

“HUMMANE, LA COMUNIDAD ENTORNO A LA VIDA SEXUAL.”

PARTE 2

hu mma ne.

PLAN DE NEGOCIO PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO
DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Alumnos: Ana María González

Profesor guía: Claudio Dufeu

Fecha: Noviembre, 2021

TABLA DE CONTENIDOS PARTE 2

3	RESUMEN EJECUTIVO
4	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO ((<i>Para más detalles ver Parte 1</i>)
4	ANÁLISIS DE INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES (<i>Para más detalles ver Parte 1</i>)
6	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR (<i>Para más detalles ver Parte 1</i>)
9	PLAN DE MARKETING (<i>Para más detalles ver Parte 1</i>)
13	PLAN DE OPERACIONES
13	Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones
14	Flujo de operaciones
15	Plan de desarrollo e implementación
16	Dotación
18	EQUIPO DEL PROYECTO
18	Equipo Gestor
19	Estructura Organizacional
19	Incentivos y compensaciones
20	PLAN FINANCIERO
20	Inversión inicial
21	Ingresos Proyectados
23	Egresos Proyectados
24	Cáculo Capital de Trabajo
25	Tasa de descuento
26	Flujo de Caja
27	RIESGOS CRÍTICOS
29	PROPUESTA INVERSIONISTAS
30	CONCLUSIONES
31	ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

La **satisfacción sexual es considerada una necesidad** fisiológica, psicológica y emocional básica, que tiene que ver con la necesidad de sentirse seguro y protegido, de establecer un vínculo y conseguir aceptación social.

Este mercado estimado en Chile actualmente es de 243 millones de dólares y buscamos **capturar un 0,3% del mercado** chileno de entretenimiento para adultos en 5 años (0,5% del mercado de potenciales consumidores), llegando al quinto año a tener **ventas anuales por \$447.390.000, alcanzando el break even en el mes 14.**

¿Cómo?

Hummane, con el **propósito** de poner a disposición de todas las personas **todas las herramientas** que puedan ayudarles a tener una vida sexual más satisfactoria, creará un espacio en el que se reúnan los servicios y productos en un solo lugar, una **comunidad** que se transforme en una **vitrina** para todo el comercio relacionado, entregando soluciones de diferenciación para proveedores, y soluciones rápidas, ajustadas, y confiables para los consumidores. A través de una **plataforma tecnológica** será capaz de generar ofertas altamente personalizadas para cada uno de los integrantes de la comunidad.

Inversionistas

El aporte total de capital requerido para los primeros 5 años es de \$137.000.488

El retorno de capital para inversionistas se alcanza en el año 3.

1. Oportunidad de negocio

Según BBC News, en 2017 se estimaba que el mercado mundial sólo de juguetes sexuales en el mundo llegó a US\$23.600 millones. La firma de investigación de mercado Technavio pensaba que a medida que las personas en los países en desarrollo superen sus inhibiciones, la tasa de crecimiento de las ventas aumentaría en una cifra cercana al 10% o 15% en los próximos años. En Chile, en contexto de Covid-19, la venta en línea de juguetes sexuales ha experimentado un aumento de hasta un 200%.

¿Cuál es la oportunidad o necesidad que atiende?

La satisfacción sexual es considerada una necesidad fisiológica, psicológica y emocional básica, que tiene que ver con la necesidad de sentirse seguro y protegido, de establecer un vínculo y conseguir aceptación social. Además se relaciona con nuestra estima o reconocimiento y con nuestro sentimiento de autorrealización. Sin embargo, hemos sido educados bajo una cultura machista y conservadora, que limita la sexualidad a fines reproductivos y con prejuicios que impiden la exploración. A pesar de lo anterior, el **mercado de entretenimiento para adultos está altamente fragmentado**, por lo que las personas no saben dónde buscar información y recomendaciones, y tampoco tienen el tiempo para hacerlo, por lo que los oferentes de la industria enfrentan un problema de diferenciación y visibilidad.

En Chile, de acuerdo al estudio de mercado hecho por Hummane, 69% de las personas declara algún grado de insatisfacción con su vida sexual, 40% de ellos hoy no destina ningún presupuesto a este fin, pero 94% de ellos sí está dispuesto a asignarlo, lo que evidencia una oportunidad. Sumado a esto, existe una clara percepción del valor de una vida sexual satisfactoria: el 100% de las personas encuestadas creen que tener una sana vida sexual trae beneficios a su vida, tales como: beneficios a la salud física, psicológica y de pareja.

(Para más detalles y principales tesis de la oportunidad de negocio ver Parte 1)

2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

(Para más detalles ver Parte 1)

2.1 Industria

- Es un mercado fragmentado, en el que todos los servicios y productos se venden en distintas plataformas y a través de muchísimos actores.

- Fuera del porno (donde claramente son los hombres los mejores consumidores), el 60% de los consumidores son mujeres.
- Mundialmente la industria del entretenimiento para adultos sostiene tasas de crecimiento entorno al 30% anual.
- La vida sexual no es un tema que se trate de manera abierta.
- Las personas está fuertemente marcadas por estereotipos, lo que genera grandes niveles de vergüenza para hablar del tema e incluso para verse relacionado con él por la vía que sea.
- En todos los grupos demográficos existen % altos de insatisfacción.

Análisis PESTEL

POLÍTICO RELEVANCIA: BAJA	ECONÓMICO RELEVANCIA: ALTA	SOCIOCULTURAL RELEVANCIA: ALTA	TECNOLÓGICO RELEVANCIA: ALTA	ECOLÓGICO RELEVANCIA: BAJA	LEGAL RELEVANCIA: BAJA
<p>Existen pocas iniciativas gubernamentales entorno a la educación sexual de las personas. Al no ser una prioridad para el estado, se convierte en una oportunidad para que otros se hagan cargo.</p> <p>A largo plazo, pensando en la producción propia de la tienda online, podrían afectar las políticas de libre comercio.</p>	<p>La alta penetración del comercio online y todas las soluciones que ya se han desarrollado entorno a él son factores que favorecen el escenario para Hummane.</p> <p>Sin embargo las dos crisis que ha vivido Chile en los últimos 2 años y las tasas de desempelo que ellas han traído se convierten en un factor relevante ante la captura de mercado.</p> <p>El índice de confianza del consumidor va al alza.</p>	<p>En términos culturales con respecto a la sexualidad, Chile y Latinoamérica son mercados de alto potencial de desarrollo, porque se encuentran en plena apertura cultural al establecimiento de la vida sexual como un tema relevante y transversal.</p> <p>Por otro lado, la disposición a pago por medios digitales hoy es muchísimo más alta.</p> <p>En términos de ingresos, dados los bajos niveles que existen son países en los que el precio es un factor relevante.</p>	<p>La pandemia generó una aceleración en el desarrollo de tecnologías. El dinamismo con que cualquier industria se puede mover hoydía es un factor crítico. El proceso de transformación digital y la rapidez con que se logre hoy puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio.</p>	<p>La preocupación por la consciencia medioambiental toma cada vez más relevancia a ojos del consumidor y las compañías, llegando incluso a ser el factor de éxito en algunos casos.</p>	<p>Leyes de protección al consumidor son clave en la disposición a pago online por parte de los consumidores. Afortunadamente se han ido adaptando de manera exitosa a la penetración del comercio digital.</p> <p>La protección de datos de las personas se ha convertido en una preocupación a nivel mundial. En Chile es un tema que se encuentra en pleno desarrollo.</p>

¿Cuál es el tamaño de mercado en valor?

El mercado mundial de entretenimiento para adultos está estimado en MUSD 75.000, en Chile en MUSD 243, y Latam MUSD 3.847.

¿Cuál es la idea, producto o servicio y sus aspectos distintivos?

Crear un espacio en el que se reúnan tanto los servicios y productos en un solo lugar, poniendo a disposición de todas las personas **todas las herramientas** que puedan ayudarles a tener una **vida sexual más satisfactoria**. Una **vitrina** para todo el comercio relacionado, y en un vínculo personal que esperamos explotar comercialmente a través de una **plataforma tecnológica** capaz de generar ofertas altamente personalizadas para cada uno de los integrantes de la comunidad, entregando soluciones de diferenciación para proveedores, y soluciones rápidas, ajustadas, y confiables para los consumidores.

2.2 Clientes

Mercado B to C

Hombres y mujeres entre 25 y 44 años* que quieren mejorar su vida sexual o disfrutarla más, ya sea en pareja o solos de los grupos socioeconómicos AB-C1A-C1B-C2 y que, de acuerdo a la encuesta realizada por Hummane, han declarado intención de formar parte de una comunidad entorno a la vida sexual de las personas. **Nuestro grupo objetivo se compone por 692.104 personas.**

Mercado B to B

Tiendas de productos y empresas de servicios (alrededor de 300) y especialistas (59.966).

(Para más detalles ver Parte 1)

3. Descripción de la empresa y propuesta de valor

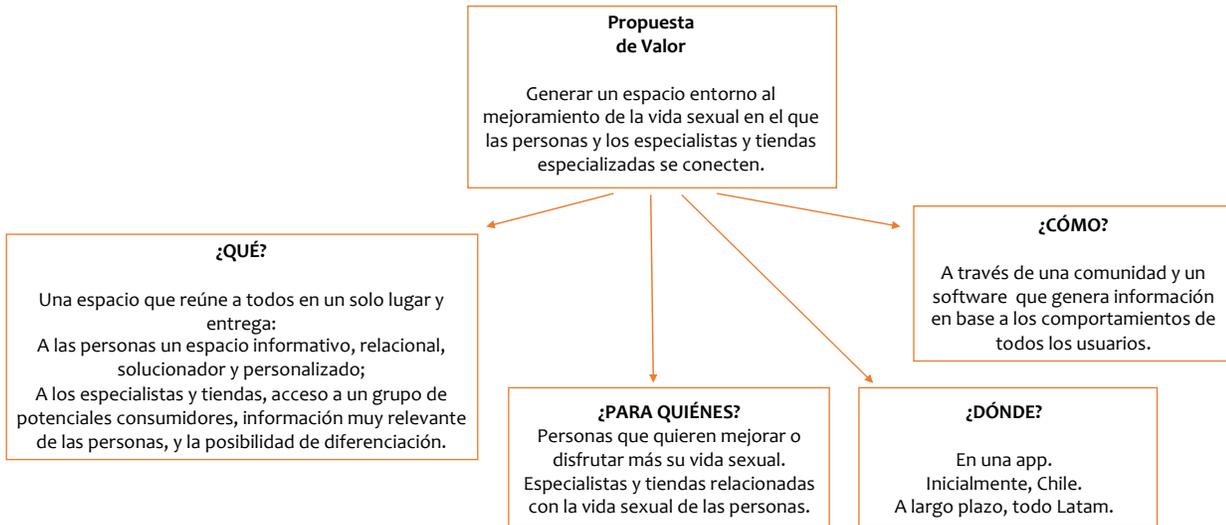
(Para más detalles ver Parte 1)

Misión:

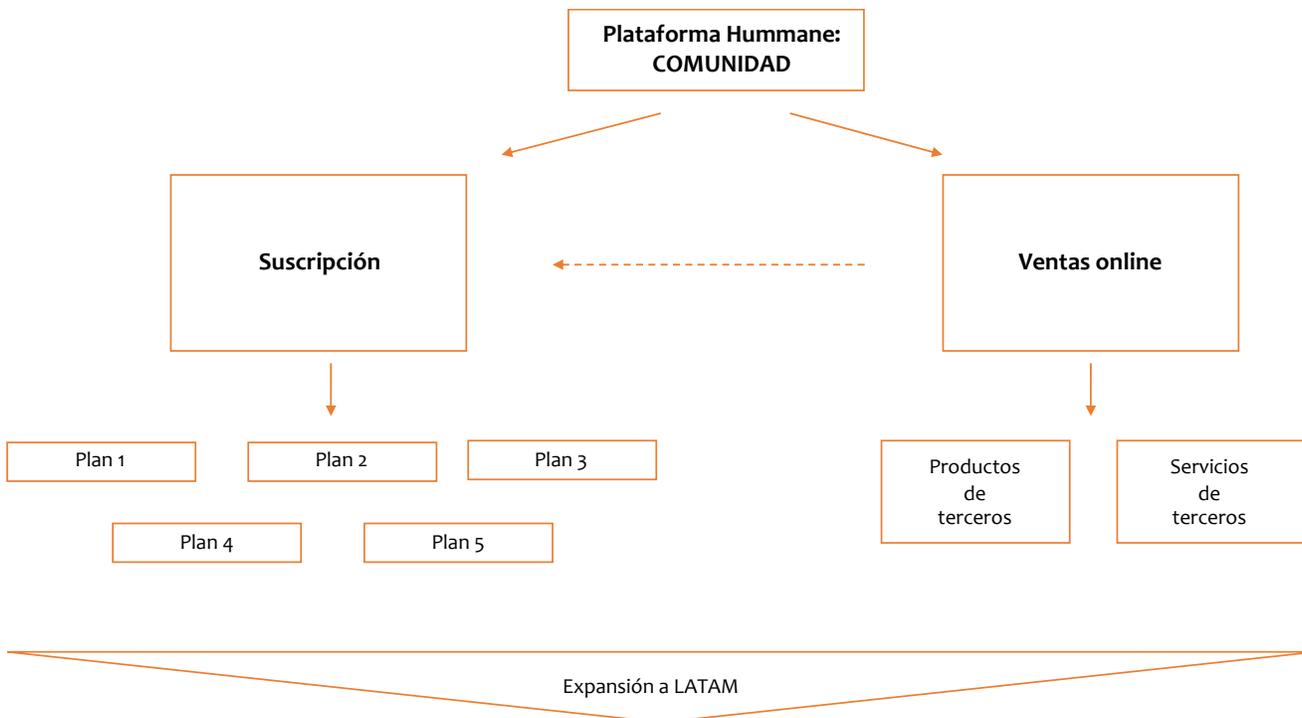
Que todas las personas tengan acceso a todas las herramientas necesarias para el logro de una vida sexual más satisfactoria.

Visión:

Construir una gran comunidad que conecte a las personas con toda la gama de información, productos y servicios que puedan ayudar a normalizar el tema de la sexualidad y aporten al logro de una vida sexual más satisfactoria en Chile y Latinoamérica.



3.1 Modelo de negocios

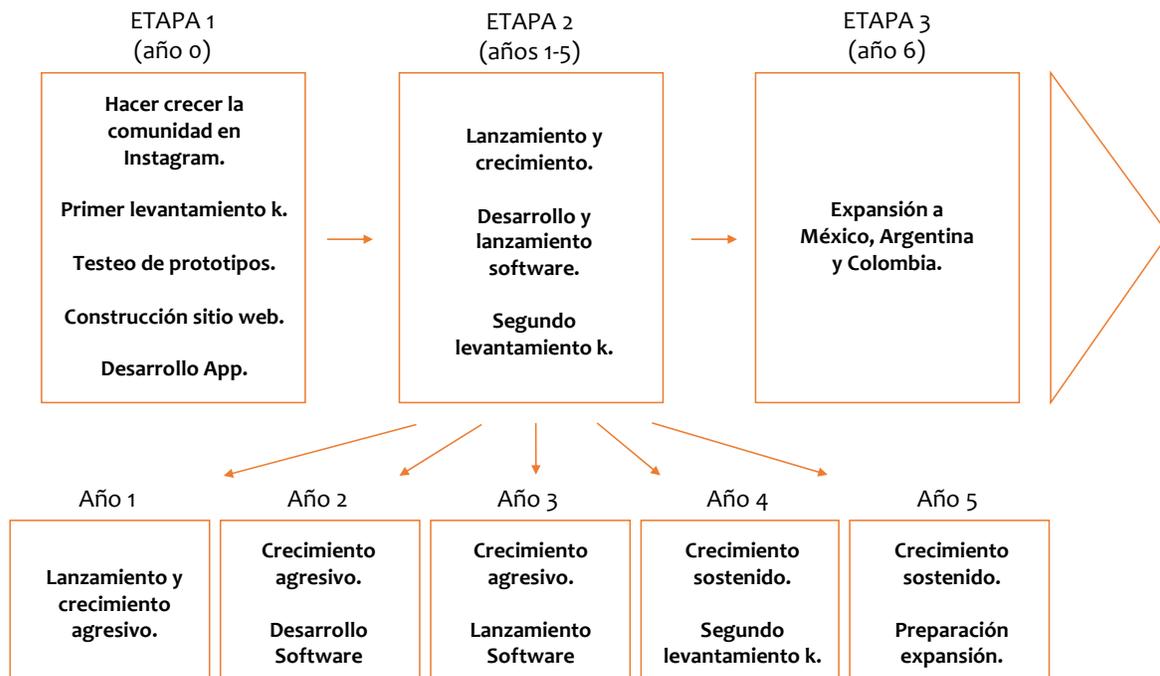


3.2 Fortalezas y debilidades del negocio



3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento.

Roadmap de Escalamiento y Expansión



4. Plan de Marketing (Para más detalles ver Parte 1)

4.1 Objetivos de marketing

En el caso de Hummane, dado que la empresa está siendo creada recientemente y que el servicio no es común dentro de la industria, para una primera etapa los objetivos del plan de marketing estarán centrados en lanzar el producto/servicio, desarrollar el mercado, lograr posicionamiento y notoriedad.

En términos de posicionamiento, se busca el **liderazgo por diferenciación**, logrando la asociación de la marca a los siguientes atributos dependiendo del mercado:

Mapas de posicionamiento esperado en cada mercado:

Mapa de posicionamiento esperado mercado BtoB: Especialistas



Mapa de posicionamiento esperado mercado BtoB: Tiendas



Mapa de posicionamiento esperado mercado BtoC



Desde un análisis SMART, los objetivos son:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº de seguidores	63.927	114.802	163.680	207.586	263.270
Nº de descargas de la app	6.393	11.480	16.368	20.759	26.327
Tasa de conversión descargas v/s ventas	6%	6%	6%	6%	6%
Tasa de abandono	6,51%	6,51%	6,51%	6,51%	6,51%
Costo por cliente nuevo capturado (CAC)	\$7.813	\$19.672	\$30.717	\$34.091	\$26.946
Especialistas aliados	27	63	99	99	99
Tiendas aliadas	10	12	15	18	20

4.2 Estrategia de segmentación

Mercado: Business to Business to Consumer. El negocio de Hummane se basa en una propuesta de valor desde una empresa hacia otras empresas. Esto aplica para su relacionamiento con consumidores, clientes y aliados.

Segmentos BtoC:

Cliente objetivo: personas y parejas de entre 25-44 años pertenecientes a GSE AB, C1A, C1B Y C2, para las que su vida sexual es un tema, que quieren mejorarla o disfrutarla más, ya sea en pareja o

solos. Parejas que están interesadas en aprender de sexo, entender su cuerpo, personas curiosas, que quieren escuchar a otros, hablar de sexo, sentirse mejor o probar cosas nuevas.

En base al estudio de mercado hecho, hemos identificado como objetivos los siguientes 7 segmentos:

- Parejas en etapa 1
- Parejas en etapa 2
- Parejas en etapa 3
- Parejas en etapa 4
- Parejas en etapa 5
- Solteros
- Separados

El foco de la propuesta de solución deberá estar en los segmentos que muestran relevancia para más de una línea de negocio: Parejas en etapa 1, Parejas en etapa 2, Parejas en etapa 5 y Solteros.

Segmentos BtoB:

- Sexshops
- Especialistas

4.3 Estrategia de producto/servicio

La estrategia consiste en generar una plataforma que recoja lo mejor de la oferta actual en productos y servicios relacionados con la vida sexual, y los reúna a todos en un solo lugar, fundamentado en 4 pilares:

- La necesidad de los consumidores de encontrar todos los servicios asociados a la vida sexual de manera agregada en un solo lugar.
- La necesidad de diferenciación y alcance de las tiendas relacionadas.
- La necesidad de los especialistas de diferenciación, de alcance y de automatización en la prestación de sus servicios.
- La falta de información existente en el mercado con respecto al comportamiento sexual de las personas.

Entonces, se genera una comunidad entorno a la vida sexual que genera información rica y única del mercado, y se desarrollan 3 líneas de negocio que se alimentan de la información generada por la comunidad:

- 1) Suscripción
- 2) Tienda online de servicios de especialistas
- 3) Tienda online de productos

4.4 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

Supuestos:

- A) Tasa de conversión en descargas app: 10%
- B) Tasa de conversión usuario registrado app v/s venta: 6%
- C) Disposición a pago anual de las personas: entre \$240.000 y \$360.000
- D) Se considera una comisión del 15% por ventas de tiendas asociadas.
- E) Se considera una comisión del 15% por ventas de especialistas.
- F) Se establece un máximo de 99 especialistas participantes.
- G) Se establece un máximo de 20 tiendas participantes.
- H) Precio promedio suscripción: \$15.000
- I) Precio promedio consulta especialista: \$35.000
- J) Ticket promedio tiendas: \$25.000

La estimación de ventas para los 5 primeros años en Chile es la siguiente:

Facturación por línea de servicio					
AÑO	1	2	3	4	5
Ingresos por suscripciones	\$ 34.890.000	\$ 96.180.000	\$ 151.050.000	\$ 201.540.000	\$ 255.600.000
Ingresos por especialistas	\$ 14.542.500	\$ 60.070.500	\$ 106.564.500	\$ 127.890.000	\$ 127.890.000
Facturación por Sex shop	\$ 8.276.250	\$ 24.045.000	\$ 37.762.500	\$ 50.385.000	\$ 63.900.000
Total	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000

MÁS DETALLE EN ANEXO 2

4.8 Presupuesto de Marketing

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SEO y SEM	\$5.000.000	\$7.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000
PR	\$4.000.000	\$4.000.000	\$4.000.000	\$4.000.000	\$4.000.000
LinkBuilding	\$5.000.000	\$6.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000
RRSS	-	-	-	-	-
Influencers	\$4.000.000	\$4.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Otros	-	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000
Total	\$18.000.000	\$24.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000

(Para más detalles ver Parte 1)

5. Plan de Operaciones

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

Como se ha mencionado anteriormente, Hummane contempla tres líneas diferentes de servicios, cada una de las cuales cuenta con una estrategia y objetivos a 5 años para alcanzar la operación plena.

Se considera que el grupo de trabajo se involucrará en las tres líneas de acuerdo con las responsabilidades que vamos a describir más adelante garantizando cubrir adecuadamente las actividades para alcanzar el crecimiento esperado por línea.

Se considera una operación en etapas, en función del crecimiento de cada una de las tres líneas de servicio. La operación de Hummane iniciará cuando la cuenta de IG alcance los 15.000 seguidores y con ellos según las estimaciones realizadas (con base en los pilotos de venta realizados por IG: Dic-2020 Boxes, Feb 2021 Productos SexShop Banana Toys y Mayo 2021 Audio eróticos) se alcance un mínimo de potenciales clientes que se detallarán más adelante.

a. Sesiones Especialistas:

Respecto al alcance de la cantidad de especialistas que incorporaremos en Hummane, nuestro objetivo es en 5 años trabajar con 99 profesionales de la salud. Gestionando por medio de Hummane un 25% del total de las horas facturadas (82 horas mensuales) es decir en promedio aproximadamente 21 horas por cada uno.

PARA MÁS DETALLE VER ANEXO 4

Lo anterior equivale a tener ingresos por esta línea al final de los primeros 5 años por un valor de 10,7MCLP aproximadamente.

b. Sexshop:

Nuestro objetivo en los 5 primeros años de operación, es alcanzar un flujo de ventas por medio de Hummane del tercer actor más grande actualmente, que equivalen a aproximadamente 14.400 UF anuales.

Se ha tenido la oportunidad de hacer ejercicios de venta de productos por medio de la cuenta de IG creada para Hummane y con ello tener la oportunidad de estimar un % de compradores con respecto

a los seguidores con los que actualmente se cuenta y adicionalmente estimación con respecto al crecimiento de los clientes. Valores que fueron usados para la estimación de ventas y que se detallarán más adelante y que reflejan que al 5 año se alcanzarán comisiones por esta línea que ascienden a los 5,93MCLP. *PARA MÁS DETALLE VER ANEXO 3.*

c. Suscripción Anual:

El rápido crecimiento de suscriptores se ha estimado con base a la experiencia que se ha tenido en Hummane (la cuenta de Instagram), lo observado con cuentas relacionadas con temas sexuales (sexólogos que comparten contenido para mejorar la vida sexual) en IG y con el comportamiento que los seguidores de Hummane han mostrado durante los meses de su existencia (7 meses).

Nuestro objetivo para finales del 5to año es llegar a 1.580 suscriptores, que alcanzarían a reflejar ingresos por un total de 23,7 MCLP aproximadamente.

Para resumir, a continuación, se presenta una tabla que refleja el % de participación y la evolución de cada línea durante los primeros 5 años de operación de Hummane con respecto a los ingresos totales:

Facturación por línea de servicio					
AÑO	1	2	3	4	5
% Ingresos por suscripciones	60%	53%	51%	53%	57%
% Ingresos por especialistas	25%	33%	36%	34%	29%
% Facturación por Sex shop	14%	13%	13%	13%	14%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Desde el inicio el pilar fundamental de la operación de Hummane es el software que nos va a permitir gestionar los diferentes actividades desde esta misma plataforma y que tendrá una capacidad de manejar mayor cantidad de información y usuarios a medida que los clientes vayan aumentando.

5.2. Flujo de operaciones

En el caso de Hummane, la operación y gestión de los servicios están basados en la tecnología, desarrollando e implementando software y una APP (propio, que se gestione y mejore continuamente) que permite:

- Le permitirá a los especialistas y tiendas especializadas el alcance a un mercado con interés declarado y diferenciación.
- Contará con sistema de agendamiento online

5.4. Dotación

Hummane contará con las siguientes personas conformando el equipo de trabajo, 5 de las cuales serán fijas y los otros dos roles por prestación de servicios:

- Gerente General:

Será el encargado de administrar los recursos y coordinar las actividades para garantizar que se tomen las mejores decisiones en función del crecimiento, de la generación de utilidades y la conducción estratégica del negocio. Será responsable de la planificación, organización y supervisión de las actividades de la empresa según la carta Gantt presentado anteriormente.

Adicionalmente el gerente será el responsable de las finanzas de Hummane, es decir que gestionará los recursos financieros, realizará los pagos de proveedores, gestionará los acuerdos económicos, los pagos de la nómina, entre otros.

- Jefe Comercial y Marketing

Dentro de sus responsabilidades se encuentran definir la estrategia comercial y de marketing para las tres líneas de negocio, contribuyendo a los desafíos de crecimiento rápido en la cantidad de potenciales clientes, suscripciones y especialistas de la salud para garantizar la sustentabilidad, la rentabilidad y diferenciación de Hummane. La estrategia y plan de marketing será desarrollada y ejecutada por este profesional y será el encargado de gestionar los convenios con los actores claves para Hummane: Sexshops, profesionales de la salud, entre otros. Será integrado al equipo a partir del segundo año.

- Técnico servicio al cliente

Este rol enfocado a servicio al cliente tendrá como principal objetivo proporcionar a los usuarios nuevos y existentes la información y soporte con relación a los servicios que Hummane presta enfocado a dudas con: sistemas de agendamiento, sistemas de videollamada, pagos online, entre otros. Además canalizará y gestionará las quejas, reclamos o sugerencias que puedan surgir de los clientes.

Además con respecto a los cursos, libros y talleres que también harán parte de la vitrina de Hummane, este rol contactará a los clientes potenciales identificados para asegurarse de que los clientes tienen toda la información y lograr hacerlos participar de dichas actividades. Se incorporará al equipo aproximadamente al 3 año, cuando el volumen total de clientes mensuales supere las 2.000 personas.

- Generador o gestor de contenido

Este rol será de vital importancia, pues dentro la estrategia del negocio es hacer crecer y fortalecer la comunidad y seguidores en las plataformas digitales como IG y para ello se requiere que dicho profesional gestione los temas de mayor interés para las personas de la comunidad adquiriendo cada vez más relevancia en dicho ecosistema digital.

Será el encargado de la creación, coordinación, edición y generación de contenido (artículos, videos o infografías) en los canales digitales, enfocado en obtener la mayor visibilidad posible y promoviendo el contenido que tenga mayor probabilidad de ser viralizado. Además de lo anterior, será el encargado de explorar nuevos formatos y definir los contenidos de los Lives que se realizarán con los sexólogos, promotores de los Sexshop, entre otros.

- Administrador de la plataforma- TIC

Su objetivo principal será administrar, mantener y monitorear la plataforma y las actividades de los usuarios. Ayudará a atender y resolver las consultas de los clientes con respecto a la creación de sus usuarios, sus agendamientos, el sistema de videollamada, los pagos online, entre otras.

Será incluido cuando las pruebas del sistema por parte del proveedor y el servicio de administración de la plataforma termine por parte de ellos (incluido en el contrato inicial), es decir en el mes 9.

- Consultores asociados

Se tendrá la participación de asociados para la generación de contenido, expertos que ayuden a posicionar a Hummane como una cuenta confiable, educativa y cercana. Estos participantes participarán en algunos Lives y apoyarán la generación de contenido para nuestros seguidores, perfiles de psicólogos, sexólogos, terapeutas sexuales y de pareja. Dentro de los Lives que se han realizado, han destacado los siguientes:

- a. Luis Gavilán: psicólogo y sexólogo (78.900 seguidores en IG y 409.300 en Tik Tok).
- b. Florencia Grebe: psicóloga y terapeuta sexual y de pareja. Fundadora de @Sobresexo (11.100 seguidores en IG)
- c. Karen Figueroa: Sexóloga. Presidenta y Co-Fundadora de @INASEX (Instituto Americano de Sexología)
- d. Carlos Faras: Cientista político. Creador de la fundación @chileprep (3.282 seguidores en IG)

- Contador

El contador será responsable por el estado financiero y de los libros contables de la empresa, verificando que la empresa cumple con la legislación aplicable y con los procedimientos requeridos, garantizando de igual manera que se cumpla con los registros de los ingresos y egresos.

Será un asesor para el Gerente General en materia financiera lo que le permitirá mejorar la rentabilidad del negocio, presentando los informes financieros y tributarios para que se cuente con información exacta y precisa de la empresa.

6. Equipo del proyecto

6.1 Equipo gestor

Actualmente el equipo Hummane está compuesto por dos personas:

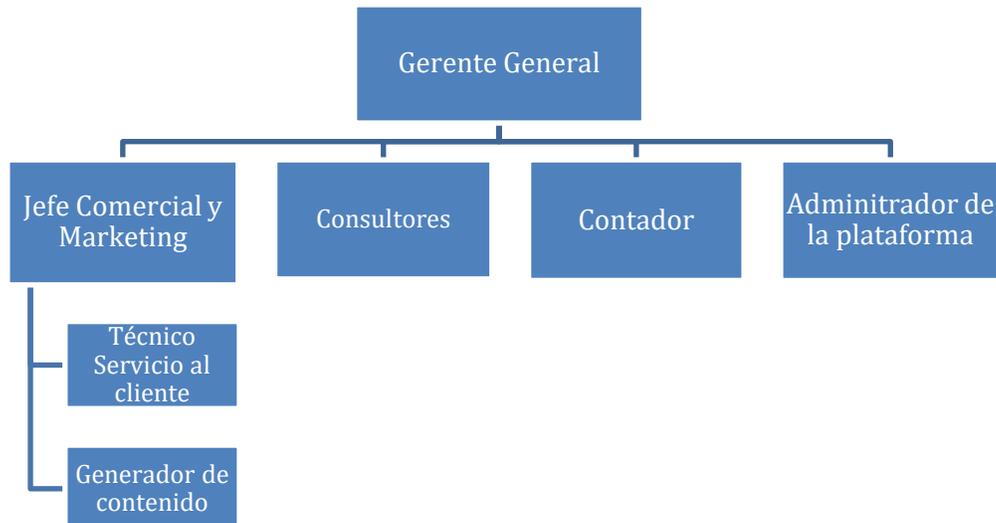
- Team Leader: Francisca Fernández, Psicóloga con mención en psicología organizacional. Más de 10 años de experiencia internacional en Recursos Humanos. Principales competencias: Project management, habilidades de comunicación, dirección de personas y entendimiento del comportamiento humano. Dedicando actualmente el 80% de su tiempo a Hummane.
- Co-Founder: Javiera Córdova, Publicista, egresada del MBA de la Universidad de Chile. 13 años de experiencia en la industria de marketing. Capacidades: gestión comercial, marketing, relacionamiento. Dedicando actualmente el 30% de su tiempo a Hummane.

Con el objetivo de complementar competencias claves y levantar capital para el financiamiento del proyecto, se está conformando un Comité Asesor* considerado con un 10% del negocio en total, y compuesto por:

- 1 experto en generación de StartUps y levantamiento de capital.
- 1 experto en Tecnología.
- 1 experto en ventas y relacionamiento BtoB. Ana María González, Ingeniera Civil Química, egresada del MBA de la Universidad de Chile. 10 años de experiencia en áreas comerciales, experiencia en desarrollo de nuevos mercados y consolidación de oportunidades de negocios en industrias mineras, energéticas, alimenticias, entre otras, tanto en Chile como en Latinoamérica. Persona emprendedora, con alta capacidad de adaptación y proactiva, con deseos de aprendizaje continuo que fomenta un ambiente laboral agradable.

6.2 Estructura organizacional

Organigrama



6.3 Incentivos y compensaciones

A continuación se detallan los cargos con su respectivo salario bruto, además se va a ofrecer compensaciones adicionales al salario: flexibilidad laboral, fondo de ahorro, bonos de productividad, entre otros.

Lo anterior con el objetivo de motivar a las personas a alcanzar un buen desempeño, crear compromiso con la empresa pensamos, aumentar el nivel de satisfacción y reducir la rotación del personal.

Cargo	Salario Bruto
Administrador de la plataforma	\$ 1.000.000
Generador de Contenido	\$ 1.500.000
Consutores (bimensual)	\$ 1.500.000
Técnico Servicio al cliente	\$ 1.000.000
Gerente General	\$ 2.000.000
Contador (trimestral)	\$ 1.500.000
Comercial/ Marketing	\$ 2.000.000

7. Plan Financiero

A continuación se resumen los principales supuestos o estimaciones realizadas para desarrollar la estimación del plan financiero, estos se desarrollaron con base en:

- Investigación de las ventas estimadas de los Sexshop más relevantes en Chile
- Investigación de la facturación de las principales Centro de Salud Sexual en Santiago,
- Encuestas realizadas a los seguidores de Hummane en Instagram
- Pilotos de ventas desarrollados

Descarga de la APP, con respecto a seguidores IG	Compradores de la suscripción Anual, con respecto a los usuarios de la APP	Precio Suscripción Anual	Horas mensuales promedio facturadas por especialista	% horas facturadas por Hummane por especialista	Precio promedio Sesión especialista	Comisión para Hummane, por sesiones especialistas	Compradores de Isexshop, con respecto a los usuarios de la APP	Ticket Promedio SexShop	Comisión para Hummane, por compras Sexshop
10%	6%	15.000 CLP	82	25%	35.000 CLP	15%	6,0%	25.000 CLP	15%

Con base en los datos anteriores y la proyección de crecimiento que se tiene para los seguidores de IG y los usuarios de la aplicación, tenemos la cantidad de suscripciones, horas facturadas de sesiones con especialistas, y clientes de productos del sexshop estimados para los primeros 5 años de operación de Hummane:

Año	Aumento Anual Seguidores	Seguidores IG	Cientes Suscripción Anual	Horas facturadas Sesiones Especialistas	Cientes ventas SexShop
0		15.000	-	-	-
1	326%	63.927	384	554	384
2	80%	114.802	689	1.292	689
3	43%	163.680	982	2.030	982
4	27%	207.586	1246	2.030	1.246
5	27%	263.270	1580	2.030	1.580

7.1. Inversión Inicial

A continuación se muestra el detalle de la inversión inicial estimada para poder iniciar operaciones de Hummane:

Inversión Inicial			
Descripción	Neto	IVA	Total
Activos tangibles			
Computadores	\$ 5.000.000	\$ 950.000	\$ 5.950.000
Subtotal	\$ 5.000.000	\$ 950.000	\$ 5.950.000
Activos intangibles			
Plataforma Fase 1 (Mes 6)	\$ 75.000.000	\$ 14.250.000	\$ 89.250.000
Plataforma Fase 2 (Mes 37)	\$ 50.000.000	\$ 9.500.000	\$ 59.500.000
Constitución de la sociedad	\$ 500.000	\$ 95.000	\$ 595.000
Registro de Marca	\$ 500.000	\$ 95.000	\$ 595.000
Desarrollo Sitio Web (Mes 6)	\$ 700.000	\$ 133.000	\$ 833.000
Patente del Software (Mes 6)	\$ 1.000.000	\$ 190.000	\$ 1.190.000
Subtotal	\$ 127.700.000	\$ 24.263.000	\$ 151.963.000
Capital de trabajo			
Capital de trabajo del inicio de operaciones	\$ 26.226.250	\$ 4.982.988	\$ 31.209.238
Subtotal	\$ 26.226.250	\$ 4.982.988	\$ 31.209.238
Total	\$ 158.926.250	\$ 30.195.988	\$ 189.122.238

Como se puede observar el 78,65% de la inversión corresponde al desarrollo de la plataforma y aplicación que servirá como principal mecanismo de operación para la empresa y sus 3 distintas líneas de servicio. En segundo lugar encontramos el capital de trabajo que será requerido para operar durante los primeros 13 meses y que representa el 16,50% del total de la inversión inicial.

7.2 Ingresos Projectados:

A continuación se muestran los ingresos totales en los primeros 5 años, teniendo en cuenta la estimación de crecimiento de usuarios para cada una de las principales líneas. Se contempla el primer mes sin ingresos por cuenta de ventas y su consecuente crecimiento con base a las proyecciones realizadas:

AÑO	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos totales	\$ -	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000
otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingresos		\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000

En la siguiente tabla se puede observar el porcentaje de participación de cada una de las líneas de servicio con respecto a los ingresos totales proyectados. La línea que tendrá mayor relevancia en cuanto a los ingresos será la de suscripciones, que al final de quinto año representará el 68% de los ingresos totales:

Facturación por línea de servicio					
AÑO	1	2	3	4	5
% Ingresos por suscripciones	60%	53%	51%	53%	57%
% Ingresos por especialistas	25%	33%	36%	34%	29%
% Facturación por Sex shop	14%	13%	13%	13%	14%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

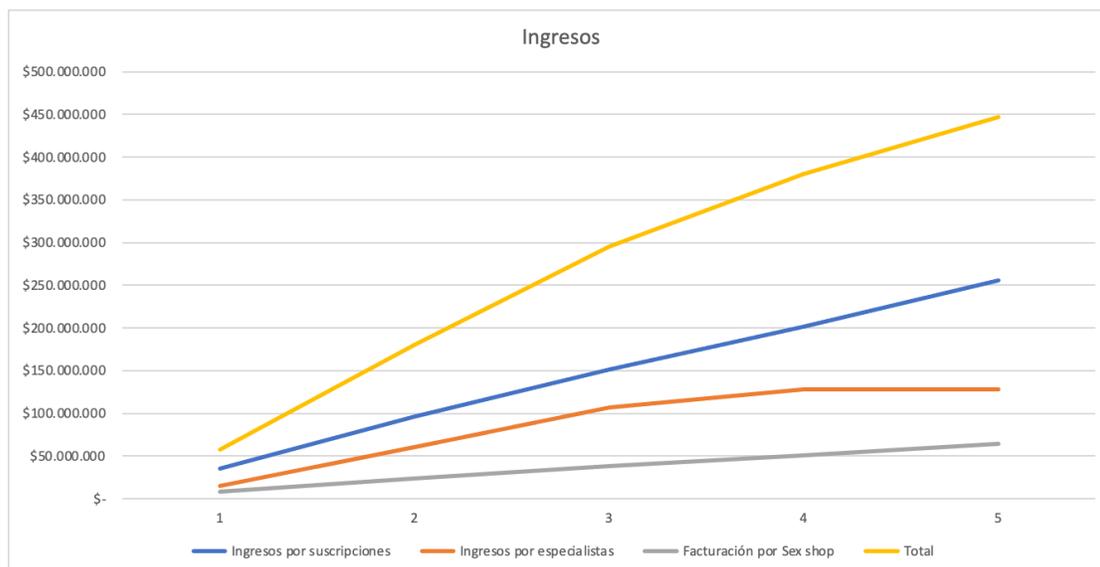
Estos son los valores estimados de ticket promedio teniendo en cuenta la cantidad de clientes que se tendrá para cada línea y los valores promedio de suscripción, sesión de terapia y compra al sexshop.

AÑO	1	2	3	4	5
Ticket promedio Anual	\$ 257.689	\$ 275.966	\$ 281.927	\$ 276.731	\$ 265.745

Además se puede observar el monto de ingreso esperado por cada una de las líneas de negocio por año:

Facturación por línea de servicio					
AÑO	1	2	3	4	5
Ingresos por suscripciones	\$ 34.890.000	\$ 96.180.000	\$ 151.050.000	\$ 201.540.000	\$ 255.600.000
Ingresos por especialistas	\$ 14.542.500	\$ 60.070.500	\$ 106.564.500	\$ 127.890.000	\$ 127.890.000
Facturación por Sex shop	\$ 8.276.250	\$ 24.045.000	\$ 37.762.500	\$ 50.385.000	\$ 63.900.000
Total	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000

El comportamiento de los ingresos por línea de negocio se puede observar en la siguiente gráfica, que nos muestra que los primeros 3 años el crecimiento es mayor y luego de eso sigue estabiliza. Esto principalmente porque hacía el tercer año se alcanza la cantidad máxima de especialista que trabajarán con Hummane, logrando los ingresos máximos por dicho servicio.



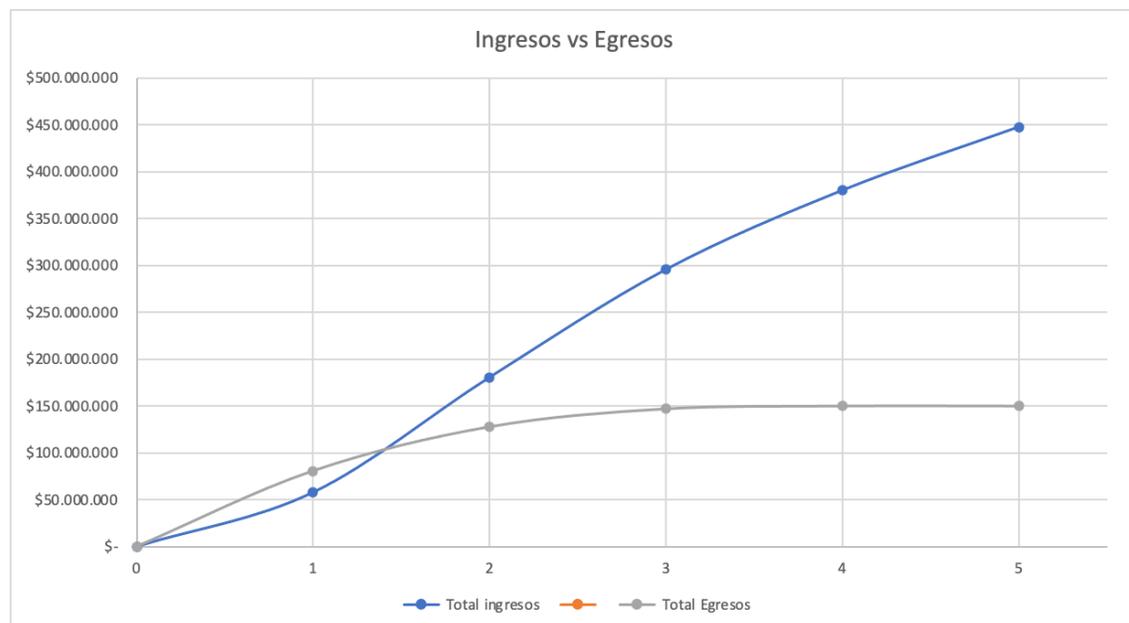
7.3 Egresos proyectados:

A continuación se muestran los egresos anualizados con base a la proyección de gastos realizados, donde el mayor porcentaje (aproximadamente 60%) corresponde al pago del salario de las 5 personas que se tienen contempladas para la operación de Hummane.

Para actividades relacionadas con Marketing, se destinan 1,5 MCLP mensuales en el primer año y se incrementa gradualmente hasta llegar a un presupuesto de 2,5MCLP mensuales.

AÑO	0	1	2	3	4	5
Egresos						
Gastos Fijos						
Sueldos	\$ -	\$ 46.000.000	\$ 78.000.000	\$ 90.000.000	\$ 90.000.000	\$ 90.000.000
Mantenimiento plataforma	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
Costos home office	\$ -	\$ 2.800.000	\$ 4.800.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Gastos Variables						
Consultores	\$ -	\$ 7.500.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
Contador	\$ -	\$ 4.500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Promoción/ Marketing	\$ -	\$ 18.000.000	\$ 24.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Total Egresos		\$ 80.800.000	\$ 127.800.000	\$ 147.000.000	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000

En la gráfica siguiente podemos observar el comportamiento de los ingresos y egresos en los primeros 5 años de operación de Hummane, donde se observa que el punto de equilibrio con las estimaciones realizadas se alcanzaría en el mes 14.



7.4 Cálculo de capital de trabajo:

Se calculó el capital de trabajo operacional, teniendo en cuenta la estimación de ingresos y egresos mostrada anteriormente. Podemos observar que según dicha información, durante los primeros 13 meses de operación de Hummane los egresos superan a los ingresos, lo que nos obliga a contar con un capital de 26,22 MCLP para cubrir los gastos.

A continuación se muestra el capital requerido por mes hasta el alcanzar el equilibrio.:

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Ingresos													
Ingresos totales mensuales	\$ -	\$ -	\$ 1.785.000	\$ 2.894.250	\$ 3.589.500	\$ 4.365.000	\$ 5.191.500	\$ 6.023.250	\$ 6.924.750	\$ 7.887.750	\$ 8.939.250	\$ 10.108.500	\$ 10.785.000
Total Ingresos	\$ -	\$ -	\$ 1.785.000	\$ 2.894.250	\$ 3.589.500	\$ 4.365.000	\$ 5.191.500	\$ 6.023.250	\$ 6.924.750	\$ 7.887.750	\$ 8.939.250	\$ 10.108.500	\$ 10.785.000
Egresos													
Gastos Fijos													
Sueldos	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 6.500.000
Mantenimiento plataforma									\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Costos home office	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000
Mantenimiento Sitio Web							\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Compra Dominios Sitio WEB	\$ 20.000												\$ 20.000
Plataforma de CRM y emailing	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 230.000
Gastos Variables													
Consultores		\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Contador			\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Promoción/ Marketing	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 2.000.000
Total Egresos	\$ 5.420.000	\$ 5.400.000	\$ 6.900.000	\$ 8.400.000	\$ 8.400.000	\$ 5.400.000	\$ 6.950.000	\$ 6.950.000	\$ 8.550.000	\$ 7.050.000	\$ 10.050.000	\$ 7.050.000	\$ 11.200.000
Saldo Mensual	\$ -5.420.000	\$ -5.400.000	\$ -5.115.000	\$ -2.505.750	\$ -4.810.500	\$ -1.035.000	\$ -1.758.500	\$ -926.750	\$ -1.625.250	\$ -887.750	\$ -1.110.750	\$ -3.058.500	\$ -415.000
Beneficio Neto	\$ -5.420.000	\$ -5.400.000	\$ -5.115.000	\$ -7.620.750	\$ -12.431.250	\$ -13.466.250	\$ -15.224.750	\$ -16.151.500	\$ -17.776.750	\$ -16.939.000	\$ -18.049.750	\$ -14.991.250	\$ -15.408.250
													Capital de trabajo operacional 13 meses
													\$ 26.226.250

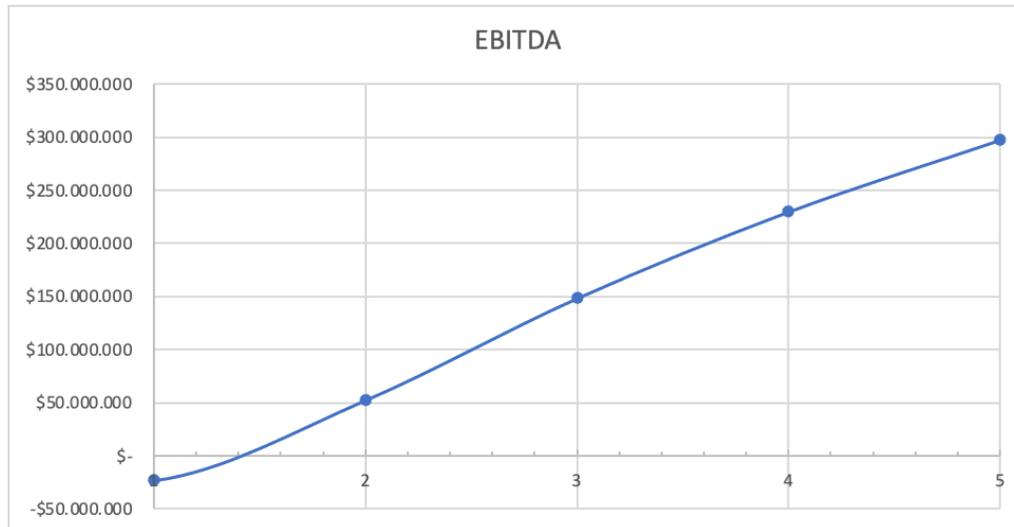
7.5 Estado de Resultado Projectado:

A continuación se muestra el Estado de Resultados proyectado para los 5 primeros años de operación de Hummane:

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos Brutos (Ventas)	\$ -	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000
Costo de lo vendido		0	0	0	0	0
Ganancias Brutas	\$ -	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000
Gastos generales y de administración	\$ -	\$ 16.800.000	\$ 25.800.000	\$ 27.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Gastos de Marketing	\$ -	\$ 18.000.000	\$ 24.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Salarios	\$ -	\$ 46.000.000	\$ 78.000.000	\$ 90.000.000	\$ 90.000.000	\$ 90.000.000
EBITDA	\$ -	\$ -23.091.250	\$ 52.495.500	\$ 148.377.000	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Depreciación	\$ -	\$ -1.666.667	\$ -1.666.667	\$ -1.666.667	\$ -	\$ -
Amortización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EBIT	\$ -	\$ -24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 146.710.333	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Otros gastos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de impuesto	\$ -	\$ -24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 146.710.333	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.650.938	\$ 80.295.300
Resultado del Ejercicio	\$ -	\$ -24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 100.059.396	\$ 167.764.950	\$ 217.094.700

En el segundo año, el en cálculo del impuesto a la renta se considera la pérdida del primer año acumulándose para el ejercicio siguiente.

La siguientes gráfica muestra el margen EBITDA esperado en los primeros 5 años de operación del proyecto.



7.6 Tasa de descuento:

El cálculo se realizó con estimación de CAPM, usando:

$$E(R_i) = R_f + \beta[E(R_m) - R_f] + \text{Premio Emprendimiento}$$

Donde:

$E(R_i)$: Retorno esperado de la inversión

R_f : Rentabilidad del activo libre de riesgo

β : Sensibilidad del activo con respecto al mercado

(R_m) : Rentabilidad del mercado = $[(1 + r)^{1/n}] - 1$

El valor final calculado para la tasa de descuento tenemos un valor de 12,09%, para ver el detalle de cálculo y las suposiciones realizadas.

PARA MÁS DETALLE VER ANEXO 5.

7.7 Flujo de Caja:

A continuación se muestra el flujo de caja proyectado para los primeros cinco años de operación de Hummane.

El valor terminal o de venta de la compañía se estima en 5 veces el EBITDA de dicho año y a continuación se muestra el detalle:

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos Brutos (Ventas)	\$ -	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000
Costo de lo vendido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ganancias Brutas		\$ 82.094.250	\$ 228.094.500	\$ 401.781.750	\$ 638.695.500	\$ 883.458.000
Gastos generales y de administrac	\$ -	\$ 16.800.000	\$ 25.800.000	\$ 27.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Gastos de Marketing	\$ -	\$ 18.000.000	\$ 24.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Salarios	\$ -	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
EBITDA	\$ -	-\$ 23.091.250	\$ 52.495.500	\$ 148.377.000	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Depreciación	\$ -	-\$ 1.666.667	-\$ 1.666.667	-\$ 1.666.667	\$ -	\$ -
Amortización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EBIT	\$ -	-\$ 24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 146.710.333	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Otros gastos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de impuesto	\$ -	-\$ 24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 146.710.333	\$ 229.815.000	\$ 297.390.000
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.650.938	\$ 62.050.050	\$ 80.295.300
Resultado del Ejercicio	\$ -	-\$ 24.757.917	\$ 50.828.833	\$ 100.059.396	\$ 167.764.950	\$ 217.094.700
Depreciación de Activos		\$ 1.666.667	\$ 1.666.667	\$ 1.666.667	\$ -	\$ -
Activos Tangibles	-\$ 5.000.000					
Activos Intangibles	-\$ 77.700.000				-\$ 50.000.000	
Capital de trabajo preoperativo	-\$ 31.209.238					
Valor terminal						\$ 1.486.950.000
Flujo de Caja Neto	-\$ 113.909.238	-\$ 23.091.250	\$ 52.495.500	\$ 101.726.063	\$ 117.764.950	\$ 1.704.044.700
Flujo de Caja Neto Acumulado	-\$ 113.909.238	-\$ 137.000.488	-\$ 84.504.988	\$ 17.221.075	\$ 134.986.025	\$ 1.839.030.725

Si observamos el flujo de caja, en los dos primeros años es negativo y eso nos arroja una necesidad de capital de 137,0 MCLP. El levantamiento de dicho capital será detallado más adelante, donde se incluirá la propuesta al inversionista para ser parte de Hummane.

Además calculamos los indicadores financieros: VAN y TIR para analizar el proyecto de inversión. Obteniendo los siguientes valores:

VAN	\$912.046.204
TIR	82,7%

Payback: el tiempo total en que se recuperará la inversión, teniendo en cuenta la mejora al software y aplicación contemplada para el mes 37 es de 32,72 meses a partir del inicio de las operación, tiempo en el que se recuperará el 100% del dinero invertido.

Payback (Meses)	32,7
-----------------	------

Análisis de sensibilidad tasa de conversión clientes- usuarios de la comunidad:

Se realizó un análisis de los resultados en función de la tasa de conversión de los usuarios que con respecto a los usuarios de la aplicación (que son sólo el 10% de los que hacen parte de la comunidad). Para el ejercicio original y con base al comportamiento observado en los pilotos se asumió una conversión de 6% para las líneas de suscripción y compra en los sexshop. Se proponen 3 escenarios, uno con una conversión menor y otro más optimista con una conversión mayor.

A continuación se muestran los principales indicadores analizados para los tres casos, con la metodología de cálculo de liquidación de activos:

Conversión Usuarios de la app a Clientes de la suscripción	Conversión Usuarios de la app a Clientes de los Sexshop	VAN	TIR	Payback (meses)	Punto de equilibrio (meses)
2,5%	2,5%	\$ 183.374.764	31,6%	50,77	25
6,0%	6,0%	\$ 921.504.452	86,6%	32,72	13
8,0%	8,0%	\$ 1.335.399.713	112,8%	24,73	7

Como se puede observar el TIR indica un retorno atractiva para los inversionistas en tanto que el VAN refleja el gran atractivo económico del proyecto en los tres escenarios analizados.

8. Riesgos críticos

Se han detectado los siguientes riesgos para garantizar el desarrollo, éxito y supervivencia de Hummane, junto con los cuales planteamos medidas para mitigar dichos puntos y minimizar su potencial riesgo:

- a. No obtener el crecimiento esperado en los clientes. Dentro de la estrategia de marketing se contemplan acciones para dar mucha exposición y visibilidad a Hummane en las RRSS y con ello capturar la mayor cantidad de seguidores y de potenciales clientes. Al igual también se cuenta con una estrategia de desarrollo de contenido para generar un sentimiento de pertenencia a la comunidad y engagement. Adicionalmente la posibilidad de llevar a cabo encuestas de mercado con la plataforma de IG de Hummane nos ayuda a comprender mejor a nuestros clientes y potenciales clientes y detectar más fácilmente nuestras oportunidades o intereses de los seguidores,
Iremos evaluando el KPI de seguidores y cliente periódicamente (semanalmente) para detectar cualquier desviación con las expectativas e ir ajustando acciones del plan de marketing de acuerdo a lo que se presente.
- b. En este caso, las emprendedoras no cuentan con experiencia previa de iniciar un negocio y conocer en la práctica cómo funciona el desarrollo de un emprendimiento. Sin embargo existen varios aspectos que nos ayudan a minimizar este riesgo, como son: el entusiasmo y pasión con el que se cuenta por ejecutar el plan de negocios y contar con nuestro propio emprendimiento, acompañamiento de un comité asesor confirmado por personas con experiencia en emprendimientos.
- c. Uno de los factores claves será contar con persona comprometidas y que generen valor a Hummane con su trabajo, se deberá garantizar que se eligen apropiadamente a las personas que harán parte del grupo de Hummane y que adicionalmente ese talento será retenido a través del tiempo. Para ello, trabajaremos en el reclutamiento de las personas con respaldo de una asesora con amplia experiencia en esta área, la misma que nos ayudará a plantear un sistema de recompensas que esté dentro de nuestras posibilidades y que a su vez genera el mayor compromiso posible (no solamente financieros)

9. Propuesta Inversionista

El porcentaje de participación de todos los accionistas y los aportes que realizarán se resume en la siguiente tabla. El requerimiento de capital total para el proyecto es de 137 MCLP, de los cuales 55 MCLP (es decir el 40% van a ser cubierto con capitales propio de los participantes del comité asesor y las cofundadores).

Requerimiento de Capital	\$	137.000.488
Propuesta financiamiento		
Participantes	Participación	Aporte
Comité Asesor Experto en Tecnología	5%	\$ 12.500.000
Comité Asesor Experto en Ventas	2%	\$ 5.000.000
Comité Asesor Emprendimiento	3%	\$ 7.500.000
Cofundadora 1	40%	\$ 15.000.000
Cofundadora 2	40%	\$ 15.000.000
Inversionistas (2 aprox)	10%	\$ 82.000.488
Total	100%	\$ 137.000.488
Aporte por inversionista	\$	41.000.244

En esta oportunidad, vamos a realizar una ronda de levantamiento de capital, donde le vamos a ofrecer a los inversionistas la participación del 10% de la empresa por 82 MCLP. Consideramos que se podrían tener hasta 2 inversionistas con un aporte de 41 MCL cada uno.

10. Conclusiones

- Hummane con su propuesta puede ayudar a los chilenos a mejorar su vida sexual y capturar masivamente a personas por medio de la comunidad de Instagram como potenciales clientes.
-
- Es un proyecto rentable con la captura de un bajo porcentaje de mercado, lo que refleja un potencial de crecimiento exponencial en la medida de que el negocio tenga la capacidad de capturar más mercado del estimado en esta propuesta (0,5% del mercado objetivo).

Inversionistas

Por último, es un proyecto interesante para inversionistas. Proyecta ventas por \$447.390.000 CLP al año 5 (0,3% del mercado en valor), alcanzando el break even en el mes 14 y el retorno de capital para inversionistas se alcanza en el año 3.

ANEXOS

Anexo 2. Proyección de crecimiento y ventas.

Año	Aumento Anual Seguidores	Seguidores IG	Cientes Suscripción Anual	Horas facturadas Sesiones Especialistas	Cientes ventas SexShop
0		15.000	-	-	-
1	326%	63.927	384	554	384
2	80%	114.802	689	1.292	689
3	43%	163.680	982	2.030	982
4	27%	207.586	1246	2.030	1.246
5	27%	263.270	1580	2.030	1.580

Descarga de la APP, con respecto a seguidores IG	Compradores de la suscripción Anual, con respecto a los usuarios de la APP	Precio Suscripción Anual	Horas mensuales promedio facturadas por especialista	% horas facturadas por Hummane por especialista	Precio promedio Sesión especialista	Comisión para Hummane, por sesiones especialistas	Compradores de lSexshop, con respecto a los usuarios de la APP	Ticket Promedio SexShop	Comisión para Hummane, por compras Sexshop
10%	6%	15.000 CLP	82	25%	35.000 CLP	15%	6,0%	25.000 CLP	15%

Facturación por línea de servicio					
AÑO	1	2	3	4	5
Ingresos por suscripciones	\$ 34.890.000	\$ 96.180.000	\$ 151.050.000	\$ 201.540.000	\$ 255.600.000
Ingresos por especialistas	\$ 14.542.500	\$ 60.070.500	\$ 106.564.500	\$ 127.890.000	\$ 127.890.000
Facturación por Sex shop	\$ 8.276.250	\$ 24.045.000	\$ 37.762.500	\$ 50.385.000	\$ 63.900.000
Total	\$ 57.708.750	\$ 180.295.500	\$ 295.377.000	\$ 379.815.000	\$ 447.390.000

Anexo 3. Facturación promedio Mensual Sexshop con operación en Santiago.

Región	RUT	DV	Razón Social	Nombre comercial	Tramo de ventas	Tramo de ventas UF Anuales
Metropolitana de Santiago	76930160	7	Soc Com JJ Limitada	JappiJane	8	1er rango mediana empresa 25.000-50.000
Metropolitana de Santiago	76174729	0	adora y Comercializadora Ruta 160 Li	Star sex	9	2do rango mediana empresa 50.000-100.000
Metropolitana de Santiago	77780720	K	es integrales para servicios personales	Sexshop ofertas	4	2do Rango de Pequeña empresa 5000-10000
Metropolitana de Santiago	76300387	6	besius Empresa Individual de Respo	besius Empresa Individual de Resp	4	3er Rango de Microempresa 600-2400

Tramo de ventas UF Anuales	Rango mínimo ventas CLP Anuales	Rango máximo ventas CLP Anuales	N° trabajadores	Rubro	Subrubro	Actividad Económica	Promedio ventas mensual estimado
1er rango mediana empresa 25.000-50.000	\$ 737.500.000	\$ 1.475.000.000	23	H	519	519000	\$ 92.187.500
2do rango mediana empresa 50.000-100.000	\$ 1.475.000.000	\$ 2.950.000.000	32	H	513	513952	\$ 184.375.000
2do Rango de Pequeña empresa 5000-10000	\$ 147.500.000	\$ 295.000.000	1	H	521	521900	\$ 18.437.500
3er Rango de Microempresa 600-2400	\$ 17.700.000	\$ 70.800.000	1	H	519	519000	\$ 3.687.500

Anexo 4. Facturación promedio de especialistas de sexología en Santiago.

Región	RUT	DV	Razón Social	Nombre comercial	Tramo de ventas	Tramo de ventas UF Anuales
Metropolitana de Santiago	76099378	6	ro de Educación Sexual Integrada Lim	de Educación Sexual Integrada Li	4	3er Rango de Microempresa 600-2400
Metropolitana de Santiago	76622129	7	Centro Reviva SPA	Centro Psicológico Reviva	4	3er Rango de Microempresa 600-2400
Metropolitana de Santiago	76462020	8	Urología, sexología y medicina reprod	urología, sexología y medicina repr	4	3er Rango de Microempresa 600-2401
Metropolitana de Santiago	78540990	6	Infectología Gineco Obstétrica de Sa	fectología Gineco Obstétrica de S	4	3er Rango de Microempresa 600-2402
Metropolitana de Santiago	76376922	4	Natural Balance SPA	Medical Sex Center	3	2do Rango de micro empresas 200-600 UF Anuales
Metropolitana de Santiago	76266209	4	Medical sex Center SPA	Medical sex Center SPA	7	3er Rango de pequeña empresa 10.000-25.000 UF

Rango mínimo ventas CLP Anuales	Rango máximo ventas CLP Anuales	N° trabajadores	Rubro	Subrubro	Actividad Económica	Promedio ventas mensual estimado	Promedio facturado por especialista o persona
\$ 17.700.000	\$ 70.800.000	2	L	749	749990	\$ 3.687.500	\$ 1.843.750
\$ 17.700.000	\$ 70.800.000	1	s Sociales	851	851212	\$ 3.687.500	\$ 3.687.500
\$ 17.700.000	\$ 70.800.000	1	s Sociales	851	851212	\$ 3.687.500	\$ 3.687.500
\$ 17.700.000	\$ 70.800.000	1	s Sociales	851	851920	\$ 3.687.500	\$ 3.687.500
\$ 5.900.000	\$ 17.700.000	1	H	523	523120	\$ 983.333	\$ 983.333
\$ 295.000.000	\$ 737.500.000	13	O	851	851212	\$ 43.020.833	\$ 3.309.295

Promedio facturado por especialista	\$ 2.866.480
Valor promedio de la sesión. CLP	35000
Horas promedio facturadas por especialista por mes	82

Anexo 5. Cálculo de la tasa de descuento

El cálculo se realizó con estimación de CAPM, usando:

$$E(R_i) = R_f + \beta[E(R_m) - R_f] + \text{Premio Emprendimiento}$$

Donde:

$E(R_i)$: Retorno esperado de la inversión

R_f : Rentabilidad del activo libre de riesgo

β : Sensibilidad del activo con respecto al mercado

(R_m) : Rentabilidad del mercado = $[(1 + r)^{1/n}] - 1$

Para el cálculo de la rentabilidad del activo libre de riesgo, se usa como valor de referencia un bono en pesos a 5 años (BCP, BTP) a 10 años y para la tasa de mercado, se consideran los valores del IGPA para el mismo periodo de tiempo. En este caso se analizaron los años 2009 y 2019.

Rentabilidades Bono Banco Central, a 10 años	
Bono Promedio Año 2009	Bono Promedio año 2019
5,66%	3,57%
Promedio	
4,62%	

Empleando los siguientes valores de referencia del IGPA, podemos calcular la rentabilidad del mercado.

Valores anuales promedio IGPA	
Año 2009	Año 2019
14331,39	25264,77
r	76,29%
Rentabilidad del mercado	5,83%

Para la estimación de Beta, se calcula el promedio entre los siguientes sectores productivos relacionados con la actividad productiva de Hummane (datos tomados de la Tabla de Damodaran: <http://www.betasdamodaran.site>)

Sector productivo	Beta
Información y tecnología de Healthcare	1,245
Healthcare Support Services	1,170
Beta Promedio	1,208

Se establece un el premio Startup por el emprendimiento en:

Premio Startup	6%
-----------------------	----

Y reemplazando en la ecuación llegamos al siguiente valor:

$$E(R_i) = R_f + \beta[E(R_m) - R_f] + \text{Premio Emprendimiento}$$

Retorno Esperado de la inversión	12,09%
---	--------

Cálculo WACC, Costo de Capital:

Para el cálculo se considera la siguiente ecuación:

$$WACC = K_e \left(\frac{E}{E + D} \right) + K_d \frac{(1 - T)D}{(E + D)}$$

Donde:

E: Capital propio

D: Deuda

T: Tasa impositiva

K_e : Costo de los fondos propios

K_d : Costo de la deuda

La evaluación se hace asumiendo deuda 0, motivo por el cual se simplifica la ecuación, resultando:

$$WACC = K_e = E(R_i) = 12,09\%$$