contenidos. Agencia de marketing digital	Proporcionar servicios a través de una aplicación interactiva de asistencia y resolución de problemas en tiempo real para padres con hijos menores de edad con diagnóstico de Trastornos Espectro Autista, con acceso práctico y sencillo a videos, textos orientativos y asistencia psicológica virtual por un profesional capacitado en el área.	Asistencia personalizada y confidencial Crear una comunidad a largo plazo Canales  Disponibilidad en las plataformas IOS y Android Redes sociales: Facebook e Instagram Email Marketing.	Padres con hijos infantojuveniles con Trastornos Espectro Autista con un poder adquisitivo de media a alto, quienes dispongan de internet, acceso a un dispositivo móvil, y que cuenten con tarjetas bancarias. Psicólogos con especialidad en el área quienes dispongan de internet, acceso a un dispositivo móvil y que cuenten con tarjetas bancarias.
Estructura de costos  Desarrollador de software Marketing y publicidad Psicólogos para la creación de contenido Soporte de psicólogos Diseñador de contenido		Estructura de ingresos  Acceso al contenido mediante una tarifa mensual o anual Asesoramiento personalizado por parte de los psicólogos.		

Fuente: Elaboración propia (2024)

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 Estadísticas del Trastorno Espectro Autista

El autismo, también conocido como Trastorno del Espectro Autista (TEA), es una condición del desarrollo neurológico que afecta a un porcentaje de la población en todo el mundo. Los rasgos comunes entre las personas con autismo incluyen un fuerte interés en un determinado tema o actividad, dificultades para generalizar nueva información, obsesiones con ciertos objetos o temas, una intensa concentración en los detalles en lugar del panorama general y una incapacidad para dar sentido a conceptos abstractos. Las personas con autismo suelen necesitar apoyo adicional a lo largo de su vida para ayudarles a ser más independientes, estos apoyos pueden incluir terapia del habla, terapia ocupacional, asesoramiento psicológico, asesoramiento educativo y apoyo conductual especializado. (Wisevoter, 2023)

Asimismo, resalta que la prevalencia del autismo varía significativamente entre los diferentes países, aunque generalmente se acepta que es mayor en los países más desarrollados. A nivel mundial, se cree que el autismo afecta a alrededor de 168 millones de niños y adultos, pero es probable que esta cifra sea mucho mayor, ya que muchos casos siguen sin diagnosticarse debido a la falta de conciencia y recursos disponibles. Además, se estima que aproximadamente un tercio de todas las personas autistas viven en países de ingresos bajos y medianos donde el acceso al diagnóstico y tratamiento es limitado o inexistente. Por lo tanto, la verdadera tasa de prevalencia global sigue siendo en gran medida desconocida, pero ciertamente se puede admitir que las tasas están aumentando rápidamente en todo el mundo y es necesario hacer más para garantizar que todos los que padecen TEA reciban la atención adecuada, independientemente de su ubicación geográfica o nivel socioeconómico.

A continuación, se presentan datos a nivel mundial sobre el trastorno espectro autista:

Tabla No.4: Datos expresados en promedios globales

Tasa de Autismo	Población con Autismo	Tasa de niños con Autismo	Población de niños con TEA
30 de cada 100,000	146.590,00	26 de cada 100,000	39,899

Fuente: Wisevoter (2023). Autism rates by country.

De acuerdo con los antes expuesto, se observa que el 85% de personas diagnosticadas con TEA son niños.

En la siguiente tabla, se presentan las estadísticas de los 30 primeros países con mayor población con TEA.

Tabla No.5: Datos estadísticos de autismo por país.

	Ciudades	Tasa de Autismo	Población con Autismo	Tasa de niños con autismo	Población de niños con TEA
1	Reino Unido	700.07 de cada 100,000	470,592	823.08 de cada 100,000	95,801
2	Suecia	661.85 de cada 100,000	67,658	788.26 de cada 100,000	13,985
3	Japón	604.72 de cada 100,000	772,757	759.19 de cada 100,000	127,590
4	Estados Unidos	603.38 de cada 100,000	1,978,964	743.83 de cada 100,000	466,665
5	Holanda	591.54 de cada 100,000	101,490	698.2 de cada 100,000	20,179
6	Irlanda	583.69 de cada 100,000	28,661	682.68 de cada 100,000	6,974
7	Brunei	572.01 de cada 100,000	2,500	650.21 de cada 100,000	649
8	Canadá	565.85 de cada 100,000	206,648	695.71 de cada 100,000	43,173
9	Singapur	561.99 de cada 100,000	31,851	659.5 de cada 100,000	4,924
10	Andorra	547.02 de cada 100,000	454	639.73 de cada 100,000	78
11	Islandia	543.42 de cada 100,000	1,874	626.21 de cada 100,000	422
12	Luxemburgo	541.66 de cada 100,000	3,350	640.37 pde cada 100,000	640
13	Malta	537.95 de cada 100,000	2,363	641.17 de cada 100,000	396
14	Suiza	535.43 de cada 100,000	46,985	639.82 de cada 100,000	8,288
15	Chipre	535.35 de cada 100,000	7,032	636.75 de cada 100,000	1,300
16	España	535.14 de cada 100,000	246,279	650.47 de cada 100,000	45,697
17	San Marino	526.64 de cada 100,000	174	632.22 de cada 100,000	36
18	Bélgica	526.13 de cada 100,000	60,079	633.02 de cada 100,000	12,279
19	Austria	526.02de cada 100,000	46,901	638.7 de cada 100,000	8,319
20	Alemania	525.31 de cada 100,000	446,061	639.2 de cada 100,000	75,313
21	Italia	516.09 de cada 100,000	311,271	638.21 de cada 100,000	54,103
22	Gracia	515.7 de cada 100,000	53,309	631.98 de cada 100,000	9,606
23	Finlandia	514.68 de cada 100,000	28,483	625.46 de cada 100,000	5,689
24	Korea del Sur	507.76 de cada 100,000	271,135	622.11 de cada 100,000	45,773
25	Israel	504.49 de cada 100,000	46,966	571.71 de cada 100,000	13,535
26	Portugal	496.61 de cada 100,000	52,895	624.4 de cada 100,000	9,710
27	Monaco	495.34 de cada 100,000	186	620.9 de cada 100,000	32
28	Argentina	470.25 de cada 100,000	212,155	553.96 de cada 100,000	59,203
29	Chile	469.22 de cada 100,000	85,390	559.48 de cada 100,000	20,731
30	Uruguay	458.01 de cada 100,000	15,738	557.26 de cada 100,000	4,020

Fuente: Wisevoter (2023). Autism rates by country.

De acuerdo con la tabla mostrada, podemos observar que el 10% de los 30 países corresponde a Latinoamérica, mientras que el 66.7% pertenecen a Europa y finalmente, el porcentaje restante corresponde al 23.3% en el resto del mundo.

5.2 Encuesta a padres con hijos menores de edad diagnosticados con Trastornos Espectro Autista.

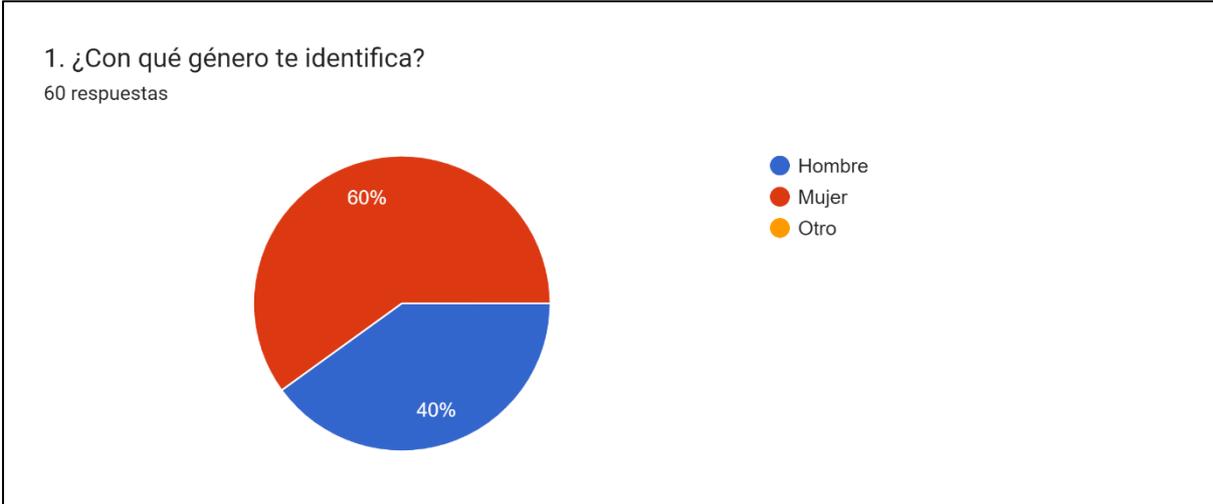
En esta sección, se muestran la metodología y los resultados de la investigación de mercado con el fin de evaluar la viabilidad y las necesidades para desarrollar una herramienta virtual dirigida a padres con hijos infantojuveniles. El principal propósito es brindar unas series de guías orientativas y de asesoramientos para una crianza más efectiva y a la vez promover una comprensión más fluida entre ambas partes.

Se entrevistaron un total de 60 padres mayores de edad, con acceso a internet y dispositivos móviles residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el Anexo 1 se encuentra la encuesta que se le realizó a cada uno de ellos.

Los resultados obtenidos serán utilizados fundamentalmente para tomarlos como referencia en el desarrollo y la implementación de la aplicación, con el objetivo de asegurar que esta responda de manera efectiva cada una de las necesidades que presentan diariamente los padres con niños con TEA y asimismo les proporcione un valor tangible en su diario vivir.

A continuación, se presentan los resultados estadísticos descriptivos, ilustrados mediante gráficos y tablas.

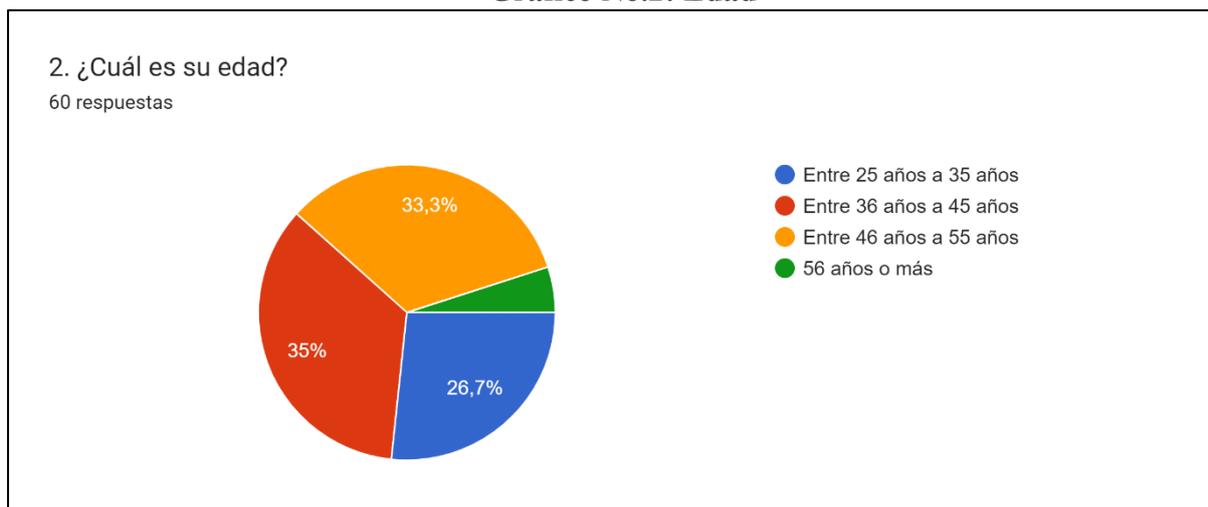
Gráfico No.1: Género



Fuente: Elaboración propia (2024)

El total de la muestra estuvo compuesta por 60 padres con hijos infantojuveniles con Trastorno Espectro Autismo, donde el 60% de las encuestados han sido mujeres y el 40% restante hombres.

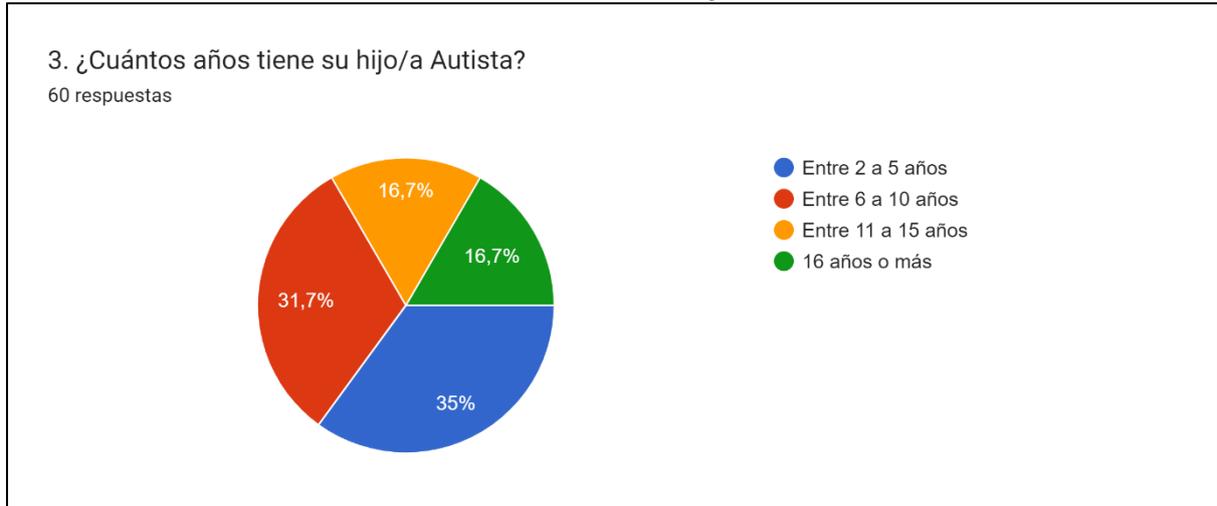
Gráfico No.2: Edad



Fuente: Elaboración propia (2024)

Se observa que la edad de los encuestados comprendida entre 25-35 años refleja un 26.7%, seguido de un 35% que se encuentra entre 36-45 años, un 33.3% entre 46-55 años y solo un 5% entre 56 años o más.

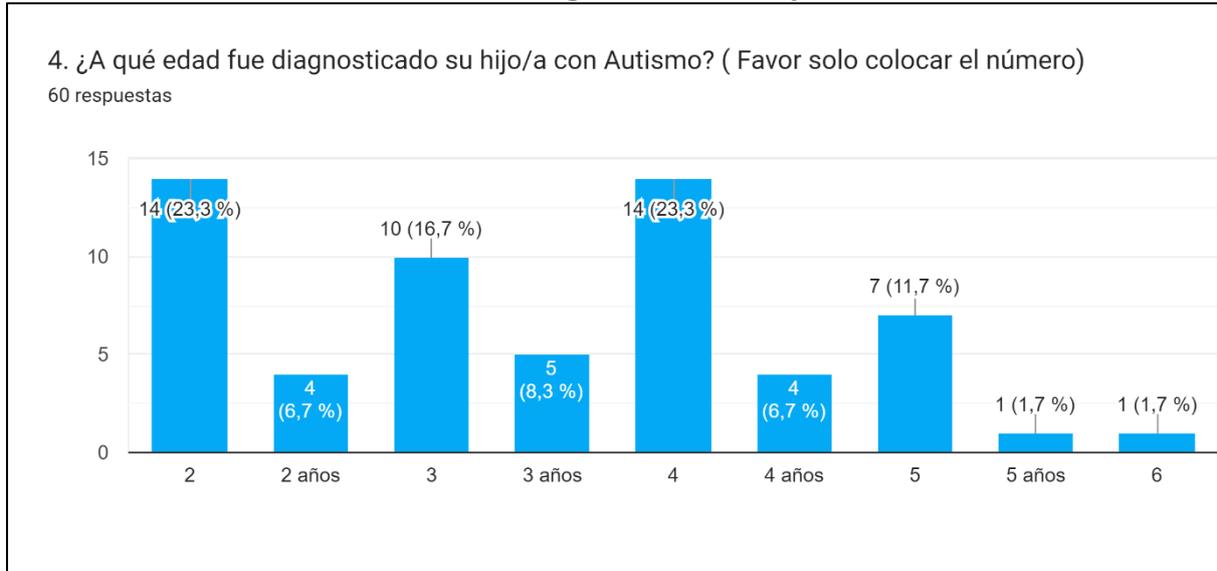
Gráfico No.3: Edad de hijos con TEA



Fuente: Elaboración propia (2024)

En el gráfico No.3 se observa que, con respecto al total de padres encuestados con hijos con TEA, el 35% tiene hijos entre 2 a 5 años; el 31.7% tiene hijos entre 6 a 10 años; el 16.7% entre 11 a 15 años y finalmente un 16.7% tiene hijos de 16 años o más.

Gráfico No.4: Edad diagnóstico de su hijo con Autismo

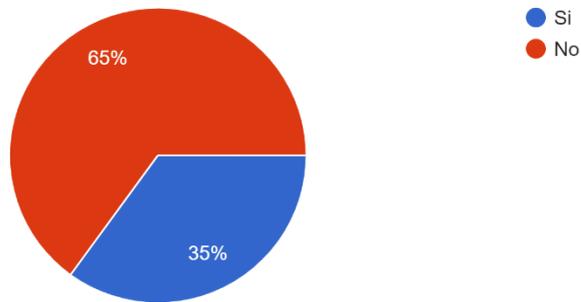


Fuente: Elaboración propia (2024)

La mayoría de los hijos de los padres encuestados fueron diagnosticados con TEA entre los 2 años y 4 años, representando un 85% del total, mientras 15.1% de los diagnósticos fueron detectados entre 5 y 6 años, lo cual es poco común no detectarlo los primeros años de vida del niño.

Gráfico No.5: Asistencia de padres a espacios terapéuticos

5. ¿Usted como padre/madre asiste a un espacio terapéutico para acompañar a su hijo con TEA?
60 respuestas



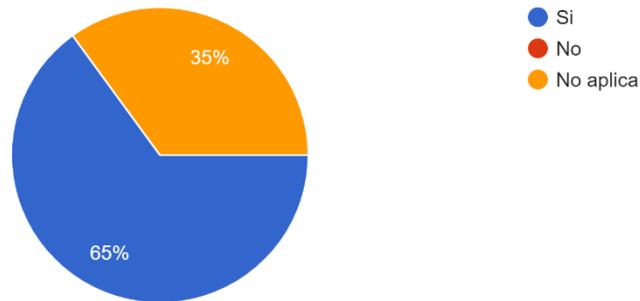
Fuente: Elaboración propia (2024)

Se muestra que el 65% de los padres no acuden a ayuda psicológica con el fin de sobrellevar la situación y la crianza con sus hijos. Mientras que el 35%, si asiste a terapias para acompañarlos en todo el proceso de su desarrollo.

Gráfico No.6: Preferencia sobre asesoramiento psicológico.

6. Si su respuesta fue no a la pregunta anterior, ¿te gustaría recibir algún tipo de asesoramiento psicológico para asistir a tu hijo con TEA?

60 respuestas



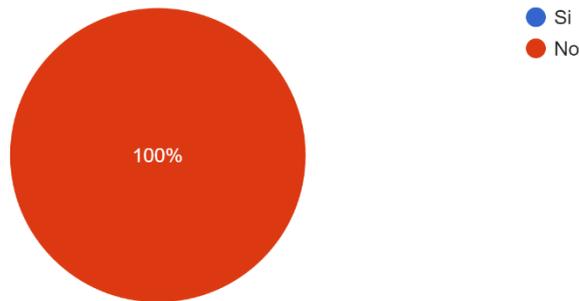
Fuente: Elaboración propia (2024)

El 65% de los padres están dispuestos a recibir asesoramiento psicológico con el objetivo de conocer más sobre la condición de sus hijos, aprender a cómo tratarlos y llevar este estilo de vida junto con ellos.

Gráfico No.7: Conocimiento sobre una aplicación para padres con hijos con TEA

7. ¿Actualmente o alguna vez utilizaste una aplicación orientada a ti como padre con el fin de ayudar con el cuidado y crianza de tu hijo con autismo?

60 respuestas

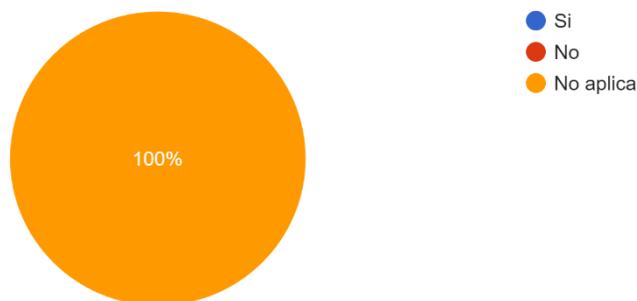


Fuente: Elaboración propia (2024)

Gráfico No.8: Usabilidad de la aplicación

8. Si su respuesta fue si en la pregunta anterior, favor indicar si fue útil para usted.

60 respuestas



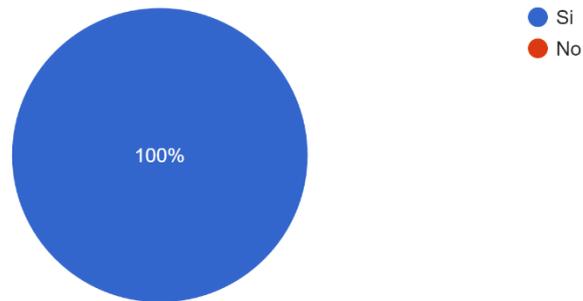
Fuente: Elaboración propia (2024)

En el gráfico No.7 se observa que, el 100% de los encuestados afirma nunca haber utilizado una aplicación para padres con hijos con esta condición, con el fin de ayudar con el cuidado y la crianza de ellos. Por consiguiente, en el cuadro correspondiente al gráfico No.8, se justifica que para todos los encuestados no aplica haberle sido útil.

Gráfico No.9: Necesidad de una aplicación que brinde servicios de asesoramiento

9. ¿Consideras necesario una aplicación virtual que brinde servicios de asesoramiento y orientación a padres con hijos con TEA?

60 respuestas



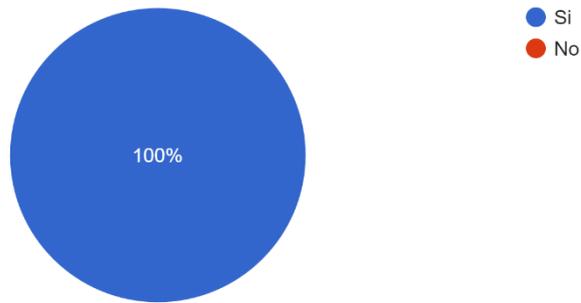
Fuente: Elaboración propia (2024)

Se observa que el 100% de los padres considera necesario una aplicación virtual que les brinde servicios de asesoramientos y orientación sobre la condición del autismo de sus hijos.

Gráfico No.10: Prferencia de incluir recursos educativos en la aplicación

10. ¿Le gustaría que la aplicación incluya recursos educativos de crianza para ti como padre de niños con TEA?

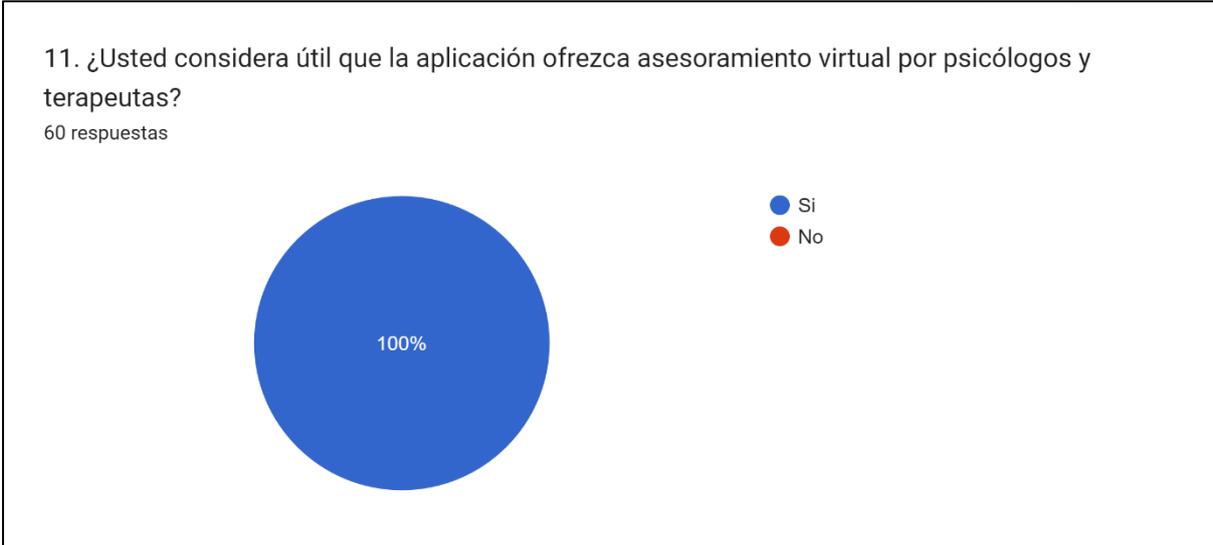
60 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Según muestran los datos arrojados, el 100% de los padres expresaron que les gustaría que la aplicación incluya recursos educativos para la crianza de sus hijos.

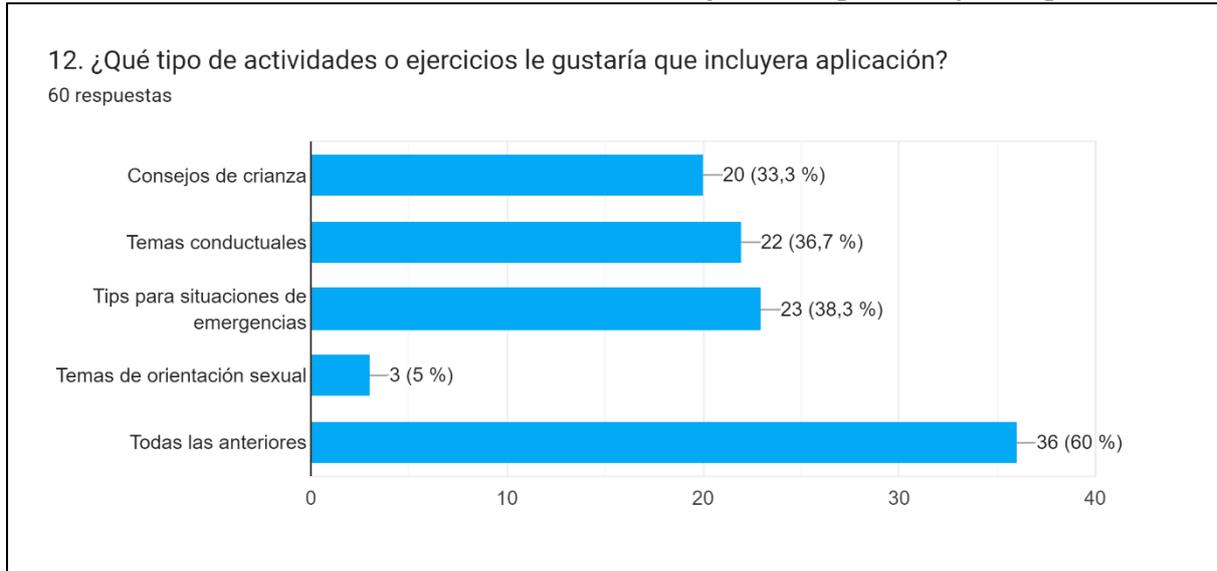
Gráfico No.11: Consideraciones de asesoramiento virtual por psicólogos



Fuente: Elaboración propia (2024)

En el gráfico No.11, se muestra que el 100% de los padres considera útil que la aplicación ofrezca asesoramiento virtual por psicólogos y terapeutas.

Gráfico No.12: Preferencias de actividades o ejercicios que incluya la aplicación



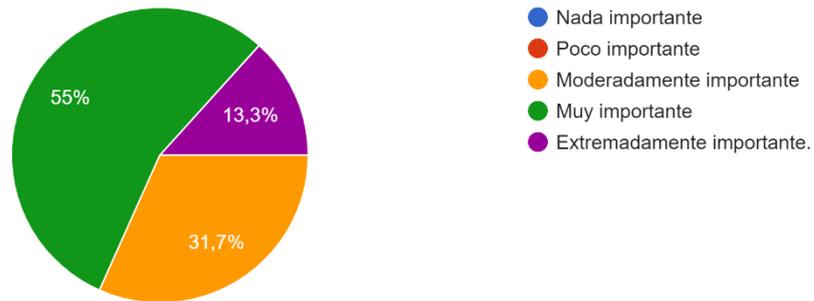
Fuente: Elaboración propia (2024)

El gráfico anterior, se observa que a los padres les interesa que la aplicación contenga actividades o ejercicios tales como: consejos de crianzas, temas conductuales, tips para situaciones de emergencias y temas de orientación sexual, representando a cada una con un 33.3%, 36.7%, 38.3% y un 5% respectivamente. Mientras, que el 60% le gustaría que incluya todas estas opciones dentro de la herramienta.

Gráfico No.13: Importancia de la privacidad de los datos en la aplicación

13. ¿Qué tan importante es para usted la privacidad de los datos en una aplicación virtual como esta?

60 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Al preguntar sobre la importancia de la privacidad de los datos en la aplicación, el 55% de los encuestados lo calificó muy importante, un 31.7% lo consideró moderadamente importante y un 13.3% lo valoró extremadamente importante.

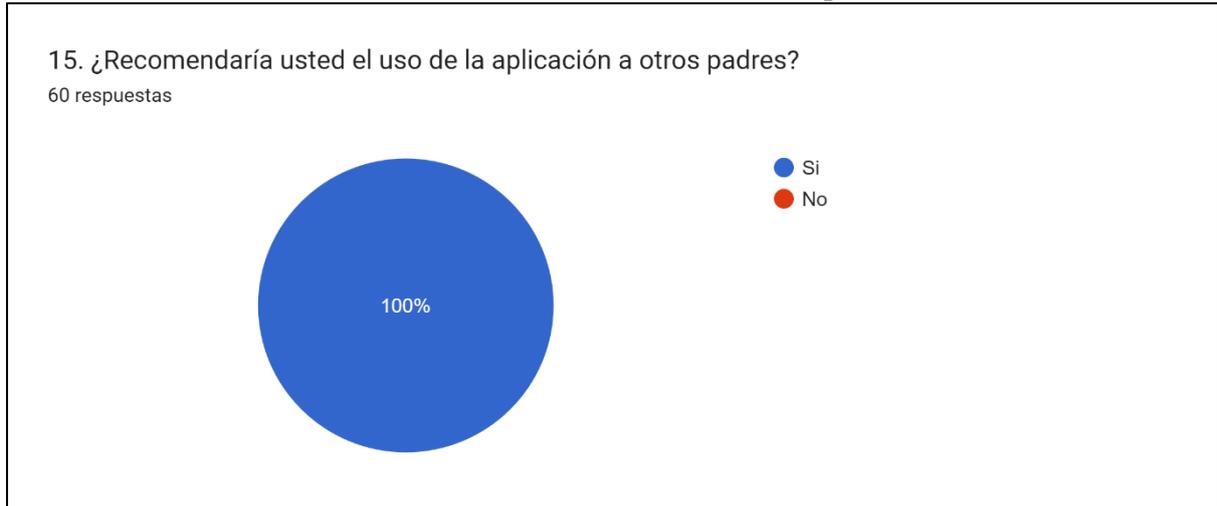
Gráfico No.14: Disposición de pagar por los servicios que brinda la aplicación



Fuente: Elaboración propia (2024)

De acuerdo con los datos recolectados, el 93% de los padres encuestados expresaron que están dispuestos a pagar por una aplicación que ofrezca este tipo de servicios, mientras que solo una minoría de 1.7% indicó que no está interesado en hacerlo.

Gráfico No.15: Recomendación de la aplicación



Fuente: Elaboración propia (2024)

Para finalizar, en el gráfico anterior muestra que, el 100% de los padres están dispuestos a recomendar la aplicación

5.3 Entrevista a psicólogos clínicos especializados en Trastornos Espectro Autista.

En el presente apartado, se pretende profundizar los conocimientos sobre el trastorno espectro autismo a través de tres psicólogas con sólida experiencia y que ejercen su profesión en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A continuación, se presentarán los diferentes fundamentos relacionados con este tema, destacándolo como oportunidad de negocio para padres con hijos con TEA. Ha sido sumamente enriquecedor conocer los distintos tipos de vista basados en sus experiencias.

Se entrevistó a Claudia Barrera de 42 años, quien ejerce su profesión desde hace 10 años. realizó un postgrado en la sala de juegos del Hospital Italiano, otro en terapia cognitivo conductual infantojuvenil, y ha completado varias formaciones de terapia en tercera ola.

Posteriormente, se entrevistó Mercedes Soria de 29 años, quien lleva dos años ejerciendo su profesión. Después de obtener su licenciatura, realizó varios cursos de terapia cognitivo conductual enfocados en el trastorno del espectro autista.

Finalmente, se entrevistó a Francina M. Marmolejos de 35 años, quien tiene siete años y medio de experiencia profesional y posee una maestría en discapacidad y dependencia en la Universidad Da Coruña, España.

Hoy en día Claudia, Mercedes y Francina se dedican a trabajar con pacientes con TEA y argumentan que dentro de las características principales de estos pacientes se encuentran alteraciones de la interacción social tanto en la comunicación verbal como no verbal, problemas en habilidades sociales y sobre todo en la elección de actividades e intereses donde tengan intercambios con otros niños, como el juego o actividades y en ocasiones en habilidades motoras finas.

Ellas comentan que trabajan actualmente modalidad presencial y coinciden en que desconocen una aplicación que permita acompañar a las familias de manera virtual, especialmente dirigida a padres con hijos que tengan esta condición. Sin embargo, expresan su disposición a utilizar una plataforma enfocada en brindar apoyo a padres con niños con TEA, ya que consideran que sería gran ayuda para ellos en su día a día, proporcionando recursos y orientaciones efectivas para mejorar el bienestar y el desarrollo de sus hijos.

Finalmente, a las tres profesionales estarían dispuestas a participar en el desarrollo del contenido de la aplicación, pues consideran que sus experiencias y conocimientos serían de gran aporte para los padres. Además, entienden que colaborar en este emprendimiento podría ayudar a crear la herramienta más efectiva y relevante para esta comunidad. Asimismo, les gustaría prestar sus servicios a través de la aplicación. Claudia y Francina están dispuestas a que la aplicación retenga un 20% de los honorarios, mientras Mercedes prefiere una tarifa por derivación.

5.4 Entrevista a madres con hijos con Trastornos Espectro Autista

Con el fin de contar con un mayor entendimiento respecto a las situaciones diarias que enfrentan los padres con hijos con trastornos espectro autista (TEA), se realizaron entrevistas en profundidad con dos madres. El objetivo de esto es proporcionar una mirada más detallada y personal de los desafíos, necesidades específicas y logros que surgen en la vida cotidiana de estas familias. Ambas madres compartieron sus experiencias sobre cómo comenzaron a detectar síntomas o comportamientos inusuales, lo que las llevó a este diagnóstico. Sus testimonios han sido valiosos para el desarrollo de esta propuesta de negocio.

Se entrevistó a Mariam Rodríguez de 40 años, cuya profesión es administración de empresas. Es madre de Gael, de 6 años, quién fue diagnosticado con autismo a los 2 años y 5 meses, y Gamal de 3 años, con un diagnóstico presuntivo a los 2 años y 4 meses, se presume que se encuentra dentro del espectro autista.

Posteriormente, se entrevistó a Milagros García Nelli de 43 años, su profesión es psicología. Es madre de Pedro, de 4 años, quien fue evaluado y diagnosticado con esta condición cuando tenía 2 años y medio.

Tanto Mariam como Milagros comentan que sus hijos no respondían a sus nombres, es decir, no hablaban, no decían mamá, mostraban ausencia de sonidos, carecían de contacto visual y muy poco contacto social.

Mariam, menciona que no ha podido asistir a terapias para sobrellevar su situación como madre, ya que dedica sus horas hábiles al cuidado de sus hijos, cumpliendo con un horario

laboral y llevarlos a sus respectivas terapias. A pesar de que le encantaría asistir a terapia para mejorar la crianza con Gael y Gamal, intenta leer y documentarse un poco más sobre el tema. En cambio, Milagros está actualmente asistiendo a terapias para acompañar en el desarrollo diario a Pedro y para poder aceptar y comprender su condición.

A ambas les encanta la idea de desarrollar una aplicación dirigida a padres con hijos con TEA. Consideran que esta herramienta sería invaluable para poder criar a sus hijos de la mejor manera posible, y creen que sería beneficioso poder comunicarse con psicólogos que se encuentren especializados en este tema. Argumentan que las herramientas que ofrecería la aplicación serían de gran utilidad para saber cómo actuar ante diversas situaciones específicas y como fomentar habilidades desde su rol como madre, promoviendo una convivencia más armoniosa.

Finalmente, Mariam y Milagros están dispuestas a utilizar y pagar por la aplicación, ya que sería provechoso para todos los padres con situaciones similares. Ambas, afirman que la recomendarían, dado que los padres que tiene hijos con esta condición están constantemente aprendiendo a medida que sus hijos crecen, son una comunidad donde hay poca inclusión y aceptación en la sociedad, donde les toca como padres autoeducarse. Les entusiasma la idea de esta propuesta, estarían comprometidas a consumir el contenido que ofrezca la aplicación.

6. DESARROLLO DE LA PLATAFORMA

6.1 Descripción de la aplicación

Es una aplicación móvil disponible en Apple App Store y Google Play Store, diseñada para ofrecer asistencia integral y de resolución de problemas en tiempo real a padres con hijos infantojuvenil con diagnóstico de Trastornos Espectro Autista. Su objetivo principal es brindar herramientas y recursos que faciliten la comprensión, el desarrollo y el bienestar de sus niños, así como ofrecer apoyo a través de asistencia psicológica de manera virtual por profesionales en el área.

La aplicación proporcionará consejos prácticos sobre crianza, manejo conductual, tips para situaciones de emergencias y orientación sexual, todo esto se brindará mediante videos y textos orientativos a través de ejemplos prácticos adaptados a situaciones de la convivencia diaria. Además, ofrecerá sesiones programadas con los psicólogos para ofrecer asistencia profesional.

6.2 Misión, Visión y Valores de la aplicación.

- **Misión:** Ofrecer a los padres con hijos infantojuveniles diagnosticados con TEA asesoramiento a través de recursos educativos prácticos, que sea accesible a través de una aplicación intuitiva. Donde nos comprometemos a brindarles las herramientas necesarias para que puedan comprender mejor las necesidades únicas de sus niños, promover su desarrollo integral y fortalecer el bienestar familiar en su jornada diaria enfrentando los desafíos con confianza y optimismo.
- **Visión:** Convertirnos en ser la plataforma digital de referencia para los padres con hijos con TEA, donde proporcionaremos un espacio seguro y comprensivo donde puedan acceder a recursos educativos de calidad, permitiéndoles así optimizar el desarrollo y la calidad de vida de sus niños, de forma inclusiva y colaborativa a nivel global.
- **Valores:** Empatía, Calidad, Innovación, Ética, Confianza y Seguridad.

6.3 Experiencia de Usuario

El diseño de la aplicación será amigable e intuitiva, durante el onboarding tendrá como fin guiar a los padres a través proceso de incorporación para conocer las funcionalidades principales de la misma, donde antes de iniciar a utilizar la herramienta se presentará un breve video de los contenidos desarrollados disponibles en la plataforma. A continuación, estos podrán crear perfiles personalizados donde van a completar información relevante como: nombre, edad, sexo, edad del niño y email. Una vez completados estos campos, se les presentarán las diferentes opciones que desea tratar cada usuario de acuerdo con sus necesidades específicas, las cuales pueden ser acerca de crianza, manejo conductual, tips para situaciones de emergencias y orientación sexual. Al momento de seleccionar los temas de su interés, se desplegarán todos los videos y textos orientativos disponibles para ayudarles a alivianar su situación.

Por otro lado, en caso de que opten por recibir asistencia profesional tendrán acceso a un directorio de psicólogos especializados en TEA; de esta forma, se les facilitará la programación de sus consultas y sesiones de terapia de acuerdo con la disponibilidad.

Al finalizar su experiencia dentro de la aplicación, pueden calificarla y a su vez brindar sus sugerencias con el objetivo de utilizarla como feedback para futuras mejoras. Además, la herramienta incluirá una opción para recomendarla y así ayudará atraer a nuevos padres.

6.4 Modelo Freemium

La aplicación ofrecerá una prueba gratuita durante 7 días con acceso ilimitado a los principales servicios, excluyendo los del personal especializado. Pasado este período de prueba, los padres podrán suscribirse para continuar utilizando todas las funcionalidades y acceder al directorio de psicólogos. Si los usuarios optan por seguir con el sistema gratuito, su acceso se limitará a un tema genérico que incluya un poco de los aspectos de los temas que se encuentran en la plataforma sin profundizar en ninguno de ellos.

6.5 Estrategia de marketing y ventas

La creación de contenidos educativos será desarrollada en colaboración con psicólogos expertos en el área, donde se abordarán los temas más recurrentes que se les presentan a los padres en temas de comprensión, trato, resolución de problemas y crianza.

Se utilizarán las redes sociales como Instagram y Facebook para conectar con la comunidad de padres con hijos con TEA. Además, se aplicará SEO (optimización de motores de búsqueda) con el fin de optimizar la visibilidad del contenido utilizando palabras claves relacionadas con autismo y atraer tráfico orgánico desde los motores de búsqueda. Asimismo, se pretende implementar estrategias de remarketing para volver atraer a los padres que han mostrado interés, pero no han finalizado su proceso de suscripción o descarga de la aplicación.

Finalmente, se pretenderá contar con la colaboración de organizaciones de autismo sin fines de lucro, instituciones educativas y psicólogos especializados en TEA, mediante la promoción de la aplicación a todos los padres que tengan hijos con esta condición, con el fin de alcanzar a una audiencia más amplia y generar una sólida credibilidad.

6.6 Indicadores Claves (KPIs)

Para el desarrollo de aplicación es importante establecer indicadores claves de rendimiento (KPIs), los cuales permiten medir el éxito y la eficacia de la plataforma. Esto ayuda a proporcionar una visión más detallada del funcionamiento de la herramienta, su recepción en el mercado y la efectividad con el cumpla los objetivos establecidos.

A continuación, se detallan los KPIs que se utilizarán:

- **Tasa de retención de usuarios:** Esto indicará el porcentaje de usuarios que continúan utilizando la aplicación después de un período de tiempo.
- **Números de suscripciones activas:** Este indicador reflejará el crecimiento de la aplicación, determinando el grado de aceptación y su alcance en el mercado.

- **Tasa de conversión:** Determinará el porcentaje de padres completan una acción deseada, puede ser como suscribirse o registrarse para una sesión de terapia psicológica. Esto ayudará a evaluar el uso de aplicación y la efectividad de las estrategias de marketing.
- **Satisfacción del Usuario (NPS – Net Promoter Score):** Este indicador medirá la probabilidad de que los padres recomienden la aplicación a otros. Proporcionará una visión más clara de su satisfacción de manera general y de lealtad.
- **Retroalimentación de los Usuarios:** Se basa en comentarios y las valoraciones que los padres les otorgan a la aplicación a través de encuestas y reseñas. Este indicador proporcionará la información cualitativa de los puntos a mejorar y las características más valoradas por los suscriptores.

7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

7.1 Estimación de la demanda

El pronóstico de la demanda de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha sido determinado en base a los datos obtenidos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas del año 2022 de la República Argentina. Esta, está compuesta por una población de 45,892,285 en donde su Capital Federal tiene 3,121,707 habitantes, tan solo el 50% está conformada por hogares nucleares, el cual está representado con un 40.2% por un núcleo completo y el 10.3% restante por núcleo incompleto.

Según los datos obtenidos de la página de Wisevoter (2023), la población total de niños con TEA en Argentina es de 59,203. Considerando que el porcentaje de habitantes en Capital Federal es de 6.8%, se realizó una estimación para determinar la cantidad de niños con trastornos del espectro autista en esta ciudad, dando como resultado aproximadamente 4,025 niños.

Finalmente, partiendo del cálculo de niños con TEA en C.A.B.A, se aplicó la siguiente fórmula para determinar la muestra, utilizando un muestreo probabilístico que ayudó a estimar la cantidad de padres que tienen hijos con esta condición.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = variable normal estándar

p = probabilidad de existe

q = probabilidad de fracaso

e = límite máximo de un error de estimación permitido

$$n = \frac{(4,025) * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.126)^2 * (4,025 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(33865.61)}{(63.885024) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(3,865.61)}{(64.784224)} = 59.66 \approx 60$$

7.2 Etapas del proyecto

En el siguiente apartado, se detalla el proceso integral para el desarrollo de aplicación dirigida a padres con hijos con TEA. Se abordan cada una de las etapas por las que atraviesa el proyecto, así como la estructura organizacional que lo compone, proyectando su crecimiento a 5 años.

7.2.1 Presupuesto e inversión inicial para el desarrollo de la plataforma

Para iniciar el proceso de desarrollo de aplicación, se trabajará con una agencia especializada ubicada en Capital Federal. El desarrollador principal cobrará USD\$ 25 por hora. Como profesional especializado en desarrollo de aplicaciones, estima que la aplicación estará lista en un período de 5 meses, trabajando de lunes a viernes durante 8 horas diarias. La inversión inicial estimada para el desarrollo será de USD 20,000. Además, será necesario adquirir una computadora para el desarrollador, con un costo de USD 800.

Tabla No.6: Inicio del Negocio.

Inicio del Negocio	Inversión Inicial USD
Desarrollador de la aplicación	\$ 20,000
Computadora	\$ 800
Total	\$ 20,800

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.2.2 Lanzamiento de aplicación versión beta funcional

Durante el primer año, se lanza la aplicación con funcionalidades básicas, incluyendo el registro de los padres, crear sus perfiles y las actividades claves para el manejo de TEA que tendrá la aplicación los cuales son videos y textos orientativos. En este proceso se realizarán pruebas minuciosas para detectar y corregir errores. Además, se pretende publicar la versión beta para para un grupo selecto de padres y especialistas en psicología, con el fin de recibir una retroalimentación inicial. Paralelamente, se iniciarán campañas de marketing para incrementar la visibilidad y atraer usuarios.

A continuación, se presenta la estructura inicial del equipo con el que se pretende desarrollar la aplicación durante los próximos cinco años, el cual tendrá un crecimiento gradual planificado

por año. Es importante enfatizar que tanto la agencia de marketing, el estudio jurídico y contable son servicios tercerizados.

Tabla No.7: Proyección año 1

Equipo de Trabajo	Costos Anuales USD
Project Manager	\$ 21,600
Desarrollador Senior	\$ 34,300
Diseñador UX/UI	\$ 28,500
Especialista QA	\$ 21,900
Soporte Técnico	\$ 23,200
Agencia de Marketing	\$ 12,000
Estudio Contable	\$ 14,400
Estudio Jurídico	\$ 14,400
GoDaddy (Servidor de Nube)	\$1,000
Apple Store / Google Play Store	\$125
Total	\$ 171,425

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.2.3 Mejora de la aplicación

Para el segundo año, se busca implementar mejoras basadas en la retroalimentación de los padres y así expandir las funcionalidades principales. También, mejorar la experiencia de los usuarios con el fin de hacerla más atractiva e intuitiva. Asimismo, se ampliará el acceso a la aplicación para un público de padres más amplio y se inicia el servicio de los psicólogos especializados en TEA. Adicionalmente, se comenzará a introducir medidas de seguridad para proteger la información personal de los usuarios.

En este año, se incluirán al equipo un desarrollador semi senior, un encargado de recursos humanos y un representante de servicio al cliente.

Tabla No.8: Proyección año 2

Equipo de Trabajo	Costos Anuales USD
Project Manager	\$ 21,600
Desarrollador Senior	\$ 34,300
Desarrollador Semi Senior	\$ 21,400
Diseñador UX/UI	\$ 28,500
Especialista QA	\$ 21,900
Soporte Técnico	\$ 23,200
Encargado de Recursos Humanos	\$ 15,600

Agencia de Marketing	\$ 12,000
Estudio Contable	\$ 14,400
Estudio Jurídico	\$14,400
Servicio al cliente	\$ 10,800
GoDaddy (Servidor de Nube)	\$ 1,000
Apple Store / Google Play Store	\$ 125
Total	\$219,225

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.2.4 Optimización de experiencia de usuario y estrategias de marketing

En el tercer año, se pretende asegurar que aplicación ya pueda contar con un mayor número de usuarios y de datos sin perder su rendimiento. Para este momento, se añadirán funcionalidades más avanzadas, como incluir ejemplos de videos con dramatizaciones de diferentes escenarios que los padres experimentan en su diario vivir y dada la demanda, se amplía el directorio de psicólogos para que puedan brindar sus servicios a los suscriptores. Se mejorarán los servicios de soporte y atención al cliente, para responder de manera eficiente las consultas y las dificultades que le puedan surgir a los usuarios dentro de la aplicación. Además, se implementarán estrategias de marketing más agresivas para aumentar y atraer una mayor audiencia.

En el presente año, se han incorporarán al equipo un desarrollador junior, un arquitecto de software, una segunda persona para el área de soporte, un segundo asistente de recursos humanos y un nuevo miembro al área de servicio al cliente.

Tabla No.9: Proyección año 3

Equipo de Trabajo	Costos Anuales USD
Project Manager	\$ 21,600
Desarrollador Senior	\$ 34,300
Desarrollador Semi Senior	\$ 21,400
Desarrollador junior	\$19,000
Diseñador UX/UI	\$ 28,500
Especialista QA	\$ 21,900
Arquitecto de Software	\$ 30,000
Soporte técnico	\$ 46,400
Equipo de Recursos Humanos	\$ 31,200
Agencia de Marketing	\$ 15,000
Estudio Contable	\$ 14,400
Estudio Jurídico	\$ 14,400

Asistentes de servicio al cliente	\$ 21,600
GoDaddy (Servidor de Nube)	\$ 1,000
Apple Store / Google Play Store	\$125
Total	\$320,825

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.2.5 Explorar nuevas oportunidades de crecimiento.

Desde el tercer año, la aplicación se encontrará estabilizada. Para el cuarto año, se busca explorar nuevas oportunidades de crecimiento utilizando estrategias de marketing para que permitan dar alcance a otras provincias iniciando por Córdoba. En cuanto a la aplicación, se desarrollarían algunas características para personalizar la experiencia de usuario y adaptarlas a las necesidades específicas de cada padre.

Para este momento, se incorporan al equipo un gerente de marketing y un segundo diseñador de experiencia de usuario. Además, se hace apertura de una oficina para permitir un modelo de trabajo híbrido y facilitar reuniones acerca de los avances de proyecto.

TablaNo.10: Proyección año 4

Equipo de Trabajo	Costos Anuales USD
Project Manager	\$ 21,600
Marketing Manager	\$30,000
Desarrollador Senior	\$ 34,300
Desarrollador Semi Senior	\$ 21,400
Desarrollador Junior	\$19,000
Diseñador UX/UI (2)	\$57,000
Especialista QA (1)	\$ 21,900
Arquitecto de Software	\$ 30,000
Soporte Técnico	\$ 46,400
Equipo de Recursos Humanos	\$ 31,200
Agencia de Marketing	\$ 15,000
Estudio Contable	\$ 14,400
Estudio Jurídico	\$ 14,400
Asistentes de servicio al cliente	\$ 21,600
GoDaddy (Servidor de Nube)	\$ 1,000
Apple Store / Google Play Store	\$ 125
Apertura Oficina	Costos Anuales
Alquiler + Expensas + Servicios	\$ 20,000
Otros insumos	\$5,000
Total	\$404,325

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.2.6 Fortalecimiento de la plataforma en el mercado

Finalmente, para el quinto año, se emplearán análisis avanzados con el fin de profundizar y obtener comprensiones detalladas sobre como los padres interactúan con la plataforma, cuáles funciones utilizan más o menos y conocer sus patrones de comportamiento. Estos insights permitirán continuar optimizando y ajustando la aplicación de acuerdo con los hallazgos obtenidos, lo cual ayudará a mejorar la experiencia del usuario y aumentar la efectividad de la aplicación

Por otro lado, se buscarán colaboraciones con organizaciones sin fines de lucros y expertos en TEA para proporcionar recursos adicionales y permanecer a la vanguardia a través de la innovación continúa, adaptándose a los avances tecnológicos y las demandas del mercado.

Tabla No.11: Proyección año 5

Equipo de Trabajo	Costos Anuales USD
Project Manager	\$ 21,600
Marketing Manager	\$30,000
Desarrollador Senior	\$ 34,300
Desarrollador Semi Senior	\$ 21,400
Desarrollador Junior	\$19,000
Diseñador UX/UI	\$57,000
Especialista QA	\$ 21,900
Arquitecto de Software	\$ 30,000
Soporte Técnico	\$ 46,400
Encargado de Recursos Humanos	\$ 31,200
Agencia de Marketing	\$ 12,000
Estudio Contable	\$ 14,400
Estudio Jurídico	\$14,400
Representante de servicio al cliente	\$21,600
GoDaddy (Servidor de Nube)	\$1,000
Apple Store / Google Play Store	\$125
Oficina	Costos Anuales
Alquiler + Expensas + Servicios	\$ 20,000
Otros insumos	\$5,000
Total	\$401,325

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.3 Proyección de ingresos y egresos

Con el fin de calcular la proyección de ingresos, fue necesario considerar la cantidad de padres suscritos, así como los precios por suscripción y por sesiones psicológicas. En este caso, se realizó una estimación de suscripciones anuales basada en el promedio de la cantidad de niños con Trastorno del Espectro Autista en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por otro lado, la estimación de los egresos incluye los gastos fijos, correspondientes al equipo de trabajo que colaborará en desarrollar la aplicación. Cabe destacar que, para cada colaborador se calculó su sueldo anual de manera individual. Esto fue presentado en el apartado del presupuesto e inversión inicial.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta una proyección a 5 años. Durante el primer año, se espera tener 180 padres suscritos, con un crecimiento de un 20% en el segundo año, 10% en el tercer año, 20%, el cuarto año y 10% en el quinto año.

Se espera tener 40 sesiones mensuales por psicólogos, basándose en la realización de 2 terapias diarias durante 20 días hábiles, donde se obtendría durante el primer año 86,500 consultas. Se pretende establecer un precio mensual de USD \$7 por suscripción y USD \$8 por sesiones psicológicas, resultando en un total de USD \$15 mensuales por suscripción y sesiones psicológicas. Los pagos podrán realizarse a través de tarjetas de crédito o débito.

Es importante destacar que los pagos a los profesionales se realizarán cada 30 días, y la plataforma retendrá un 20% de los honorarios del profesional, quienes recibirán el 80% del valor establecido por sesión.

Finalmente, en el cuarto año, se espera un desembolso de USD \$7,200, para la compra de computadoras para el equipo de trabajo debido a la apertura del local. Se ha estimado una depreciación de un 10% año tras año con relación a la inversión de los insumos y equipo de trabajo.

Tabla N°12: Proyección anual de ingresos y egresos.

Proyectado						
Año	0	1	2	3	4	5
Cantidad de padres suscriptos		180	216	238	285	314
Cantidad de sesiones psicológicas mensuales		40	40	40	40	40
Cantidad de sesiones psicológicas anuales		86,400	103,680	114,048	136,858	150,543
Precios por suscripción mensuales		7	7	7	7	7
Precios por sesiones psicológicas mensuales		8	8	8	8	8
Precio total por suscripción y sesiones psicológicas		15	15	15	15	15
CMV		80%	80%	80%	80%	80%
Gastos fijos		\$ 171,425.00	\$ 219,225.00	\$ 320,825.00	\$ 404,325.00	\$ 401,325.00
Intereses						
Impuestos		35%	35%	35%	35%	35%
Días cobranza		0	0	0	0	0
Días de inventario		-	-	-	-	-
Días de pago		30	30	30	30	30
Otros datos:						
Tasa de descuento		10%				
Inversiones de capital		\$ 20,800.00			\$ 7,200.00	
Depreciación		10%	10%	10%	10%	10%
Crecimiento		0	20%	10%	20%	10%
Deuda		-	-	-	-	-
Capital Propio		100%				
Deuda		0%				

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.4 Estados de resultados (EERR)

En la siguiente tabla, donde se observa el estado de resultados proyectado, se puede determinar que la utilidad neta es positiva desde el primer año, después de descontar la utilidad antes de los impuestos y los impuestos a las ganancias. Además, se muestra que no existen intereses, ya que la inversión inicial es de capital propio.

Tabla N°13: Estado de resultados

EERR Proyectado					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 1,296,000.00	\$ 1,555,200.00	\$ 1,710,720.00	\$ 2,052,864.00	\$ 2,258,150.40
CMV	1,036,800	1,244,160	1,368,576	1,642,291	1,806,520
Margen Bruto	259,200	311,040	342,144	410,573	451,630
Costos Fijos	\$ 171,425.00	\$ 219,225.00	\$ 320,825.00	\$ 404,325.00	\$ 401,325.00
Depreciación	2,080	2,080	2,080	2,080	2,800
EBIT	85,695	89,735	19,239	4,168	47,505
Intereses	-	-	-	-	-
EBT	85,695	89,735	19,239	4,168	47,505
Impuestos	29,993	31,407	6,734	1,459	16,627
Utilidad neta	\$ 55,701.75	\$ 58,327.75	\$ 12,505.35	\$ 2,709.07	\$ 30,878.30

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.5 Flujo de efectivo proyectado

En la siguiente tabla, se presenta la proyección de entradas de flujos de efectivo en los primeros 5 años. Se observa que el primer año es negativo debido a los gastos significativos en el desarrollo de la plataforma, marketing y otros costos iniciales. Asimismo, es negativo en el cuarto año, como se mencionó anteriormente, debido al desembolso para la compra de computadoras, apertura un local físico y la expansión a la provincia de Córdoba.

Finalmente, se puede concluir que el VAN es positivo con un valor de USD \$111,320.53 y la TIR es del 47%, la cual es superior a la tasa de descuento, indicando que el proyecto es rentable. Por otro lado, el período de repago es de 5.1 años, lo que significa que se tardará cinco años y un mes en recuperar la inversión. Además, según la información de referencia, se proyecta que en el sexto año la aplicación estará valorada en USD \$219,917.96.

Tabla No.14: Flujo neto de efectivo proyectado

Free Cash Flow							
	-	1	2	3	4	5	6
EBIT		\$ 85,695.00	\$ 89,735.00	\$ 19,239.00	\$ 4,167.80	\$ 47,505.08	
Depreciación		2,080	2,080	2,080	2,080	2,800	
EBITDA		87,775	91,815	21,319	6,248	50,305	
Var. Cuentas a cobrar		-	-	-	-	-	
Var. Inventarios		-	-	-	-	-	
Var. Cuentas a pagar		\$ 86,400.00	\$ 17,280.00	\$ 10,368.00	\$ 22,809.60	\$ 13,685.76	
Inversión en Capital de Trabajo		\$ (86,400.00)	\$ (17,280.00)	\$ (10,368.00)	\$ (22,809.60)	\$ (13,685.76)	
Impuestos s/EBIT		29,993	31,407	6,734	1,459	16,627	
Capex	20,800				\$ 7,200.00		
Free Cash Flow	- 20,800	\$ (28,618.25)	\$ 43,127.75	\$ 4,217.35	\$ (25,220.53)	\$ 19,992.54	
Valor residual							\$ 219,917.96
Free Cash Flow + VR	\$ (20,800.00)	\$ (28,618.25)	\$ 43,127.75	\$ 4,217.35	\$ (25,220.53)	\$ 19,992.54	\$ 219,917.96
Tasa de descuento	10%						
Factor de descuento							
Valor Actual	\$ (20,800.00)	\$ (26,016.59)	\$ 35,642.77	\$ 3,168.56	\$ (17,225.96)	\$ 12,413.80	\$ 124,137.96
Payback		5.1 Años					
VAN	\$ 111,320.53	\$ 111,320.53					
TIR		47%					
Flujo acumulado		\$ (46,816.59)	\$ (11,173.82)	\$ (8,005.26)	\$ (25,231.23)	\$ (12,817.43)	\$ 111,320.53
Meses		12.0	12.0	12.0	12.0	12.0	1.2

Fuente: Elaboración propia (2024)

7.6 Análisis de sensibilidad

En el siguiente apartado, se consideran las variaciones en la demanda que afectan los distintos ingresos económicos. El análisis de sensibilidad permite mostrar los diferentes escenarios que pueden influir en los ingresos de la aplicación

- **Escenario optimista**

En el escenario optimista, se aumentó progresivamente la cantidad de padres suscritos, alcanzando 400 suscripciones anuales en el quinto año, y se incrementó el precio por suscripción a USD \$8 mensuales durante los 5 años. En comparación con el análisis proyectado inicial, se determinó el VAN 871,684, la TIR 80% y el período de repago sería 4.7 años. Considerándose aún más rentable el proyecto.

Tabla No.15: Análisis de sensibilidad – escenario optimista

OPTIMISTA						
	Proyectado					
Año	0	1	2	3	4	5
Cantidad de padres suscritos		100	200	240	300	400
Cantidad de sesiones psicológicas mensuales		40	40	40	40	50
Cantidad de sesiones psicológicas anuales		48000	96000	115200	144000	240000
Precios por suscripción mensuales		8	8	8	8	8
Precios por sesiones psicológicas mensuales		8	8	8	8	8
Precio total por suscripción y sesiones psicológicas		16	16	16	16	16

Payback	4.7 años
VAN	871,684
TIR	80%

Fuente: Elaboración propia (2024)

- **Escenario pesimista**

En el escenario pesimista, se estimó a 100 la cantidad de padres suscritos para el primer año y se redujo el precio de la suscripción mensual a USD \$5 durante los tres primeros años. Estas disminuciones impactan negativamente, reflejándose en un VAN de -6,875, la TIR del 9% y un período de repago de más de 5 años. Por lo tanto, se consideraría el proyecto poco rentable.

Tabla No.16: Análisis de sensibilidad – escenario pesimista

PESIMISTA						
Proyectado						
Año	0	1	2	3	4	5
Cantidad de padres suscriptos		100	216	238	285	314
Cantidad de sesiones psicológicas mensuales		40	40	40	40	40
Cantidad de sesiones psicológicas anuales		48000	103680	114048	136858	150543
Precios por suscripción mensuales		5	5	5	7	7
Precios por sesiones psicológicas mensuales		8	8	8	8	8
Precio total por suscripción y sesiones psicológicas		13	13	13	15	15

Payback	+ de 5
VAN	-6,875
TIR	9%

Fuente: Elaboración propia (2024)

8. Conclusiones y Recomendaciones

Se concluye que la hipótesis previamente establecida al inicio de esta investigación, la cual expresa: existe una demanda insatisfecha para los padres con hijos menores de edad con TEA que buscan apoyo y orientación para afrontar los desafíos asociados con esta condición en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es aceptada. Tras analizar el mercado exhaustivamente, los resultados indican la existencia de una demanda significativa para la creación de una aplicación que brinde apoyo a padres con hijos diagnosticados con Trastorno del Espectro Autista (TEA). La investigación de mercado, el análisis del entorno, y los análisis financieros y económicos confirman la rentabilidad y la viabilidad del proyecto.

A través de la encuesta realizada, las entrevistas a psicólogas y madres, se confirmó la existencia de una gran comunidad de padres con hijos con TEA que enfrentan poca inclusión y aceptación en la sociedad. Estos padres a menudo deben autoeducarse, por lo que se comprueba que existe la necesidad de una herramienta que los guíe como padres en el cuidado de sus niños con Trastorno Espectro Autista. Desarrollar la aplicación dirigida a este público sería de gran ayuda, donde se les proporcione consejos sobre crianza, temas conductuales, situaciones de emergencias y orientación sexual. Abordar estos temas les apoyaría en la convivencia diaria y en desarrollar habilidades parentales.

Además, los datos recopilados muestran que los padres se encuentran dispuestos a utilizar y recomendar la aplicación. También expresaron un gran interés en que la herramienta incluya asistencia virtual con psicólogos, lo que representaría un gran apoyo emocional significativo para ellos. Muchos padres no cuentan con el tiempo para asistir a terapias psicológicas, por lo que la plataforma le facilitaría acceso de tener asistencia en cualquier momento y lugar, mejorando su capacidad para enfrentar los desafíos en la convivencia diaria con sus niños.

En vista de la demanda proyectada, los resultados del proyecto indican un Valor Actual Neto (VAN) positivo de USD \$111,320.53, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 47%, la cual supera la tasa de descuento. Esto demuestra una inversión rentable. Además, el período de recuperación de la inversión es de 5.1 años, lo cual se considera razonable para este tipo de plan de negocios. Se puede inferir que el proyecto tiene una base sólida y es sostenible a lo largo del tiempo.

Es importante considerar que, aunque el proyecto es viable, el análisis de sensibilidad revela que variaciones en la cantidad de padres suscritos y precios por suscripción pueden afectar significativamente la rentabilidad. Es sumamente importante manejar estos riesgos a través de una gestión financiera rigurosa y estrategias de marketing eficaces.

Es recomendable mantener la aplicación actualizada con nuevos contenidos atractivos, recursos y herramientas prácticas que se adapten a las necesidades de los padres. Esto incluye incorporar artículos basados en las últimas investigaciones e incluir audiolibros en manejo de TEA. Asimismo, sería beneficioso la posibilidad de expandir los servicios ofrecidos, como realizar talleres en línea y crear una comunidad de apoyo, con el objetivo de aumentar la demanda y la viabilidad, así como incrementar el valor percibido por los padres.

Es fundamental realizar campañas de marketing en las redes sociales e incluir testimonios de los padres para incrementar la visibilidad con el fin de atraer nuevos suscriptores y fortalecer la confianza en la aplicación.

Además, es importante implementar revisiones financieras periódicas para asegurar la estabilidad económica y mitigar los riesgos identificados en el análisis de sensibilidad del proyecto.

Finalmente, se concluye que la propuesta de desarrollar una aplicación interactiva de asistencia y resolución de problemas en tiempo real dirigida a padres con hijos menores de edad diagnosticados con Trastorno Espectro Autista, no solo será una herramienta valiosa desde el punto de vista económico, sino también un recurso de apoyo para fomentar la inclusión y el apoyo a estas familias.

Bibliografía

- Autism Society of Texas* (2023). *¿Qué es el autismo??* Recuperado de: <https://www.texasautismsociety.org/es/aboutautism/#:~:text=Autismo%20El%20trastorno%20del%20espectro,la%20autorregulaci%C3%B3n%20de%20una%20persona>
- Amador Mercado, C. (2022). *El análisis PESTEL*. UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, (4), 8. Recuperado el 18 de abril de 2024 de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/issue/archive>
- Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas (2022). Recuperado el 06 de julio de 2024 de: https://censo.gob.ar/index.php/datos_definitivos_caba/
- Dumrauf, G. (2010). *Finanzas Corporativas. Un Enfoque Latinoamericano*. Buenos Aires, Argentina. Alfaomega Grupo Editor.
- Fleitman, J. (2000) *Negocios Exitosos*. México D.F., México: McGraw Hill.
- Fundación ConecTea*. (2020, 15 de mayo). *Mi familia es diferente: el impacto del autismo en la familia*. Recuperado de: <https://www.fundacionconectea.org/2020/05/15/mi-familia-es-diferente-el-impacto-del-autismo-en-la-familia/>
- Hernández León, R. A., Coello González, S. (2020). *El proceso de investigación científica*. Cuba: Editorial Universitaria
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Estado de México: Pearson.
- Laurent, E. (2013). *La Batalla Del Autismo De la Clínica a la política*. (1.^a ed.). Buenos Aires, Argentina: Navarín.
- Longenecker, J. G., Moore C. W., Petty, J. W., Palich, L, E. (2010). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México: Cengage Learning.

Martínez Martín, M., Bilbao León, M. (2008). Acercamiento de la realidad de las familias de personas con autismo. *Psychosocial Intervention*, 20(2), 123-145. Recuperado el 12 de noviembre de 2023, de: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-05592008000200009

Meza Orozco, J. d. J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Organización Mundial de la Salud. (29 de marzo de 2023). *Autismo*. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>

Osterwalder A. y Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation*. Amsterdam, The Netherlands: John Wiley and Sons.

Porter, M. E. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. España: Grupo Editorial Patria.

Ross, S.A., Westerfield, R.W., Jaffe, J.F. (2000). *Finanzas Corporativas*. México D.F. McGraw-Hill

Shum Xie, Y. M. (2016). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*. Venezuela: Ediciones de la U.

Solé Moro, M., Campo Fernández, J. C. F. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. España: ESIC Editorial.

Wisevoter (2023). *Autism rates by country*. Recuperado de: <https://wisevoter.com/country-rankings/autism-rates-by-country/#autism-rates>

Zorita Lloreda, E. (2016). *El plan de negocio*. España: ESIC Editorial.

Anexos

Anexo 1: Encuesta sobre la necesidad o preferencia para el desarrollo de una aplicación para padres con hijos con Trastorno Espectro Autista.

1. ¿Tienes hijos que padecen de TEA?
 - Si
 - No
2. ¿Cuál es su edad?
 - Entre 25 años a 35 años
 - Entre 36 años a 45 años
 - Entre 46 años a 55 años
 - 56 años o más
3. ¿Cuántos años tiene su hijo/a Autista?
 - Entre 2 a 5 años
 - Entre 6 a 10 años
 - Entre 11 a 15 años
 - 16 años o más
4. ¿A qué edad fue diagnosticado su hijo/a con Autismo?

5. ¿Usted como padre/madre asiste a un espacio terapéutico para acompañar a su hijo con TEA?
 - Si
 - No
6. Si respondiste que no a la pregunta anterior, ¿te gustaría recibir algún tipo de asesoramiento psicológico para asistir a tu hijo con TEA?
 - Si
 - No
 - No aplica

7. ¿Actualmente o alguna vez utilizaste una aplicación orientada a ti como padre con el fin de ayudar con el cuidado y crianza de tu hijo con autismo?
- Si
 - No
8. Si su respuesta fue si en la pregunta anterior, favor indicar si fue útil para usted.
- Si
 - No
 - No aplica
9. ¿Consideras necesario una aplicación virtual que brinde servicios de asesoramiento y orientación a padres con hijos con TEA?
- Si
 - No
10. ¿Le gustaría que la aplicación incluya recursos educativos de crianza para ti como padre de niños con TEA?
- Si
 - No
11. ¿Usted considera útil que la aplicación ofrezca asesoramiento virtual por psicólogos y terapeutas?
- Si
 - No
12. ¿Qué tipo de actividades o ejercicios le gustaría que incluyera aplicación?
- Consejos de crianza
 - Temas conductuales
 - Tips para situaciones de emergencias
 - Temas de orientación sexual
 - Todas las anteriores
13. ¿Qué tan importante es para usted la privacidad de los datos en una aplicación virtual como esta?
- Nada importante
 - Poco importante
 - Moderadamente importante
 - Muy importante
 - Extremadamente importante.

14. ¿Estaría dispuesto a pagar por una aplicación virtual que brinde este tipo de servicios?

- Si
- No

15. ¿Recomendaría usted el uso de la aplicación a otros padres?

- Si
- No

Anexo 2: Entrevista a psicólogos clínicos especializados en Trastornos Espectro Autista.

1. ¿Cuál es tu nombre?
2. ¿Hace cuánto años tienes ejerciendo la profesión y cuáles estudios realizaste luego de la licenciatura?
3. ¿Trabajas con pacientes que se encuentren diagnosticado con TEA?
4. ¿Cuáles son las problemáticas que presentan estos pacientes?
5. ¿Trabajas de manera online o prefieres la presencialidad?
6. ¿Sabes de alguna herramienta o aplicación que te permita acompañar a las familias de manera virtual?
7. ¿Si existiera la posibilidad de tener una a tu alcance, la utilizarías?
8. ¿Estarías dispuesto/a en participar en el desarrollo del contenido de una aplicación enfocado en asesoramiento a padres con hijos con TEA?
9. ¿Te gustaría prestar tus servicios a través de la aplicación?
10. Para usted sería mejor pagar una tarifa mensual fija por la derivación de estos pacientes o prefieres que la aplicación se quede con un 20% de tus honorarios?

Anexo 3: Entrevista a padres con hijos con Trastornos Espectro Autista

1. ¿Cuál es tu nombre y que edad tienes?
2. ¿Cuál es tu profesión?
3. ¿Qué edad tiene tu hijo?
4. ¿A qué edad le diagnosticaron TEA a tu hijo?
5. ¿Cuáles síntomas inusuales detectaste en tu hijo?
6. ¿Cómo madre has ido a terapia para sobrellevar la situación?
7. ¿Qué piensas sobre la idea de desarrollar una aplicación para asesorar a padres con hijos con esta con esta condición de autismo?
8. ¿Utilizarías la aplicación?
9. ¿Estarías dispuesta a pagar por una herramienta cómo está?
10. ¿La recomendarías, y por qué?

