



# **BETTER APP**

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

Alumno:  
Luis Duarte González

Profesora guía:  
María Soledad Etchebarne

Santiago, Agosto de 2019

## Tabla de Contenidos

RESUMEN EJECUTIVO .....	1
1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	2
2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES. ....	3
3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR .....	4
4. PLAN DE MARKETING .....	5
5. PLAN DE OPERACIONES .....	6
5.1. ESTRATEGIA, ALCANCE Y TAMAÑO DE LAS OPERACIONES.....	6
5.2. FLUJO DE OPERACIONES .....	8
5.3. PLAN DE DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN .....	10
5.4. DOTACIÓN .....	10
6. EQUIPO DEL PROYECTO .....	13
6.1. EQUIPO GESTOR .....	13
6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	13
6.3. INCENTIVOS Y COMPENSACIONES .....	14
7. PLAN FINANCIERO.....	15
7.1. SUPUESTOS Y PARÁMETROS.....	15
7.2. ESTIMACIÓN DE INGRESOS .....	15
7.3. PLAN DE INVERSIONES (INICIAL Y FUTURO).....	16
7.4. CÁLCULO DE INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO:.....	16
7.5. PROYECCIONES DE ESTADOS DE RESULTADOS .....	17
7.6. PROYECCIONES DE FLUJO DE CAJA (POSICIÓN DE FLUJOS DE LA EMPRESA) .....	17
7.7. CÁLCULO DE TASA DE DESCUENTO.....	18
7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO (PURO, SIN DEUDA): VAN, TIR; PAYBACK, ROI, PUNTO DE EQUILIBRIO .....	19
7.9. VALOR RESIDUAL .....	20

7.10.	BALANCE PROYECTADO.....	20
7.11.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO (MONTOS Y TÉRMINOS).....	21
7.12.	RATIOS FINANCIEROS CLAVE COMPARADOS CON LA COMPETENCIA O INDUSTRIA (DEUDA, ROE, MARGEN, BREAKEVEN EN N Y \$).....	21
7.13.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: .....	21
8.	RIESGOS CRÍTICOS.....	23
9.	PROPUESTA INVERSIONISTA.....	24
10.	CONCLUSIONES.....	25
11.	ANEXOS.....	26
11.1.	ANEXO RESULTADOS ENCUESTA USUARIOS CLIENTES.....	26
11.2.	ANEXO DETALLE PRESUPUESTO MARKETING .....	31
11.3.	ANEXO, ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	34
11.4.	ANEXO, PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA DESARROLLO APLICACIONES MÓVILES <b>BETTER</b> ..	40
11.5.	ANEXO RESULTADOS ENCUESTA USUARIOS CONTRATISTAS .....	43
11.6.	ANEXO, HISTORIAS DE USUARIO .....	45

## Resumen Ejecutivo

Una emergencia en el hogar (cañería rota, falta de agua caliente o problemas con la cerradura) puede ser un gran problema, y de no contar con un “maestro conocido” o no tener el dinero en efectivo para el pago puede transformarse en algo peor.

**Better App** buscará facilitar este encuentro, con interacción **en línea** a través de la aplicación, facilitará la búsqueda, contratación, seguimiento y evaluación del servicio, con la facilidad que entrega el pago con tarjeta de crédito.

El análisis de este mercado demostró que los jugadores presentes en esta industria cuentan con una baja presencia comercial como también con una fuerte crítica hacia sus servicios de soporte post – venta, generando una brecha donde Better puede transformarse en un actor exitoso.

El potencial de mercado inicial se proyecta en USD 11 Millones aproximadamente al año, donde el objetivo es lograr una comisión del 15% por transacción prestada. De esta forma, con una evaluación a 5 años del proyecto (a tasa de descuento de 21,7%) entrega un VAN de \$MM 217 millones, una TIR de 36% y un payback al tercer año, transformado a Better en una oportuna de negocio atractiva.

# 1. Oportunidad de Negocio

En la actualidad, la fuerte irrupción de aplicaciones con el formato de “economías colaborativas” han generado un nuevo nicho de mercado en la áreas de servicios.

La investigación realizada determinó que la búsqueda de personal capacitado para la intervención de mantenimiento en el hogar es un tema no resuelto<sup>1</sup>. La mayor parte de los encuestados no cuentan un profesional de confianza que les permita resolver los problemas de especialidades para el hogar, tampoco cuentan con garantías ni capacidad de respuesta rápida ante emergencias.

Por su parte, los especialistas entrevistados, expresaron lo beneficioso de bancarizar el servicio mediante el cobro a través de tarjeta de crédito<sup>2</sup>, como también la mayoría indicó no conocer herramientas que permitan utilizar este método de comunicación.

Chile cuenta con una alta tasas de irrupción de los servicios de internet para smartphones<sup>3</sup> y con una importante presencia de aplicaciones colaborativas de distribución, compras y servicios.

Estos elementos generan oportunidades generan elementos para la creación de Better App, que espera ser un mercado virtual donde las personas que requieran intervenciones en sus casas y departamentos puedan encontrar especialistas que indican su disponibilidad y especialidad.

Mayor detalle sobre esta materia con sus tablas y anexos que respaldan la información, pueden ser encontrados en la primera parte de este plan de negocios.

---

<sup>1</sup> Anexo 11.1. resultados de la encuesta a cliente.

<sup>2</sup> Anexo 11.5. resultados de la encuesta a contratistas.

<sup>3</sup> Sitio Web Asociación de investigadores de mercado de Chile AIM Chile. Sin fecha de publicación. “54% de los chilenos compra desde su Smartphone al menos una vez al mes”. Sitio web <http://www.aimchile.cl/54-de-los-chilenos-compra-desde-su-smartphone-al-menos-una-vez-al-mes>

## 2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes.

En general se puede concluir que **la industria cuenta con un atractivo medio**, puesto que no hay competidores consolidados y establecidos que tengan clientes cautivos. En lo referente a la competencia, esta se encuentra atomizada en todo el país sin un proveedor dominante en términos de reconocimiento y servicios.

Se ha estimado un tamaño de mercado potencial para el servicio según el Censo 2017 en la Región Metropolitana<sup>4</sup>. Se consideran ciertas comunas objetivo en donde se concentran los hogares con mayores niveles de ingreso y del perfil de clientes indicado anteriormente en análisis de clientes. Se tiene un total de 558.847 viviendas los que serán potenciales usuarios.

En referencia a la industria, nos referimos a las “economías colaborativas” sobre la base la plataformas de comunicación mediante aplicaciones para equipos portátiles, donde se pretenden ofrecer servicios de Gasfitería, Mantenimiento General como pintura, Goteras y Filtraciones, y Obras Menores, instalaciones eléctricas o de artefactos domésticos.

Mayor detalle sobre esta materia con sus tablas y anexos que respaldan la información, pueden ser encontrados en la primera parte de este plan de negocios.

---

<sup>4</sup> Sitio web Censo 2017, Chile. (2017). Resultados por comunas. Sitio web <http://www.censo2017.cl/descargue-aqui-resultados-de-comunas/>

### 3. Descripción de la empresa y propuesta de valor

El objetivo de la empresa es entregar una plataforma para equipos móviles que permita la interacción entre las personas que requieren servicios de mantenimiento en sus hogares y los especialistas que ofrecen estos servicios, con el valor agregado de entregar un seguro en caso de daños por tareas mal desarrolladas.

El mercado inicial está dado por 8 comunas que cuentan con altos índices de concentración de ingresos sin perder de vista la posibilidad de expandirse a otras comunas de Santiago como también a regiones. Otro nivel de desarrollo es el crecimiento hacia las empresas y eventualmente fuera de Chile.

La propuesta de valor de la empresa es entregar una herramienta rápida y confiable para que se puedan resolver las necesidades de mejora y mantenimiento, con las facilidades que entregan las aplicaciones móviles y el uso de tarjetas de crédito.

Desde el foco de la sostenibilidad se buscará fomentar el consumo sostenible de Energía y Agua y como elementos de responsabilidad social, fomentar la capacitación y desarrollo de los oferentes de servicios a través de herramientas y programas como Chile Avanza de SENCE.

Mayor detalle sobre esta materia con sus tablas y anexos que respaldan la información, pueden ser encontrados en la primera parte de este plan de negocios.

## 4. Plan de Marketing

Como base en plan de Marketing pretende enfocarse sobre el 27% del mercado, basados en la penetración estimada del e-commerce<sup>5</sup>, y base a la nueva clasificación de grupos socioeconómicos (GSE), acotando la demanda potencial se acota a 95.060 viviendas.

Se espera posicionar en el corto plazo a la empresa en el mercado, con un programa de publicidad agresivo que incentive la descarga de la aplicación desde las diferentes tiendas para equipos móviles existentes.

El desarrollo en una estrategia de segmentación asociada a **diferenciación** del servicio a través de confianza y garantía de satisfacción (con base en un seguro sobre el servicio entregado), esta basado en los elementos no satisfechos por la competencia y detectados como brecha entre la expectativa de los clientes finales y los actuales oferentes de servicios.

Mayor detalle sobre esta materia con sus tablas y anexos que respaldan la información, pueden ser encontrados en la primera parte de este plan de negocios.

---

<sup>5</sup> GFK, (2018). Estudio cuantitativo "Chile Digital 2018". Presentación de diapositivas, Lámina 17.

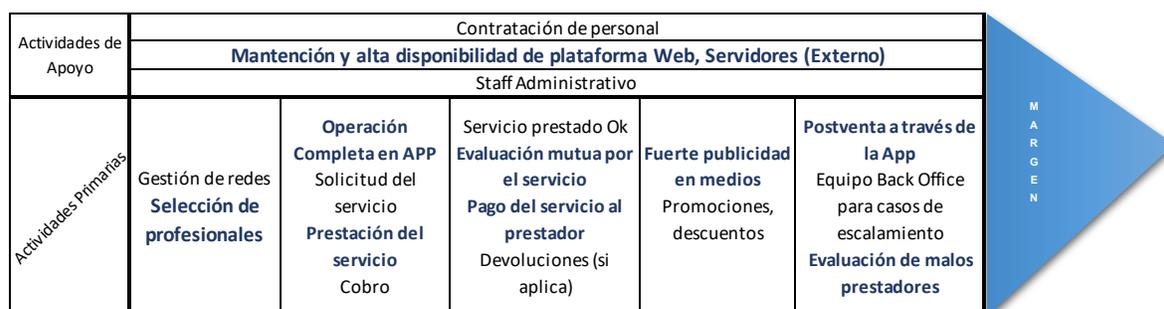
## 5. Plan de Operaciones

### 5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

La operación inicial como fue indicado será en un grupo de comunas objetivo de la Región Metropolitana en Chile, con el posterior escalamiento detallado anteriormente en este informe. Para lograr satisfacer la demanda esperada y determinada en el punto 4.7, así como los requerimientos de servicio esperados, **Better** debe ser capaz de realizar con excelencia ciertas actividades claves.

La cadena de valor de **Better** presentada a continuación buscar resumir las actividades a realizar en la operación, con especial énfasis en aquellas destacadas en azul.

**Figura 2: Cadena de Valor para Better**



Fuente: Elaboración propia

- **Desarrollo de las aplicaciones móviles:** Actividad de apoyo crítica, ya que la App es el canal en donde se desarrolla toda la operación. El desarrollo debe ser de 2 aplicaciones (y en evaluación a futuro de un sitio web), una App para usuarios clientes y otra App “espejo” para usuarios contratistas.

El desarrollo de las aplicaciones será realizado en una primera etapa por una empresa de desarrollo con conocimientos en este tipo de tecnologías, y quien será el encargado de mantener posteriormente las aplicaciones en funcionamiento. Los autores han tomado esta decisión en base a ahorrar tiempos de aprendizaje (curva de experiencia), no contratar personal específico para esto desde el inicio, y además la flexibilidad que esta estrategia entrega para la escalabilidad del negocio.

Estas aplicaciones deben contar desde el inicio con una alta disponibilidad de servicio

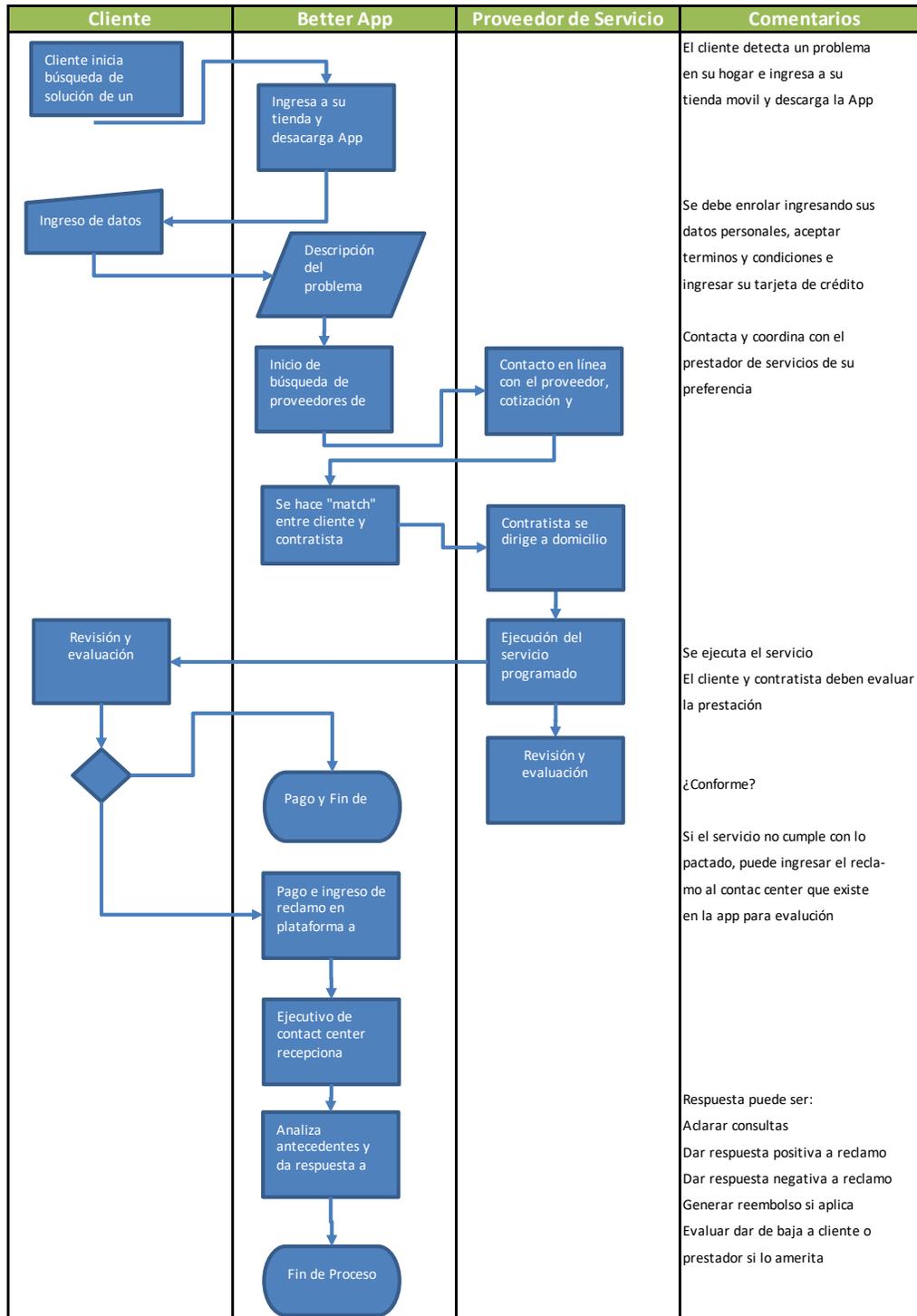
- **Gestión de Oferentes o Contratistas:** contar previamente al lanzamiento de **Better** para clientes finales, esperamos contar con contratistas interesados en ser parte de la comunidad. Este proceso será realizado a través de la relación estratégica que se ha desarrollado con “Maestro Especialista” <http://www.maestrosespecialistas.cl>

- **Evaluación mutua por el servicio y pago al prestador:** será obligatorio el realizar la evaluación mutua de cliente y prestador, lo que es clave para mantener y potenciar los atributos de confianza y seguridad. Otra actividad clave es realizar el pago al prestador de forma rápida (máximo 3 días después de prestado el servicio).
- **Fuerte publicidad en medios:** Lograr conocimiento de forma rápida de parte del mercado es muy relevante para que el negocio tenga opciones de mantenerse en el tiempo, por lo cual la coordinación de las campañas de lanzamiento también es uno de los procesos vitales previos a la puesta en marcha.
- **Postventa a través de la App:** esta actividad se hará a través de un contact center, el que incluye la atención de post venta a través de la app, con algunas respuestas y resoluciones estándar a entregar a clientes/contratistas, y también personal especializado que revise los distintos casos, consultas, reclamos que requieran algún tipo de escalamiento adicional.

## 5.2. Flujo de operaciones

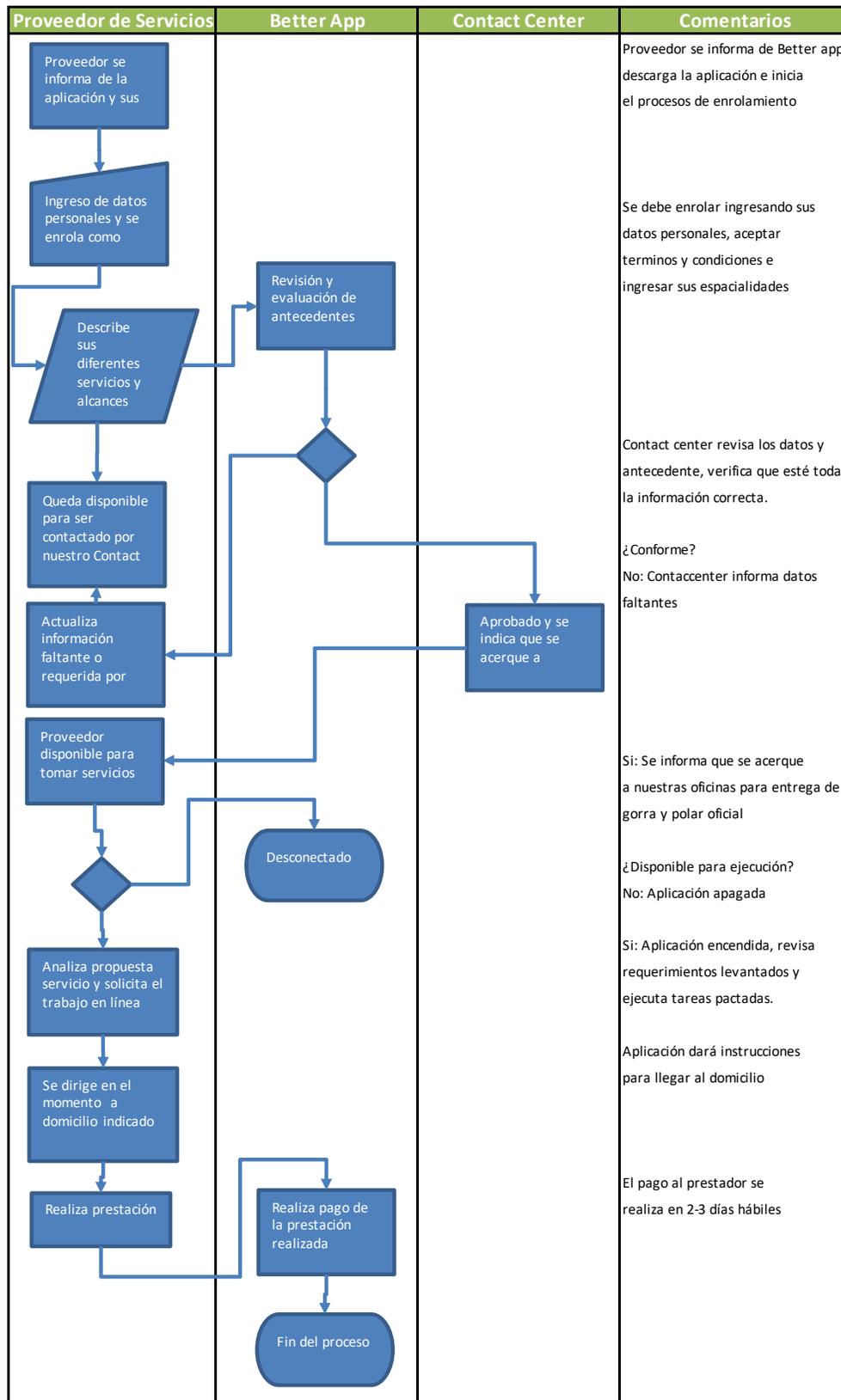
Se presentan unos flujos resumen de proceso usuario cliente y usuario contratista.

**Figura 3: Flujo de operación, usuario cliente**



Fuente: Elaboración propia

**Figura 4: Flujo de operación, usuario contratista**



Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Plan de desarrollo e implementación

El plan de desarrollo para implementar **Better** APP se presenta a continuación, considerando las grandes y más relevantes actividades necesarias. La expectativa es que el plan completo considerando el inicio de la operación regular sea entre 6-7 meses a partir de enero de 2020. Se presenta carta Gantt de las actividades con sus plazos:

**Figura 5: Carta Gantt de implementación servicio Better**

Actividades	Responsable(s)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9
Formalización legal de la empresa	Luis Duarte/Jaime Araya	█								
Habilitación de oficinas centrales	Luis Duarte/Jaime Araya	█								
Captura de contratistas independientes	Luis Duarte/ Jefe Oficina			█	█	█				
- Gestión y desarrollo de estrategia con "Base de Datos"	Luis Duarte / Gerente Marketing			█	█	█				
Iniciar levantamiento de Operaciones TI										
- Diseño, levantamiento y puesta en marcha de aplicación	Jaime Araya / Jefe de procesos y sistemas / Jefe de servicio Contact Center		█	█	█					
- Diseño, levantamiento y puesta en marcha contact center			█	█	█					
- Levantamiento oficinas atención al proveedor de servicios										
Iniciar programas comerciales										
- Contacto con empresas de publicidad	Luis Duarte / Gerente Marketing			█						
- Preparación programa lanzamiento				█	█	█				
- Inicio de campañas de relacionamiento							█	█	█	
Lanzamiento e inicio de operaciones										
- Inicio de campaña de lanzamiento TV	Gerente Marketing						█	█	█	
- Inicio campaña de lanzamiento vía pública	Gerente Marketing						█	█	█	
- Inicio campaña de lanzamiento medios digitales	Gerente Marketing						█	█	█	
- Inicio de funcionamiento plataforma	Jefe de procesos y sistemas									
- Inicio funcionamiento contact center	Jefe de servicio contact center									
Inicio Operación en Marcha blanca							█	█	█	
Operación Regular del Negocio									█	█

Fuente: Elaboración propia

### 5.4. Dotación

En la dotación se detallan las personas requeridas para dar inicio a la empresa y la posterior explotación del negocio. Con esto, **Better** requiere dotación comercial, administrativa y de operaciones (para el desarrollo de la aplicación no se considera dotación al ser externalizado).

Existirá un equipo especial para atención de "Contact Center", el cual hará toda la atención a clientes y contratistas. Este equipo se contratará de forma externalizada, de forma de que el proveedor asegure la continuidad del servicio y la disponibilidad del personal necesario para atender los diversos requerimientos de los usuarios de **Better**. El personal de operaciones requerido se detalla a continuación:

**Tabla 6: Costos de Dotación de Operaciones**

Personas Gestión Operativa	Costo mensual	Descripción
COO	\$ 2.500.000	Director de operaciones (Chief Operating Officer - COO) de una empresa es el ejecutivo responsable del control de las actividades diarias de la compañía, encargado del manejo de las operaciones (OM). Es uno de los puestos más altos en una organización y reporta directamente al director ejecutivo (CEO) o a
Jefe de Procesos y Sistemas	\$1.800.000	Responsable de dirigir y controlar la plataforma de sistemas operacionales para asegurar la consistencia de los procesos y servicios a clientes.
Jefe de Servicio Contact Center	\$1.500.000	Responsable de asegurar la correcta atención, resolución y clasificación de las atenciones entregadas a clientes y prestadores de servicios a través de los diferentes canales de atención disponibles. Controla y supervisa la calidad del servicio entregado por el contratista
Jefe Oficina	\$1.250.000	Responsable de la atención y proceso de enrolamiento "in situ" de proveedores de servicios al hogar.
Asistente	\$800.000	Apoyo en tareas administrativas al Jefe de Oficina, a contar del segundo año.
Contact Center - Valor por Posición	\$2.236.612	El servicio de contact center será externalizado con una empresa especializada que nos pueda asegurar un flujo continuo de servicios, ya sea por tecnología, central telefónica y servicios de conexiones y redes, como por las autorizaciones de turnos que debe poseer ante la Inspección del Trabajo. Además un especialista de este servicio puede entregar rápida y eficiente escalabilidad de servicios.

Fuente: Elaboración propia

El costo mensual durante el primer año será de \$M 7.050, agregándose para el segundo año un asistente. El resto no se estima crecimiento para el tiempo de evaluación.

Con respecto al Contact Center, se estimaron los costos por persona de la siguiente forma:

**Tabla 7: Costos de Servicio Contact Center por posición de atención**

Item	Dotación	Detalle	Valo Unitario	Total	Moneda
- Una posición de atención 12 horas por 7 días	3	Operadores	18,50	55,50	UF
	1	Supervisor	25,00	25,00	UF
				80,50	UF

Fuente: Elaboración propia

Se estimó en base a capacidad necesaria distintos niveles crecientes de personal para atención del Contact Center. Se estima para el primer año el siguiente plan de dotación para el contact center con sus costos:

**Tabla 8: Requerimientos de Dotación de Contact Center para el primer año**

Posiciones (12x7) Requeridas Contact Center	1 Posición	2 Posiciones	3 Posiciones	4 Posiciones	5 Posiciones	6 Posiciones
Costo Servicio Contact Center	\$ 2.236.612	\$ 4.473.224	\$ 6.709.836	\$ 8.946.448	\$ 11.183.060	\$ 13.419.672

Fuente: Elaboración propia

El costo llevado a los 5 años, considerando crecimientos de la dotación se presenta a continuación:

**Tabla 9: Requerimientos de Dotación de Contact Center para los cinco años**

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Nº de Posiciones	1 a 3	3	4	6	6
Costo Anual	\$ 60.388.524	\$ 80.518.032	\$ 107.357.376	\$ 161.036.064	\$ 161.036.064

Fuente: Elaboración propia

La dotación para la gestión comercial se muestra a continuación:

**Tabla 10: Costos de Dotación equipos comerciales**

Personas Gestión Comercial		
CCO	\$ 2.500.000	El Director Comercial (Chief Commercial Officer) es el máximo responsable del departamento comercial. Formular los objetivos generales, políticas y estrategias de comercialización. Administrar y coordinar las acciones de marketing, ventas y distribución de los productos y/o servicios de la Organización, con el propósito de implementar la estrategia desarrollada.
Analista de Inteligencia de Negocios	\$ 1.500.000	Responsable del análisis de los datos de clientes, proveedores, información de agencias de publicidad y competencia, para crear informes estratégicos que permitan la toma de decisiones de marketing y elementos promocionales para la estimulación de la demanda. A contar del segundo año.
Gerente de Marketing	\$ 2.000.000	Formular los objetivos, políticas, estrategias y presupuestos de la gestión de marketing. Diseñar la estrategia y planes de acción en lo referente al servicio, promociones y estimulación de la demanda, para asegurar el posicionamiento de éstos en el mercado objetivo. Mantener el vínculo y supervisión con la agencia de publicidad y el seguimiento de las actividades contratadas.

Fuente: Elaboración propia

La dotación o staff administrativo requerido se muestra a continuación:

**Tabla 11: Costos de Dotación staff administrativo**

Personas Gestión Administrativa		
CFO	\$ 2.500.000	Diseñar y dirigir los procesos de gestión financiera, contable y/o administrativa de la Organización, velando por el cumplimiento de las normas legales y tributarias vigentes, para asegurar la realización de éstas.
Contador	\$ 1.500.000	Responsable de todos los procesos contables y tributarios de la compañía.
Analista Cuentas	\$ 800.000	A contar del segundo año.

Fuente: Elaboración propia

## 6. Equipo del proyecto

### 6.1. Equipo Gestor

El equipo gestor inicial corresponde a los autores, se resumen sus capacidades a continuación:

- Jaime Araya Montes:

Experiencia de más de 7 años en procesos y proyectos, en especial gestión de proyectos informáticos y de canales digitales en el rubro bancario (Medios de Pago), lo que le permite tener contactos cercanos en desarrollo de sistemas y plataformas, proveedores en la construcción de la propuesta digital (desarrolladores de software, publicistas, entre otros). Su rol en la empresa además de socio fundador será el de Gerente de Operaciones y Gestión del Talento.

- Luis Duarte González:

Más 15 años de experiencia en Capital Humano, liderando las funciones globales del área, en procesos industriales como en empresas de servicios con dotaciones de hasta 2200 personas, de estos, más de dos años como responsable del área de Administración, Finanzas y Recursos Humanos en plantas Industriales por lo que integra sin complicaciones con las áreas de presupuestos, contabilidad, finanzas y servicios generales más 5 años de experiencia en evaluaciones de proyectos de inversión ligados a Fondos de Fomento CORFO e INDAP.

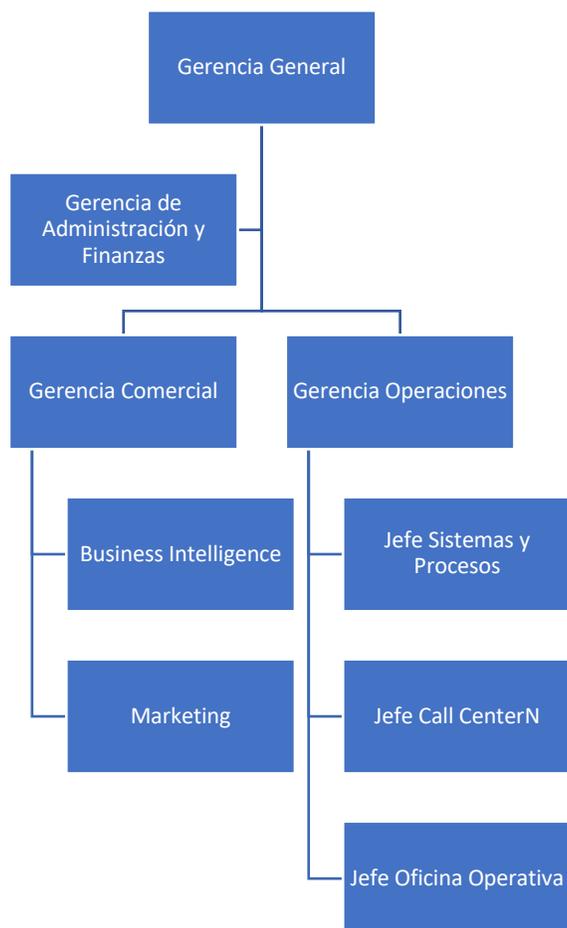
En la actualidad está ligado a dos empresas líderes en los rubros industriales y a través de una de ellas al mundo del Retail Industrial.

### 6.2. Estructura Organizacional

En la estructura organizacional, no se considera la existencia inicialmente de un Directorio estructurado para la empresa, dado que el tamaño y el hecho de que no haya muchos accionistas hará que las decisiones de la compañía se tomen entre ellos. Gerente General asumirá la responsabilidad de llegar la Administración de la Empresa (Administración y Finanzas) con el apoyo de un Contador.

Se espera contar desde el inicio y luego ir sumando apoyo de asesores externos que sean expertos en cuestiones de tecnologías, estrategia de empresas en economía colaborativa y marketing y publicidad. Se presenta un esquema de estructura organizacional esperada para **Better**:

**Figura 6: Estructura organizacional Better**



Fuente: Elaboración propia

### 6.3. Incentivos y Compensaciones

Las remuneraciones fueron determinadas sobre la base de precios de mercado según la encuesta de Compensaciones 2018, de Deloitte<sup>6</sup>. La encuesta, contiene información para cargos representativos de las áreas organizacionales de una muestra de empresas pertenecientes a distintos rubros de la actividad económica nacional. El estudio presenta las remuneraciones garantizadas y no garantizadas vigentes en las empresas de la muestra a marzo 2018, así como los beneficios otorgados al personal.

---

<sup>6</sup> Encuesta comprada por la empresa de uno de los emprendedores, no autorizada por Deloitte a ser compartida

## 7. Plan Financiero

La evaluación financiera del proyecto ha sido realizada con un horizonte de 5 años, entendiendo los autores que las dinámicas de este tipo de negocios (economías colaborativas) hacen que una evaluación a un plazo mayor puede no reflejar los cambios del negocio que pudieran darse a futuro. Los cálculos se han realizado en pesos nominales.

### 7.1. Supuestos y parámetros

**Tabla 12: Supuestos de las estimaciones**

Detalle de supuestos de las estimaciones		
Periodo de evaluación	5 años	
Comisión (Ingreso por cada prestación)	15%	
Valor promedio por prestación (\$)	40.000	Promedio estimado en base a encuesta a prestadores
Tipo de Cambio CLP/USD	690	Tipo cambio aproximado al actual (Principios Junio 19)
Comisión de Tarjeta de Crédito	2,95%	Comisión máxima asociada a capturar transacciones a través de Transbank para empresas de Rubro "Servicios de aseo y mantención" ( <a href="https://www.transbank.cl/web/servicios-y-tarifas/comercios/tarifas-aceptacion-tarjetas-credito">https://www.transbank.cl/web/servicios-y-tarifas/comercios/tarifas-aceptacion-tarjetas-credito</a> ). Esta comisión será pagada en partes iguales por contratistas y el negocio.
Costo empresa por servicio Pago Tarjeta de Crédito	50%	Costo sobre la tasa 2,95% indicada anteriormente
Tasa de impuesto a la renta	27%	Tasa impuesto vigente
IVA	19%	Tasa impuesto vigente
Valor UF	27.784	Valor uf aproximado al actual (08 Junio 19)
IPC (inflación anual)	3%	Meta anual Banco Central
Potencial de mercado de prestaciones al año	190.120	Calculado en análisis de industria

Fuente: Elaboración propia

### 7.2. Estimación de ingresos

Los ingresos del negocio vienen dados de forma única por el cobro de comisión sobre el precio definido por el contratista para el servicio. La comisión es de un 15% sobre el valor que el prestador defina cobrar por el servicio. Los ingresos por año estimados son:

**Tabla 13: Estimación de ingresos a 5 años**

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Viviendas	23.765	47.530	59.412	71.295	83.177
Consumo Promedio	2	2	3	3	3
Valor Promedio (P)	\$40.000	\$40.000	\$44.000	\$44.000	\$44.000
Comisión	15%	15%	15%	15%	15%
Servicios Transados (Q)	47.530	95.060	178.237	213.885	249.532
Ingresos Proyectados (\$)	285.179.624	570.359.248	1.176.365.949	1.411.639.139	1.646.912.329

Fuente: Elaboración propia

### 7.3. Plan de inversiones (inicial y futuro)

Las inversiones para realizar son, tanto en inicio como a futuro, principalmente asociadas a capital de trabajo y en menor medida financiar los desarrollos de las aplicaciones (Ver Anexo 11.4), así como financiar la infraestructura de oficina junto con su implementación para que quede operativa. Se consideran además inversiones en los años siguientes en las Apps móviles en línea con el escalamiento esperado del negocio, lo mismo para nuevas inversiones de oficina y mobiliario.

Dentro de las inversiones, se considera además una inversión requerida en capital de trabajo de \$240.450.763, la cual fue determinada en base al método del “máximo déficit acumulado” entre ingresos y gastos del flujo de caja, el cual se estima se dará en el Mes 12 del Año 1. Se resumen las inversiones:

**Tabla 14: Inversiones del proyecto (sin inversión en capital de trabajo)**

Inversiones			
Desarrollo App y WEB	\$	83.352.000	3.000 UF
Habilitación Oficinas	\$	12.080.000	
Equipos Computacionales	\$	18.000.000	
<b>Total</b>	\$	<b>113.432.000</b>	

Fuente: Elaboración propia

### 7.4. Cálculo de inversión en capital de trabajo:

**Tabla 15: Cálculo de inversión en capital de trabajo por método de máximo déficit acumulado**

Detalle cálculo inversión en capital de trabajo														
	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingresos	\$ 240.450.763	\$ 14.258.981	\$ 14.258.981	\$ 17.110.777	\$ 17.110.777	\$ 17.110.777	\$ 22.814.370	\$ 22.814.370	\$ 28.517.962	\$ 28.517.962	\$ 34.221.555	\$ 34.221.555	\$ 34.221.555	
Egresos		\$ 69.780.345	\$ 69.780.345	\$ 72.297.384	\$ 32.686.273	\$ 32.686.273	\$ 33.247.126	\$ 33.247.126	\$ 36.044.591	\$ 36.044.591	\$ 36.605.444	\$ 36.605.444	\$ 36.605.444	
Saldo		-\$ 55.521.364	-\$ 55.521.364	-\$ 55.186.606	-\$ 15.575.495	-\$ 15.575.495	-\$ 10.432.756	-\$ 10.432.756	-\$ 7.526.629	-\$ 7.526.629	-\$ 2.383.890	-\$ 2.383.890	-\$ 2.383.890	
Saldo acumulado		-\$ 55.521.364	-\$ 111.042.728	-\$ 166.229.334	-\$ 181.804.829	-\$ 197.380.325	-\$ 207.813.081	-\$ 218.245.837	-\$ 225.772.465	-\$ 233.299.094	-\$ 235.682.984	-\$ 238.066.873	-\$ 240.450.763	

Fuente: Elaboración propia

## 7.5. Proyecciones de Estados de resultados

Los estados de resultados proyectados muestran que se tendrán pérdidas en el Año 1, principalmente dadas por las inversiones en publicidad y desarrollo de la App, para pasar ya a partir del año 2 a utilidades positivas y exponenciales hasta el año 5, explicadas en lograr un alto número de prestaciones y una baja en la fuerte inversión realizada el Año 1 en Marketing.

**Tabla 16: Estados de Resultados a 5 años**

EERR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	\$ 285.179.624	\$ 570.359.248	\$ 1.176.365.949	\$ 1.411.639.139	\$ 1.646.912.329
Costo de Operación	\$ 206.206.387	\$ 263.978.558	\$ 339.892.562	\$ 414.603.248	\$ 456.473.245
Margen Bruto	\$ 78.973.237	\$ 306.380.690	\$ 836.473.387	\$ 997.035.892	\$ 1.190.439.084
Gastos Admnsitrativos	\$ 99.924.000	\$ 109.524.000	\$ 112.007.002	\$ 163.267.972	\$ 174.700.792
Gastos de Ventas	\$ 219.500.000	\$ 162.000.000	\$ 177.000.000	\$ 182.000.000	\$ 187.000.000
Margen Operacional	-\$ 240.450.763	\$ 34.856.690	\$ 547.466.385	\$ 651.767.920	\$ 828.738.292
Gastos No Desembolsables	-\$ 10.026.667	-\$ 10.026.667	-\$ 10.026.667	\$ -	\$ -
EBIT	-\$ 250.477.430	\$ 24.830.023	\$ 537.439.718	\$ 651.767.920	\$ 828.738.292
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ 84.183.924	\$ 175.977.338	\$ 223.759.339
Utilidad Neta	-\$ 250.477.430	\$ 24.830.023	\$ 453.255.794	\$ 475.790.581	\$ 604.978.953

Fuente: Elaboración propia

## 7.6. Proyecciones de Flujo de Caja (posición de flujos de la empresa)

Los flujos de caja y los estados de resultados de **Better** son similares dado que se considera que la gran mayoría de ingresos y egresos se darán en efectivo, sin desfases (los pagos desde el proveedor de pagos de tarjeta de crédito son casi instantáneos y calzados con los pagos a realizar a los contratistas de parte de **Better**).

Durante todo el primer año los flujos mensuales son negativos (sin considerar las inversiones de capital de trabajo) debido a la inversión de publicidad y marketing a realizar, así como los gastos de puesta en marcha del negocio. En el segundo semestre de operación, en donde debido al marketing realizado se espera aumentar la base de clientes los flujos empiezan a mostrar menores pérdidas. Ya en el segundo año, con la visión de que el negocio continúe creciendo, se comenzarán a visualizar flujos de caja positivos.

**Tabla 17: Flujos de caja anual a 5 años**

	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Nº Servicios realizados		<b>47.530</b>	95.060	178.237	213.885	249.532
Saldo						
Ingresos en efectivo		\$ 285.179.624	\$ 570.359.248	\$ 1.176.365.949	\$ 1.411.639.139	\$ 1.646.912.329
Servicio Pago con Tarjetas		\$ 28.042.663	\$ 56.085.326	\$ 105.159.986	\$ 126.191.984	\$ 147.223.981
Personal Gestión Operativa		\$ 84.600.000	\$ 94.200.000	\$ 94.200.000	\$ 94.200.000	\$ 94.200.000
Servicio Contact Center		\$ 60.388.524	\$ 80.518.032	\$ 107.357.376	\$ 161.036.064	\$ 161.036.064
Servicio App		\$ 8.335.200	\$ 8.335.200	\$ 8.335.200	\$ 8.335.200	\$ 8.335.200
Servicio Servidores		\$ 24.840.000	\$ 24.840.000	\$ 24.840.000	\$ 24.840.000	\$ 24.840.000
Servicio Desarrollo App		\$ -	\$ 20.838.000	\$ 20.838.000	\$ 20.838.000	\$ 20.838.000
<b>Total Costo Operación</b>		\$ 206.206.387	\$ 263.978.558	\$ 339.892.562	\$ 414.603.248	\$ 456.473.245
<b>Margen Bruto</b>		\$ 78.973.237	\$ 306.380.690	\$ 836.473.387	\$ 997.035.892	\$ 1.190.439.084
Personas Gestión Comercial		\$ 54.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000
Personas Gestion Administrativa		\$ 48.000.000	\$ 57.600.000	\$ 57.600.000	\$ 57.600.000	\$ 57.600.000
Gastos de Oficina		\$ 51.924.000	\$ 51.924.000	\$ 51.924.000	\$ 51.924.000	\$ 51.924.000
Campaña de Lanzamiento		\$ 130.500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de Marketing Mensual		\$ 35.000.000	\$ 90.000.000	\$ 105.000.000	\$ 110.000.000	\$ 115.000.000
Bonos de Resultado		\$ -	\$ -	\$ 2.483.002	\$ 53.743.972	\$ 65.176.792
Depreciación		\$ 10.026.667	\$ 10.026.667	\$ 10.026.667	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos de Administración</b>		\$ 329.450.667	\$ 281.550.667	\$ 299.033.669	\$ 345.267.972	\$ 361.700.792
UAI		-\$ 250.477.430	\$ 24.830.023	\$ 537.439.718	\$ 651.767.920	\$ 828.738.292
<b>Impuesto</b>		0	0	84.183.924	175.977.338	223.759.339
<b>EERR</b>		-\$ 250.477.430	\$ 24.830.023	\$ 453.255.794	\$ 475.790.581	\$ 604.978.953
Inversión Inicial	-\$ 113.432.000					
Inversión en capital de trabajo	-\$ 240.450.763					240.450.763
Gastos No Desembolsables	-	10.026.667	-	10.026.667	-	10.026.667
<b>Flujo de Caja Final</b>	-\$ 353.882.763	-\$ 240.450.763	\$ 34.856.690	\$ 463.282.460	\$ 475.790.581	\$ 845.429.716

Fuente: Elaboración propia

## 7.7. Cálculo de tasa de descuento

La tasa de descuento fue calculada utilizando modelo de valoración de activos CAPM, para evaluación de un proyecto a 5 años. Considerando para ello lo siguiente:

- Tasa libre de riesgo: Se toma como referencia tasa de Bonos del Banco Central de Chile transados en mercado secundario en pesos a 5 años (BCP, BTP), frecuencia mensual del mes de marzo 2019<sup>7</sup>. Tasa de 3,87%.
- Retorno promedio de mercado: Se utiliza para obtener esta cifra el Premio por riesgo de mercado para Chile entregado por el profesor e investigador Damodaran<sup>8</sup>. En base

<sup>7</sup> Base de datos estadísticos, Banco Central de Chile, sitio web <https://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/arboles.aspx>, revisado el 07.05.2019.

<sup>8</sup> Aswath Damodaran, Documento de datos "Country Risk Premiums". Fecha de consulta y descarga 30.08.19, sitio web [http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New\\_Home\\_Page/datacurrent.html#discrate](http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html#discrate)

a esta fuente, el premio por riesgo de mercado a utilizar es de 6,96% (“Total Equity Risk Premium”).

- Beta industria de referencia: El beta de industria utilizado es para empresas desapalancadas y es 1,12, el cual se toma como referencia el Beta de industrias de System & Application de Damodaran<sup>9</sup>. Esta beta es considerada por los emprendedores el más representativo para el proyecto.
- Premio por iliquidez: Se define un 5% adicional como premio por iliquidez de las acciones de la compañía.
- Premio por riesgo Startup: Se considera adicionalmente para descontar los flujos un 5% adicional como riesgo de empresa naciente o startup.

En base a lo anterior, la tasa de descuento calculada para descontar los flujos, considerando una empresa sin deuda es de **21,7%**.

## 7.8. Evaluación financiera del proyecto (puro, sin deuda): VAN, TIR; payback, ROI, punto de equilibrio

La evaluación financiera del proyecto indica un Valor actual neto positivo y una tasa interna de retorno mayor al costo capital, mostrando un recupero de la inversión inicial al Año 3 de operación, y un VAN de MM\$217, con una tasa de retorno del 36%.

**Tabla 18: Detalle de VAN, TIR y Payback**

<b>VAN</b>	<b>\$216.625.836</b>
<b>TIR</b>	<b>36%</b>
<b>PayBack</b>	<b>3 Años</b>

Fuente: Elaboración propia

Los puntos de equilibrio y ROE se muestran a continuación. Se considera un análisis de punto de equilibrio en cada año sin cambios en los otros años, con variaciones en la cantidad de transacciones necesarias para llegar al punto de equilibrio, así como del nivel de ventas.

El ROE en línea con los flujos de caja, es negativo el primer año, para luego subir a un 19% esperado en el segundo año y luego alcanzando su mayor nivel (78%) en el segundo año para luego bajar, pero manteniéndose en niveles altos (sobre 35%) en los años siguientes.

---

<sup>9</sup> Aswath Damodaran, Documento de datos "Beta, Unlevered beta and other risk measures". Fecha de consulta y descarga 06.05.19, sitio web [http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New\\_Home\\_Page/data.html](http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/data.html)

**Tabla 19: Detalle de ROE y puntos de equilibrio a 5 años.**

EERR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto	27,69%	53,72%	71,11%	70,63%	72,28%
Margen Neto	-87,83%	4,35%	38,53%	33,70%	36,73%
ROE	-242%	19%	78%	45%	36%
Punto de Equilibrio n <sup>a</sup> transacciones (aprox)	-	90.500	73.000	105.500	111.620
Punto de Equilibrio en ventas \$ (aprox)	-	\$ 543.000.000	\$ 481.800.000	\$ 696.300.000	\$ 736.692.000

Fuente: Elaboración propia

## 7.9. Valor residual

La obtención del valor residual del proyecto se podría estimar a través del método económico, dado que los métodos comerciales y contables están mayormente asociado a la valorización y liquidación de activos, que en el caso de **Better** no son parte relevante del balance. Se presenta una estimación de valor residual, la cual no ha sido considerada por los autores como parte del flujo de caja y de los indicadores de rentabilidad del proyecto.

**Tabla 20: Estimación de valor residual vía método económico**

### Estimación de valor residual por método económico

#### Flujo Neto Representativo - Depreciación anual = V D Económico Tasa de Descuento

Flujo Neto representativo	Flujo Neto Promedio Año 4 y Año 5
Depreciación anual año 3 (último año con depreciación)	
Flujo neto promedio \$	660.610.149
Depreciación anual -\$	10.026.667
Tasa de descuento	21,7%
<b>Valor residual \$</b>	<b>3.002.896.268</b>

Fuente: Elaboración propia

## 7.10. Balance proyectado

En línea con los estados de resultados proyectados, el balance proyectado de **Better** muestra una buena situación financiera, en donde casi el total de los activos se concentra en la Caja, al tener **Better** por el tipo de negocio poco activo fijo.

Por el lado de los pasivos, éstos están totalmente compuestos por patrimonio, con el patrimonio inicial y posteriormente la acumulación de utilidades las cuales no serán repartidas y se espera sean reinvertidas en el negocio.

**Tabla 21: Balance proyectado por 5 años**

Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja	\$ -	\$ 34.856.690	\$ 498.139.151	\$ 973.929.732	\$ 1.578.908.685
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos pagados por anticipad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Circulante	\$ -	\$ 34.856.690	\$ 498.139.151	\$ 973.929.732	\$ 1.578.908.685
Otros Activos	\$ 83.352.000	\$ 83.352.000	\$ 83.352.000	\$ 83.352.000	\$ 83.352.000
Total Activo Fijo	\$ 30.080.000	\$ 20.053.333	\$ 10.026.667	\$ -	\$ -
Depreciación	-\$ 10.026.667	-\$ 10.026.667	-\$ 10.026.667	\$ -	\$ -
<b>Total Activos</b>	<b>103.405.333</b>	<b>128.235.357</b>	<b>581.491.151</b>	<b>1.057.281.732</b>	<b>1.662.260.685</b>
Pasivos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda Bancaria Corto Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda bancaria Largo Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos Circulante	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Patrimonio					
Capital	\$ 353.882.763	\$ 353.882.763	\$ 353.882.763	\$ 353.882.763	\$ 353.882.763
Utilidades del periodo	-\$ 250.477.430	\$ 24.830.023	\$ 453.255.794	\$ 475.790.581	\$ 604.978.953
Utilidades acumuladas	\$ -	-\$ 250.477.430	-\$ 225.647.406	\$ 227.608.388	\$ 703.398.969
Dividendos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Patrimonio	\$ 103.405.333	\$ 128.235.357	\$ 581.491.151	\$ 1.057.281.732	\$ 1.662.260.685
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 103.405.333</b>	<b>\$ 128.235.357</b>	<b>\$ 581.491.151</b>	<b>\$ 1.057.281.732</b>	<b>\$ 1.662.260.685</b>

Fuente: Elaboración propia

### 7.11. Fuentes de financiamiento (montos y términos)

Las fuentes de financiamiento están acotadas netamente a capital propio, el cual los autores han definido que sea aportado directamente por ellos. La proporción de participación será en principio de un 60% por parte de Luis Duarte y un 40% por parte de Jaime Araya, siendo estos mismos porcentajes sus aportes.

### 7.12. Ratios financieros clave comparados con la competencia o industria (deuda, ROE, Margen, breakeven en n y \$)

No fue posible por parte de los autores realizar un análisis de ratios financieros con la industria, al no encontrarse durante la investigación información financiera de la competencia.

### 7.13. Análisis de Sensibilidad:

Con el objetivo de sensibilizar los resultados del proyecto, se sensibilizaron el aumento o disminución de un 10% la cantidad de transacciones a realizar en cada año. Además, se verificó la disminución de transacciones que hacer el VAN igual a cero.

Una disminución de un 16,179% en las transacciones realizadas/ventas haría que el proyecto tuviera un VAN igual a cero, lo que genera un desafío para **Better** de realizar las acciones necesarias para lograr sus metas de presupuesto inicial.

**Tabla 22: Resultados sensibilización**

Esenarios	VAN	TIR	PayBack
Aumento en 10%	\$350.520.615	44%	3 Años
Disminución en 10%	\$82.731.056	27%	3 Años
Disminución en 16,179%	\$0	22%	3 Años

Fuente: Elaboración propia

## 8. Riesgos críticos

Se identificaron y evaluaron algunos riesgos que pudieran darse en la operación del negocio. La clasificación de ellos fue realizada en base a probabilidad de ocurrencia de la situación riesgosa y su importancia.

**Tabla 23: Matriz de Riesgos identificados.**

Riesgos	Importancia (1 poco importante, 5 muy importante)	Probabilidad Ocurrencia (0% - 100%)	Impacto (Bajo - Medio - Alto)
Que el prestador preste el servicio por fuera después de su primera visita a un cliente	4	50%	Alto
Que los clientes se acostumbren a los descuentos para contratar servicios	3	30%	Bajo
Que No haya de prestadores suficientes para algún servicio ofrecido	5	40%	Medio
Que existan delitos por parte de contratistas y/o clientes	5	10%	Medio
Que los clientes informen mal el problema inicial y se generen conflictos por cambios en el servicio	4	50%	Alto
Que los prestadores o clientes tengan malas calificaciones de servicio o como usuario	5	60%	Alto
Problemas con el flujo de pagos a los prestadores	4	20	Medio
Que exista sobre oferta de prestadores por baja demanda	3	20	Bajo
Que la competencia se intensifique con Ingreso de nuevos competidores	4	20%	Medio
Que aumente la necesidad de capital de trabajo	4	30	Medio
Que existan conductas poco éticas de clientes o contratistas	5	40%	Alto
Malos comentarios en redes sociales o reclamos formales a SERNAC	3	40%	Medio

Fuente: Elaboración propia

Aquellos riesgos calificados de “**impacto alto**” son riesgos críticos los cuales se debe establecer planes de mitigación si llegara a ocurrir realmente la situación.

**Tabla 24: Riesgos críticos y planes de mitigación**

Riesgos	Impacto (Bajo - Medio - Alto)	Forma de mitigación
Que el prestador preste el servicio por fuera después de su primera visita a un cliente	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reglas de tiempo de conexión mínima para los prestadores</li> <li>* Obligatoriedad de evaluación</li> <li>* Excención de responsabilidad si el servicio no es solicitado a través de Better App</li> </ul>
Que los clientes informen mal el problema inicial y se generen conflictos por cambios en el servicio	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Generar al momento de la solicitud de servicio Aviso tipo alerta de que el precio es referencial y pudiera variar</li> <li>* Contar con asesores expertos en cada tipo de servicio que puedan resolver y dirimir conflictos por el monto cobrado si cliente o contratista manifiestan diferencias</li> <li>* Generar instructivo y pasos detallados para mayor claridad en la descripción del problema</li> </ul>
Que los prestadores o clientes tengan malas calificaciones de servicio o como usuario	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Evaluación semanal de aquellos prestadores / clientes con calificación bajo Nota 4. Seguimiento de casos</li> <li>* Eliminación de clientes y prestadores que durante más de 6 meses tengan nota bajo 3</li> </ul>
Que existan conductas poco éticas de clientes o contratistas	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implementación de código de ética y buenas prácticas para contratista y para clientes</li> <li>* Investigación de casos que puedan derivar en eliminación del contratista o cliente en caso de situaciones reñidas con la ética</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 9. Propuesta Inversionista

**Better**, como se indicó anteriormente en el plan financiero, financiará sus operaciones iniciales con capital propio aportado por los socios fundadores (los autores), por lo cual no se generará una propuesta a nuevos inversionistas.

## 10. Conclusiones

Dados los antecedentes presentados en el presente proyecto, esta propuesta concluye lo siguiente:

- Respecto de la oportunidad de negocio, existe un mercado importante para la entrega de los servicios domésticos donde, según el estudio, un 70% de los encuestados indica no tener un medio para contactar maestros ya que “no posee dato de contacto o solo para algunos casos”, además más de un 80% indica contar con tarjeta de crédito, y con una penetración del E-commerce en alza, se visualiza que una solución como **Better App** es atractiva para resolver esta problemática al integrar soluciones de comunicar oferentes y demandantes, de manera móvil y con la facilidad de uso de las tarjetas de crédito, así como respaldo de **Better** ante problemas en la prestación del servicio.
- Al estudiar la competencia y su posicionamiento, como también las inversiones realizadas por otras App relacionadas a las “economías colaborativas” es relevante contar con campañas de lanzamiento y permanente posicionamiento de imagen para fomentar la descarga y fomentar el uso de la aplicación.
- El mercado potencial inicial estimado es de alrededor de USD 11 millones.
- Dado el intensivo uso de tecnología este tipo de proyecto requiere una baja inversión en activos fijos, estando el punto fuerte en la necesidad de capital de trabajo para asegurar el correcto desarrollo de la campaña de lanzamiento y mantención del plan de medios del primer año.
- La evaluación del proyecto a 5 años indica que la oportunidad si es rentable con una TIR del 36% y un Payback al tercer año. Aún considerando una caída en un 16,179% de los ingresos proyectados, el proyecto es rentable, lo que da cuenta de un proyecto atractivo y recomendamos su implementación. La tasa de descuento calculada utilizada fue de un 21,7%.

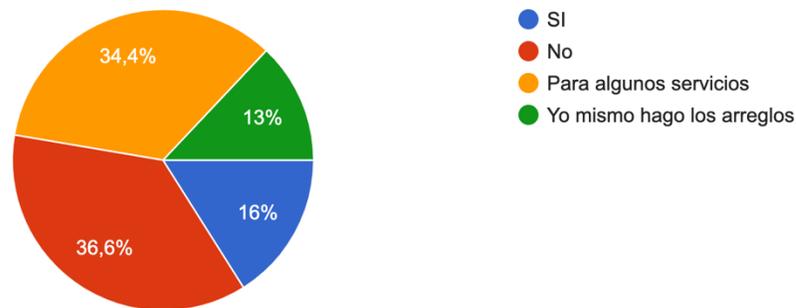
## 11. Anexos

### 11.1. Anexo Resultados Encuesta usuarios clientes

Encuesta realizada a mediados de enero de 2019. Se recibieron 131 respuestas. Se presenta preguntas y respuestas a continuación

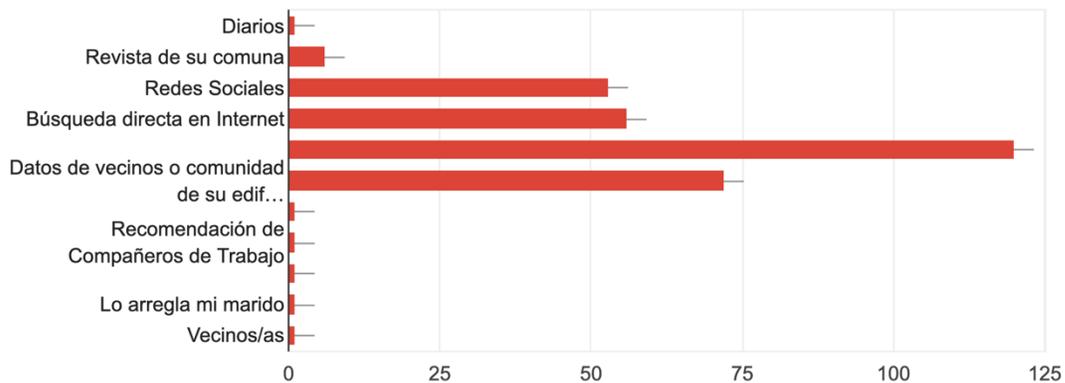
**Cuando tiene problemas de funcionamiento o se requieren arreglos/mejoras en su hogar, ¿usted ...aestro) permanente para que lo apoye?**

131 respuestas



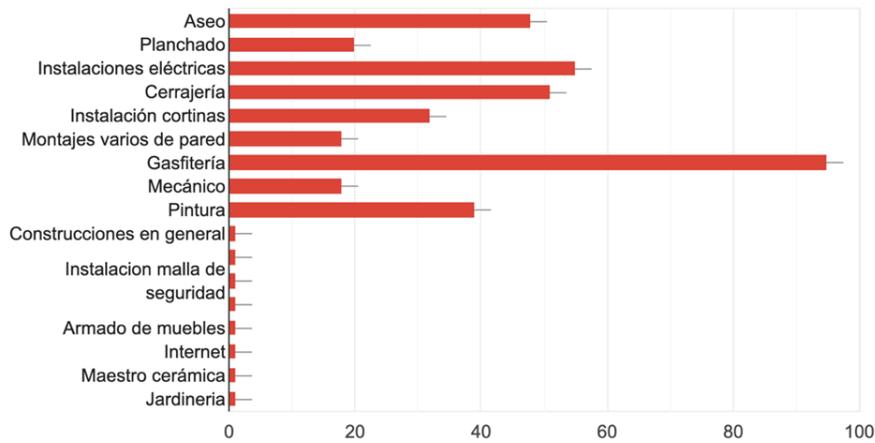
**Si no tuviese ningún contacto disponible, ¿Cómo buscaría ayuda o un "Maestro"? Defina las 3 opciones preferidas**

131 respuestas



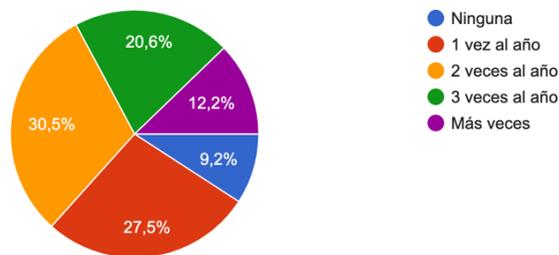
### Al contratar servicios en su hogar, ¿qué tipo de servicios ha contratado?

131 respuestas



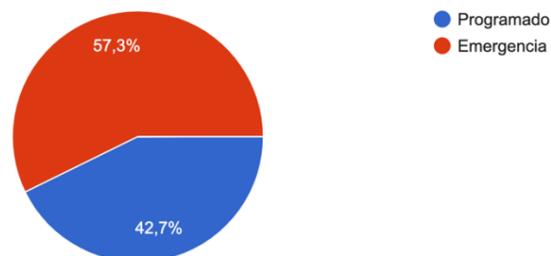
### Pensando en el último año ¿Cuántas veces le ha tocado conseguir ayuda?

131 respuestas



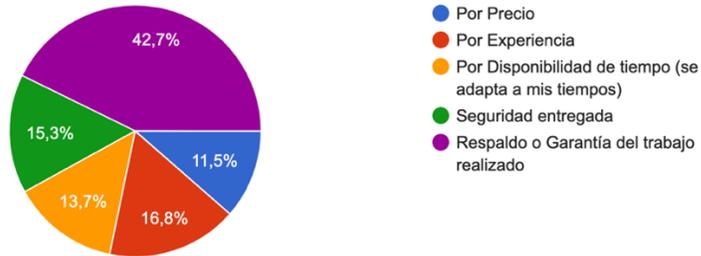
### Si ha tenido que contratar servicios, estos son ¿programados o por emergencia?

131 respuestas



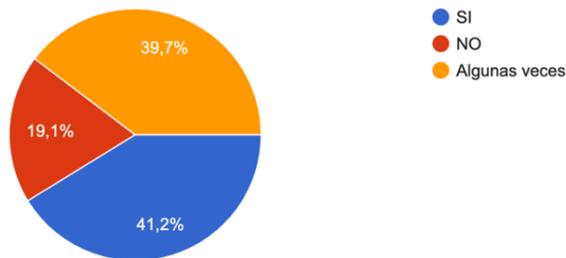
### Si tuviese que contratar un servicio ¿Cómo lo seleccionaría?

131 respuestas



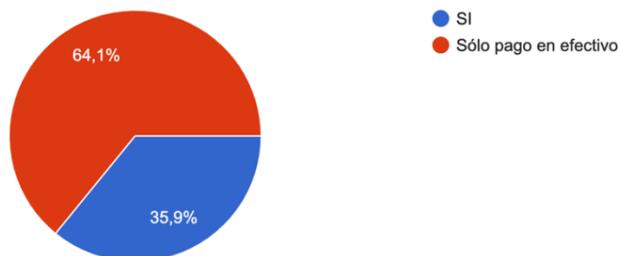
### Las veces que ha contratado algún servicio ¿Le dan garantía?

131 respuestas



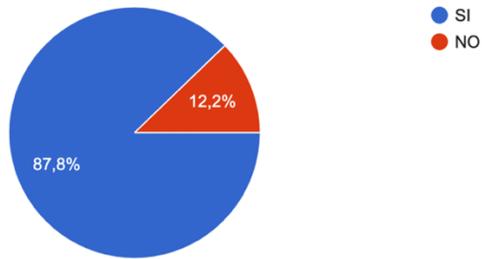
### ¿Le han ofrecido pagar con tarjeta de crédito o transferencia?

131 respuestas



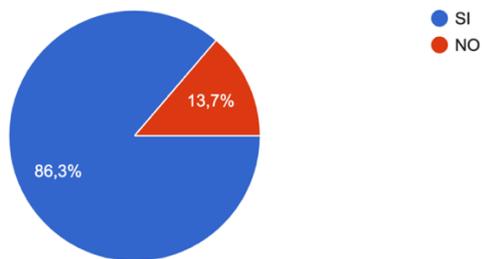
### ¿Posee usted una tarjeta de crédito bancaria?

131 respuestas



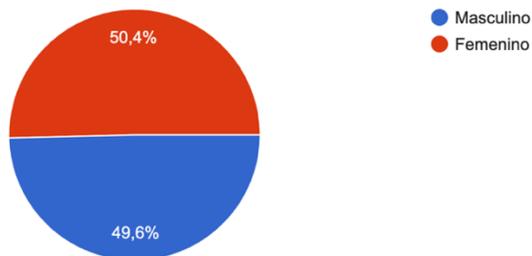
### ¿realiza usted compras con Tarjeta de Crédito a través de Internet o Apps?

131 respuestas



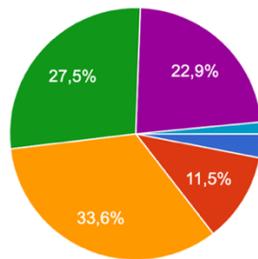
### Sexo

131 respuestas



## Rango de Edad

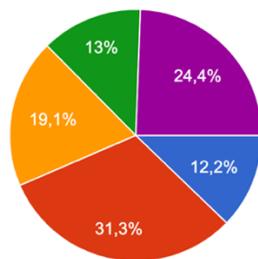
131 respuestas



- 18-25 años
- 26-30 años
- 31-35 años
- 36-40 años
- 41-50 años
- 61 ó más

## Nivel de Ingreso por hogar

131 respuestas



- menos de \$1.000.000
- entre \$1.000.000 y \$1.999.999
- entre \$2.000.000 y \$2.999.999
- entre \$3.000.000 y \$3.999.999
- \$4.000.000 y más

## 11.2. Anexo Detalle Presupuesto Marketing

Presupuesto Global de Lanzamiento para una App, del tipo Plataforma Colaborativa (Rappi, Pedidos ya, Glovo) Universal McCann, agencia global de medios y publicidad. UM es miembro de Interpublic Group.



<https://www.mccann.cl/>

Year Month	2019	Total	Total %
<b>Vía Pública - Pantallas</b>			
Reach w/o decay @ 1+	39,3%		
Budget	45.000.000	45.000.000	11%
GRPs	450		
<b>Tv abierta - pauta libre/auspicios</b>			
Reach w/o decay @ 1+	60,0%		
Budget	200.000.000	200.000.000	48%
GRPs	588		
<b>Online - Video</b>			
Reach w/o decay @ 1+	50,6%		
Budget	25.000.000	25.000.000	6%
GRPs	208		
<b>Online - Display/Search</b>			
Reach w/o decay @ 1+	58,6%		
Budget	50.000.000	50.000.000	12%
GRPs	588		
<b>Radio - Auspicios</b>			
Reach w/o decay @ 1+	51,2%		
Budget	50.000.000	50.000.000	12%
GRPs	2.500		
<b>TV cable - pauta libre</b>			
Reach w/o decay @ 1+	32,5%		
Budget	50.000.000	50.000.000	12%
GRPs	278		
<b>Total</b>			
Budget	420.000.000	420.000.000	100%
GRPs	4.613		
Reach @1+	81.7% @ 1+		

# PROGRAMACIÓN MENSUAL

## MAYO



HORA × LUNES × MARTES × MIÉRCOLES × JUEVES × VIERNES × SÁBADO × DOMINGO × HORA

05:50		TRES PORTRES   UC 15 VUP 30": \$100.000		05:50		
06:00				06:10		
06:15				06:30		
06:30				06:45		
06:45				07:00		
07:00		TELETRECE AM   UC 46 VUP 30": \$700.000		07:15		
07:15				07:30		
07:30				07:45		
07:45				08:00		
08:00				08:15		
08:15				08:30		
08:30				08:45		
08:45		BIENVENIDOS - I   UC 40 VUP 30": \$500.000		09:00		
09:00				09:15		
09:15				09:30		
09:30				09:45		
09:45				10:00		
10:00				10:15		
10:15				10:30		
10:30				10:45		
10:45				11:00		
11:00				11:15		
11:15				11:30		
11:30				11:45		
11:45				12:00		
12:00		BIENVENIDOS - 2   UC 35 VUP 30": \$400.000		12:15		
12:15				12:30		
12:30				12:45		
12:45				13:00		
13:00				13:15		
13:15				13:30		
13:30				13:45		
13:45				14:00		
14:00				14:15		
14:15				14:30		
14:30				14:45		
14:45				15:00		
15:00				15:15		
15:15				15:30		
15:30				15:45		
15:45				16:00		
16:00				16:15		
16:15				16:30		
16:30				16:45		
16:45				17:00		
17:00				17:15		
17:15				17:30		
17:30				17:45		
17:45				18:00		
18:00				18:15		
18:15				18:30		
18:30				18:45		
18:45				19:00		
19:00				19:15		
19:15				19:30		
19:30				19:45		
19:45				20:00		
20:00				20:15		
20:15				20:30		
20:30				20:45		
20:45				21:00		
21:00				21:15		
21:15				21:30		
21:30				21:45		
21:45				21:55		
21:55				22:00		
22:00				22:05		
22:05				22:10		
22:10				22:15		
22:15				22:20		
22:20				22:25		
22:25				22:30		
22:30				22:35		
22:35				22:40		
22:40				22:45		
22:45				22:50		
22:50				22:55		
22:55				23:00		
23:00				23:10		
23:10				23:20		
23:20				23:30		
23:30				23:40		
23:40				23:50		
23:50				00:00		
00:00				00:10		
00:10				00:20		
00:20				00:30		
00:30				00:40		
00:40				00:50		
00:50				01:00		
01:00				01:10		
01:10				01:20		
01:20				01:30		
01:30				01:40		
01:40				01:50		
01:50				02:00		
02:00				02:10		
02:10				02:20		
02:20				02:30		
02:30				02:40		
02:40				02:50		
02:50				03:00		

NOTAS:  
 - LOS CAMBIOS EN LA PROGRAMACIÓN SE COMUNICARÁN SEMANALMENTE.  
 - LAS HORAS DE PUBLICIDAD DESEÑARÁN SER EMBAJADOS EN FORMA SEPARADA TANTO PARA AUDIOVISUAL, PAUTA LIBRE, VUP O WEB.  
 - VUP NI CLASIFICACIÓN GARANTIZAN EXHIBICIÓN. SÓLO HAY GARANTÍA EXHIBICIÓN.  
 - CADENA NACIONAL ES COMERCIALIZADO EN FORMA DIRECTA POR: VENTAS@TV13. / +54 2 9599 0038

FECHA DE ENVÍO: MIÉRCOLES 24 DE ABRIL DE 2019



13.CL | 13C | 13RADIO | RECTV



### 11.3. Anexo, Análisis de la competencia

A continuación se detallan los competidores más relevantes en relación con la idea de negocio presentada en este documento:

- **<https://zolvers.com/>**: Empresa fundada en Argentina con Operaciones en Argentina, Chile y Colombia que cuenta con Sitio web y App Móvil. Es una plataforma que permite a clientes con necesidades de contratar personal de servicio de hogar, cuidado de adultos (estos dos servicios son su foco) y oficios varios encontrar profesionales para estas necesidades. La plataforma es un facilitador del encuentro entre ambas partes. Un cliente puede cotizar algún servicio en específico, y en un plazo de un par de días la plataforma indica un profesional que cumpla con las características requeridas. El pago o sueldo del contratista es acordado de forma directa con el cliente, ofreciendo zolvers la opción de ellos administrar y realizar el pago a través de la plataforma. Zolvers cobra una tarifa por el servicio de búsqueda del profesional.

Se revisó parte de sus redes sociales, en donde en su página de Facebook poseen una evaluación regular

Los reclamos principalmente están asociados a incumplimiento en la presentación de los prestadores y la baja capacidad de respuesta ante consultas/reclamos realizados a la empresa. No se visualizan respuestas y publicaciones en la página de Facebook.



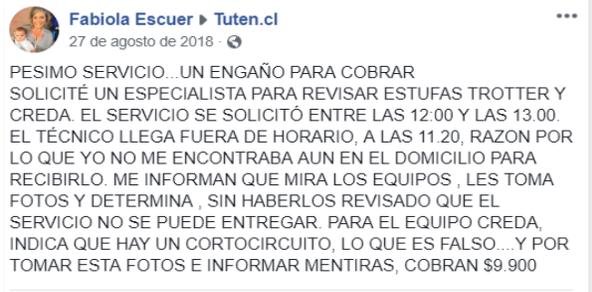
- **[www.2x3.cl](http://www.2x3.cl)**: Empresa chilena también orientada a resolver la problemática de cómo posibles clientes contactan con contratistas dispuestos a ofrecer servicios. Operan a través de sitio web sin aplicación móvil. Poseen servicios muy diversos (más de 500 tipos según declaran en su sitio web). Solicitan registro de clientes y de los profesionales, registro por el cual no hay costo. Tienen presencia nacional en las principales ciudades del país.

Además, cuentan dentro del mismo sitio web precios de referencia según el tipo de servicio. El modelo de cobro según se observa es una comisión al contratista cuando algún cliente quiere contactarlo y cuando se acuerda la prestación del servicio. No se visualiza existencia de alguna garantía de satisfacción por parte de 2x3.cl

Al revisar sus redes sociales, no se visualiza nada relevante.

- <https://www.auxilia.cl/>: Empresa española con operación desde 2013 en Chile. Se definen como un club de asistencia, que va más allá de servicios hogar (hogar, asistencia en viaje, asistencia con vehículos, profesionales de salud, asesoría legal). El modelo de ellos implica que Auxilia tiene la relación con los clientes y son ellos quienes coordinan los servicios. Cuentan con una red de prestadores para los distintos servicios ofrecidos, y poseen cierto foco en atender a clientes corporativos, no sólo usuarios individuales. La forma en que se realiza el pago no es clara, pero no se realiza al momento de contratar el servicio. Algunos servicios están sólo en las ciudades principales, y otros a través de una red más extensa dentro del país.
- <https://tuten.cl/> Este es otro de los competidores que tienen una propuesta de negocio que se asemeja a la propuesta de servicio presentada por los autores. Es una empresa emergente relativamente nueva, y se utiliza a través de APP Móvil. En ella el cliente debe escoger el servicio y la fecha en que se requiere y el pago se hace dentro de la App directamente. Se ofrecen precios fijos y formas de pago por WebPay, PayPal. Se ofrecen profesionales destacados y garantía de satisfacción con devolución de dinero si no hay conformidad con el trabajo realizado. El servicio ha sido uno de los que ha logrado captar prensa para su difusión, siendo una de las pocas empresas que han posicionado este tipo de servicios en el mercado.

Al revisar parte de sus redes sociales, se muestran problemas similares a los observados en el competidor [zolvers.com](https://www.zolvers.com/). por ejemplo, se observan cobros realizados a pesar de que no se prestó servicio correctamente,



existencia de pocas publicaciones y respuestas desde tuten en su página de Facebook. En general, los clientes se quejan de que no hay respuesta de tuten cuando tienen problemas con los prestadores.

- <https://www.listoco.cl/> Servicio que se utiliza a través de App Móvil que se acerca bastante a nuestra propuesta de valor. Posee 30 categorías de servicios, siendo muy diverso en este aspecto. Se enfoca en servicios hogar y también para empresas. Para los clientes las opciones de cotizar son gratis, en donde se reciben 4 cotizaciones al email del cliente después de solicitado un servicio en la App. Se

solicita de forma importante evaluar a los prestadores posteriormente. No es clara la forma de pago.

No se visualiza existencia de algún tipo de garantía de satisfacción si el trabajo llegara a tener problemas. Su modelo de cobro es hacia los contratistas, con un plan de suscripción mensual de \$5.990 que se cobra a los prestadores para estar en la app y recibir necesidades de clientes, con algunos beneficios.

Al revisar sus redes sociales, se visualiza una calificación regular a buena, aunque las valoraciones buenas la mayoría son de las más antiguas.



Se visualiza como principal reclamo falta de respuestas por parte de listoco, y además en línea con el resto de los competidores poseen

pocas interacciones y publicaciones a través de su página de Facebook. Por un lado de los contratistas el principal reclamo que hacen es que no reciben feedback de las propuestas que han enviado a los clientes, quedando con una sensación de que pagan su suscripción sin recibir un retorno.

- <http://www.maestrosespecialistas.cl/> Sitio web asociado al “círculo de especialistas” de Sodimac, en donde los prestadores de servicios deben estar inscritos en el círculo de especialistas de Sodimac. Es básicamente un listado de búsqueda de profesionales (directorio), los cuales se inscriben en la página y de esta forma quedan disponibles para tratar de que sean elegidos por los clientes. Los profesionales son contratados como contratistas independientes, sin supervisión ni respaldo en los trabajos que realicen por parte del sitio.

Al buscar un profesional, se muestran sus datos y la posibilidad de encontrar algún tipo de evaluación, pero el buscador no permite hacer filtros para mejorar la búsqueda.

No hay mayor participación de los responsables del sitio web en la relación profesional que se establezca entre cliente y contratista.

- <https://www.habitissimo.cl/> Plataforma extranjera con operación en Chile y otros países del mundo, con muchos tipos de servicios disponibles. También se maneja como un intermediario entre clientes y contratistas independientes. Para los clientes no tiene costo, pero si existe un costo para los contratistas por poder estar en el

sitio web, así como servicios adicionales pagados, incluyendo una garantía en caso de no encontrar clientes en un periodo de tiempo definido. Un aspecto positivo es que se pueden tener referencias de precios de mercado según el servicio a cotizar. Muestran precios referenciales para consulta de clientes. Poseen un sitio web muy completo con guías de precios, blog, ideas de cosas a realizar el hogar, comunidad, entre otros.

Al revisar parte de sus redes sociales, no se visualiza nada muy relevante y también poca interacción con los seguidores de la página. Algo destacable con respecto a la competencia es la existencia de una página específica para destacar a los contratistas.



- <https://www.maestrohogar.cl>: Sitio web no muy actualizado gráficamente. Web posee publicidad propia de algunos prestadores, y posee diversas categorías de servicios relacionados principalmente a oficios o profesiones técnicas y de construcción. Se requiere un registro para contactar a algún prestador. De los prestadores aparecen los datos, pero no hay recomendaciones ni mucha mayor relación con los dueños del sitio, así como garantía de los servicios. Es simplemente un sitio de búsqueda.
- <http://www.fullmaestro.cl> Sitio web con servicios enfocados principalmente a construcción y algunos oficios. Poseen como forma de contacto para generar cotizaciones canal WhatsApp. Fuera de esto, no se visualiza mucha información para auto atenderse. Como sitio web, poco atractivo. Se desprende que los prestadores de servicios están asociados a la empresa, no son contratistas independientes.
- <https://www.easy.cl/es/easy-chile/servicios>: Poseen servicio llamado “Maestro a Domicilio”, se contrata a un maestro por un tiempo específico y puede hacer trabajos varios durante ese tiempo. Horario fijo entre 10 y las 18 horas. Se venden servicios específicos varios de Instalaciones a domicilio. Como ventaja, se ofrece opción de pago con tarjeta de crédito vía WebPay. Otra ventaja es que detrás de

los servicios está el respaldo de una gran empresa como es Easy (parte de grupo Cencosud), en caso de problemas.

- <https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/content/a70226/servicios-hogar>: Similar a los servicios que ofrece Easy ofreciendo la opción de contratar servicios hogar, asociados principalmente a servicios de armado. Posee servicios de contratación de maestros para trabajos varios. Forma de pago con tarjeta y respaldo de una gran marca son ventajas de estos servicios. Desventaja es que al ser más estandarizados podrían no ser siempre lo que el cliente busca.
- <http://maestrosadomicilio.cl/>: Sitio con foco en servicios de construcción y reparaciones. A diferencia de otros prestadores, indican garantizar los trabajos realizados. La página muestra y ofrece los servicios, pero no es un punto de encuentro con los profesionales, ya que es el sitio el que presta el servicio completo. Poseen formulario de contacto y número telefónico para hacer solicitudes.

Además de los posibles competidores detallados anteriores, otro tipo de competencia existente son aquellos prestadores que utilizan principalmente las redes sociales o la publicidad en papel a menor escala para publicitar sus servicios, del tipo que se ejemplifican a continuación:

Servicio	zolvers.com	tuten.cl	auxilia.cl	listoco.cl	maestrosadomicilio.cl	2x3.cl	maestrospecialistas.cl	habitissimo.cl	maestrohogar.cl	fullmaestro.cl	easy.cl	sodimac.com
Gasfitería	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cerrajería		X	X	X		X	X		X			
Pintura	X		X	X	X	X	X	X	X	X		
Instalaciones eléctricas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Montajes pared	X	X	X	X		X	X				X	X
Instalación cortinas	X	X	X				X				X	
Construcciones varias				X		X	X	X	X	X		
Asesora de hogar	X	X		X		X						
Aseo/limpieza	X	X		X		X				X		
Mecánica			X	X								
Jardinería				X	X	X	X	X	X			
Armado muebles						X					X	X
Cuidado adultos	X			X								
Mudanzas				X		X		X				X
Pisos		X	X		X	X	X	X	X			
Otros	X	X	X	X		X	X	X				X
Canal de contacto												
App Móvil	X	X	X	X	X							
Sitio web	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X

Parte de nuestra propuesta de valor debe apuntar a que este tipo de prestadores sean parte de la aplicación de encuentro, y que además los clientes piensen en la aplicación antes de solicitar datos en redes sociales.



25 ago. 2018 · Especialista en reparación de Lavadoras y Secadoras a domicilio con las 3 B Consultas por whatsapp +56954792115

3 comentarios



**Regenbogen Porteo Jimena Lavados Jimena Lepe Aliaga**  
Ella tb retira a domicilio  
Me gusta · 2 sem

**Valentina Ls** @ Victoria Urzúa Pizarro  
Me gusta · 2 sem

**Valentina Ls** DM Limpieza&Mantenimiento

**DM Limpieza&Mantenimiento**  
Servicio de limpieza y mantenimiento  
Ñuñoa, 7750000 Santiago de Chile

Me gusta · 2 sem

2 respuestas

**Jimena Lavados Jimena Lepe Aliaga** Hola Jaime somos Lavados Jimena y te ofrezco retirar tu Alfombra, la lavamos por ambos lados y te garantizamos 100% seca al momento de la entrega así no te genera ácaros y malos olores. Sanitización y aromatización.  
+569 64442302 - 229180448.... Ver más

Me gusta · 2 sem

## 11.4. Anexo, propuesta técnica y económica desarrollo aplicaciones móviles

### Better

Presupuesto realizado por empresa "Tultix" (con operaciones en Argentina y Chile), enviado el día 6 de marzo por su CEO y fundador, Martín Casamayor.

## OBJETIVO

- ▶ Explicación de pasos necesarios para el desarrollo de la aplicación.
- ▶ Explicación de costos mensuales fijos y variables que se tienen.
- ▶ Desarrollo de plataforma Cloud que sirva como solución para clientes mobile y web.
  - ▶ Desarrollo de cliente Web con toda la funcionalidad necesaria para la interacción con el usuario.
  - ▶ Desarrollo de cliente Mobile Android y iOS con la funcionalidad necesaria para la interacción con el usuario.

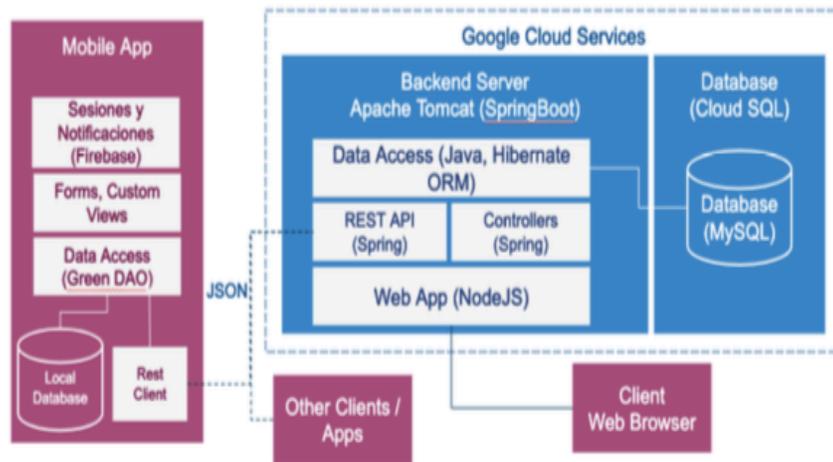
ANÁLISIS 1	ANÁLISIS 2
<ul style="list-style-type: none"><li>- Plataforma cloud + web</li><li>- Deploy a producción y Stores de Android y Apple</li><li>- Pasos necesarios para realizar el desarrollo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Costos mensuales fijos y variables.</li><li>- Pasos necesarios para la actualización del sistema.</li></ul>

## ANÁLISIS 1 - ALCANCE

### Análisis y arquitectura

- Diseño gráfico enfocado en 3 plataformas:
  - Android
  - iOS
  - Web
- Desarrollo de arquitectura que sea capaz de escalar en cantidad de transacciones y usuarios.
- Desarrollo de funcionalidades descriptos en el documento como "Anexo I".
- Generación de pipeline de desarrollo semi automatizado para poder trabajar en iteraciones ágiles y rápidas.

## ANÁLISIS 1 - ARQUITECTURA



## TIMELINE



## ESFUERZO - ANALISIS 1

### REQUISITOS

Alineación con el cliente de alcance funcional y no funcional.

Definición de medio de pago a utilizar: En la actualidad se estima con MercadoPago, pero puede cambiarse.

Definición de persona de contacto del lado del cliente trabajar a la par junto con nuestro equipo.

### ALCANCE

App Mobile Android + Licencia Android (1 año)

App Mobile iOS + Licencia iOS (1 año)

App Web

Core cloud App

Live de las aplicaciones en ambiente a definir.

Presupuesto: 763 UF + IVA

Tiempo: 4 meses

Se generarán una cuenta para Apple y Google donde se abonará la licencia del año inicial.

Luego de esto, se dará acceso al cliente para que pueda gestionar y abonar los años consecutivos.

## ANÁLISIS 2 - COSTOS MENSUALES Y ANUALES

- Licencia Apple Store u\$ 100 a u\$ 300 anual, depende del plan a elegir.
- Licencia Android: u\$ 25 por aplicación anual por aplicación.
- Firebase: Se utiliza para generar notificaciones y chat en tiempo real. Depende del uso, se estima que inicialmente u\$ 25 mensuales: <https://firebase.google.com/pricing/?hl=es-419>
- Dominio a utilizar: Varía según el nombre, el tipo de dominio (.cl, .com, etc). Esto se abona anual.
- Host cloud:
  - Desde u\$ 15 mensual algo básico pero eficiente, ideal para etapa inicial.
  - Google cloud por uso desde u\$ 100 en adelante mensual (según uso puede incrementar, pero es muy fácil de escalar)
- Mantenimiento:
  - Se puede hacer paquetes de horas de desarrollo: Ej 20 horas mensuales: 13UF + IVA.

Tultix  CONTACTÉNOS

 H E L L O

 [www.tultix.com](http://www.tultix.com)

 [info@tultix.com](mailto:info@tultix.com)

 Sarmiento 385. Buenos Aires, Argentina.

 Av Providencia 1208. Santiago. Chile.

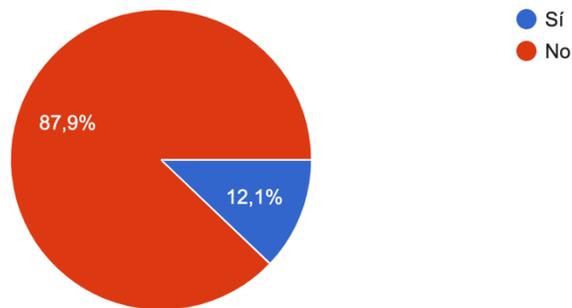
 +54 011 3966-1377

### 11.5. Anexo Resultados Encuesta usuarios contratistas

Encuesta realizada a fines de mayo de 2019 a un conjunto de usuario contratistas pertenecientes al Circulo de Especialistas de Sodimac. Se recibieron 33 respuestas y se presenta preguntas y respuestas a continuación.

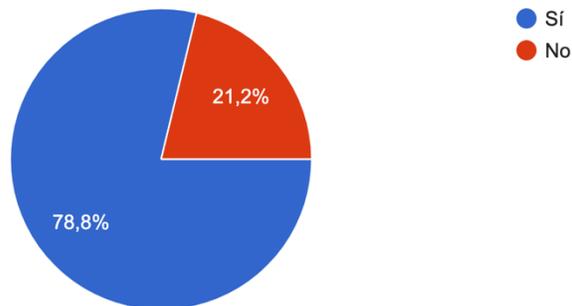
#### ¿Recibe pagos con TC?

33 respuestas



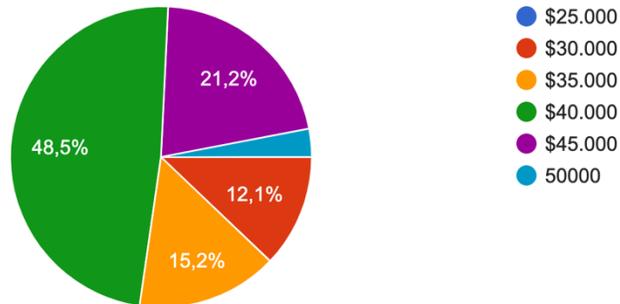
#### ¿Le gustaría recibir pagos con TC? (Considerando que su ingreso será cargado en su cuenta a 2 días indistinto del modo de pago)

33 respuestas



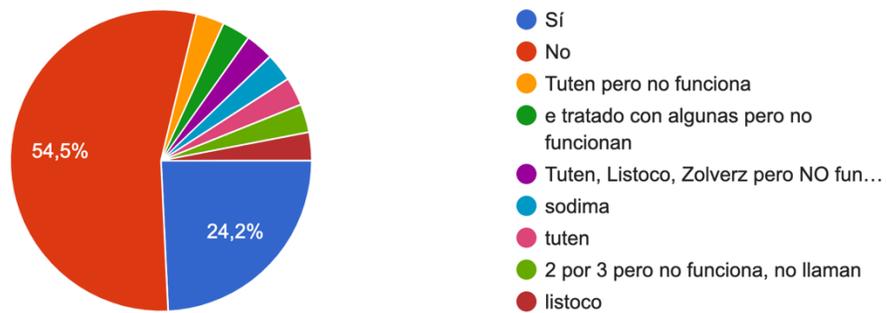
## En promedio, ¿Cuanto es el valor promedio de su servicio de M.O.?

33 respuestas



## ¿Conoce servicios de aplicaciones para celular, para contratar maestros?

33 respuestas



## 11.6. Anexo, Historias de usuario

Las historias de usuario son representaciones de requerimientos, pero escritos utilizando lenguaje común de un usuario, y no lenguaje técnico. Las historias de usuario que se muestran a continuación fueron desarrolladas por los autores y son las que se entregaron al proveedor Tultix, quienes luego con eso generaron cotización de desarrollo de la App.

Categoría	Quiero...	Para Poder...	Criterio Aceptación
Descarga y Login	Poder descargar aplicación segura desde App Store y Google Play	Descargar una App segura, con calificación y descripción	*Aplicación aprobada y disponible para descarga en App Store y Google Play
Descarga y Login	Logearme por primera vez con Facebook o usuario Gmail o login con formulario corto	Para hacerlo facilmente	*Login correcto en base a los datos de Facebook del usuario de prueba *Login correcto en base a los datos de Gmail del usuario de prueba *Login correcto en base a los datos llenados directamente por usuario de prueba
Descarga y Login	Ingresar de forma posterior sin necesidad de hacer login en cada ingreso	Comenzar a navegar fácilmente	*Al abrir la App, se abra mi sesión con mis datos sin necesidad de Login
Descarga y Login	Para el caso de usuario contratista, luego del Login simple deberá llenar un formulario detallado con datos como: Nombre completo, Rut, profesión u oficio, servicios interesado en ofrecer, certificaciones si aplica, cuenta corriente, entre otros	Validar idoneidad y registrar a los usuarios contratistas en la aplicación	* Formulario de texto para ingresar los datos solicitados * Validar llenado de campos obligatorios * Validar recepción de formulario correcto en back Office
Navegación	Poder revisar categorías de servicios a través de menú desplegable o con campo para escribir	buscar con más facilidad el servicio que requiero	* Visibilidad de todas las categorías al navegar * Asociar la palabra buscada con alguna categoría existente si aplica
Navegación	Ver ejemplos de servicios	para facilitar el uso de la herramienta	* Visualizar módulo dentro de la app con ejemplos de servicios a contratar
Navegación	que la aplicación sepa donde estoy (Georeferenciación)	para que me facilite solicitar servicios de urgencia	* Mostrar ubicación actual
Navegación	que de la alternativa de indicar solicitud de servicio en otro lugar (de donde estoy)	Para poder solicitar servicios a distancia de mi hogar o para un tercero	* Que permita ingresar otra ubicación y que sea georeferenciada
Navegación	Poder seleccionar algún servicio específico y que me solicite datos adicionales y fotografías acerca de la necesidad	Para facilitar la solicitud del servicio y comprensión de los usuarios contratistas	* Formulario de texto para ingresar detalles * Opción de subir fotos * Que la información se guarde y sea visualizada por usuarios contratistas en el radio definido por el cliente (si existen)
Navegación	Poder indicar si el servicio es: De emergencia o programado para futuro	Para aclarar de forma rápida la rapidez necesaria del servicio	* Paso en donde se indique por parte del usuario cliente el tipo de servicio: Emergencia o A Programar
Navegación	Si el servicio es de emergencia, se debe avisar a los contratistas que es de necesidad inmediata	Para que se active la solicitud sólo con aquellos que tengan disponibilidad inmediata	* Aviso tipo Pop up a los contratistas dentro del rango indicado por usuario cliente que se requiere disponibilidad inmediata

<b>Navegación</b>	Si el servicio es programado, usuario cliente debe indicar para cuándo lo requiere (día y rango horario)	Para generar una programación de cuando se deberá prestar el servicio	* Calendario con fecha y rangos horarios estimados en que se requiere el servicio * Que se guarde la preferencia indicada por cliente y se envíe a los usuarios contratistas
<b>Navegación</b>	Poder visualizar precio estimado del servicio en base a precios precargados o definidos con inteligencia según cotizaciones previas	Para que el usuario cliente tenga una idea de lo que debería costar el servicio	* Tabla con precios precargados * Disponibilizar rangos de precios en base a tabla de precios según servicio
<b>Navegación</b>	Que al seleccionar un servicio, la aplicación me georeferencie con contratistas disponibles en un radio (Kms) a definir por el usuario. Debe aparecer disponible el precio a cobrar por el contratista	Para facilitar el encuentro entre usuario cliente y usuario contratista	* Mostrar mapa con contratistas (tipo Uber) disponibles * Mostrar precio indicado por contratista para el servicio definido
<b>Navegación</b>	Que al visualizar un contratista en específico, se puedan observar datos como: Nombre, especialidad(es), Su calificación, certificaciones, cantidad	Para facilitar al usuario cliente la selección con mayor seguridad y calidad	* Mostrar Nombre, especialidad, certificaciones, premios, número de trabajos realizados, calificación del usuario contratista
<b>Navegación</b>	Que al visualizar a un cliente en específico, se puedan observar datos como: Nombre, comuna, Su calificación, cantidad de trabajos contratados	Para facilitar al usuario contratista la selección con mayor seguridad y calidad de su cliente	* Mostrar Nombre, premios, comuna, número de trabajos contratados, calificación del usuario cliente
<b>Navegación</b>	Poder comparar proveedores en la misma navegación	para elegir al que sienta que es mejor	* Mostrar resumen de 2 ó 3 usuarios proveedores para ver un comparativo
<b>Navegación</b>	Que se pueda seleccionar un contratista de los disponibles. Se debe enviar solicitud de confirmación al contratista	Para que usuario cliente solicite un contratista luego de analizar sus opciones	* Enviar a través de la App la solicitud de servicio desde el usuario cliente al contratista * Recepción de solicitud de parte del usuario contratista con el detalle del servicio solicitado
<b>Navegación</b>	Que el contratista visualice aceptación del servicio del usuario cliente. Puede confirmar o rechazar	Para que el usuario contratista tenga toda la información del posible servicio a realizar	* Visualización y opción de aceptar o declinar la solicitud de servicio
<b>Navegación</b>	Que al confirmar el servicio quede agendado en la aplicación y que se genere email para el usuario cliente y usuario contratista	Respalda la contratación del servicio para ambas partes	* Pop up indicando a ambos usuarios la contratación del servicio * Que se guarde detalle en sección de servicios contratados en la App para ambos usuarios * Email con detalle del servicio contratado para ambos usuarios
<b>Navegación</b>	Poder consultar estado del agendamiento del servicio a realizar con el contratista	Para ir viendo el estado actual de la contratación del servicio	* Que se pueda consultar distintos estados: Contratado; en camino a servicio; prestando servicio; servicio terminado.

Pago	Que usuario cliente pueda ingresar una tarjeta de crédito válida. Se debe ingresar número completo Tarjeta, Fecha de vencimiento y código de	para pagar fácilmente y no manejar efectivo	* Ingreso de datos correcto en formulario * Validador de que los datos estén correctos de forma
Pago	Que sistema realice validación de si la tarjeta está activa y vigente	para asegurar pago y para que cliente no ingrese tarjetas que no servirán	* Que se realice una transacción de prueba para validar si la tarjeta es correcta * Que se reverse transacción de prueba si la tarjeta es válida y la transacción fue autorizada * Si la transacción no es autorizada, mostrar mensaje de error y posibles causas
Pago	Que cuando se acepte la solicitud por parte del contratista, se genere el cargo provisorio a la tarjeta del usuario cliente	para asegurar al contratista un respaldo por servicio y seriedad en la compra	* Cargo previo en la tarjeta para asegurar cupo y disponibilidad
Pago	Que se puedan realizar cargos adicionales a la tarjeta para completar el valor del servicio	Para asegurar el pago real del servicio y/o pagos adicionales en caso de inconvenientes	* Cargo posterior adicional en caso de ser necesario previamente autorizado por el usuario
Pago	Que se puedan revertir cargos provisorios si el trabajo finalmente no es ejecutado	en caso de otros servicios que nazcan o mal dimensionamiento del mismo	* Cargo posterior adicional en caso de ser necesario previamente autorizado por el usuario
Pago	Que el usuario cliente pueda ingresar distintas tarjetas de crédito como	pagar con diferentes alternativas	
Pago	Que el usuario cliente pueda escoger cuando quiera modificar el medio de pago	Para darle la alternativa de cambiar su medio de pago preferido	* Poder agregar, eliminar tarjetas * Poder definir y modificar un medio de pago preferido
Pago	Que el usuario pueda utilizar cupones promocionales cargados a su cuenta como medio de pago	Para poder realizar campañas de marketing a clientes y contratistas	* Carga de cupones promocionales validada * Indicación de vigencia de la promoción * Uso y aplicación de cupones de descuento al momento de contratar un servicio
Pago	Que el usuario no pueda utilizar cupones promocionales fuera de la fecha de vigencia	Para controlar las campañas realizadas y el presupuesto de la empresa	* Bloquear una promoción por fin de campaña

Procesos de post venta	Poder comunicarme a través de la App para hacer consultas	para poder comunicarme con un ejecutivo que me pueda resolver dudas en un SLA de tiempo a definir	* Ingreso a formulario de contacto con consultas predefinidas * Generación de consulta * Recepción de consulta en back office
Procesos de post venta	Poder comunicarme a través de la App para hacer reclamos	Para poder reclamar problemas con la App o con la prestación del servicio, el pago, etc	* Ingreso a formulario de contacto con reclamos predefinidos * Generación de reclamo * Recepción de reclamo en back office
Procesos de post venta	poder comunicarme a través de la App para generar sugerencias, felicitaciones	Para realizar comentarios varios relativos a cualquier situación de la app, servicio, empresa	* Ingreso a formulario de contacto con item felicitaciones/sugerencias * Generación de contacto * Recepción de contacto en back office
Procesos de post venta	Tener sección de "tracking" de los ingresos a percibir o percibidos por los usuarios contratistas	Para que el usuario contratista sepa de forma transparente sus ingresos y comisiones recibidas / cobradas de parte de la App	* Sección con detalle monetario tipo balance de ingresos y costos
Procesos de post venta	Poder generar seguimientos de las comunicaciones y procesos de post venta vía email	Para dar cumplimiento a los SLA definidos	* Control de SLA de respuestas definidos
Procesos de post venta	tener sección de "tracking" de los gastos del cliente y un historial de proveedores contratados	Para tener control de los gastos y poder repetir servicio con un buen proveedor	* Sección de trabajos contratados con su detalle por cada caso
Cierre app / eliminación	Poder dar de baja temporal la cuenta	Dejar de estar activo durante un tiempo si es requerido	* Botón que permita dar de baja temporalmente la cuenta * Pop up de confirmación con explicación de implicancias
Cierre app / eliminación	Poder dar de baja definitiva la cuenta	Para dejar de operar definitivamente con este servicio	* Botón que permita dar de baja definitivamente la cuenta * Pop up de confirmación con explicación de implicancias
Cierre app / eliminación	Eliminación de la App del teléfono	Para no utilizar más el servicio	* App eliminada correctamente del teléfono, junto con su uso de datos