



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE  
ESCUELA DE INGENIERIA | ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**ZENDA: PLATAFORMA INTELIGENTE  
QUE TE CONECTA CON LA  
TERAPIA COMPLEMENTARIA  
A LA MEDIDA**

Propuesta de valor, Plan de desarrollo,  
Financiamiento y Calidad del Servicio

**ALEJANDRA NÚÑEZ FONTECILLA**

Actividad de Graduación para optar al grado de  
MAGISTER EN INNOVACIÓN

Profesor Supervisor:  
**FRANCISCO PIZARRO A.**

Santiago de Chile, (agosto, 2019)

© 2019, Alejandra Núñez Fontecilla



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE  
ESCUELA DE INGENIERIA | ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**ZENDA: PLATAFORMA INTELIGENTE  
QUE TE CONECTA CON LA  
TERAPIA COMPLEMENTARIA  
A LA MEDIDA**

Propuesta de valor, Plan de desarrollo,  
Financiamiento y Calidad del Servicio

**ALEJANDRA NÚÑEZ FONTECILLA**

Proyecto presentado a la Comisión integrada por los profesores:

**PROFESOR SUPERVISOR: FRANCISCO PIZARRO A.**

**PROFESOR CO-SUPERVISOR: DAVID PREISS C.**

**EVALUADOR EXTERNO: JULIAN HERMAN**

**REPRESENTANTE DEL PROGRAMA: ROCÍO ORTIZ M.**

Para completar las exigencias del grado de  
Magister en Innovación

Santiago de Chile, agosto 2019

A mis padres y mis hijos por su apoyo constante.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a mis padres por su apoyo constante en las decisiones que he tomado tanto en mi vida personal, como también en el ámbito laboral y profesional. Por esa confianza absoluta, libertad e incondicionalidad que siempre me han entregado.

Agradecer a Marilena y Lorena por su dedicación, colaboración y energía en este proceso de aprendizaje y crecimiento que nos ha permitido desarrollar un trabajo sólido, con convicción de su alcance y potencial.

También agradecer a Francisco Pizarro y Rocío Ortiz, por su disposición y apoyo en la actividad de graduación.

Finalmente dar las gracias a Nicolás Torrealba por su ayuda, orientación y apoyo en este trabajo y a mis hijos Valentina y Benjamín, por su generosidad y comprensión durante el tiempo que demoró este proceso.

## INDICE GENERAL

	Pag
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Problema .....	1
1.3 Solución .....	2
1.4 Mercado Objetivo.....	3
2. OBJETIVOS .....	3
2.1 Objetivo general .....	3
2.2 Objetivos específicos .....	4
3. METODOLOGÍA Y PLANIFICACIÓN.....	4
Propuesta de valor .....	4
Plan de desarrollo .....	5
Plan de Financiamiento .....	5
Sistema de acreditación de terapeutas:.....	5
4. PROPUESTA DE VALOR.....	7
4.1 Estado del arte .....	7
4.1.1 Metodología: .....	7
4.1.2 Resultado investigación: .....	7
4.1.3 Conclusiones .....	12
4.2 Testeo propuesta de valor.....	13
4.3 Metodología .....	13
4.3.1 Resultados testeo.....	16
5. SISTEMA DE ACREDITACIÓN DE FORMACIÓN DE TERAPEUTAS .....	38
5.1 Estado del Arte.....	38
5.2 Terapias, formación y certificación.....	41
5.3 Conclusiones Sistema de Acreditación Terapeutas.....	55
6. PLAN DE DESARROLLO.....	56
6.1 Definición de hitos y etapas .....	56
6.2 Construcción de modelo de negocio dinámico .....	60
6.2.1 Metodología .....	60
6.2.2 Flujo de la Empresa.....	64
6.2.3 Conclusiones .....	66

7. PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	68
7.1 Estado del arte .....	68
7.1.1 Metodología .....	68
7.1.2 Resultados investigación:.....	68
7.2 Implementación plan de financiamiento .....	80
7.3 Conclusiones .....	80
8. CONCLUSIONES GENERALES .....	82

## INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1-1: Carta Gantt	8
Tabla 1-2: Mapa competitivo Zenda	13
Tabla 1-3: Valoración Características plataforma Zenda	25
Tabla 1-4: Terapias realizadas	29
Tabla 1-5: Valoración funcionalidades plataforma Zenda	34
Tabla 1-6: Resultados de respuestas a pregunta 1	37
Tabla 1-7: Resultados de respuestas a pregunta 2	37
Tabla 1-8: Plan de desarrollo Zenda	43
Tabla 1-9: Variables y supuestos considerados en la proyección de ingresos de Zenda	44
Tabla 1-10: Proyección de ingresos	45
Tabla 1-11: Proyecciones gasto personal	46
Tabla 1-12: Flujo fase I	48
Tabla 1-13: Flujo fase II	49
Tabla 1-14: Flujo fase III	49

## INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1-1: Invitación a realizar encuesta para usuarios y terapeutas	17
Figura 1-2: Invitación a realizar encuesta para terapeutas enviada por correo electrónico.	18
Figura 1-3: Distribución (%) de género de usuarios	19
Figura 1-4: Rango de edad	19
Figura 1-5: Nivel educacional	20
Figura 1-6: Región de residencia	20
Figura 1-7: Comuna de residencia	20
Figura 1-8: Frecuencia uso terapias complementarias	21
Figura 1-9: Uso de la plataforma Zenda para conocer a un terapeuta	22
Figura 1-10: Opinión sobre Zenda	22
Figura 1-11: : Intención de uso de plataforma Zenda	23
Figura 1-12: Valoración de Zenda en comparación con otras plataformas	23
Figura 1-13: Intención de uso de plataforma Zenda para agendar y pagar una Terapia	24
Figura 1-14: Aspectos que atraen de Zenda	24
Figura 1-15: Preferencia de medios para recibir información sobre plataforma	26
Figura 1-16: Distribución (%) de Género Terapeutas	27
Figura 1-17: Rango de edad	27
Figura 1-18: Nivel educacional	28
Figura 1-19: Región de residencia	28

Figura 1-20: Comuna de residencia	28
Figura 1-21: Años de experiencia realizado terapias complementarias	30
Figura 1-22: Métodos para darse a conocer	30
Figura 1-23: Forma y lugar utilizado para ofrecer terapias complementarias	31
Figura 1-24: Tasa de ocupación por semana	31
Figura 1-25: Promedio de pacientes atendidos a la semana	32
Figura 1-26: Opinión de Zenda	32
Figura 1-27: Opinión de Zenda	33
Figura 1-28: Aspectos a mejorar de la plataforma Zenda (versión MVP)	34
Figura 1-29: Comentarios finales clasificados	35
Figura 1-30: P Alternativas de financiamiento	52
Figura 1-31: Calendario 2019 de oferta programática Gerencia Emprendimiento, Corfo	53
Figura 1-32: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF	55
Figura 1-33: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF Escalamiento	55
Figura 1-34: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF-Desafío vigentes año 2019	56
Figura 1-35: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF- Social vigentes año 2019	57
Figura 1-36: Redes de inversionistas Ángeles en Chile	61
Figura 1-37: Principales fondos de Capital de Riesgo en Chile	62
Figura 1-38: Asociación de empresas familiares	63
Figura 1-39: Fuente: Asociación Chilena de Reiki	71

## RESUMEN

Zenda es una plataforma digital que conecta a los usuarios con terapias complementarias resolviendo la problemática de baja visibilidad, accesibilidad y de falta de información de este mercado.

El objetivo de esta actividad de investigación y experimentación es definir una propuesta de valor basada en evidencia a partir del ciclo crea-medir-aprender que utiliza la metodología *Lean Startup*. En esta sección, además, se construyó un plan de desarrollo dinámico y se investigaron las diversas alternativas de financiamiento para cada etapa del ciclo de vida de Zenda y los principales actores del ecosistema de financiamiento en Chile.

A partir de los hallazgos y evidencias obtenidas en esta investigación, se ajustó la propuesta de valor, se cuantificaron las necesidades de capital y se identificaron las alternativas de financiamiento para cada etapa.

Finalmente, considerando las características más valoradas por los usuarios y potenciales usuarios, se construyó un sistema de acreditación de la formación de terapeutas, estableciendo los requisitos mínimos de entrada para los terapeutas que se disponibilicen a través de Zenda.

En síntesis, gracias a los resultados de este trabajo, se abordaron todos los elementos necesarios para comenzar y desarrollar un emprendimiento tecnológico sostenible, escalable y rentable en el mediano plazo.

Palabras Claves: terapias complementarias, terapias alternativas, plataformas tecnológicas.

## **ABSTRACT**

Zenda is a digital platform that connects users with complementary therapies solving the problem of low visibility, accessibility and lack of information in this market.

The objective of this research and experimentation activity is to define an evidence-based value proposition from the create-measure-learn cycle that uses the Lean Startup methodology. In this section, in addition, a dynamic development plan was constructed and the various financing alternatives for each stage of the life cycle of Zenda and the main actors of the financing ecosystem in Chile were investigated.

Based on the findings and evidence obtained in this research, the value proposal was adjusted, capital needs were quantified and financing alternatives were identified for each stage.

Finally, considering the most important characteristics for users and potential users, an accreditation system for the training of therapists was built, establishing the minimum entry requirements for therapists available through Zenda.

In summary, thanks to the results of this work, all the necessary elements to start and develop a sustainable, scalable and profitable technological enterprise in the medium term were addressed.

**Keywords:** complementary therapies, alternative therapies, technological platform

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1 Introducción**

Zenda nace a partir de una idea de negocio, la cual está en fase de MVP (*Minimum Viable Product*) y es producto de tres trabajos independientes que comparten una problemática común, la cual se aborda en este documento, y en los trabajos de Gennero (2019) y Guzmán (2019).

En este trabajo se busca dar un enfoque científico al proceso de emprender para generar una solución que se haga cargo del “dolor” existente en el mundo de las terapias complementarias. La metodología usada busca aumentar la velocidad de desarrollo de la solución, testear e incorporar los aprendizajes obtenidos en varias etapas de ajustes, con el propósito de alcanzar una solución sostenible y rentable.

El objetivo de esta actividad de investigación y experimentación fue definir una propuesta de valor basada en evidencia a partir del ciclo crea-medir-aprender que utiliza la metodología *Lean Startup*.

Además, se construyó un plan de desarrollo dinámico por etapas, para identificar las necesidades de capital que se requieren para alcanzar una solución escalable y se identificaron las diversas alternativas de financiamiento y los principales actores del ecosistema de inversión en Chile.

Finalmente, considerando las características más valoradas de Zenda por los usuarios y potenciales usuarios, se construyó un sistema de acreditación de la formación de terapeutas, estableciendo los requisitos mínimos de entrada para los terapeutas que se disponibilizan a través de Zenda.

### **1.2 Problema**

En el mundo de hoy vivimos con niveles de estrés altos, presionados por ser exitosos en muchos aspectos de la vida. El porcentaje de chilenos con estrés se duplicó entre el año 2012 (22%) y el 2016 (42%) (Fundación Chile, 2016) y de acuerdo con el reporte “Depresión y otros Desórdenes Mentales Comunes” de la Organización Mundial de la Salud (2017), en Chile 844.253 personas mayores de 15 años padece depresión, es decir, el 5% de la población y más de un millón sufre de ansiedad (6,5%).

Por otro lado, la cantidad de personas con necesidad por conocerse a sí mismo, de conectarse con el mundo espiritual, darle sentido a la vida y buscar el equilibrio, va en

aumento. Estas personas en situaciones de crisis o también con el propósito de evolucionar, buscan terapias complementarias que les ayuden a superar sus procesos personales.

Debido a lo anterior, existe un boom de ofertas de servicios y productos relacionados con terapias complementarias, armonización y meditación, entre otros. Sin embargo, este mercado es informal, está atomizado y sesgado por el “boca a boca”. La oferta es de baja visibilidad y accesibilidad, y existen asimetrías de información en relación a las terapias existentes, sus beneficios y la formación de los terapeutas.

En relación a la competencia tanto en Chile como en el extranjero, se pueden encontrar sitios que se enfocan en este mercado, pero en su gran mayoría, son informativos o de promoción. En nuestro país, tanto Doctoralia como Terapeutas de Chile, visibilizan a terapeutas, pero no entregan una experiencia completa, donde se pueda reservar, pagar online o escribir reseñas de terapeutas para entregar confianza. Tampoco estos sitios incluyen sistemas de acreditación de los terapeutas que disponibilizan.

Dado lo anterior, se concluye que la oferta y demanda en el mundo de las terapias complementarias está desconectada. A los terapeutas les cuesta lograr visibilidad y atender pacientes si no provienen principalmente de la recomendación de sus pacientes actuales.

Por otro lado, las personas que requieren de estas terapias, no encuentran de manera fácil a los terapeutas indicados, ya que estos no son visibles a los ojos de todos, tampoco pueden acceder a información que les permita conocer más sobre las diferentes terapias existentes o sobre la formación y experiencia del terapeuta que la ofrece. Es por esto que surge la necesidad de conectar a ambos mundos en una plataforma digital inteligente, que supla las necesidades tanto de terapeutas como usuarios. Es así como nace Zenda.

### **1.3 Solución**

Zenda es una plataforma digital inteligente que conecta a los pacientes con la terapia complementaria a su medida, resolviendo la problemática de la baja visibilidad, accesibilidad y de la falta de información en relación al mercado de las terapias complementarias, otorgando confianza y construyendo una comunidad entorno a este mundo.

La plataforma consiste en un sitio web en donde se publican perfiles de terapeutas con información sobre las terapias que realizan, su formación profesional y testimonios de pacientes. Los terapeutas deben cumplir con requisitos mínimos establecidos en el

sistema de acreditación de Zenda, el cual detalla en el capítulo X de este trabajo de título. Además, la plataforma incluye sistema de reservas, chat, blog con contenidos y un sistema de recomendación inteligente de terapia y terapeuta para los consultantes que lo requieran. El marketing de Zenda se realiza intensivamente a través de un *fanpage* en Facebook y una cuenta de Instagram, en donde se publican fichas de terapias y terapeutas, frases inspiracionales y videos promocionales. Adicionalmente, se recomienda contenido externo relacionado con lo que Zenda quiere transmitir.

#### **1.4 Mercado Objetivo**

El mercado objetivo de Zenda son hombres y mujeres, de cualquier edad, que ven en las terapias complementarias un medio para lograr solucionar sus problemas, conocerse a sí mismos y poder responder en los diferentes ámbitos de la vida. En general son personas de mente abierta, exploradoras, que buscan equilibrio en sus vidas y vivir armónicamente. En algunas ocasiones acuden a estas terapias porque están atravesando situaciones complejas en sus vidas, buscando apoyo, contención y una vía de salida en este tipo de terapias.

Respecto al tamaño de mercado, según un estudio del Ministerio de Salud sobre Medicinas Complementarias (2012) se concluye que “un alto número de personas que conoce y utiliza las diversas MCA (medicina complementaria/alternativa) existentes, obteniendo que el 55% de la población ha utilizado o utiliza al menos una de las MCA evaluadas.

Considerando la tasa de uso de internet de un 85% (Lever, 2019), el aumento de la participación online, principalmente en el sector servicios (Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, 2018) y las capacidades actuales de Zenda, se estima que se puede alcanzar en un plazo de 2 años, un total de 672 terapeutas disponibilizados por la plataforma.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Desarrollar un trabajo de investigación basado en evidencia a través del diseño e implementación del nuevo sitio web de Zenda, acorde a las necesidades de nuestro segmento objetivo, financiado a través de levantamiento de capital concursable y dándolo

a conocer a través de una estrategia de marketing, con el objetivo de posicionar a Zenda como referente de mercado.

## **2.2 Objetivos específicos**

- a. Definir una propuesta de valor y modelo de negocios sustentable
- b. Diseñar e implementar un plan de desarrollo tecnológico que genere valor para nuestros clientes y usuarios
- c. Construir e implementar una estrategia de comunicación y marketing que genere confianza y posicione a Zenda como el líder del mercado
- d. Desarrollar e implementar un plan de financiamiento para alcanzar un crecimiento acelerado y sostenible
- e. Diseñar un sistema de acreditación de formación de terapeutas, con el propósito que Zenda genere confianza y sea un promotor de la seguridad y calidad de la práctica y uso de las terapias complementarias.

## **3. METODOLOGÍA Y PLANIFICACIÓN**

Para alcanzar el objetivo general y los objetivos específicos indicados anteriormente, en este trabajo se abordaron las siguientes secciones:

- Propuesta de Valor
- Plan de desarrollo y modelo de negocios dinámico
- Plan de financiamiento
- Sistema de acreditación de Terapeutas

Cada sección se estructuró de la siguiente forma:

### **Propuesta de valor**

- a. Estado del arte:
  - Competencia: investigar sobre soluciones existentes (foco: propuesta de valor)
  - Investigar plataformas digitales y apps similares establecer benchmark (foco: propuesta de valor)
- b. Testeo: testear la propuesta de valor y obtener insights de terapeutas y usuarios

**Plan de desarrollo**

- a. Definición de hitos y etapas
- b. Construcción de modelo de negocios dinámico
- c. Determinar necesidades de capital

**Plan de Financiamiento**

- a. Estado del arte:
  - Investigación sobre diferentes fuentes de financiamiento existentes para emprendimientos en etapas tempranas (recursos propios, FFF, subsidios, préstamos (convertibles y/o no convertibles), y/o aumentos de capital).
- b. Diseño: Definir plan de financiamiento flexible, por etapa, que considere alternativas reales acorde a la realidad de Zenda, los resultados obtenidos en el tiempo y la necesidad de cumplimiento de hitos (condiciones mínimas) que establecen las diferentes fuentes de financiamiento.
- c. Implementación plan de financiamiento:
  - Postulación a fondos

**Sistema de acreditación de terapeutas:**

- a. Estado del arte:
  - Información terapias: descripción, beneficios, formación, estándares internacionales, asociaciones representativas.
- b. Definición de requisitos mínimos para terapeutas Zenda
- c. Plan de implementación sistema de acreditación terapeutas

Las 4 secciones fueron abordadas según la siguiente Carta Gantt:

Tabla 1-1: Propuesta de Valor, Plan de desarrollo, Financiamiento y Sistema de acreditación de terapeutas.



## 4. PROPUESTA DE VALOR

### 4.1 Estado del arte

El objetivo de esta etapa fue realizar una investigación sobre sitios que abordan terapias complementarias con foco en la propuesta de valor. Luego con la información levantada, se estableció un *benchmark* de Zenda en relación a la oferta existente e identificar cuales es el grado de diferenciación y/o similitud entre Zenda y los sitios investigados.

#### 4.1.1 Metodología:

En una primera etapa se realizó una investigación en sitios nacionales e internacionales existentes que tengan como foco disponibilizar información relativa a terapias complementarias. El análisis consideró las variables relacionadas con la propuesta de valor de cada una de las soluciones investigadas, luego a partir de la información recabada, se realizó un mapeo competitivo con el objeto de situar a Zenda en relación a su competencia (*positioning statement*) e identificar la existencia o no de atributos diferenciadores (Moore, 2014).

#### 4.1.2 Resultado investigación:

A continuación, se describen los sitios investigados en este análisis:

a) Terapeutasdechile.cl

- Descripción general: sitio chileno que diponibiliza información y datos de contacto de terapeutas complementarios del país. La información proporcionada contiene los siguientes datos: mail, teléfono, dirección y sitio web, algunos además incluyen una fotografía personal del terapeuta. Junto con esta información, hay un texto sobre la terapia que realizan, sin orden predefinido en cada terapeuta. Además, en este sitio se puede encontrar contenido que aborda temáticas relacionada a terapias (blog) e información de actividades, talleres y productos relacionados.
- País: Chile
- Página web: <https://www.terapeutasdechile.cl/>

b) Creerzen.com

- Descripción general: sitio chileno que disponibiliza información y contenido sobre terapias complementarias, además de datos de contacto de terapeutas, tales como: mail, teléfono, redes sociales, sitio

web. Los terapeutas tienen espacio en su ficha para subir fotos de diplomas y certificaciones y una breve descripción de cada uno. Adicionalmente, se entrega información de centros de terapias, talleres, arriendo box, tiendas y actividades relacionadas a terapias complementarias.

- País: Chile
- Página web: <https://www.creerzen.com/>

c) Terapiadelalma.org

- Descripción general: sitio chileno que disponibiliza información y datos de contacto de terapeutas de vidas pasadas. Los datos entregados son: mail, teléfono (en algunos casos), dirección y sitio web. Todos tienen fotografía personal. No se agrega texto sobre experiencia o mayor detalle que dé cuenta de la terapia que realizan. Adicionalmente, el sitio contiene entrevistas, links a contenidos, galería imágenes y libros a consultar.
- País: Chile
- Página web: <https://terapiadelalma.org/directorio-de-terapeutas/>

d) Guiaholisticakier.com

- Descripción general: sitio argentino que disponibiliza información y datos de contacto de terapeutas y centros por zona geográfica. La información contenida de cada terapeuta presenta descripción del servicio, perfil académico, redes sociales y *reviews*. El sitio permite al consultante poder contactar al terapeuta o al centro a través de la plataforma o también en forma directa.
- País: Argentina
- Página web: <http://guiaholisticakier.com/contacto.php>

e) Registrodeterapeutas.com

- Descripción general: sitio chileno que disponibiliza información y datos de contacto de terapeutas. La información proporcionada incluye mail, teléfono, redes sociales y página web. El sitio permite al terapeuta registrarse y avalar sus estudios como terapeuta. No existe información relativa a los estándares utilizados para la acreditación de los

terapeutas, no obstante, se menciona una lista de academias asociadas registradas.

- País: Chile
- Página web: <https://registrodeterapeutas.com/>

f) Ohanichile.com

- Descripción general: centro de terapias chileno que promociona información sobre terapias que son impartidas en el mismo centro, además de información de cursos de formación y contenidos sobre terapias complementarias.
- País: Chile
- Página web: <https://www.ohanichile.com/>

g) Doctoralia.cl

- Descripción general: sitio de origen español que disponibiliza una gran cantidad de información de profesionales del área de salud y centros médicos. El sitio entrega información de contacto de los profesionales como teléfonos, dirección, y además contiene un canal de mensaje online directo con el profesional para consultas. El sitio explicita que se verifica la experiencia de médico (colegiado). Además, el sitio contiene *reviews* y preguntas y respuestas públicas (preguntas al profesional).
- País: Multinacional (origen España)
- Página web: <https://www.doctoralia.es/>

h) losterapeutas.cl

- Descripción general: sitio y app recientemente lanzado que permite a usuarios buscar especialistas en terapias complementarias, reservar la cita y pagar online. Además, disponibiliza información sobre talleres y cursos relacionados con terapias complementarias y permite a los terapeutas compartir reflexiones y artículos para potenciar su marca personal.
- País: Chile
- Página web: <https://losterapeutas.app/>

Con la información recabada, se construyó el mapa competitivo de Zenda en relación a las funcionalidades y la oferta de valor de los sitios investigados. Logrando una

visualización simple de la posición de Zenda en relación a la competencia y cuáles son los elementos comunes y diferenciadores de cada uno. A continuación, en tabla 1-2 se presenta el resultado del mapa competitivo:

Tabla 1-2: Mapa competitivo Zenda

Característica/Empresa	Terapeutasdechile.cl	Creerzen.com	Terapiadelalma.org	guiaholistickier.com	registrodeterapeutas.com	ohanichile.com	doctoralia.cl	losterapeutas.cl	Zenda
Logo									
Países	Chile	Chile	Chile	Argentina	Chile	Chile	Global	Chile	Chile
Repositorio Información (Contenidos)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Directorio de Terapeutas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Permite Reservas Online	X	X	X	X	X	X	✓	✓	✓*
Permite Pago Online	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓*
Testimonios	X	X	✓	X	✓	✓	X	✓	✓*
Valoración de terapeutas	X	X	X	X	✓	X	✓	✓	✓*
Canal directo de dudas y respuestas con el terapeuta	X	X	X	X	X	X	✓	✓	✓*
Recomendaciones de Terapias IA	X	X	X	X	X	X	X	X	✓*
Certificación de Terapeutas	X	X	X	X	X	X	X	X	✓*
App terapeutas	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓*
Propuesta de valor:	Disponibilizar información de terapias complementarias (terapeutas, centros, terapias)	Disponibilizar información de terapias complementarias (terapeutas, centros, terapias)	Academia de terapias complementarias. Capacitación, talleres y charlas	Disponibilizar información de terapias complementarias (terapeutas, centros, terapias)	Disponibilizar información de terapias complementarias (terapeutas, centros, terapias). Entregar confianza al consultante a través de la valoración de terapeutas	Disponibilizar información del centro de terapias	Competidor líder en el mercado global. Visibilizar información, facilidad en la gestión y generación de confianza a través de la valoración de terapeutas, preguntas y respuestas abiertas	Solución similar a Zenda, aún no disponible	Zenda es una plataforma digital inteligente, que conecta a los pacientes con la terapia complementaria a su medida, resolviendo la problemática de la baja visibilidad, accesibilidad y de la falta de información en relación al mercado de las terapias complementarias, otorgando confianza y construyendo una comunidad entorno a este mundo.

### 4.1.3 Conclusiones

En relación a la competencia de Zenda, existen sitios que se enfocan en terapias complementarias, pero en general son informativos o de promoción, y no entregan una experiencia completa y de acompañamiento durante el proceso de búsqueda. No existe un sitio de terapias complementarias que visibilice terapeutas, permita reservar, pagar en línea, que integre inteligencia artificial para conectar a las personas con la mejor terapia y terapeuta, y que contenga un sistema de selección de terapeutas para generar confianza y seguridad en la calidad del servicio.

En Chile, considerando el volumen, el principal competidor es Terapeutas de Chile, sitio que principalmente es un repositorio de información de datos de contactos de terapeutas y no contiene ninguna funcionalidad adicional.

Adicionalmente, hay un sitio que fue lanzado en marzo del 2019 ([www.losterapeutas.cl](http://www.losterapeutas.cl)) el cual, al analizar la información promocionada, presenta varias similitudes con Zenda, dado que permite reservar y pagar online, además de promocionar a terapeutas de diferentes terapias complementarias. La principal diferencia con Zenda, es que no contiene un sistema de acreditación de terapeutas, por lo que no cuentan con requisitos mínimos de entrada para estos. Este punto es el que consideramos el principal valor y atributo diferenciador de Zenda, el cual se busca posicionar como *top of mind awareness*, transformándose en un sitio que genere confianza por la calidad de los terapeutas que se disponibilizan a través de la plataforma.

Dicho lo anterior, es interesante observar el modelo de Doctoralia ([www.doctoralia.cl](http://www.doctoralia.cl)), que si bien es un sitio con foco médico presente en varios países y con una gran base de especialistas, contiene muchas de las funcionalidades propuestas para Zenda. Por otro lado, este sitio logra resolver el tema de la confianza, agregando *reviews*, preguntas y respuestas públicas (preguntas al profesional) y avalando la experiencia de los profesionales que visibilizan.

En síntesis, Zenda contiene atributos diferenciadores en relación a la competencia, sin embargo, la relevancia de estos atributos y valor percibido por estos se complementará con el análisis y los resultados de la fase de testeo de la propuesta de valor tanto en terapeutas como en usuarios. Es por esto que en la fase siguiente se utiliza *analytics* para orientar y obtener *insights* que permitirán alimentar el ciclo de construir, medir y aprender en la construcción de la solución, incorporando la evidencia obtenida en los ajustes del diseño de la plataforma.

## 4.2 Testeo propuesta de valor

Con el objetivo de testear la propuesta de valor de Zenda y obtener *insights* que permitan mejorar la solución actual (MVP), se diseñaron e implementaron herramientas de medición para testear la propuesta de valor tanto en terapeutas como usuarios. Esta etapa permitió tener mayor claridad sobre el perfil de terapeutas y usuarios; identificar las necesidades latentes y analizar la percepción de si Zenda, a través de la solución propuesta, se hace cargo de los problemas “dolores” de ambos (terapeutas y usuarios). Además, la etapa de testeo permitió medir expectativas e identificar los atributos con mayor valoración para terapeutas y usuarios, de los cuales actualmente algunos son parte de la solución o se esperan incorporar en el mediano plazo. Igualmente, se evaluó la disposición a pago y el tipo cobro con mayor preferencia de terapeutas.

## 4.3 Metodología

Para el diseño de las herramientas de medición de la propuesta de valor, se definieron las siguientes etapas, las cuales tomaron en cuenta información recabada en diferentes referencias bibliográficas sobre el diseño de encuestas:

- a. Definición de tipo de encuesta a utilizar: se analizó el tipo de información que se requería obtener y medir, considerando el tiempo y los recursos con lo que se contaba. A partir de este análisis, se decidió por utilizar dos tipos de encuesta, una online para terapeutas y pacientes y otra presencial solo para terapeutas.
- b. Definición universo y muestra: una vez seleccionado el tipo de encuestas, se definió el universo (población a la cual serán aplicables las conclusiones de la encuesta), y luego el tamaño de la encuesta para cada caso (online y presencial). El universo para terapeutas se definió como: hombres y mujeres terapeutas complementarios de Chile (cualquier zona geográfica), que tienen presencia en medios digitales (redes sociales, directorios de terapeutas, páginas web, entre otros).
  - Para usuarios el universo se definió como: personas interesadas en terapias complementarias residentes de Chile, que asisten o han asistido a terapias complementarias. Según los resultados del estudio del Ministerio de Salud (2012), la proyección de la población actual que utiliza o ha utilizado las terapias complementarias sería de aproximadamente ocho millones de personas.

- Tamaño de la muestra: para la encuesta online aplicada se utilizó una base de datos de 400 terapeutas y de 200 usuarios contactados. En el caso de la encuesta presencial, la muestra alcanzó a 20 terapeutas.

c. Diseño del cuestionario: para el diseño del cuestionario, en una primera etapa se definió el alcance de la información que se buscaba obtener, para lo cual se construyó una lista preliminar de aspectos para ser explorados en los cuestionarios, los cuales se describen a continuación:

#### **Terapeutas:**

- Datos generales entrevistado: género, edad, nivel educacional, ocupación, formación en terapias complementarias, tipo de terapia que realiza, medios utilizados para darse a conocer, lugar donde realizan las terapias, tasa de ocupación.
- Valoración de funcionalidades de la plataforma: reserva, pago online, asesoría, *reviews*, recomendación terapia a la medida, validación de la formación del terapeuta.
- Identificación y valoración de posibles funcionalidades no consideradas de la plataforma.
- Testeo de disposición a pago y pack de servicios
- Tipo de pago (comisión o suscripción)
- Medir expectativas de los servicios que quieren obtener
- Obtener *insights* de terapeutas

#### **Usuarios:**

- Datos generales entrevistado: género, edad, nivel educacional, ocupación, terapias más utilizadas.
- Valoración de funcionalidades de la plataforma: reserva, pago online, asesoría, *reviews*, recomendación terapia a la medida, validación de la formación del terapeuta.
- Identificación y valoración de posibles funcionalidades no consideradas de la plataforma.
- Medir expectativas de los servicios que quieren obtener
- Obtener *insights* de pacientes

A partir de la información anterior se construyeron los cuestionarios online y presencial. Dependiendo de la pregunta (abierta o cerrada), del tipo de respuesta y la cantidad de alternativas a responder, se definió el formato de las preguntas: opción única, opción múltiple (1 respuesta o más de una); preguntas de rangos; preguntas abiertas. En anexo A se adjuntan el diseño de cuestionarios online de terapeutas y usuarios.

d. Aplicación encuesta: la aplicación de las encuestas se realizó en dos fases. La primera fue la aplicación de la encuesta online para terapeutas y usuarios, en una segunda fase se aplicó la encuesta presencial a través de entrevistas a terapeutas. En una etapa inicial se realizó una prueba piloto para identificar posibles errores o confusiones producto de preguntas mal planteadas. Este periodo de ajuste duró alrededor de 3 días, a partir de lo cual se realizaron modificaciones al cuestionario, corrigiendo algunas preguntas y alternativas de respuestas obteniendo el cuestionario final.

Terminado el periodo de ajuste, se envió la encuesta vía correo electrónico en el caso de los terapeutas a un a base de datos de 406 terapeutas (anexo B) y se compartió el link por WhatsApp a personas del target identificado para los usuarios. Además, se compartió el link de ambas encuestas por las redes sociales de Zenda (figuras 1-1 y 1-2).



Figura 1-1: Invitación a realizar encuesta para usuarios y terapeutas publicado en redes sociales de Zenda (Facebook e Instagram)

Queridos (as) Terapeutas, esperando que estén bien!!.  
 Les contamos que en Zenda nos encontramos mejorando nuestra propuesta de valor, queremos visibilizar el trabajo de ustedes, generar comunidad y poder ofrecer una mejor experiencia en nuestra plataforma de terapeutas y consultantes. Por esta razón queremos pedirles que por favor nos ayuden contestando una encuesta, no les llevará más de 3 minutos. Sortearemos una Gift Card Cencosud entre los que finalicen la encuesta.

Por favor, haga click en este link:

<https://www.EncuestaFacil.com/RespWeb/QN.aspx?PECO=ysxoxuapf0sdx55okf2yxen>

Contamos con su apoyo!!Un abrazo

Equipo Zenda

Figura 1-2: Invitación a realizar encuesta para terapeutas enviada por correo electrónico.

e. Análisis y procesamiento de datos: a partir de los resultados de las encuestas realizadas, se procedió a procesar los datos obtenidos y a analizarlos, para lo cual se contemplaron los siguientes pasos:

- Codificación de respuestas abiertas
- Elaboración de gráficas de frecuencia y porcentajes
- Generación de estadísticas
- Desagregación de datos y análisis

#### 4.3.1 Resultados testeo

##### Análisis Encuesta Online Usuarios

El siguiente análisis de la encuesta realizada por Zenda considera todas las respuestas obtenidas hasta el 29 de mayo de 2019. Los encuestados fueron los considerados potenciales o actuales usuarios de Zenda, es decir, que utilizan o han utilizado terapias complementarias. Del total de encuestas enviadas, se abrieron 87, de las cuales se comenzaron a contestar 71, y terminaron de contestar 58.

De las 58 encuestas contestadas, y finalizadas, podemos ver que el 83,1% de los usuarios que respondieron la encuesta son de género femenino y un 16,9% de género masculino (Figura 1-3):

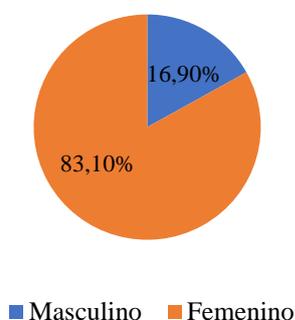


Figura 1-3: Distribución (%) de género de usuarios.

Con respecto al rango de edad de los usuarios que respondieron la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados se encuentran entre **26 y 45 años** (Figura 1-4), lo que nos ayuda a definir un público objetivo de personas que podrían interactuar más con la plataforma. Además, este rango etario es coincidente con el segmento de personas que más compras online realizan (Chile País Digital,2018).

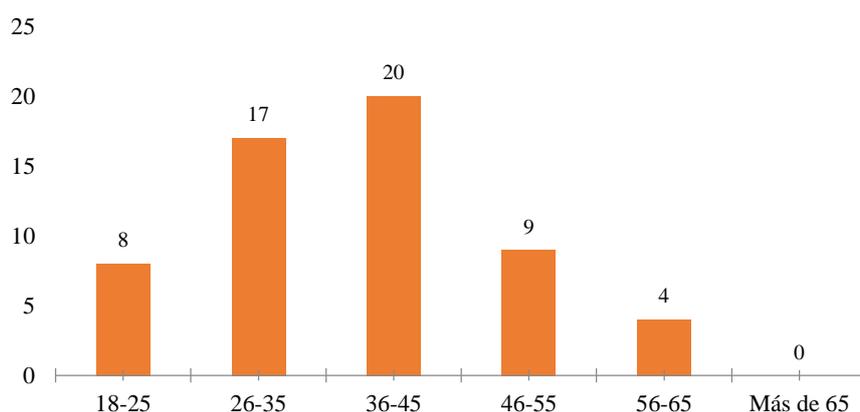
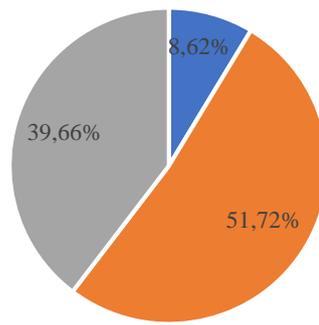


Figura 1-4: Rango de edad.

Siguiendo con el análisis del perfil del usuario, podemos concluir que el perfil del usuario es alguien que, al menos, comenzó estudios universitarios y/o de postgrado, que vive mayoritariamente en la Región Metropolitana, principalmente en el **sector oriente** (Figura: 1-5,1-6 y 1-7). Este último dato puede verse afectado por las redes de contacto de las integrantes del equipo al momento de solicitar respuesta a las encuestas. Una vez que la plataforma comience a operar en otras zonas del país, se espera repetir la encuesta para obtener información con respecto al usuario desde una muestra más amplia.



■ Media Completa ■ Universitaria Incompleta o Completa ■ Postgrado Incompleto o Completo

Figura 1-5: Nivel educacional.

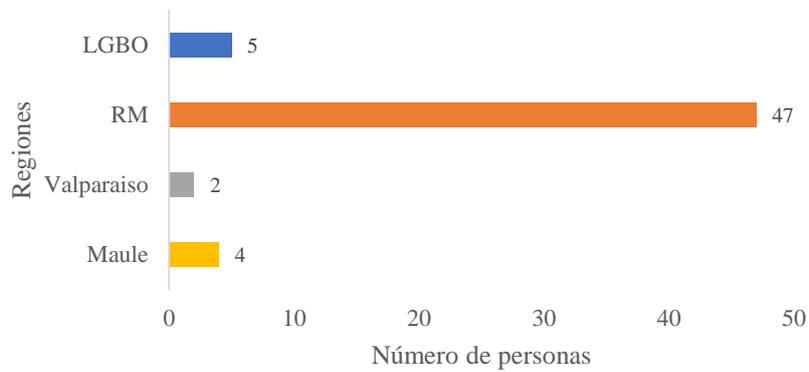


Figura 1-6: Región de residencia.

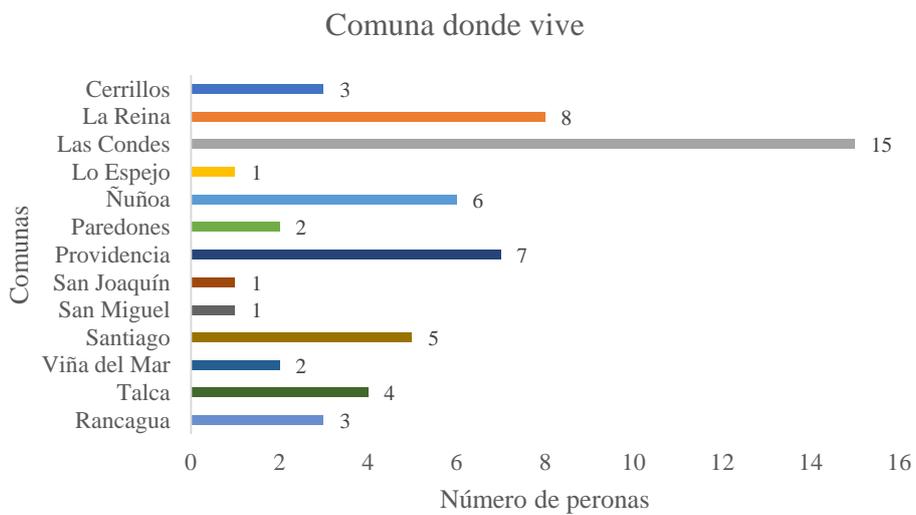


Figura 1-7: Comuna de residencia.

A continuación, veremos algunas respuestas con respecto a la interacción de los usuarios con la plataforma, y los distintos comentarios hacia la misma.

En primer lugar, respecto a la Frecuencia del Uso de Terapias Complementarias (TC), la gran parte de los posibles usuarios utilizan las terapias complementarias mayoritariamente **dos o tres veces al año** (Figura 1-8), por lo tanto, utilizarían la plataforma con similar frecuencia si se mantiene este nivel en la demanda. Esto último nos confirma la necesidad de un n°de usuarios elevado para que el negocio sea económicamente sostenible.

:

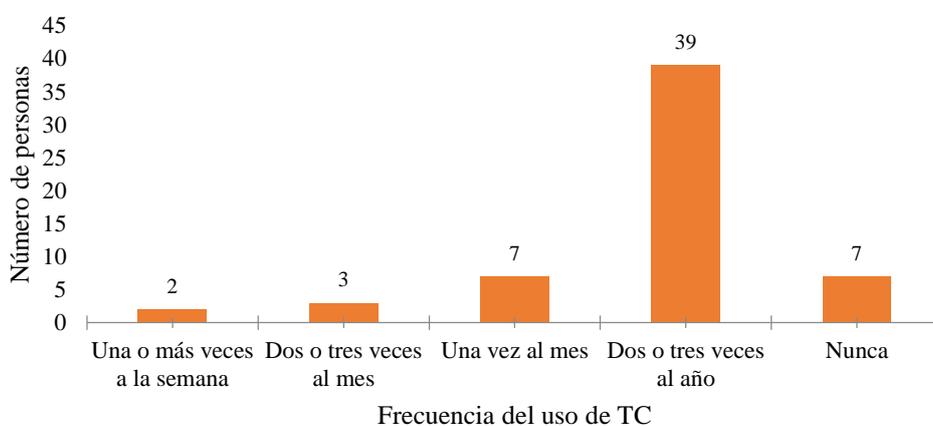


Figura 1-8: Frecuencia uso terapias complementarias.

Con respecto al uso de la plataforma, el **81,03%** de los encuestados contestó que **Nunca ha utilizado Zenda** para conocer a un terapeuta. Por otro lado, el **18,97%** de los encuestados contestó que **ha utilizado Zenda una (1) vez** para conocer a un terapeuta, y ninguno ha utilizado la plataforma más de una vez (Figura 1-9).

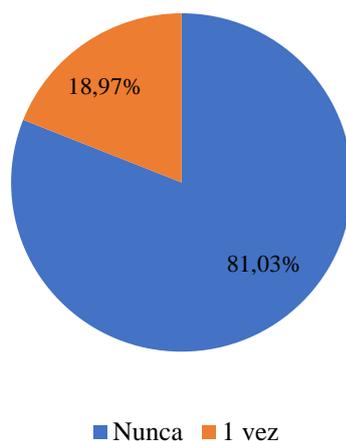


Figura 1-9: Uso de la plataforma Zenda para conocer a un terapeuta.

En cuanto a la opinión que tienen los usuarios con respecto a Zenda podemos observar que más del **84%** opina que Zenda es o **Interesante o Muy Interesante** (Figura 1-10), lo cual es un dato que permite avanzar en la validación de la propuesta de valor de la plataforma (en la encuesta enviada se les invitaba a ingresar a la plataforma):

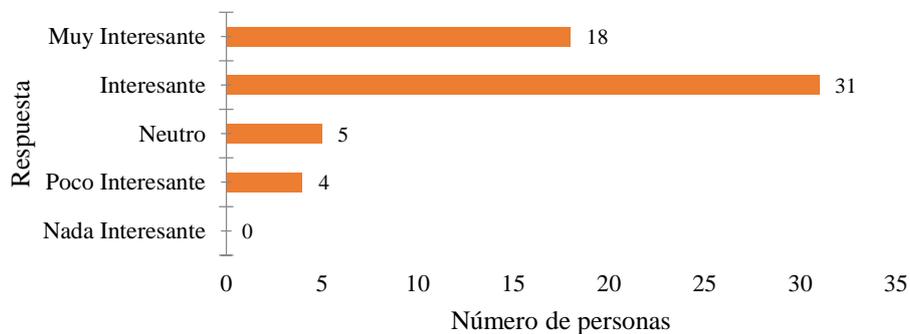


Figura 1-10. Opinión sobre Zenda.

Dentro de la misma línea, la encuesta mostró que más del **79,31%** utilizaría Zenda, ya sea ahora o en otro momento, mientras que el **13,79%** contestó que **No lo usaría** (Figura 1-11). Las razones principales por las cuales no utilizarían la plataforma son: porque **No lo necesita**, o porque es **Difícil de usar**.

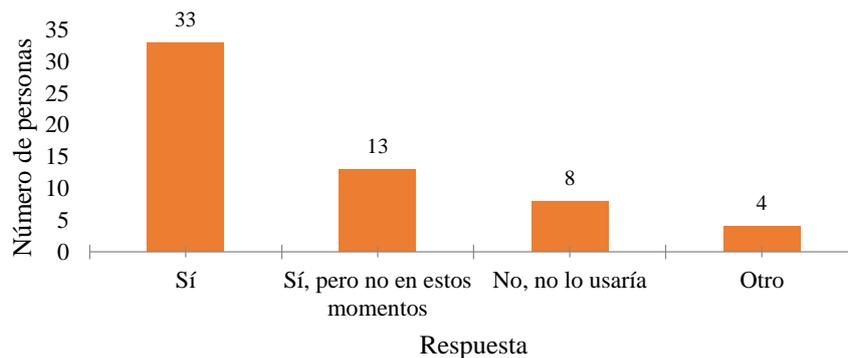


Figura 1-11: Intención de uso de plataforma Zenda.

Analizando la competencia, o lo que conocen los usuarios como competencia, los resultados al comparar distintas plataformas fue que más del **65,86%** de los encuestados considera Zenda **mejor que las actuales soluciones**. Sin embargo, cabe destacar que un **12,07%** de los encuestados considera la plataforma **más o menos igual a la competencia** (Figura 1-12).

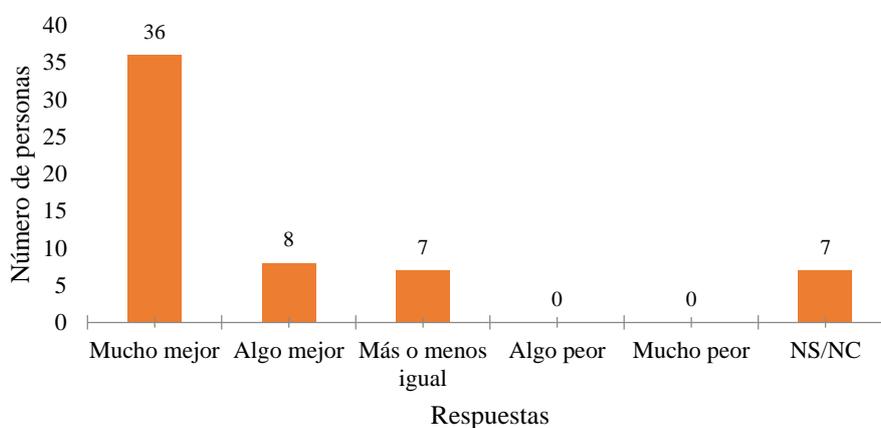


Figura 1-12: Valoración de Zenda en comparación con otras plataformas.

En cuanto al pago por esta solución y al agendamiento de una terapia a través de Zenda, podemos ver que más del 81% de los encuestados usaría, o probablemente usaría Zenda para reservar y pagar por una terapia complementaria. Un 13,79% probablemente no utilizaría la plataforma y sólo un 5,17% seguro no la usaría (Figura 1-13).

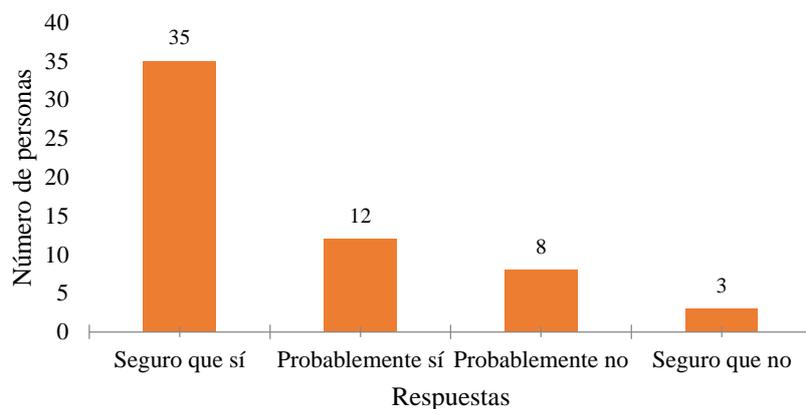


Figura 1-13: Intención de uso de plataforma Zenda para agendar y pagar una Terapia.

En cuanto a las recomendaciones, los resultados muestran que el **87,93%** recomendaría Zenda, mientras que el **12,07%** no lo haría.

Ahora analizaremos los aspectos que diferencian a Zenda de otras plataformas existentes, y la valoración y grado de importancia de distintas características que ofrece, u ofrecerá la plataforma por parte de los usuarios. Del gráfico siguiente (Figura 1-14), podemos observar que la gran mayoría considera que Zenda, en la versión de MVP, **Entrega información relevante y Ahorra tiempo**. Sólo el 10% considera que no han visto nada parecido y un 6,9% que la plataforma da confianza. Además, el **8,62% considera que Zenda Es Necesario**. Esto último es muy importante, ya que ayuda a definir si es que Zenda es una plataforma que ataca realmente un dolor, o si se debe entregar como una plataforma “*Nice to Have*”.



Figura 1-14: Aspectos que atraen de Zenda.

En cuanto al grado de importancia de las distintas características de la plataforma. De los datos observados en el cuadro I-1, podemos concluir que, para los usuarios, en su mayoría, les es **Muy Importante e Importante** que la plataforma entregue **Recomendaciones de Terapeutas, y Acceso a información completa del terapeuta**. Por otro lado, también es crítico el **Acceso a medios de verificación de la formación del terapeuta**. Todas estas características fueron indicadas como Muy Importantes e Importantes por más del 90% de los usuarios que respondieron la encuesta. Por el contrario, las **Recomendaciones según necesidades** no se encuentran dentro de las principales necesidades de los usuarios, por lo que podemos concluir que el uso de Inteligencia Artificial o *Machine Learning* para recomendaciones según necesidades no es algo que se debe encontrar dentro de las prioridades actuales de Zenda. Finalmente, el pago y reserva online, son elementos menos prioritarios para los usuarios.

Tabla 1-3: Valoración de la importancia de características de debiese tener la plataforma Zenda

Grado de importancia	Muy Importante	Importante	No Demasiado Importante	Nada Importante
Reserva Online	16	31	11	0
Pago Online	13	29	16	0
Recomendaciones de terapeutas	35	23	0	0
Recomendaciones según necesidades	13	23	22	0
Acceso a información completa del terapeuta	36	22	0	0
Acceso a medios de verificación de la formación del terapeuta	22	32	4	0

En cuanto a la forma en la que les gustaría recibir información sobre el servicio, la encuesta arroja que las prioridades para publicitar el servicio deben ser: **Redes Sociales**,

y luego **Correo electrónico** (Figura 1-15). Estos resultados van en línea con las estrategias de marketing digital que está haciendo Zenda actualmente.

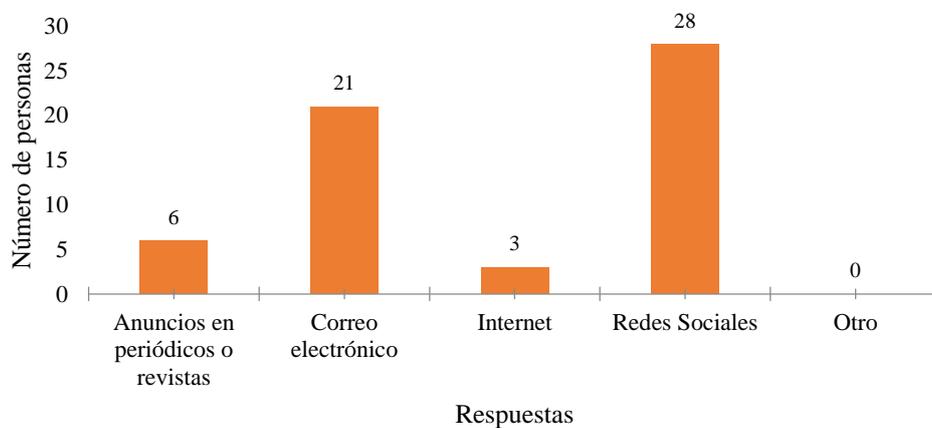


Figura 1-15: Preferencia de medios para recibir información sobre plataforma.

Finalmente, en preguntas abiertas, algunos usuarios entregaron algunos comentarios o sugerencias, dentro de las cuales encontramos las siguientes:

- “Agregar más detalles de las terapias (en qué consisten, y qué esperar de la misma)”
- “Agregar masajes dentro de la plataforma”
- “Hay muchos tipos de terapias, lo cual confunde”
- “Debiesen filtrar a los terapeutas que publican”
- “Agregar los diplomas y certificados de la formación de los terapeutas”
- Debiese ser más amigable, fácil de navegar. No hay filtros en la plataforma.

### **Análisis Encuesta Online Terapeutas**

El siguiente análisis de la encuesta realizada por Zenda considera todas las respuestas obtenidas hasta el 29 de mayo de 2019. Los encuestados fueron los considerados terapeutas o potenciales terapeutas de Zenda, es decir, que entregan o entregarían sus servicios a través de la plataforma. En este segmento, se abrieron 84 encuestas, de las cuales se comenzaron a contestar 52, y terminaron de contestar 36. Cabe destacar, que los

terapeutas que finalizaron su encuesta, en su mayoría correspondieron a terapeutas que son parte de la versión MVP de la plataforma.

De las 52 encuestas contestadas, la distribución es de **90,38%** son de género **femenino**, y sólo el **9,62%** son de género **masculino** (Figura 1-16).

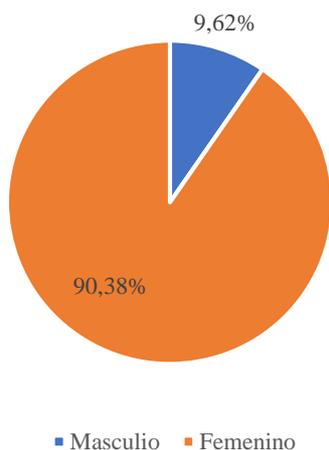


Figura 1-16: Distribución (%) de Género Terapeutas.

Con respecto al rango de edad de los terapeutas que respondieron la encuesta, podemos observar que, la gran mayoría de los terapeutas, se encuentran en un rango que va desde los **26 a los 45 años** (Figura 1-17), de la misma forma en que se distribuyen los **potenciales usuarios** de Zenda.

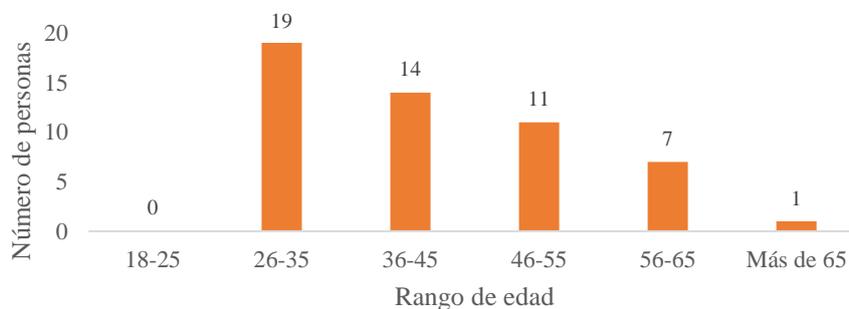


Figura 1-17: Rango de edad.

Siguiendo con el análisis del perfil del terapeuta, podemos ver que la mayoría presenta nivel educacional Universitario (Figura 1-18). Por otro lado, a diferencia de las respuestas de los usuarios, la muestra de terapeutas presenta mayor variabilidad en relación a la región de procedencia (Figura 1-19), lo que permite a la administración de Zenda tomar mejores decisiones.

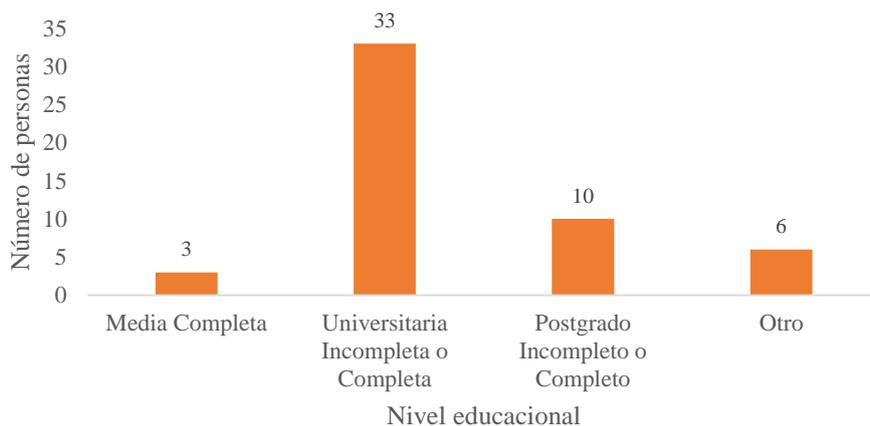


Figura 1-18: Nivel educacional.

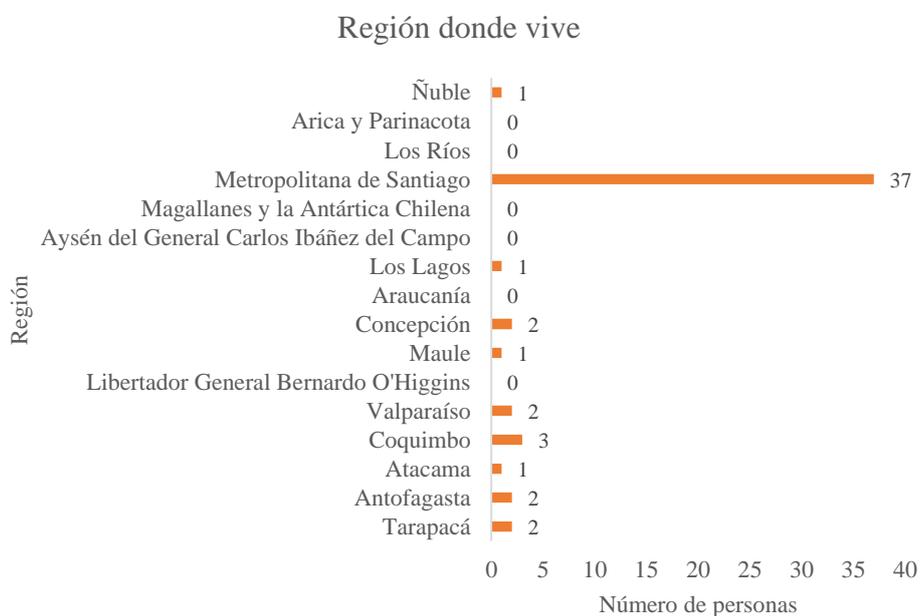


Figura 1-19: Región de residencia.

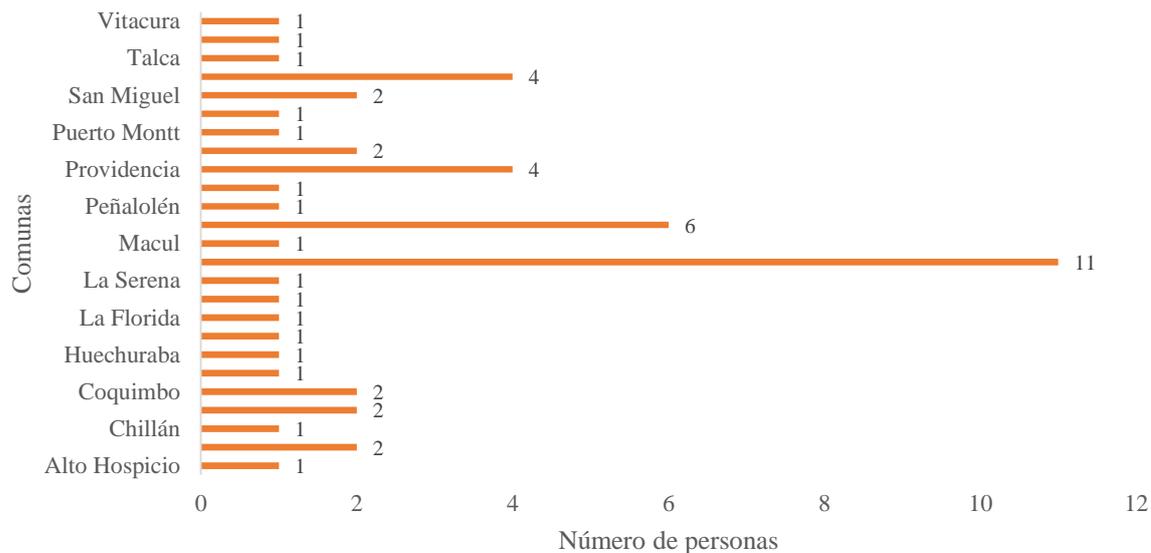


Figura 1-20: Comuna de residencia.

Con respecto a las terapias complementarias que realizan los terapeutas, podemos ver cuáles son las más realizadas por ellos (Tabla 1-4): De donde se infiere que las principales terapias realizadas son **Reiki** y **Terapias Florales**. Sin embargo, es importante que Zenda entregue **espacio al resto de las Terapias**, dado que también son utilizadas por nuestros usuarios. No obstante, como se profundizará en el capítulo “Sistema de acreditación de formación de terapeutas”, Zenda se concentrará, en un inicio, sólo en 9 terapias.

Tabla I-4: Terapias realizadas.

Terapias/Posiciones	1	2	3	4	5
<b>Reiki</b>	24	5	1	0	0
<b>Cristaloterapia</b>	5	3	0	1	0
<b>Astrología</b>	5	2	2	0	0
<b>Acupuntura</b>	1	2	0	0	0
<b>Terapia Floral</b>	10	5	6	0	2
<b>Biomagnetismo</b>	0	4	1	0	0
<b>Constelaciones familiares</b>	1	3	3	2	0
<b>Nutrición ayurvédica</b>	1	1	1	0	1
<b>Mindfulness</b>	3	2	1	1	0

Con respecto a los **Años de Experiencia** (Figura 1-12) de los encuestados, la gran mayoría tiene **5 o más años de experiencia** en el rubro, lo que muestra un público experimentado para ofrecer terapias complementarias a los usuarios, como muestra la siguiente gráfica.

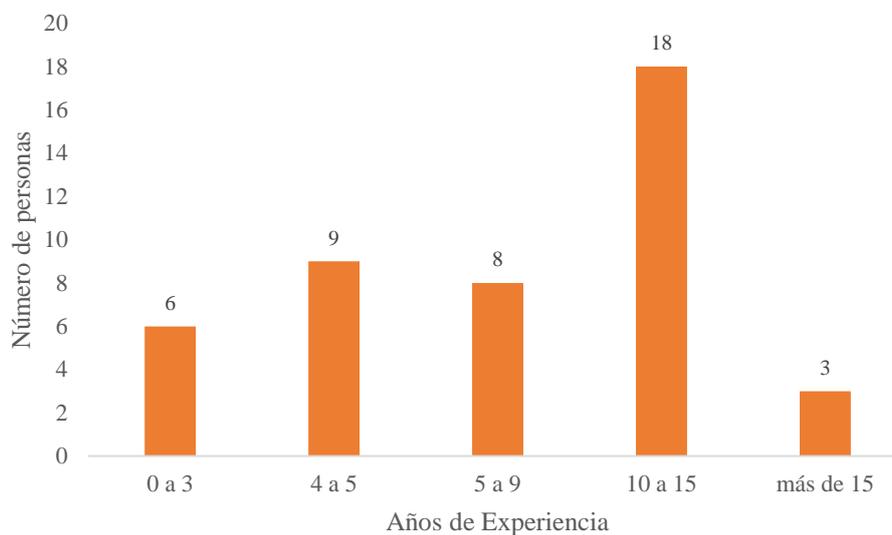


Figura 1-21: Años de experiencia realizado terapias complementarias.

En cuanto a la forma en la que se dan a conocer los Terapeutas (Figura 1-22), podemos observar que las principales formas que utilizan los terapeutas para darse a conocer son **Instagram** y **Facebook** (Redes Sociales). Esto está alineado con los medios que utilizan los **usuarios** para buscar terapias complementarias, por lo que Zenda debe tener una estrategia publicitaria que permita conectar a ambos.

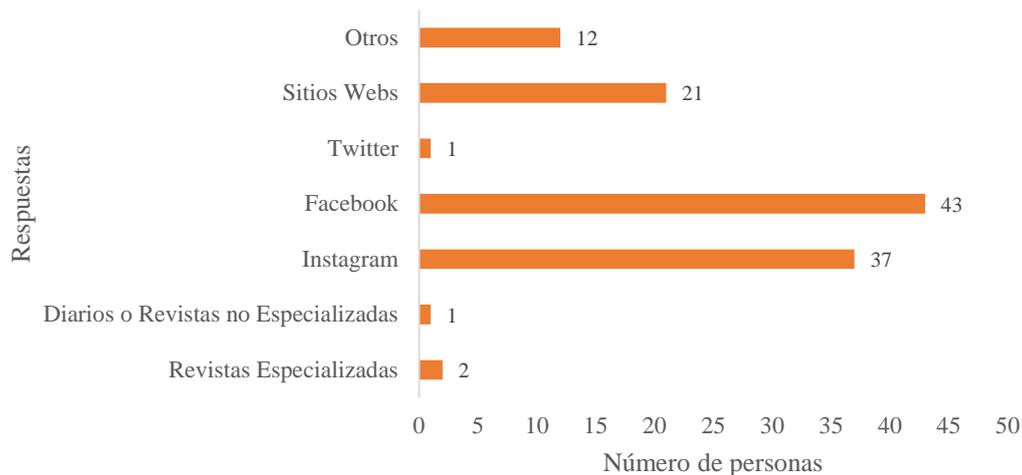


Figura 1-22: Métodos para darse a conocer.

Así mismo, analizando más en detalle la forma y el lugar que utilizan los terapeutas para ofrecer sus terapias, resulta que los principales lugares para atender son **Consultas Particulares, Centros de Terapias, o Casas Particulares** (Figura 1-23). Adicionalmente, algunos terapeutas atienden a domicilio.

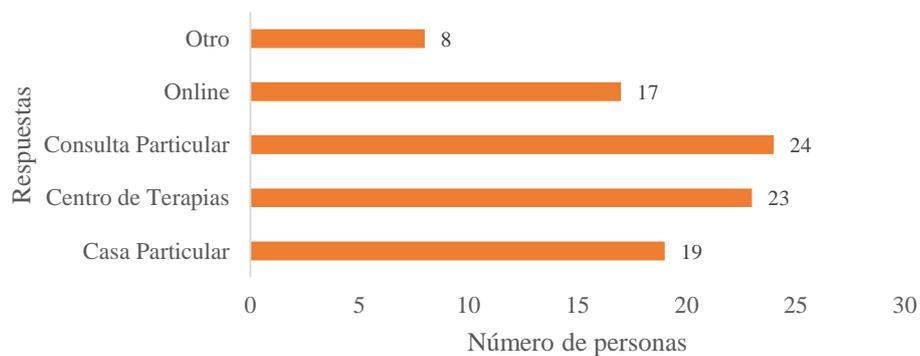


Figura 1-23: Forma y lugar utilizado para ofrecer terapias complementarias.

En cuanto a la tasa de ocupación (Figura 1-24), vemos que la gran mayoría de los terapeutas se dedica a tiempo completo (**36,54%**) a las terapias complementarias; un 25% atiende **3 veces por semana**; un 17,31% atiende **2 veces por semana**; y un 11,54% atiende **menos de dos veces por semana**. Adicionalmente, un 9,62% atiende **media jornada** (en las tardes, o en las mañanas).

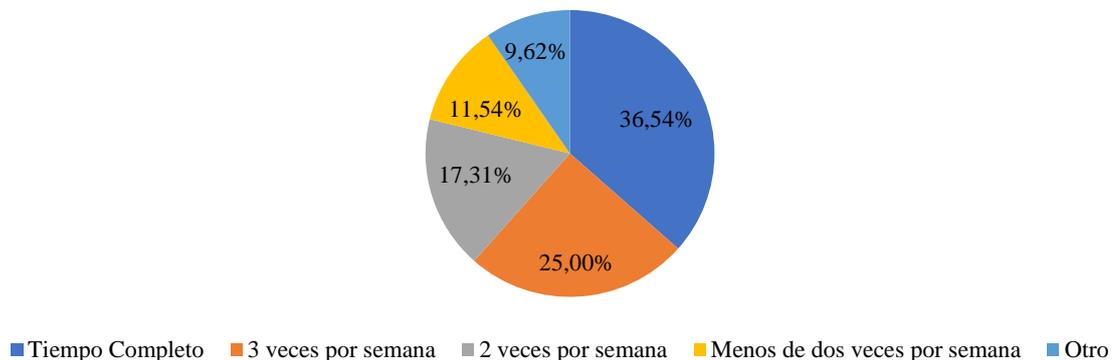


Figura 1-24: Tasa de ocupación por semana.

Adicionalmente, en relación al promedio de pacientes atendidos por terapeuta por semana, la gran mayoría (71,15%) atiende entre 0-10 pacientes por semana (Figura 1-25).

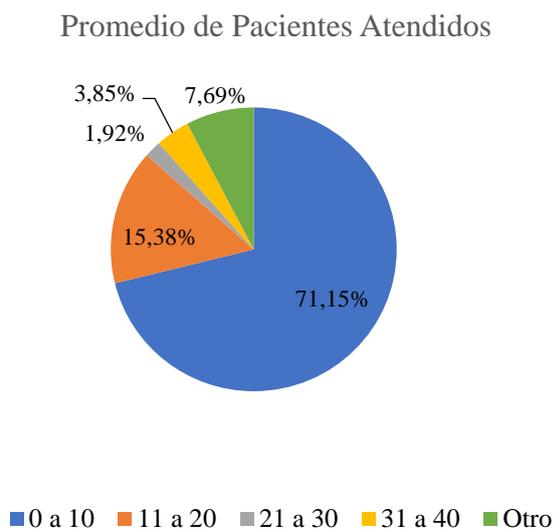


Figura 1-25: Promedio de pacientes atendidos a la semana.

Con respecto a la opinión que tienen los terapeutas de Zenda (de la plataforma actual en versión MVP), podemos observar que la gran mayoría considera a Zenda **Interesante o Muy Interesante** (78,95%), mientras que sólo un 5,26% considera a Zenda **Poco Interesante** (Figura 1-26). Esto entrega validación a la plataforma y las necesidades que tienen los Terapeutas.

### Qué opinas de Zenda

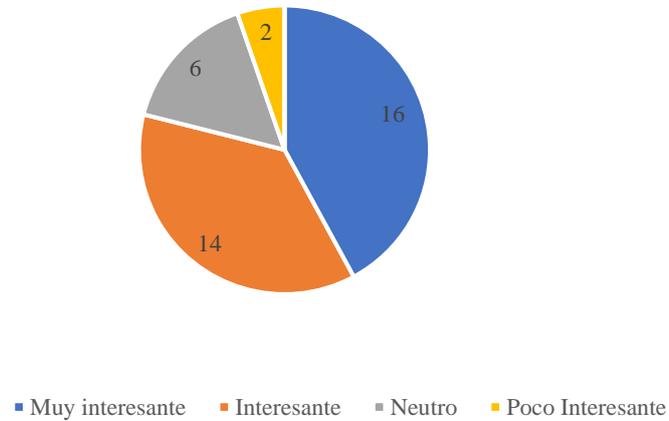


Figura 1-26: Opinión de Zenda.

Con respecto a las razones por las cuales comentaron lo anterior, la encuesta arrojó que el 55,56% tiene una buena opinión de Zenda debido a que es una plataforma que les entrega **Publicidad** (visibilidad) para poder adquirir más clientes. Otro factor importante es la **formación y visibilización de información que los usuarios desconocen** con respecto a las terapias complementarias (11,11%) (Figura 1-27).

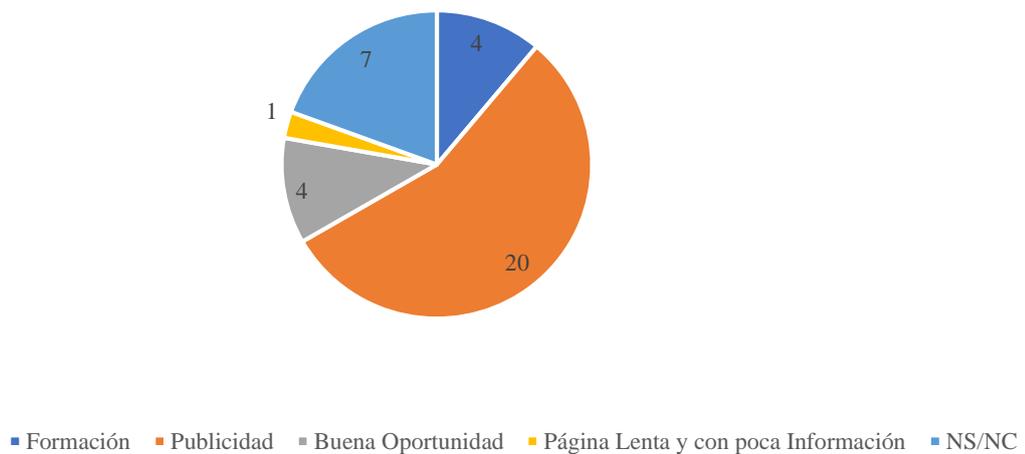


Figura 1-27: Razones por la cual el terapeuta mencionó lo señalado en la pregunta: opinión de Zenda.

Adicionalmente, la encuesta recoge información con respecto a las mejoras que le haría a la plataforma (Figura 1-28), donde se extrae que, lo que más buscan los Terapeutas, es **aumentar la cobertura o promoción de sus servicios** (47,06%). Adicionalmente, algunos Terapeutas piden que se **explique de mejor manera la plataforma** (20,59%).

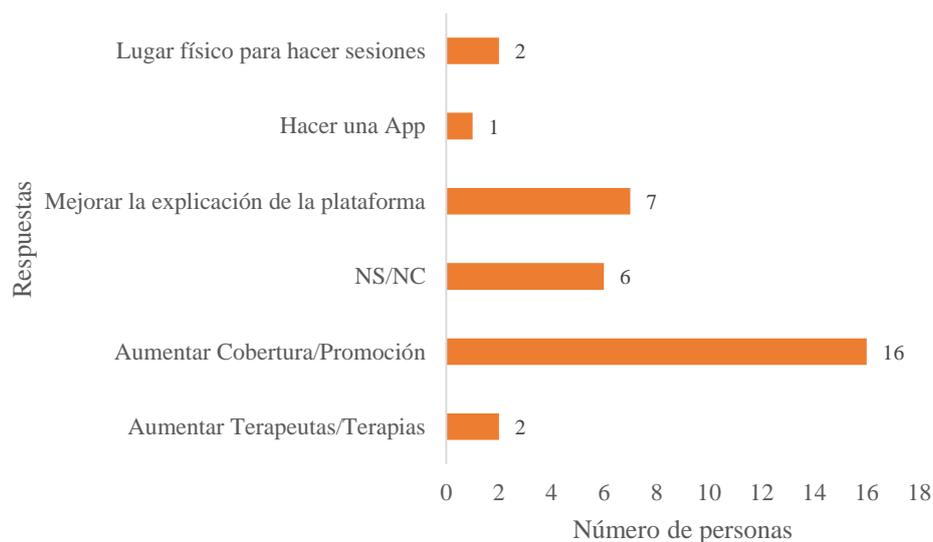


Figura 1-28: Aspectos a mejorar de la plataforma Zenda (versión MVP)

Adicionalmente, se les solicitó a los Terapeutas su opinión con respecto a las funcionalidades de Zenda, y su grado de importancia. Según lo que se infiere (Tabla 1-5), las características de Zenda más valoradas por los Terapeutas son: Publicidad en Redes Sociales, y ficha de Publicidad en RR.SS. (Gráfica). Esto va alineado con las necesidades que tienen los Terapeutas de aumentar su rango de exposición a nuevos pacientes, para aumentar el número consultas y, por consiguiente, sus ingresos.

En cuanto a la forma de pago de los Terapeutas a Zenda, el **80,56%** prefiere un pago por **Comisión por Ventas**, mientras que el **19,44%** prefiere un pago por **Plan Fijo Mensual/Trimestral**. La encuesta online no revela la disposición a pagar en % de comisión, ni en Plan Fijo Mensual/Trimestral.

En relación a la recomendación de Zenda a otros terapeutas, el 97,22% de los encuestados mencionaron que, si lo harían, y sólo un 2,78% no lo haría. Lo cual parece confirmar la validación de la propuesta de valor de Zenda por parte de los Terapeutas.

Tabla 1-5: Valoración funcionalidades plataforma Zenda.

Ofrece Zenda	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante		Me es indiferente
Que los clientes puedan reservar online	29	6	0	0		1
Que las reservas se sincronicen con tu agenda	29	6	1	0		0
Que los clientes puedan pagar online	26	8	1	1		1
Visibilización de perfil completo	26	9	0	1		0
Ficha de publicidad en Redes Sociales (gráfica)	30	4	1	0		1
Publicidad en Redes Sociales (Facebook e Instagram)	34	2	0	0		0
Set de Fotos Profesionales	15	13	6	1		1
Realización mini videos profesionales	18	8	8	2		0
Tener acceso a espacios/box para realizar consultas	19	9	6	0		2

Finalmente, se les solicitó a los terapeutas comentarios finales con respecto a la plataforma (Figura 1-29), cuyas respuestas abiertas se codificaron y se clasificaron, arrojando lo siguiente: el 32% de los encuestados están **muy agradecidos** (“Gracias por la iniciativa”, “Gracias Zenda”, “gracias!”, “Todo excelente”, ”Ánimo!”, “Sólo agradecer”, entre otros) por las gestiones que están haciendo desde Zenda, un 16% quisiera tener la **opción de agregar más terapias**, un 8% espera con ansias el **Lanzamiento de la plataforma**, un 4% quisiera contar con una **App para realizar las gestiones**, y un 4% quisiera tener un **lugar físico** que pudieran arrendar para poder realizar sus terapias complementarias.

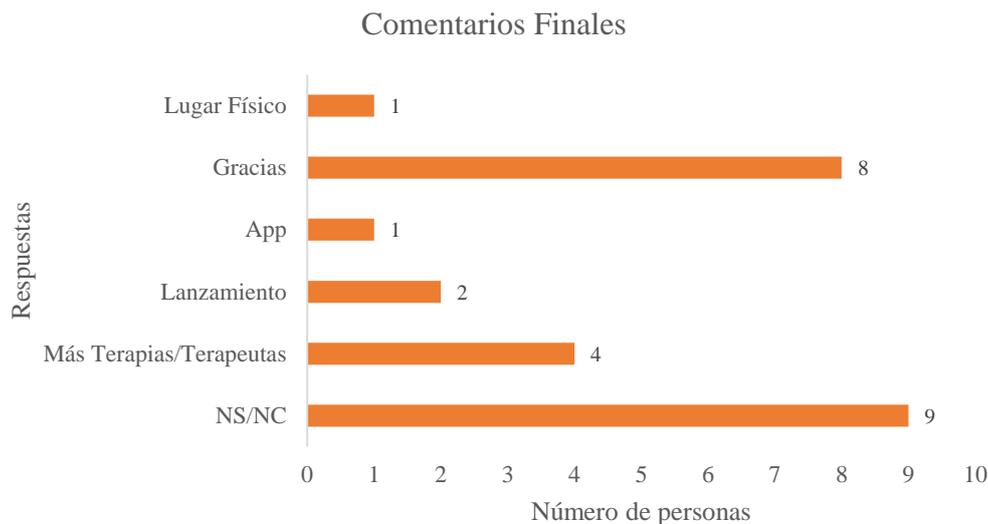


Figura 1-29: Comentarios finales clasificados.

### **Análisis Encuesta Presencial Terapeutas**

Se entrevistaron a 8 terapeutas (ver anexo 3 listado de terapeutas entrevistados) a fin de complementar los resultados de la encuesta online e identificar *insights* relevantes o aspectos no considerados en la propuesta de valor de Zenda.

Lo que se busca en este capítulo es poder probar o refutar la hipótesis de que la propuesta de valor de Zenda es valorada por los terapeutas y que contribuye a resolver los principales “dolores” que presenta este rubro. Se busca medir los resultados y tomar decisiones basadas en esta herramienta que permitan recopilar información sobre la viabilidad de esta idea de negocio que está en fase de MVP, antes de tomar la decisión de invertir. Lo anteriormente descrito, se basó en los principios utilizados en el artículo académico de Camuffo *et al.* (2017).

Las entrevistas a terapeutas utilizaron un formato semi estructurado de preguntas abiertas para conducir a una conversación, la que luego a partir de un análisis cuantitativo y cualitativo (análisis cuantitativo, para respuestas cerradas, y análisis cualitativo, considerando codificación, para respuestas abiertas) se analizaron los resultados obtenidos.

Las preguntas que se les hicieron a los terapeutas fueron las siguientes:

- ¿Qué aspectos consideras más importantes a la hora de decidir sumarte a un sitio web que disponibilice información sobre la terapia que ofreces?
- ¿Conoces algún sitio similar?

Los resultados se muestran en tabla 1-6 y tabla 1-7.

Tabla 1-6: Respuestas a pregunta ¿Qué aspectos consideras más importantes a la hora de decidir sumarte a un sitio web que disponibilice información sobre la terapia que ofreces?

	N° de respuestas	%	Palabras/frases coincidentes
<b>Aumentar la Publicidad</b>	8	100%	“mayor visibilización”, “más promoción”, “que nos ayuden a llegar a más personas”, “más exposición”, “no sé cómo manejar las RRSS y no tengo tiempo para darme a conocer, necesito que me ayuden a hacerlo”
<b>Aumentar Ventas</b>	8	100%	“que me permita captar más pacientes”, “aumentar mis ingresos”, “vender más terapias”
<b>Gestión de pago y reserva</b>	4	50%	“reservar online”, “que tengamos una App para que nuestros pacientes reserven y paguen, y podamos administrar nuestra agenda”, “que los pacientes paguen a través del sitio y así no cobrarles nosotros”, “que paguen por anticipado por la plataforma”
<b>Que entregue información sobre terapias</b>	6	75%	“que sea educativo sobre terapias”, “que le enseñe a la gente que hacemos”, “que promueva los beneficios de las terapias”
<b>Comunidad</b>	5	63%	“Que permita conectarse con pacientes de todas partes”, “que podamos conocer a otros terapeutas”, “que podamos construir una red entre todos”
<b>Confianza</b>	6	75%	“Se requiere un sitio seguro”, “debieran filtrar a los terapeutas que disponibilizan”, “me fijé en los que están en la plataforma no tienen la experiencia suficiente”, “Debieran aceptar sólo a terapeutas que hayan estudiado en lugares confiables, si no la gente no se atreverá a reservar por la plataforma”
<b>Espacio Físico</b>	2	25%	“Debieran abrir un centro y arrendar box para realizar terapias”

Tabla I-7: Respuestas a pregunta ¿Conoces algún sitio similar?

Respuesta	N° de respuestas	%	Palabras/frases coincidentes
No	7	87,5%	“Igual no, hay sitios donde podemos publicar pero no se puede reservar ni pagar online”, “si logran tener sólo buenos terapeutas, no se parecerán a ningún otro”, “hay muchas páginas web relacionadas, pero ninguna ha podido posicionarse bien”
Si	1	12,50%	“Si, hay uno nuevo que es bien parecido y tiene una app”

### 4.2.3 Conclusiones

Una vez finalizado el análisis de ambas encuestas, podemos concluir que la plataforma genera interés por parte de usuarios y terapeutas.

Las condiciones que debe tener la plataforma, en orden de importancia, para que Zenda tenga una propuesta de valor atractiva y resuelva los principales “dolores” de los terapeutas son:

- Que la plataforma principalmente sea una herramienta de visibilidad para ellos y los servicios que ofrecen
- Que les permita aumentar su exposición para captar más pacientes y de esta manera mejorar sus ingresos
- Que entregue información sobre terapias complementarias “educando a usuarios sobre los beneficios de las terapias”
- Que les ayude a gestionar el pago y coordinar su agenda
- Que les permita construir comunidad
- Que sea un sitio confiable, que promocióne buenos terapeutas

Por otra parte, los resultados que revela la encuesta realizada a los usuarios es que la plataforma podría transformarse en un medio utilizado frecuentemente por ellos siempre y cuando se cumpla lo siguiente:

- Que sean un sitio confiable, con buenos terapeutas
- Que disponibilice información sobre terapias y que los oriente sobre qué terapia es la que necesitan
- Que se pueda acceder a información completa del terapeuta y validación de su formación

- Que puedan reservar y pagar online

A raíz de los resultados, se rediseñó la propuesta de valor abordando las condiciones antes mencionadas tanto para terapeutas como usuarios, dado que los atributos de mayor valoración no son necesariamente coincidentes. La nueva propuesta de valor se describe a continuación:

**Terapeutas:**

Zenda es una plataforma digital que permite promocionar terapeutas acreditados y las terapias complementarias que ofrecen para llegar a mayor cantidad de usuarios. Además, se puede reservar y pagar online, lo que facilita la gestión y coordinación de los terapeutas con sus usuarios.

**Usuarios:**

Zenda es una plataforma digital que conecta a consultantes con la terapia complementaria a su medida. En ella tienen información completa de terapias y terapeutas, los cuales deben cumplir estándares de calidad para poder ser parte de la plataforma. Además, la plataforma permite realizar la reserva y el pago online.

Para abordar lo anterior, Zenda debe orientar sus esfuerzos hacia la captación de nuevos y buenos terapeutas, la mejora de la plataforma, y ampliar su cobertura. En términos tecnológicos, la encuesta revela que, si bien el uso de una aplicación es considerablemente más cómodo para los actores involucrados, no es una prioridad ni algo que quisieran ver en el corto plazo. Por lo mismo, los esfuerzos en este ámbito deben estar enfocados a contar con una plataforma que permita agendar, realizar pagos, y ver una amplia gama de opciones, descripciones, y recomendaciones. En particular, los requisitos tecnológicos de la plataforma se profundizan en Génnero (2019).

Por último, para los usuarios es muy importante que la plataforma entregue recomendaciones de terapeutas, y acceso a información completa del terapeuta. Según los resultados de la encuesta, Zenda debe ser una plataforma que genere confianza tanto a usuarios como terapeutas, garantizando el cumplimiento de estándares mínimos en formación y experiencia de los terapeutas que son parte de la plataforma. Este elemento se debe abordar en la Guzmán (2019), en específico lo relacionado con el diseño de una estrategia comunicacional que transmita la confianza al usuario, por ejemplo: definir los elementos que se mostrarán del perfil y la formación del terapeuta; si se contará con un sello de acreditación, entre otros elementos a considerar.

## **5. SISTEMA DE ACREDITACIÓN DE FORMACIÓN DE TERAPEUTAS**

La generación de confianza es una de las características claves evaluadas por los usuarios y potenciales usuarios de Zenda. Para esto se requiere diseñar un sistema que permita garantizar la calidad y la utilización adecuada de las terapias complementarias que se disponibilizan a través de la plataforma Zenda.

Adicionalmente, dado que la reglamentación sobre las terapias complementarias en Chile se encuentra en etapas iniciales, y sólo algunas terapias, como la acupuntura, cuentan con normativa que regule del uso de la práctica, los productos y profesionales que la imparten, en este capítulo se realizará una investigación del estado del arte, a fin de establecer requisitos mínimos de entrada para los terapeutas que se disponibilicen a través de Zenda. El objetivo específico de esta unidad es diseñar un sistema de acreditación de formación de terapeutas, con el propósito que Zenda genere confianza y sea un promotor de la seguridad y calidad de la práctica y uso de las terapias complementarias).

### **5.1 Estado del Arte**

En este capítulo, se aborda la normativa internacional y nacional que regula las terapias complementarias (marco legal). Adicionalmente, se realiza una investigación que incorpora información tanto de fuentes secundarias como primarias, sobre los estándares de calidad internacional y nacional para las diferentes terapias que Zenda disponibiliza a través de su sitio. Finalmente, se realiza un análisis de los centros de formación e institutos de terapias complementarias existentes en Chile, con énfasis en la malla de estudios, duración y certificaciones que garanticen la calidad de la formación de los terapeutas que egresan de estos centros.

#### **a) Organización Mundial de la Salud (OMS)**

La OMS (Organización Mundial de la Salud, 2019) incorpora a las terapias complementarias/alternativas en la definición de medicina tradicional y medicina complementaria indicando lo siguiente:

“La medicina tradicional tiene una larga historia. Es la suma total de los conocimientos, capacidades y prácticas basados en las teorías, creencias y experiencias propias de diferentes culturas, bien sean explicables o no, utilizadas para mantener la salud y prevenir, diagnosticar, mejorar o tratar enfermedades físicas y mentales”

Los términos “medicina complementaria” o “medicina alternativa” aluden a un amplio conjunto de prácticas de atención de salud que no forman parte de la tradición ni de la

medicina convencional de un país dado ni están totalmente integradas en el sistema de salud predominante.

Por tanto, según la definición establecida por la OMS, las terapias complementarias/alternativas estarían incorporadas en la definición de medicina tradicional y medicina complementaria y dependiendo del origen de cada terapia, la clasificación en alguno de los dos términos o ambos.

En relación a las directrices que esta organización dicta respecto a la medicina tradicional/complementaria, se menciona en el documento “Estrategias de la OMS sobre medicina tradicional 2014 – 2023 (Organización Mundial de la Salud, 2013) que:

“La MTC es una parte importante y con frecuencia subestimada de la atención de salud. Se la practica en casi todos los países del mundo, y la demanda va en aumento”.

En este documento, la OMS insta a sus países miembros a desarrollar políticas y estrategias para abordar las MTC. Se desprende también, que en la OMS existe la determinación, debido a la demanda creciente, de regular e integrar las terapias complementarias/alternativas al sistema de salud convencional de los países miembros.

Es importante señalar que, para integrar este tipo de terapias, se señala que primero se deben definir los criterios para evaluar la seguridad y la calidad de productos y servicios, calificación y formación de profesionales, metodología y metodología para evaluar la eficacia de los tratamientos. Existen países en Latinoamérica que nos llevan bastante ventaja en la incorporación de terapias complementarias al sistema de salud público, como es el caso de Brasil, que en el marco Primer Congreso Internacional de Prácticas integrativas y complementarias y Salud Pública realizado 12 de marzo del 2018, en Rio de Janeiro, el Ministerio de Salud de Brasil anunció la incorporación de 10 nuevas terapias complementarias al sistema de salud público, sumando 29 en total que están disponibles para la población brasilera (Mundo Nuevo, 2018).

#### **b) Normativa Chilena**

El Ministerio de Salud entiende como Medicinas Complementarias/Alternativas (MCA) a (Ministerio de Salud, 2019):

“Un amplio dominio de recursos de sanación que incluye todos los sistemas, modalidades, prácticas de salud, teorías y creencias que los acompañan, diferentes a aquellas intrínsecas al sistema de salud políticamente dominante de una sociedad particular en un período histórico dado”.

En este aspecto, el Ministerio de Salud ha realizado una serie de acciones con el propósito de regular y reconocer el ejercicio de estas prácticas no convencionales, a fin de una posible incorporación de algunas de estas terapias al sistema de salud chileno. Es así como en el año 2005 se dicta el Decreto N° 42 que reglamenta el ejercicio de las prácticas médicas alternativas (complementarias) como profesiones auxiliares de la salud y las condiciones de los recintos en que estas se realizan.

A partir de este reglamento marco, se ha reconocido a la Acupuntura (Decreto N° 123/2008) a la Homeopatía (Decreto N° 19/2010) y a la Naturopatía (Decreto N° 5/2013) como profesiones auxiliares de la salud. Actualmente se está evaluando la posibilidad de reconocer o no, a las Terapias Florales y a la Masoterapia.

Además, el Ministerio de Salud ha realizado diversos estudios relacionados con la medicina complementaria tales como:

- Año 2006: Evaluación de las Terapias Complementarias. Bases para su Normalización
- Año 2008: Estudio de Evaluación de Terapias Complementarias en el Sistema Público de Salud, que recoge la experiencia de evaluación de la Acupuntura en el tratamiento de lumbago y de la Terapia Floral en el tratamiento de cefalea en dos establecimientos de Atención Primaria
- Año 2010: Diagnóstico Situacional de las Medicinas Complementarias Alternativas en el País, que se constituye en el primer Censo Encuesta Nacional de Medicinas Complementarias/Alternativas
- 2011: Uso de Medicinas Complementarias/Alternativas en la red asistencial
- Año 2012: Estudio sobre conocimiento, utilización y grado de satisfacción de la población chilena en relación a las Medicinas Complementarias Alternativas
- 2013: Estudio para Validar un Protocolo de Implementación de Terapias Complementarias/Alternativas en la Red Asistencial

El sistema de control de calidad y formación de terapeutas que se diseña en este capítulo aborda nueve distintas terapias complementarias, las cuales son las mayormente utilizadas por los usuarios, son de bajo riesgo y cuentan con mayor información respecto a la formación y certificación de sus terapeutas. Por esta razón, en la plataforma Zenda, sólo se disponibilizarán terapeutas de las 9 disciplinas que en el siguiente apartado se abordan.

## 5.2 Terapias, formación y certificación

### a. Acupuntura

- **Descripción:**

La acupuntura consiste en la inserción de agujas muy finas en la piel en puntos estratégicos del cuerpo. La acupuntura, un componente clave de la medicina china tradicional, se utiliza con frecuencia para tratar el dolor. Su uso es cada vez más frecuente para mejorar el bienestar general, por ejemplo, para manejar el estrés. La medicina china tradicional explica la acupuntura como una técnica para equilibrar el flujo de energía o fuerza vital, conocida como «chi» o «qi», que se cree que fluye a través de canales (meridianos) en el cuerpo. Al insertar agujas en puntos específicos en estos meridianos, los acupunturistas consideran que el flujo de energía se reequilibra. Por el contrario, muchos acupunturistas occidentales ven a los puntos de acupuntura como lugares para estimular nervios, músculos y tejidos conectivos. Algunos creen que este método estimula los analgésicos naturales del cuerpo.

- **Beneficios:**

Aliviar las molestias asociadas con distintas enfermedades y afecciones, entre ellas: náuseas y vómitos postoperatorios e inducidos por la quimioterapia; dolor de dientes; dolores de cabeza, por tensión y migrañas; dolores de parto; lumbalgia; dolor de cuello; osteoartritis; calambres menstruales; trastornos respiratorios, como la rinitis alérgica.

- **Formación:**

En Chile existentes institutos y escuelas de medicina china, los cuales imparten cursos de acupuntura bajo las normas dictadas por la Organización de la Salud (OMS), y las definidas por el Ministerios de Salud de Chile, donde se regula esta práctica. Además, muchos de estos centros incluyen en el plan de formación más de 800 horas de prácticas clínicas, asistidas por profesionales de la salud. La duración total del programa de estudio, en general dura alrededor de 3 años.

Muchos de los institutos, mencionan en su promoción del curso de acupuntura que cuentan con certificaciones de Universidades Chinas para sus graduados.

Algunos centros de formación presentes en Chile son:

- Escuela Internacional de Medicina China prácticas de bienestar y salud: <http://www.medicinachina.cl>
- Centro de Acupuntura y Escuela Wu Wei: <http://www.centroacupuntura.cl/escuela-acupuntura>

- Escuela Internacional de Medicina y Cultura Oriental: <https://escuelainternacional.cl/>
- Escuela de Medicina China Básica San Bao: <http://www.escuelasanbao.cl/>

Cabe mencionar que, además, la medicina China se dicta en pos títulos en diversas universidades, asociados a trastornos de la fertilidad, oncología y otras patologías.

- **Normativa chilena:**

Reconocida por el Minsal: quienes cuenten con un título de Acupunturista, otorgado por algún establecimiento de educación superior que haya sido reconocido de conformidad a la ley 18.962, Orgánica Constitucional de Enseñanza, no requerirán autorización sanitaria para el ejercicio de dicha actividad. Pueden ejercer la Acupuntura quienes cuenten con el título correspondiente otorgado por instituciones de educación superior tales como universidades, institutos profesionales o centros de formación técnica, reconocidos de conformidad a la ley N° 18.962, Orgánica Constitucional de Enseñanza. También podrán ejercer la Acupuntura quienes cuenten con autorización de la Secretaría Regional Ministerial de Salud correspondiente, previa evaluación de los antecedentes de formación que presente el postulante y aprobación de un examen de conocimientos y competencias. Quienes cuenten con un título otorgado en el extranjero, podrán ejercer la Acupuntura, previa autorización concedida por la Secretaría Regional Ministerial de Salud correspondiente a su domicilio.

Para obtener el certificado otorgado por el el Minsal, se debe rendir un examen y contar con el diploma o certificado de estudios de acupuntura y malla curricular de la carrera, detallando el número de horas totales de estudio. Se debe certificar las horas de práctica y el recinto en que se realizaron, así como la formación en primeros auxilios (RCP) (puede ser mediante malla curricular de carrera de la salud o de otro centro de formación, según corresponda). El Centro formador debe certificar que los docentes y el recinto de práctica cuentan con autorización sanitaria (Minsal, 2017).

- **Estándares Internacionales:**

No hay un referente internacional, todos los países tienen distintas formas. Por ejemplo, en Estados Unidos, existe un organismo acreditador : *Accreditation Commission for Acupuncture and Oriental Medicine* (<http://acaom.org>). La Organización Mundial de la Salud menciona que (Organización Mundial de la Salud, 2019):

“La acupuntura es una práctica en la que se han realizado progresos importantes. Aunque originalmente era un componente de la medicina tradicional china, en la actualidad se la

utiliza en todo el mundo. Según informes suministrados por 129 países, el 80% de ellos reconoce actualmente la utilización de la acupuntura”.

- **Requisitos Zenda Terapeuta Acupuntura:**

- Diploma o certificado de estudios de acupuntura y malla curricular de la carrera
- Certificado otorgado por el Minsal
- Estar inscrito en Listado Acupunturistas Autorizados para el ejercicio de la Acupuntura del Ministerio de Salud (<https://www.minsal.cl/medicinas-complementarias-registro-terapeutas/>)

- **Asociaciones**

- Colegio acupunturistas de Chile
- Sociedad Chilena Acupuntura

- b. Reiki**

- **Descripción:**

Es un sistema de sanación consistente en la canalización y transmisión de energía universal a través de la imposición de manos, busca producir un estado de armonía energética, física, emocional y espiritual.

En una sesión se realiza evaluación de los Chakras y con el Reiki se busca desbloquear estos puntos energéticos para canalizar la energía y canalizarla hacia el cuerpo del paciente. Los 6 chakras están descritos en textos antiguos hinduistas y budistas.

- **Beneficios:**

Entrega equilibrio a nivel físico, mental, emocional y espiritual. La práctica genera relajación y un estado meditativo en el paciente, aliviando el estrés, disminuyendo la ansiedad y angustia.

- **Formación:**

Existen diversas escuelas que dictan cursos de Reiki en Chile. La formación tiene tres niveles. El Nivel I te permite incorporar conocimientos para la auto sanación del paciente, el Nivel II te entrega las herramientas para curar a otras personas, nivel tres el terapeuta puede realizar terapias a distancia y aprender otras aplicaciones del Reiki. por último, con el nivel IV que se denomina maestría docente.

- Colegio de Terapeutas: <https://www.colegioterapeutas.cl/reiki-i-ii-iii>
- Escuela Internacional de Medicina y Cultura Oriental: <https://escuelainternacional.cl/reiki/>
- Centro renacer: <http://www.renaser.cl/index.html>

- Clínica del Reiki: <http://www.clinicadereiki.cl/maestria.html>

- **Normativa chilena:**

El Reiki aún no está reconocido por el Ministerio de Salud como terapia complementaria.

• **Estándares internacionales:**

Existen organizaciones de Reiki en otros países que poseen directorios de escuelas de formación acreditadas, pero no existe un organismo acreditador a nivel mundial. Por ejemplo en Reino Unido el *The Reiki Association* (<https://www.reikiassociation.net/>), cuentan con una comunidad de reikistas y disponibilizan un directorio de escuelas de formación que cumplen con los estándares mínimos establecidos por la asociación.

En Estados Unidos, la *National Center for Complementary and Alternative Medicine (NCCAM)*, ha considerado el Reiki como una medicina complementaria. En la actualidad hay más de 800 hospitales en EEUU que ofrecen Reiki a sus pacientes (National Center for Complementary and Integrative Health, 2017).

• **Asociaciones**

En Chile existe la Asociación Chilena de Reiki, quienes definen principios básicos para que la práctica del Reiki cumpla con estándares de calidad. Buscan además lograr el reconocimiento de Reiki como herramienta de sanación para el Ministerio de Salud y de Educación. Esta asociación mantiene un registro de Escuelas de Reiki asociadas y acreditadas (Asociación Chilena de Reiki, 2019).

### Requisitos de estudio continuo en Reiki

Reiki Nivel I	Reiki Nivel II	Reiki Nivel III o Maestría Personal	Reiki Nivel IV o Maestría Docente
Horas de estudio Mínimas 8 horas	Horas de estudio Mínimas 10 horas	Horas de estudio Mínimas 20 horas	Horas de estudio Mínimas 100 horas
Mínimo 21 días de practica individual	Mínimo 21 días de practica individual	Mínimo 30 días de practica individual	Mínimo 60 días de practica individual
Requisitos prácticos para el Nivel II 3 meses	Requisitos prácticos para el Nivel III 6 meses	Requisitos prácticos para el Nivel IV 5 años experiencia comprobable	Practica seguimiento de 100 pacientes
Ingreso público general sin requisito previo	Provenientes de Nivel I con Maestros Acreditados	Provenientes de Nivel II con Maestros Acreditados	Provenientes de Nivel III con Maestros Acreditados
		Aprobación examen teórico	Aprobación examen de Título y Tesis

Figura 1-39: Fuente: Asociación Chilena de Reiki.

- **Requisitos Zenda Terapeuta Reiki:**

- Diploma o certificado de estudios de Reiki nivel III o superior
- Escuela de formación estar acreditada por en la Asociación Chilena de Reiki
- Mínimo 3 años ejerciendo la práctica

**c. Flores de Bach**

- **Descripción**

Las Flores de Bach son esencias naturales, elaboradas a partir de una maceración de flores en agua, utilizadas para tratar situaciones emocionales de las personas. En la década de los años 30 en Inglaterra, el Dr. Edward Bach (1886-1936) descubrió los 38 remedios florales que llevan su nombre y se vinculan con 38 estados emocionales. Tales como miedo, angustia, tristeza, ira, confusión. Incertidumbre, entre otros. A partir de los años 70, se han ido descubriendo y elaborando distintos sistemas florales en otras partes del mundo, como las flores de California o del Mediterráneo. Son naturales, inocuas y no provocan efectos secundarios (Pastorino,1987).

La teoría del señor Bach, es que todas las enfermedades del cuerpo, se originan por problemas emocionales, los cuales tienen un efecto en la salud de las personas, afectando el sistema inmunológico y aumentan la predisposición a enfermedades. Esta vertiente terapéutica, se menciona en la literatura, que fue influenciado por varias filosofías, desde la medicina antroposófica fundada por Rudolf Steiner, hasta la filosofía oriental, principalmente del hinduismo.

- **Beneficios**

Consiste en ayudar a las personas a descubrir las causas que originan las enfermedades asociados a los estados emocionales de las personas. Restablece el equilibrio y el bienestar, tratando a la persona, su mundo afectivo y emocional y no a le enfermedad ni sus síntomas.

- **Formación**

No existe acreditación ni certificación como terapeuta floral más que los que entregan cada una de las escuelas que las enseñan. Existe una variada oferta de centros, institutos y personas que ofrecen cursos de Flores de Bach.

Elementos a considerar:

- Malla curricular debe profundizar en la historia, fundamentos y filosofía detrás del sistema floral.
- Es idea que las flores se utilicen como complemento de otras disciplinas, para aportar un tratamiento integral al paciente.
- Tiempo de duración mínimo: Mínimo 120 horas, debe incluir práctica y examen final. Profesores, es ideal que tengan formación en otros sistemas florales de uso habitual tales como Flores de Australia, de Nueva generación (California) o de Saint Germain (Santandreu, 2018).

Algunas de las escuelas que cumplen estos requisitos son:

- Diplomado profesional en Terapia Floral de Bach: Escuela de Terapeutas Eduardo H. Grecco: <https://mundofloral.cl/diplomado-profesional-en-terapia-floral-de-bach-2019/>
- Flor nativa: escuela de Formación de terapeutas florales: <https://flornativa.cl/>
- Escuela Integral Daniela Santoro Thomas
- Escuela de formación de Terapeutas florales
- Span Flores Limitada: Programa Internacional de Educación Flores de Bach, otorga el Registro de Practitioner del Centro Bach de Inglaterra. El plan de estudios consta de 3 niveles.

- **Normativa chilena:**

Las Flores de Bach aún no están reconocidas por el Ministerio de Salud como terapia complementaria.

- **Estándares Internacionales**

No son reconocidas por la OMS

- **Asociaciones**

- Asociación Gremial de Terapeutas Florales: <http://terapeutasflorales.cl/Services.php>, fundada en Chile en 1994. Esta asociación desarrolla talleres, cursos, seminarios y congresos para la formación de terapeutas florales. Poseen un registro de profesores formados y acreditados por la AGTF (34), además de un listado de más de 1000 terapeutas acreditados.
- Asociación Nacional Chilena de Terapeutas Florales y Naturales Radiata A.G.: <http://asociacionradiata.cl>. Es una asociación gremial que agrupa a 36 socios. Se pueden ver los nombres, pero no se indica que existe una acreditación de la formación de estos terapeutas.

- **Requisitos Zenda Terapeuta Terapia floral**

- Terapeuta debe estar acreditado por la Asociación Gremial de Terapeutas Florales
- Diploma o certificado de estudios de Terapia floral.
- Tiempo de duración mínimo plan de formación: 120 horas, debe incluir práctica y examen final. Formación en otros sistemas florales de uso habitual tales como Flores de Australia, de Nueva generación (California) o de Saint Germain.

#### **d. Biomagnetismo**

- **Descripción:**

El biomagnetismo toma como base que lo propuesto por el Doctor. Issac Goiz de México, quien establece que las enfermedades se generan porque existen puntos de energía alterados en nuestro organismo y que en su conjunto están dando origen al problema. Estos puntos corresponden a pares biomagnéticos, en los cuales se han acumulado exceso de cargas eléctricas, los cuales generan cambios en el pH, lo cual favorecen la proliferación de enfermedades.

Estos puntos son reconocidos mediante la utilización de imanes pasivos, los cuales se utilizan como un escáner biomagnético por el cuerpo. El objetivo es corregir la alteración iónica, y volver el cuerpo al punto de equilibrio entre las cargas ácidas y básicas o equilibrio de pH.

- **Beneficios:**

El biomagnetismo, según lo que se postula, es que debido a la energía de polaridad es capaz de corregir la alteración iónica, lo cual provoca que la enfermedad o malestar desaparezca, volviendo al paciente a un normal de estado de salud. No obstante, la curación absoluta sólo será posible cuando dicha distorsión energética no haya causado un daño estructural (celular) irreversible (Goiz, 1992)

- **Formación:**

En Chile, existen una gran oferta de cursos de biomagnetismo en el mercado, tanto en formato presencial como también online. No obstante, la malla de contenidos es muy variada y presenta diferentes niveles de profundidad. Por esta razón se visitó a la Sociedad Chilena de Biomagnetismo y Bioenergética A.G para conocer desde su experiencia, cuales son los requisitos mínimos que debe cumplir un plan de formación para terapeutas en Biomagnetismo, quienes mencionaron que un plan debe contar con mínimo 40 horas de contenido teórico, más un mínimo de 10 horas de práctica.

Considerando estos requisitos, algunos centros que cumplen con este criterio son:

- Centro de Biomagnetismo Médico Dr. Isaac Goiz D. Chile:  
<http://www.centrodoctorgoiz.cl/>
- Centro Ohani: <https://www.ohanichile.com/>

- **Certificación:**

No existe una entidad certificadora a nivel internacional. No obstante, el ideal es que los terapeutas que imparten la terapia deben ser formados en Diplomado en Biomagnetismo y Bioenergética realizados por centros terapéuticos autorizados por el Dr. Goiz.

- **Asociaciones**

En Chile está la Sociedad Chilena de Biomagnetismo y Bioenergética A.G: (<https://www.sochibiomag.cl>) que agrupa a terapeutas en Biomagnetismo y Bioenergética y establecen estándares con exigencias tanto académicas como práctica para los terapeutas que disponibilizan en su página.

- **Requisitos Terapeuta Biomagnetismo**

- Diploma o certificado de estudios en Diplomado en Biomagnetismo y Bioenergética
- Centro de formación debe contar con la autorización del Dr. Goiz.
- Terapeuta debe estar acreditado por la SOCHIBIOMAG (Sociedad Chilena de Biomagnetismo y Bioenergética A.G) y estar inscritos en la lista que se disponibiliza en su página.

#### e. **Cristaloterapia**

- **Descripción:**

La cristaloterapia (gemoterapia o cuarzoterapia es un tratamiento originario de Estados Unidos) y está basada en el uso de cristales (gemas, piedras y cristales) para regular el estado energético de la persona. Actúa sobre los chakras (centros de energía). Cada piedra tiene un valor terapéutico particular, dado que cada mineral tiene una vibración y color particular.

- **Beneficios:**

Los cristales ayudan a curar y energizar el cuerpo y el estado mental y emocional de los pacientes, desbloqueando puntos energéticos y favoreciendo el flujo de energía para la sanación del propio Ser. También existen cursos de cristaloterapias para la mujer, los

cuales buscan el autoconocimiento y el uso de los cristales en el ciclo de la mujer para mejorar la fertilidad y el ciclo menstrual.

- **Formación:**

Existen diversos Centros de Terapias que imparten el curso de cristaloterapia. (Centrobless, Nativo América, Mundo Místico, Renaser, Llovizna, entre otros). Los cursos al finalizar le entregan un diploma de reconocimiento al alumno.

No existe un centro internacional que otorgue autorización a centros de terapias para impartir cursos. Los cursos van desde las 2 horas hasta las 45 horas teóricas y prácticas, más un proceso de práctica individual supervisado.

No obstante, se debe exigir cursos de mínimo 40 horas. La terapeuta con mayor experiencia en Chile es Sofía Knakal de Espacio Llovizna, quien es Psicóloga y posee un Diplomado y Maestría de Cristales y Obsidiana en México y ha formado durante 5 generaciones a Terapeutas de Obsidiana en Chile y organizó el primer congreso de Obsidiana en Chile.

Debido a la gran variabilidad de cursos impartidos en cuanto a la malla de contenidos y profundidad, es que se consultó a la especialista en Cristaloterapia la Psicóloga Sofía Knakal sobre cuáles son los contenidos mínimos, horas de teoría y práctica que un terapeuta debe recibir para que se asegure una formación básica y se cumplan con los estándares mínimos. Ante lo cual mencionó que al menos el curso debe contener un mínimo de 40 horas teóricas y 30 horas de práctica,

- **Certificación**

No existe una entidad certificadora a nivel internacional.

- **Asociaciones**

No existe una asociación que agrupe terapeutas de cristaloterapias en Chile

- **Requisitos Terapeuta Cristaloterapia**

- Diploma o certificado de estudios de cristaloterapia.
- Tiempo de duración mínimo plan de formación: 40 horas teóricas y 20 horas de práctica y examen final

#### **f. Medicina ayurveda**

- **Descripción:**

Ayurveda significa "Conocimiento o ciencia de la Vida". Es un sistema milenario de Medicina Natural y que funciona acorde con las leyes de la naturaleza, originario y tradicional de India. Hoy está extendido en todo el mundo como EEUU, Francia, Suiza,

Brasil, Argentina y Chile. Se basa principalmente en un sistema preventivo, paliativo o de rutina de mantención de salud, de acuerdo a los biotipos o Dshas.

- **Beneficios:**

Es un sistema eficaz en el tratamiento y prevención de enfermedades. Brinda al cuerpo la oportunidad de sanarse, desintoxicarse y de regenerarse a sí mismo (Ayurdiets, 2019).

- **Formación:**

En Chile existen centros de medicina ayurveda, los cuales tienen alianzas internacionales con centros de la India. Los planes de formación generalmente poseen diferentes niveles, desde diplomados para conocer y familiarizarse con los conceptos de medicina Ayurveda, hasta formación de terapeutas ayurvédicos, que incluye diversas técnicas y terapias del Ayurveda (masoterapia, nutrición y cocina, uso de hierbas)

- Escuela Chilena de Nutrición Ayurvédica Ayurdiets (<https://www.ayurdiets.cl>) posee alianza con Chakrapani Ayurvedic Clinic and Research Centre, ubicada en Jaipur, India, quienes aprueban sus mallas, certificando sus Cursos en Chile y validando a los Terapeutas egresados, a través de sus sellos de calidad internacional ISO 9001 -22000.
- Ayursala ([www.ayursala.cl](http://www.ayursala.cl)), dicta cursos impartidos por hindúes formados en Indus Valley Ayurvedic Center, el curso es de 150 horas.
- Escuela Latinoamericana de Ayurveda (<http://www.ayurveda.cl>), quienes dictan cursos de diplomado, consultor y formación de terapeutas Ayurveda.

- **Certificación**

Existen diversas entidades de la India (institutos, universidades, academias) que reconocen y avalan centros de formación en Medicina Ayurveda. No hay una única entidad certificadora.

- **Asociaciones**

Asociación Chilena de Medicina Ayurveda, ACHMA:

- **Requisitos Terapeuta Medicina Ayurveda**

- Diploma o certificado de estudios de terapeuta Ayurvédico Nivel Curso de III
- Tiempo de duración mínimo plan de formación: 180 horas teóricas y 20 horas de práctica y examen final

### g. Mindfulness

- **Descripción**

El Mindfulness es una técnica de meditación que consiste en observar la realidad en el momento que se presenta, sin intenciones de juzgar y con plena apertura y aceptación (Vásquez-Dextre, 2016). Es la capacidad humana básica de poder estar presente en el aquí y ahora.

Mindfulness es el denominador común que se encuentra en la base de diferentes corrientes de meditación derivadas de la tradición budista, que se comenzó a enseñar hace 2500 años y que actualmente se han incorporado a diversos modelos de tratamiento en psicoterapia. Jon Kabat-Zinn, conocido referente mundial de Mindfulness por haber introducido esta práctica dentro del modelo médico de occidente hace más de 30 años, fundó la Clínica de Reducción de Estrés en el Centro Médico de la Universidad de Massachusetts. Allí introdujo a los pacientes a la práctica de Mindfulness para el tratamiento de problemas físicos, y psicológicos, dolor crónico, y otros síntomas asociados al estrés (Sociedad Mindfulness y Salud, 2019).

- **Beneficios:**

Permite a los que lo practican poner atención en el tiempo presente en lugar del pasado o futuro, lo cual genera una apertura a la experiencia sin “acarrear” ideas y creencias anteriores, aceptando lo que ocurre, aunque sea experiencias negativas. Dejar de pensar permite el desprenderse, pero siempre con un propósito personal.

- **Formación**

En Chile existen institutos/escuelas e incluso universidades que dictan cursos de introducción a la práctica del Mindfulness, como también cursos diplomados para terapeutas, Psicólogos, Psiquiatras y profesores. El objetivo de esta formación es que el estudiante conozca y practique Mindfulness, además de profundizar en los contenidos de la historia y psicología budista, y puedan utilizar estos aprendizajes y prácticas en su quehacer profesional.

Algunos de estas instituciones que dictan cursos de formación en Mindfulness son:

- Centro de Meditación Asia Santiago (<https://asiasantiago.cl/formacion-instructor-mindfulness/>)
- Instituto Mindfulness ([www.institutomindfulness.cl](http://www.institutomindfulness.cl))
- Universidad Adolfo Ibáñez (<https://psicologia.uai.cl/assets/uploads/2019/03/mindfulness-manejo-del-stress.pdf>)

- Centro Mindfulness Medicina (<http://centromindfulness.cl>)

- **Certificación**

Existen diversas entidades que cuentan con alianzas con centros de Mindfulness de prestigio internacional. Uno de los más reconocidos es el Global Mindfulness Collaborative promovidos por el Mindfulness Center de la Universidad de Brown. También existe el Center for Mindfulness (División de Medicina Preventiva y del Comportamiento, Centro Médico de la Universidad de Massachusetts, Estados Unidos).

- **Asociaciones**

No hay una asociación que represente y agrupe a especialistas en Mindfulness

- **Requisitos Terapeuta Mindfulness**

- Diploma o certificado de estudios en Mindfulness
- Formación en escuela certificada o avalada por centros de Mindfulness de prestigio internacional.
- Tiempo de duración mínimo plan de formación: 160 horas teóricas

## **h. Astrología**

- **Descripción**

La astrología estudia la ciencia de los astros y como esta determina y se relaciona con lo que sucede en la vida cotidiana de los seres humanos. Se basa en la creencia que los planetas afectan las acciones, pensamientos y sentimientos de las personas.

La astrología proviene de las primeras civilizaciones, hace más 3.000 años atrás (Babilonia, Egipto, Grecia, Roma), y se ha diversificado en diferentes modelos en el mundo (Astrología occidental, Astrología china y Astrología hindú o védica) (Orion, 2007).

- **Beneficios**

Los beneficios de la astrología es que permite a las personas conocer más sobre ellos mismos y sobre las personas que los rodean. A través de la carta Astral (mapa astrológico de la persona), pueden conocer los puntos fuertes y débiles, como las compatibilidades o incompatibilidades, y de esta manera mejorar las relaciones que establecen con otros (Instituto de Expansión de la Consciencia Humana, 2019).

- **Formación**

En Chile existen centros de formación en astrología, los cuales están enfocados en complementar distintas técnicas terapéuticas para guiar a las personas a entender sus

reacciones, comportamientos y patrones emocionales inconscientes. En general los cursos constan de clases online y presencial, y están enfocados, psicólogos, terapeutas infantiles o interesados en crecimiento personal.

Algunos de estas instituciones que dictan cursos de formación en Astrología son:

- Centro Inan (<https://www.astrologiayterapias.cl/formacion-anual-presencial-astrologia-psicologica-y-evolutiva-2019/>)
- Instituto de Expansión de la Consciencia Humana (<http://www.transformacion.cl/index.php/formacion-de-astrologos>)
- Centro Astrológico de Chile (<http://www.centroastrologicodechile.com/p/un-espacio-dedicado-al-desarrollo-de-la.html>)

- **Certificación**

Existe un certificado de Astrólogo profesional C.A.P (Certified Astrological Professional) de ISAR (International Society for Astrological Research) de USA, el cual es reconocido internacionalmente. Para obtener este certificado, los terapeutas deben rendir un examen.

- **Asociaciones**

No existe una asociación que agrupe a los astrólogos en Chile

- **Requisitos Terapeuta Astrología**

- Diploma o certificado de estudios en Astrología
- Certificado de Astrólogo profesional C.A.P (Certified Astrological Professional) de ISAR

### **i. Constelaciones familiares**

- **Descripción**

Las constelaciones familiares es una terapia que postula que los miembros de una familia influyen en la conducta entre ellos. Bert Hellinger teólogo, pedagogo y espiritualista alemán conocido por ser el creador de las constelaciones familiares. En el libro Peter Bourquin (2014) se menciona que:

“Desde el momento de nacer cada uno de nosotros está inmerso en un tejido de vínculos que lo une con todos los miembros de su familia. Esta influencia nos acompaña para bien o para mal, y normalmente de manera inconsciente. Las constelaciones familiares hacen visibles las dinámicas que rigen un sistema familiar, a veces durante varias generaciones, y abren el camino hacia posibles soluciones a los conflictos planteados”.

Se lleva a cabo en grupo o individualmente, y consiste básicamente en una reestructuración del esquema de la familia de origen del cliente, el cual ha colocado en el centro de la estancia a algunos de los participantes en la sesión, que actúan como representantes de los miembros de su familia (padres, hermanos, abuelos, tíos u otros miembros cuya participación el coordinador juzga conveniente), de forma que configuran un árbol genealógico viviente (Alonso, 2005)

- **Beneficios**

Dentro de los beneficios que se le atribuyen a la terapia de constelaciones familiares son entender los problemas y de donde vienen, los cuales en su base provienen de la familia, debido a patrones que se arraigan. Esto permite ser consciente de lo que está mal, y comenzar un proceso de cambio, de sanación lo que mejora las relaciones familiares (Okairy Zuñiga, 2017).

Según Alonso (2005), que “la técnica en sí es novedosa y puede constituir una potente herramienta para descubrir dinámicas significativas en las relaciones interpersonales”

- **Formación**

Existen escuelas de formación de facilitadores en constelaciones familiares basado en el método de Bert Hellinger, en el cual los estudiantes, integrarán los fundamentos teóricos y la experiencia fundamental para formarse y certificarse como Facilitador terapéutico en Constelaciones Familiares. Los programas están dirigidos a profesionales de carreras de la salud, psicología, ciencias sociales y otros profesionales que deseen formarse como Terapeutas Sistémicos y Constelaciones Familiares.

Algunos de estas instituciones que dictan cursos de Constelaciones familiares son:

- Círculo de Constelaciones Familiares de Chile Enfoque Holístico, Escuela Internacional de Formación Terapéutica (<https://www.enfoqueholistico.cl/constelaciones-familiares>)
- IDMA, Centro Terapéutico de Salud Natural
- ICALMA, Escuela de Constelaciones Familiares (<http://www.idma.cl/2018/04/03/diplomado-en-terapia-sistemica-constelaciones-familiares-y-organizacionales/>)
- [https://www.constelacionesicalma.cl/familiar?gclid=CjwKCAjw98rpBRAuEiwALmo-ytafNBxKVDnafFAkw6eIvGSBLWT6yn6qyVeQ\\_wd8byDYovwbKiAZfxoCYXgQAvD\\_BwE](https://www.constelacionesicalma.cl/familiar?gclid=CjwKCAjw98rpBRAuEiwALmo-ytafNBxKVDnafFAkw6eIvGSBLWT6yn6qyVeQ_wd8byDYovwbKiAZfxoCYXgQAvD_BwE)

- **Certificación**

No existe una entidad certificadora a nivel Internacional

- **Asociaciones:**

No existe una asociación que agrupe a los terapeutas de constelaciones familiares a nivel nacional.

- **Requisitos Terapeuta Constelaciones Familiares**

- Diploma o certificado de estudios Constelación Familiar
- Formación en escuela de formación basado en el método de Bert Hellinger
- Tiempo de duración mínimo plan de formación: 180 horas teóricas.

### **5.3 Conclusiones Sistema de Acreditación Terapeutas**

El sistema de acreditación, permitirá contar con terapeutas cuya formación y experiencia sean las adecuadas para brindar un servicio de calidad a usuarios de la plataforma.

En este capítulo, se abordaron las características generales de cada terapia, y se realizó una investigación relacionada con las diferentes opciones en Chile para la formación de los terapeutas. Además, se realizaron entrevistas para complementar la información anterior y poder establecer los requisitos mínimos que deben cumplir los terapeutas que se sumen a la plataforma.

No obstante, para asegurar que este sistema funcione y logre generar confianza en la comunidad, se requiere contar con un plan de implementación que aborde tanto las necesidades tecnológicas en cuanto a funcionalidades y usabilidad de la plataforma, de modo tal, que permita al terapeuta completar su ficha e ir subiendo los documentos necesarios definidos para cada terapia, para posteriormente ser validados por Zenda antes de su publicación. Estos elementos fueron abordados con mayor profundidad en la tesis de Género (2019).

Además, la estrategia de marketing y su implementación, debe contemplar el cómo transmitir y comunicar a la comunidad el sistema de calidad diseñado, con el propósito de lograr efectivamente la generación de confianza y posicionar a Zenda como un sitio seguro. Los elementos de la estrategia de marketing que deben abordar el tema de la confianza son: relato; contenido; piezas gráficas; diseño de la ficha del terapeuta y sello de calidad y canales de comunicaciones, entre otros elementos. Guzmán (2019), aborda estos elementos en tu trabajo de tesis.

En síntesis, el diseño y posterior implementación del Sello de Calidad de Zenda, es el principal atributo diferenciador de esta propuesta, por tanto, creemos que permitirá posicionar a Zenda, como una plataforma confiable, distinta a las opciones actuales, logrando un crecimiento sostenible y la rentabilidad en el mediano plazo.

## **6. PLAN DE DESARROLLO**

En esta sección se construyó un plan de desarrollo con las principales actividades e hitos a alcanzar con la finalidad de que Zenda se transforme en una solución sostenible y escalable. Además, mediante un modelo de ingresos y gastos dinámico, se determinaron las necesidades de capital para las primeras etapas de funcionamiento. El carácter dinámico del modelo permite ir modificando los supuestos o validándolos, así como también sensibilizar las variables de acuerdo a los avances en el proceso.

### **6.1 Definición de hitos y etapas**

El Plan de Desarrollo de Zenda se divide en tres (3) fases: **la fase I** es aquella considera como **Semilla**, en la cual se comienza el desarrollo de la plataforma de Zenda, se definen y testean distintas herramientas de marketing, se formaliza la empresa, y se comienza a definir la forma de operar de la misma (contabilidad, gastos legales, servidores, etc.). **La fase II** se considera como la etapa de **Crecimiento** de la plataforma, en la cual se ve un

incremento en ventas, acompañado de estrategias de fidelización y captación de nuevos clientes, para terminar con la **fase III**, en la cual se **Consolida** Zenda como una plataforma para Terapias Complementarias a nivel nacional.

A continuación, se describen los hitos a alcanzar en el corto plazo clasificados en los siguientes ítems:

- a. Desarrollo Tecnológico: se requiere mejorar y agregar nuevas funcionalidades a la plataforma actual de Zenda para hacerla más amigable y fácil de navegar, además de permitir la visibilización de una gran cantidad de terapeutas. Para lograr lo anterior, se deberá incorporar las siguientes funcionalidades a la plataforma (Génnero, 2019):
  - Multifiltros: el listado de terapeutas debe tener multifiltros para que el usuario pueda acceder fácilmente a la terapia buscada.
    - Ficha de cada terapeuta con
    - Fotografía
    - Video personal
    - Nombre y formación
    - Detalle de la terapia
    - Experiencia
    - Certificaciones
    - Comentarios / reseñas
    - Reserva online
    - Ubicación (referencia)
    - Sello de calidad Zenda
  - Test IA: incorporar un test que permita derivar al consultante a la mejor terapia/terapeuta. En el corto plazo se incorporarán test simples, contruidos a partir de árboles de decisión. En el mediano plazo, se requiere incorporar IA para mejorar la eficiencia del sistema e incorporar algoritmos predictivos que permitan conectar la mejor alternativa para el consultante.
  - Medios de pago: se requiere incorporar medios de pago para que el usuario pueda pagar online la terapia.
  - Perfil autogestionado: incorporar la opción de creación y edición de fichas de cada terapeuta. Se le dará acceso a cada terapeuta para

cargar su perfil y sus medios de verificación de su formación (diplomas, certificados, etc.). Todo esto debe pasar por la visación y validación de Zenda antes de publicarse.

- Reserva online: incorporar la función de que los terapeutas modifiquen sus horas disponibles, idealmente sincronizado con su Google calendar o alguna otra forma de automatización para que terapeuta pueda tener visibilidad de sus horas disponibles.
  - Mensajería directa online: incorporar un canal de conversación privado online entre el consultante y el terapeuta que permita resolver dudas respecto a la terapia.
- b. Marketing y Ventas: el diseño e implementación de la estrategia de marketing, la cual se abordará en profundidad en la Tesis de Lorena Guzmán, deberá aumentar la adquisición de seguidores y *likes*, así como también generar mayor cantidad de leads. Por otro lado, se espera que el robustecimiento de la plataforma, en conjunto con la mejora en el relato y la generación de confianza, impacte no solamente en la cantidad de usuarios, sino también en el número de terapeutas suscritos a Zenda.
- c. Aspectos Legales: para que Zenda logre formalizar su operación y funcionamiento, es indispensable cumplir con la reglamentación legal y tributaria. Considerando que en la primera etapa de una *startup* como Zenda, hay muchos elementos que testear y validar, además de no tener claridad absoluta de los roles y dedicación de cada miembro del equipo, se plantea como mejor alternativa constituir una empresa de Sociedad por Acciones (SpA) a través de adquisición de acciones estableciendo el *vesting* de las acciones en un Pacto de Accionistas de las socias. En relación a este proceso, se establecen los siguientes hitos a alcanzar:
- Constitución de Sociedad con directorio
  - Generación primera acta directorio (delegación de poder y administración)
  - Iniciación de actividades y obtención de Rol Único Tributario ante el Servicio de Impuestos Internos
  - Generación de pacto de accionistas sujetos a hitos y tiempos de ejecución
  - Redacción y ejecución contratos de suscripción y pago de acciones
  - Política de confidencialidad de datos de la plataforma

- Política de términos y condiciones para los terapeutas y usuarios de Zenda
- d. Aspectos contables y Administrativos: en esta subsección se consideran los hitos relacionados a la contratación de recurso humano para labores administrativas, de desarrollo y de marketing (*community manager*). Si bien, se espera que, dentro de la etapa de crecimiento, se requieran realizar contrataciones, aún es incierto el tiempo de dedicación y la oportunidad. Por este motivo, este elemento, en esta etapa no se determinará, dadas las incertezas que se explicaron anteriormente.
- e. Levantamiento de capital y Postulación a fondos: para financiar las etapas anteriores se requiere capital. En el siguiente apartado se diseñó un modelo de negocios dinámicos que permite identificar las necesidades de capital por etapa. Los hitos a alcanzar en relación a este elemento, tienen relación con la postulación a fondos y lograr levantar el capital inicial con fondos propios de las socias o FFF (*Family, friends and fools*).

A continuación en la Tabla 1-8, se presenta el modelo de desarrollo para Zenda por etapa. Los cumplimientos de los hitos en los plazos definidos de la primera etapa determinarán las etapas siguientes de crecimiento y consolidación. El carácter dinámico de la tabla permite realizar ajustes acordes al grado de cumplimiento de los hitos establecidos.

Tabla 1-8: Plan de desarrollo Zenda

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	
<b>Plataforma Tecnológica</b>																									
Incorporación de multifiltros	100%																								
Medios de pago	100%																								
Cuestionario para recomendación de terapias 1.0																									
Perfil autogestionado	100%																								
Messenger directa online	100%																								
Reserva online	100%																								
Booking integrado más sofisticado																									
Aplicación móvil para terapeutas																									
Incorporación de IA																									
<b>Marketing</b>																									
Números de seguidores en Instagram	2300																								
Números de seguidores en Facebook	746																								
Números Leads	150																								
Número de terapeutas en la plataforma	60	90	108	130	156	187																			
							224	269	296	325	358	393	433	454											

## 6.2 Construcción de modelo de negocio dinámico

Para estimar las necesidades de capital en las etapas iniciales y realizar una proyección de los resultados de Zenda, se construyó un modelo de dinámico el cual considera los hitos a alcanzar en el plan de desarrollo anteriormente descrito. Para el diseño, se definieron variables de ingresos y gastos, además de supuestos bases, lo cual permite modelar impacto en ingresos considerando la sensibilización de distintas variables (ejemplos: inversión/gastos marketing digital; captación de terapeutas). Con esta información se logró de determinar las necesidades de capital por etapa.

### 6.2.1 Metodología

La evaluación total de la empresa se realizó a 24 meses, donde la fase Semilla tiene una duración de 6 meses, la etapa de Crecimiento tiene una duración de 8 meses, y la etapa de Consolidación tiene una duración de 10 meses. Los ítems considerados en el modelo son los siguientes:

#### a. Ingresos Zenda

Los Ingresos de Zenda vendrán, en estas primeras etapas, de la **operación ordinaria** de la empresa, es decir, comisión por servicio entregado a los terapeutas y pacientes de un 15%, en donde se les cobrará a los **terapeutas** una comisión por cada hora que se agende a través de la plataforma, más ingresos por concepto de membresía a los terapeutas por ser parte de Zenda consistente en \$15.000 semestrales. En un futuro, se buscarán nuevas líneas de ingresos, provenientes de: eventos especializados, arriendo de espacios para uso de distintas terapias, alianzas con distintos actores claves del ecosistema, publicidad pagada, entre otros.

Para la proyección de ingresos se consideraron las siguientes variables y supuestos:

Tabla 1-9: Variables y supuestos considerados en la proyección de ingresos de Zenda.

Variable	Descripción	Supuesto	Valor
<b>Número de Terapeutas</b>	Corresponde a la cantidad de Terapeutas que estarán inscritos en la plataforma	Se considera que, al mes de agosto de 2019, la plataforma comenzará con 40 terapeutas (mes 1 alcanzará 60 terapeutas)	40

<b>Valor Promedio de la Terapia</b>	Corresponde al valor que tendrá la terapia que cobra el terapeuta	El valor inicial será de 25.000, y esperamos incorporar sesiones más caras por un monto promedio, desde el tercer mes, de 30.000, y terminando en 35.000 desde el mes 13	25.000-35.000
<b>Comisión por Venta</b>	Comisión que se le cobra al Terapeuta por el servicio de Zenda	Valor comienza en 10%, y aumenta a un 15% desde el mes tres (3)	10-15%
<b>Membresía</b>	Corresponde al cobro al terapeuta por la visibilización en la plataforma	Se considera un cobro de 15.000 al semestre	15.000
<b>Crecimiento en Captación de Terapeutas</b>	Corresponde al crecimiento en nuevos terapeutas en la plataforma m/m	Consideramos una tasa de crecimiento inicial de 50%, para luego disminuir a 20% desde el mes tres (3), a 10% desde el mes nueve (9), 5% desde el mes 14, y 3% desde el mes 21	3-50%
<b>Visitas por Mes</b>	Corresponde a la cantidad de visitas que se realizan a la plataforma de Zenda por parte de los usuarios	Comenzará en el mes 0 con 190 visitas (visitas actuales a la plataforma), con un crecimiento que va de la mano con la inversión que se hace en marketing digital	10-557%
<b>Tasa de Conversión</b>	Corresponde a la tasa de usuarios que toman horas a través de la plataforma	Porcentaje variable que esperamos crezca con el posicionamiento de la plataforma	0,5-2,5%

Bajo estos supuestos, la cantidad de Terapias que se realizan a través de la plataforma Zenda varía desde **2 TC al mes** por Terapeuta en septiembre 2019, a **6.624 TC al mes** a través de la plataforma en septiembre 2021. Esto se puede ver en el siguiente flujo (cabe destacar que todas las celdas en amarillo corresponden a las variables descritas en la tabla anterior), las cuales se podrán ir ajustando en la medida que se tenga mayor claridad del comportamiento real de estas variables.

Tabla 1-10: Proyección de ingresos

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 23	Mes 24
Visitas por mes (190 mes 0)	380	760	4993,2	8987,76	16177,968	29120,3424	240852,936	264938,2296
Tasa de conversión	0,5%	0,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	2,5%	2,5%
Número de Terapeutas (40 mes 0)	60	90	108	130	156	187	656	672
Cantidad de Terapias	2	4	75	135	243	437	6.022	6.624
Valor Promedio de la Terapia	25.000	25.000	30.000	30.000	30.000	30.000	35.000	35.000
Comisión por Venta	10%	10%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Ingreso por Membresía Mensual		-	270.000	324.000	388.800	466.560	1.639.571	1.680.560
<b>Ingreso</b>	<b>4.750</b>	<b>9.500</b>	<b>607.041</b>	<b>930.674</b>	<b>1.480.813</b>	<b>2.432.183</b>	<b>33.253.099</b>	<b>36.455.441</b>

Con esto, podemos ver que la empresa terminará generando más de **CLP 36 mm de ingresos** al mes 24.

#### b. Egresos Zenda

Con respecto a los egresos de la empresa, éstos corresponden a las siguientes partidas: Marketing Digital, Personal (Operativos y Administrativo), Desarrollo de Plataforma, y otros Gastos (Legales, Contables, y Otros). El detalle de cada uno de los gastos es el siguiente:

#### Marketing Digital

Corresponde a todos los gastos que realizará la empresa para poder dar a conocer la plataforma, y atraer tanto **terapeutas** como **usuarios**. Estos gastos contemplan “Boost” (publicidad pagada) para traccionar terapeutas y usuarios, los cuales generarán un crecimiento en la cantidad de terapeutas y usuarios que pertenezcan a la plataforma.

Zenda considera, en su proyección de flujos, un gasto mensual variable que va desde CLP 300.000 hasta sobre CLP 7.200.000, o el equivalente al 20% de los ingresos, en marketing digital al momento de realizar el lanzamiento de la plataforma, los cuales tienen, según resultados obtenidos a través de distintas mediciones, impacto en el número de visitas, y en la tasa de conversión de terapias.

#### Personal

El gasto en Personal corresponde a pago de sueldos a distintos profesionales y/o administrativos. Los supuestos de este tipo de Gastos son:

1. No se pagará ningún tipo de sueldo hasta el mes 5 de operación (perfil ejecutivo), con un sueldo bruto (costo empresa) de CLP 1.200.000
2. Se incorporará una segunda persona a la operación de la empresa al mes 12 (fundador), con un sueldo bruto (costo empresa) de CLP 2.500.000
3. Al mes 13, se incorporará una segunda persona de perfil Ejecutivo, con el mismo sueldo que el Ejecutivo anterior
4. Al mes 18, se incorporará una segunda fundadora de Zenda al equipo, con un sueldo idéntico al de la primera fundadora que se incorporó al equipo
5. Sueldos se mantendrán constantes durante los 24 meses de operación proyectados

En base a estos supuestos, las proyecciones de gastos en Personal son las siguientes:

Tabla 1-11: Proyecciones gasto personal.

Cargo Personal	Mes Inicio	Mes Término	Costo Empresa	5	6	7	8	23	24
Fundador 1	12	24	2.500.000	-	-	-	-	2.500.000	2.500.000
Fundador 2	18	24	2.500.000	-	-	-	-	2.500.000	2.500.000
Ejecutivo 1	5	24	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Ejecutivo 2	13	24	1.200.000	-	-	-	-	1.200.000	1.200.000
<b>Total</b>				<b>1.200.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>7.400.000</b>	<b>7.400.000</b>

## Desarrollo Plataforma

Dado que la plataforma de Zenda es el principal activo, su desarrollo debe ser óptimo, tanto en funcionalidad como en diseño. Por lo mismo, se considera un gasto inicial de desarrollo de la plataforma, seguido de un “gasto de mejoras”, el cual se destinará para hacerle modificaciones a la plataforma según las necesidades de los clientes y usuarios. En base a esto, y considerando las cotizaciones a la fecha recibidas, se estima que el gasto inicial en Desarrollo de Plataforma será de CLP 3.600.000, y gastos en modificaciones que ascienden a CLP 4.000.000

Cabe destacar que se tiene pensado desarrollar una aplicación para que el uso de la plataforma sea aún más fácil. En base a encuestas realizadas a terapeutas y potenciales usuarios de la plataforma, una aplicación sería un valor agregado, aunque no para la gran mayoría. Por esto último, se dejó fuera de la proyección a 24 meses, sin embargo, se pretende incorporar para un futuro desarrollo.

### **Otros Gastos**

Dentro de la categoría de Otros Gastos, se encuentran los Gastos Legales, Contables, mantención de Servidores, eventuales Consultorías, y Arriendo de Oficinas. Los supuestos son los siguientes:

1. Los Gastos Legales serán de CLP 1.700.000, y consideran la constitución de la empresa, pactos de accionistas, establecimiento de un directorio, y una provisión de eventuales gastos (contratos de colaboración, trabajo, etc.)
2. Los Gastos de Contabilidad serán de CLP 60.000 mensuales, y se mantendrán de manera constante. Basado en distintas cotizaciones con contadores para emprendimientos, el costo no superará los CLP 60.000 dentro de los primeros 24 meses de operación, e incluye: contabilidad mensual, declaraciones juradas, 2 contratos de trabajo, y horas de asesoría mensuales
3. Los Gastos de Mantención de Servidores corresponden a la operación de una plataforma como Zenda, la cual manejará una cierta cantidad de data
4. Las eventuales Consultorías corresponden a la contratación de expertos en caso de que se necesite alguna orientación específica
5. Los Gastos de Arriendo de Oficina asumen que la empresa comenzará a operar de manera independiente, probablemente en un CoWork
6. Gastos de Comisión por Venta, el cual corresponde a la Comisión que se le paga a Mercado Pago por el servicio que entregan para poder hacer pagos de las Terapias por Internet

### **6.2.2 Flujo de la Empresa**

En base a todo lo mencionado anteriormente, los flujos de la empresa son los siguientes:

- a) Para la Fase I, el Flujo es el siguiente:

Tabla 1-12: Flujo fase I

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<b>Ingresos</b>	<b>4.750</b>	<b>9.500</b>	<b>607.041</b>	<b>930.674</b>	<b>1.480.813</b>	<b>2.432.183</b>
Ingresos por Ventas	4.750	9.500	607.041	930.674	1.480.813	2.432.183
Otros Ingresos						
<b>Egresos</b>	<b>4.030.190</b>	<b>890.379</b>	<b>1.253.448</b>	<b>916.770</b>	<b>2.425.896</b>	<b>3.104.865</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>3.900.190</b>	<b>300.379</b>	<b>813.448</b>	<b>526.770</b>	<b>1.935.896</b>	<b>2.764.865</b>
Marketing Digital	300.000	300.000	800.000	502.564	592.325	486.437
Personal GOP	-	-	-	-	1.200.000	1.200.000
Desarrollo Plataforma	3.600.000	-	-	-	100.000	1.000.000
Comisión por Venta (3,99%)	190	379	13.448	24.206	43.571	78.428
<b>GAV</b>	<b>130.000</b>	<b>590.000</b>	<b>440.000</b>	<b>390.000</b>	<b>490.000</b>	<b>340.000</b>
Personal GAV						
Gastos Legales		500.000	350.000	300.000	300.000	250.000
Gastos Contabilidad		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Plataforma y Servidores	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Consultoría	100.000	-	-	-	100.000	-
Arriendo	-					
Marketing y Diseño						
<b>Resultado Operacional</b>	<b>- 4.025.440</b>	<b>- 880.879</b>	<b>- 646.407</b>	<b>13.904</b>	<b>- 945.084</b>	<b>- 672.682</b>
<b>Resultado Acumulado</b>	<b>- 4.025.440</b>	<b>- 4.906.319</b>	<b>- 5.552.726</b>	<b>- 5.538.822</b>	<b>- 6.483.905</b>	<b>- 7.156.587</b>

De donde vemos que existe una necesidad de financiamiento total de CLP 7.156.587.

b) Para la Fase II, el Flujo es el siguiente:

Tabla 1-13: Flujo fase II

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>Ingresos</b>	<b>4.097.994</b>	<b>5.069.732</b>	<b>5.576.705</b>	<b>6.134.375</b>	<b>6.747.813</b>	<b>8.581.604</b>
Ingresos por Ventas	4.097.994	5.069.732	5.576.705	6.134.375	6.747.813	8.581.604
Otros Ingresos						
<b>Egresos</b>	<b>2.250.770</b>	<b>2.479.422</b>	<b>2.698.364</b>	<b>2.729.201</b>	<b>2.873.121</b>	<b>8.809.479</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>2.160.770</b>	<b>2.389.422</b>	<b>2.508.364</b>	<b>2.639.201</b>	<b>2.783.121</b>	<b>8.719.479</b>
Marketing Digital	819.599	1.013.946	1.115.341	1.226.875	1.349.563	1.716.321
Personal GOP	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	3.700.000
Desarrollo Plataforma	-	-	-	-	-	3.000.000
Comisión por Venta (3,99%)	141.171	175.476	193.023	212.325	233.558	303.158
<b>GAV</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>	<b>190.000</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>
Personal GAV						
Gastos Legales						
Gastos Contabilidad	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Plataforma y Servidores	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Consultoría	-	-	100.000	-	-	-
Arriendo						
Marketing y Diseño						
<b>Resultado Operacional</b>	<b>1.847.224</b>	<b>2.590.310</b>	<b>2.878.341</b>	<b>3.405.175</b>	<b>3.874.692</b>	<b>- 227.875</b>
<b>Resultado Acumulado</b>	<b>- 5.309.363</b>	<b>- 2.719.054</b>	<b>159.287</b>	<b>3.564.461</b>	<b>7.439.153</b>	<b>7.211.278</b>

De aquí podemos ver que la empresa ya no presenta necesidades de capital, y el Punto de Equilibrio se encuentra en el mes 7.

c) Finalmente, la Fase III tiene unos flujos como los que se muestran a continuación:

Tabla 1-14: Flujo fase III

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
<b>Ingresos</b>	<b>10.832.722</b>	<b>11.861.894</b>	<b>12.991.277</b>	<b>14.230.759</b>	<b>15.591.207</b>	<b>21.010.470</b>	<b>23.042.469</b>	<b>25.274.216</b>	<b>27.687.450</b>	<b>30.339.152</b>	<b>33.253.099</b>	<b>36.455.441</b>
Ingresos por Ventas	10.832.722	11.861.894	12.991.277	14.230.759	15.591.207	21.010.470	23.042.469	25.274.216	27.687.450	30.339.152	33.253.099	36.455.441
Otros Ingresos												
<b>Egresos</b>	<b>7.645.598</b>	<b>7.790.337</b>	<b>8.059.010</b>	<b>8.353.982</b>	<b>9.077.854</b>	<b>12.775.312</b>	<b>13.260.033</b>	<b>13.792.537</b>	<b>14.469.953</b>	<b>15.004.539</b>	<b>15.702.000</b>	<b>16.468.606</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>7.455.598</b>	<b>7.700.337</b>	<b>7.969.010</b>	<b>8.263.982</b>	<b>8.587.854</b>	<b>12.385.312</b>	<b>12.870.033</b>	<b>13.402.537</b>	<b>13.979.953</b>	<b>14.614.539</b>	<b>15.312.000</b>	<b>16.078.606</b>
Marketing Digital	2.166.544	2.372.379	2.598.255	2.846.152	3.118.241	4.202.094	4.608.494	5.054.843	5.537.490	6.067.830	6.650.620	7.291.088
Personal GOP	4.900.000	4.900.000	4.900.000	4.900.000	4.900.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000
Desarrollo Plataforma	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisión por Venta (3,99%)	389.053	427.959	470.754	517.830	569.613	783.218	861.539	947.693	1.042.463	1.146.709	1.261.380	1.387.518
<b>GAV</b>	<b>190.000</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>	<b>490.000</b>	<b>390.000</b>	<b>390.000</b>	<b>390.000</b>	<b>490.000</b>	<b>390.000</b>	<b>390.000</b>	<b>390.000</b>
Personal GAV												
Gastos Legales												
Gastos Contabilidad	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Plataforma y Servidores	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Consultoría	100.000	-	-	-	100.000	-	-	-	100.000	-	-	-
Arriendo					300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Marketing y Diseño												
<b>Resultado Operacional</b>	<b>3.187.125</b>	<b>4.071.557</b>	<b>4.932.268</b>	<b>5.876.777</b>	<b>6.513.352</b>	<b>8.235.159</b>	<b>9.782.436</b>	<b>11.481.680</b>	<b>13.217.497</b>	<b>15.334.613</b>	<b>17.551.099</b>	<b>19.986.835</b>
<b>Resultado Acumulado</b>	<b>10.398.403</b>	<b>14.469.959</b>	<b>19.402.227</b>	<b>25.279.004</b>	<b>31.792.357</b>	<b>40.027.515</b>	<b>49.809.951</b>	<b>61.291.631</b>	<b>74.509.128</b>	<b>89.843.741</b>	<b>107.394.841</b>	<b>127.381.676</b>

## 6.2.3 Conclusiones

El modelo dinámico descrito anteriormente, permite generar proyecciones y cuantificar el impacto de cada una de las acciones realizadas en la puesta en marcha de Zenda. La

ventaja del modelo es que, al ser dinámico y por etapas, se puede ir ajustando de acuerdo a los resultados obtenidos.

Según lo proyectado en el modelo, Zenda en una primera etapa requiere de un poco más de CLP 7 millones. Por tanto, las acciones de levantamiento de capital deben estar orientadas a levantar una cantidad semejante de fondos. En caso de acceder a Fondos de mayor tamaño, el capital restante podrá ser utilizado para mayor inversión en Marketing Digital, o una mayor inversión en Personal.

## 7. PLAN DE FINANCIAMIENTO

El objetivo de esta sección es identificar las posibles fuentes de financiamiento para la puesta en marcha, crecimiento y consolidación de Zenda. Una vez identificadas las alternativas, se llevará a cabo en una primera etapa, la implementación del plan, la cual consiste, principalmente en levantar los recursos iniciales para la puesta en marcha de la plataforma, la constitución de la sociedad y realizar acciones de marketing digital para mayor captura de clientes (terapeutas) y usuarios.

### 7.1 Estado del arte

Se realizó una investigación sobre diferentes fuentes de financiamiento existentes para emprendimientos en etapas tempranas (recursos propios, FFF, subsidios, préstamos (convertibles y/o no convertibles), y/o aumentos de capital).

#### 7.1.1 Metodología

Tomando como base las proyecciones del plan de desarrollo y el modelo dinámico antes descrito, se determinaron las necesidades de capital para las primeras etapas (Etapa Nace y Crecimiento) el cual alcanza los CLP 7.156.587

Con la información anterior, se realizó una investigación sobre las fuentes de financiamiento existentes tanto públicas como privadas para *startups* en etapa temprana (desde pre *Seed* hasta Expansión). En la investigación se consideraron todas las opciones existentes, desde fondos públicos, inversionistas ángeles, *Family-Friends-Fools* (FFF) hasta Fondos de capital de riesgo.

Esta etapa contempló levantamiento de información disponible actualizada sobre las diferentes alternativas, además de entrevistas con representantes de entidades que son parte del ecosistema de emprendimiento en Chile (ver anexo 4, entrevistas realizadas).

#### 7.1.2 Resultados investigación:

Las *startups* pasan por distintas etapas en su desarrollo y normalmente requieren diferentes inversores para su crecimiento. En un comienzo lo más común es que los recursos provengan de capital propio, o FFF “*family, friends and fools*” (personas cercanas a los emprendedores). En esta etapa también pueden aparecer inversionistas ángeles. “Una vez que el producto/servicio esté validado y pasa la etapa de prototipo funcional a obtener primeras ventas, pueden entrar las aceleradoras de negocios, quienes generalmente financian pero también apoyan con mentorías, redes y experiencia”, como es mencionado por Schenk (2015).

Cuando el emprendimiento está sobre el *Break-Even* y para expandirse requieren capital, el capital de riesgo juega un papel importante (Megias, 2013).

A continuación, en la Figura 1-30, se presentan las diferentes etapas de un emprendimiento, las diferentes alternativas de financiamiento y en qué momento participan los diferentes actores del ecosistema de emprendimiento y capital de riesgo chileno.

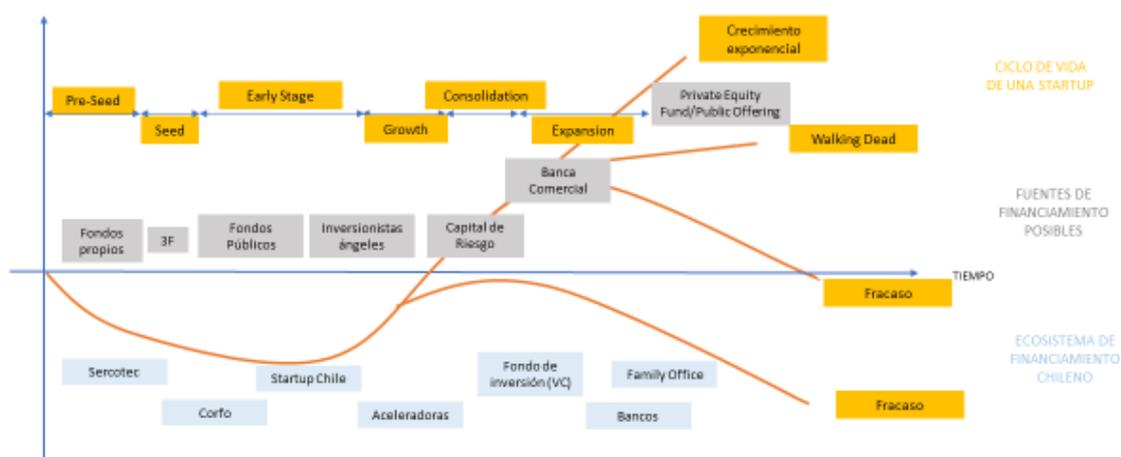


Figura 1-30: Alternativas de financiamiento provenientes de diferentes actores del ecosistema chileno, según las etapas de un emprendimiento (Fuente: elaboración propia en base a resultados de la investigación y Megias (2013)).

A continuación, se describen las posibles fuentes de financiamiento presentes en el ecosistema chileno:

#### a. Instituciones públicas

Las principales instituciones públicas de apoyo al emprendimiento son la Corporación de Fomento a la Producción (Corfo) y el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec). Ambas instituciones tienen programas de subsidio para emprendimientos en etapas tempranas. La diferencia entre estas instituciones, es que principalmente la primera (Corfo), financia emprendimiento con alto potencial de crecimiento entregando mayor cantidad de recursos, en cambio la segunda (Sercotec), en general, tiene un foco más

orientado a emprendimientos con menor grado de sofisticación, que no necesariamente presentan un grado de innovación en su propuesta.

### Corporación de Fomento a la Producción (Corfo) - Programas disponibles

Corfo nace para fomentar la actividad productiva en el país y lograr desarrollo económico.

Fomenta la inversión, la innovación y el emprendimiento, entre muchas áreas más.

La Gerencia de emprendimiento busca apoyar a quienes quieran desarrollar negocios con innovación y que necesiten apoyo para ponerlo en marcha. El calendario de convocatorias para el año 2019 es el siguiente (Corfo, 2019):



Figura 1-31: Calendario 2019 de oferta programática Gerencia Emprendimiento, Corfo.

La nueva oferta de programas la Gerencia de Emprendimiento para el año 2019 que contempla subsidios es la siguiente:

#### Programa: Semilla Inicia

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya a emprendimientos innovadores, de alto potencial de crecimiento, con alcance nacional y potencial de internacionalización. Deben estar en etapa de prototipo funcional de su producto o servicio. No tener ventas. Entrega un

máximo de \$15.000.000 (75% del costo total del proyecto) y adquirir conocimientos y habilidades según la metodología “El Viaje del Emprendedor” de Corfo.

*Requisitos:* "Personas mayores de 18 años que vivan en Chile. Empresas creadas en Chile, que tengan menos de 1 año y medio de iniciación de actividades ante el SII.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.corfo.cl/sites/cpp/emp-semilla-inicia>

- **Programa: Semilla Expande**

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya emprendimientos innovadores de alto potencial de crecimiento, validados comercialmente, que tengan alcance nacional y potencial de internacionalización. El estado del proyecto debe ser producto o servicio desarrollado y con ventas o que demuestren tener interés comercial formal. Entrega un máximo de \$45.000.000 (75% del costo total del proyecto), distribuidos en \$25.000.000. + \$20.000.000 adicionales en base a desempeño y adquirir conocimientos y habilidades según la metodología “El Viaje del Emprendedor” de Corfo.

*Requisitos:* empresas creadas en Chile, que tengan menos de 3 años de iniciación de actividades ante el SII. Con ventas menores a \$60.000.000.- en los 12 meses anteriores de la postulación.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.corfo.cl/sites/cpp/emp-semilla-expande>

- **Programa: Escalamiento**

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya emprendimientos de alto potencial de crecimiento, que hayan finalizado las etapas de creación y puesta en marcha con alcance global. El estado del proyecto debe ser producto o servicio en expansión comercial, en proceso de internacionalización o preparación para la inversión privada. Entrega Un máximo de \$60.000.000 (70% del costo total del proyecto).

*Requisitos:* empresas creadas en Chile, que tengan menos de 6 años de iniciación de actividades ante el SII. Con ventas netas entre \$60.000.000.- a \$600.000.000.- en los 12 meses anteriores a la apertura de la convocatoria.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.corfo.cl/sites/cpp/emp-escalamiento>

- **Programa: SSAF-Innovación**

*Beneficios/tipo de apoyo:* para proyectos con alto potencial de innovación y escalabilidad que logren una rápida curva de ventas. Entrega hasta \$60.000.000 y el emprendedor aporta 25%. Lo anterior dependerá de los Hitos establecidos por los Administradores de Fondo y si han obtenido financiamiento previo.

*Requisitos:* dependen de la administradora

*Cómo postular:* postulación a través de administradoras. Las administradoras que disponen de fondos SSAF-Innovación vigentes son las siguientes:



Figura 1-32: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF vigentes año 2019.

- **Programa: SSAF-Escalamiento**

*Beneficios/tipo de apoyo:* para emprendimientos dinámicos que pasaron la puesta en marcha, ya levantaron capital privado y buscan financiamiento para crecer. Entrega hasta \$60.000.000 del costo total del proyecto donde 50% corresponde al emprendedor, y 50% Corfo.

*Requisitos:* dependen de la administradora

*Cómo postular:* postulación a través de administradoras. Las que disponen de fondos SSAF- Escalamiento vigentes son las siguientes:



Figura 1-33: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF Escalamiento vigentes año 2019.

- **Programa: SSAF-Desafío**

*Beneficios/tipo de apoyo:* Para proyectos en fase de idea, pero asociados a un desafío estratégico regional o nacional. Entrega entre \$5.000.000 a \$15.000.000. Emprendedor aporta 20%. Algunos desafíos que se han abordado a la fecha: Ciudades inteligentes, Construcción, Mujeres en Industria creativa, alimentos, minería.

*Requisitos:* dependen de la administradora

*Cómo postular:* postulación a través de administradoras. Las administradoras que disponen de fondos SSAF- Desafío vigentes son las siguientes:



Figura 1-34: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF-Desafío vigentes año 2019.

- **Programa: SSAF- Social**

*Beneficios/tipo de apoyo:* para proyectos en fase de prototipo, que esperan potenciar una solución genera un valor agregado en la sociedad. Entrega hasta \$15.000.000. Emprendedor aporta 20%. Dimensiones a abordar:

- Ambiental
- Trabajo
- Ingresos
- Salud y movilidad
- Capital Humano
- Capital Social

*Requisitos:* dependen de la administradora

*Cómo postular:* postulación a través de administradoras. Las administradoras que disponen de fondos SSAF- Social vigentes son las siguientes:



Figura 1-35: Acelerados e incubadoras con fondos SSAF- Social vigentes año 2019.

- **Programa: El viaje del emprendedor**

*Beneficios/tipo de apoyo:* al iniciar el Viaje del emprendedor se podrá conocer el estado actual de la idea o proyecto, conectarse con el ecosistema emprendedor del país, ampliar oportunidades de financiamiento y habilidades gracias al contenido disponible en esta plataforma.

*Requisitos:* personas chilenas o extranjeras, mayores de 18 años.

*Cómo postular:* postulación directa en <http://elviajedelemprendedor.cl>

Complementado la oferta anterior, **Start-up Chile**, una aceleradora de negocios dependiente de Corfo creada para traer un alto nivel de emprendimiento basado en la innovación con sustento en Chile (Startup Chile, 2019) dispone de oferta programática para emprendimientos de Chile y el mundo, la cual se describe a continuación:

- **Programa: The S Factory**

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya a *startups* en etapas tempranas, con orientación tecnológica. Alto potencial de crecimiento y lideradas por mujeres. Estado del proyecto idea de negocio. Entrega \$10.000.000.- (90% del costo total del proyecto), + \$5.000.000.- adicionales si existe extensión. Programa de pre-aceleración de Start Up Chile.

*Requisitos:* personas chilenas o extranjeras, mayores de 18 años.

*Cómo postular:* postulación directa en

[https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/the\\_s\\_factory](https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/the_s_factory)

- **Programa: SEED**

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya a *startups* de base tecnológica, con mercados globales, que contribuyan al posicionamiento de Chile como referente en innovación y

emprendimiento tecnológico a nivel mundial. Estado del proyecto: Producto o servicio funcional. Entrega \$25.000.000.- (90% del costo total del proyecto) + \$25.000.000.- adicionales si existiese extensión. Programa aceleración de Start Up Chile.

*Requisitos:* personas chilenas o extranjeras, mayores de 18 años. Empresas creadas en Chile, con menos de 3 años de iniciación de actividades ante el SII, desde la fecha de postulación.

*Cómo postular:* postulación directa en [https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/programa\\_seed\\_generacion\\_22\\_start-up\\_chile](https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/programa_seed_generacion_22_start-up_chile)

- **Programa: Huella**

*Beneficios/tipo de apoyo:* emprendimientos innovadores que resuelvan problemas sociales y/o ambientales, con un modelo de negocio viable y sostenible. Estado del proyecto: Prototipo funcional de su producto o servicio. Que entrega: un máximo de \$50.000.000.- (80% del costo total del proyecto), distribuidos en \$25.000.000. + \$25.0000.000.- adicionales en base a desempeño. Metodología de aceleración de Start Up Chile.

*Requisitos:* personas mayores de 18 años con iniciación de actividades en primera categoría del SII. Empresas creadas en Chile, con iniciación de actividades ante el SII en primera o segunda categoría.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/huella>

### **Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec**

Sercotec, es una corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que apoya a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos (Sercotec, 2019).

La oferta programática disponible para el año 2019 es la siguiente:

- **Programa: Capital Semilla Emprende**

*Beneficios/tipo de apoyo:* apoya la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un plan de trabajo destinado a implementar un proyecto de negocio. Este plan de trabajo incluye acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes

necesarios para cumplir el objetivo del proyecto. Hasta 3.500.000 CLP\* para concretar las actividades detalladas en el plan de trabajo.

*Requisitos:* Personas naturales, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, que presenten una idea de negocio que cumpla con el foco definido por la convocatoria de Sercotec en su región.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.sercotec.cl/capital-semilla-emprende/>

- **Programa: Capital Abeja Emprende**

*Beneficios/tipo de apoyo:* Es un fondo concursable de Sercotec que apoya la puesta en marcha de nuevos negocios liderados por mujeres con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un plan de trabajo destinado a implementar un proyecto de negocio. Este plan de trabajo incluye acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto. Otorga hasta 3.500.000 CLP\* para concretar las actividades detalladas en el proyecto de negocio.

*Requisitos:* Mujeres, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, que presenten una idea de negocio que cumpla con el foco definido por la convocatoria de Sercotec en su región.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.sercotec.cl/capital-abeja-emprende/>

- **Programa: Crece**

*Beneficios/tipo de apoyo:* Crece es un subsidio no reembolsable de Sercotec destinado a potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio. Apoya la implementación de un plan de trabajo que incluye acciones de gestión empresarial (asistencias técnicas, capacitación y acciones de marketing) para el fortalecimiento de competencias de los empresarios y empresarias, así como el financiamiento de inversiones. El apoyo consiste en subsidio de hasta 6.000.000 CLP\* para concretar las actividades detalladas en el plan de trabajo.

*Requisitos:* Micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos en primera categoría, con ventas anuales netas entre 200 y 25.000 U.F.

Empresas con ventas anuales demostrables inferiores a 200 U.F. solo en el caso de tener menos de un año de existencia. Cooperativas con ventas anuales demostrables promedio por asociado/a menores a 25.000 U.F. al año.

*Cómo postular:* postulación directa en <https://www.sercotec.cl/crece/>

### **b. Instituciones privadas**

En Chile existen opciones de financiamiento dentro del Ecosistema Chileno que provienen de fuentes privadas. Los principales actores se describen a continuación:

- **Aceleradores, incubadoras, redes de mentores y Cowork:**

Son instituciones que entregan servicios especializados para la creación y desarrollo de emprendimientos que incorporen innovación en sus procesos, productos y servicios. Algunas de estas entidades reciben fondos de Corfo para su funcionamiento y operación y también son intermediarias de fondos Subsidios Semilla de Asignación Flexible (SSAF) descritos anteriormente.

En el anexo E se adjunta una base de datos de aceleradoras, incubadoras, redes de mentores y Cowork que han recibido fondos públicos para su funcionamiento. Esta información se obtuvo debido a que es de dominio público. Sin embargo, existen otras entidades que tienen el mismo foco, no obstante, su financiamiento es 100% con recursos privados, muchas veces provenientes de la misma entidad que las aloja.

- **Inversionistas Ángeles**

Existen redes de inversionistas ángeles en Chile, los cuales principales invierten en empresas con MVP validado y con ventas. Los emprendimientos deben tener alto potencial de crecimiento y desarrollo y escalabilidad a distintos mercados a nivel mundial. A continuación, se presentan las redes de inversionistas ángeles presentes en el país (Rivera, 2016).



Figura 1-36: Redes de inversionistas Ángeles en Chile.

- **Family Friends and Fools (FFF)**

Las redes de amigos o contacto personales con inversiones personalizadas más informales que los vehículos tradicionales (notas convertibles, SAFE, equity, etc.). En general, los montos no superan los US\$ 200.000 y el uso de los recursos está enfocado al inicio de la

empresa: desarrollo de tecnología, y compra de primeros productos o insumos para un servicio. En Chile, no existe una red establecida de red de “amigos” de financiamiento para *startups*.

- **Fondos de inversión de capital de riesgo**

La industria chilena de *Venture Capital* es una industria de USD 1.000 MM, donde el ticket de inversión promedio es cercano a USD 1,58 MM (alrededor de 70% de ellos son sobre \$500,000). En Chile se han financiado más de 400 *startups* a través de este mecanismo, generando más de 3000 empleos.

Los fondos de capital de riesgo buscan modelos de negocios escalables, en industria de alto crecimiento como: *Media-tech, Health-tech, Ed-tech, Agro-tech, Retail-tech* y *Fin-tech*. Los cuales generalmente utilizan tecnologías disruptivas tales como *Big data, ecommerce*, automatización, economía circular, internet de las cosas, entre otras.

En Chile los fondos de Capital de riesgo están asociados en la Asociación Chilena de Venture Capital (ACVC), la cual busca promover la industria del capital de riesgo (Venture Capital) en Chile, fomentando el financiamiento del emprendimiento y la innovación. Son la voz frente a entidades gubernamentales, inversionistas y otros actores de la industria (Asociación Chilena de Venture Capital, 2019).

Durante el desarrollo del Capital de Riesgo, Corfo ha comprometido a Fondos de Inversión Privado en un total de USD 841 M. A la fecha los Fondos de Inversión han desembolsado montos equivalentes a USD 505 M, equivalentes al 60% del total de recursos comprometidos para su inversión en empresas chilenas (Corporación de Fomento de la Producción, 2017).

Los principales fondos de capital de riesgo, son los siguientes:



Figura 1-37: Principales fondos de Capital de Riesgo en Chile.

En anexo F, se encuentran fichas resumen de fondos de capital de riesgo en los cuales Corfo ha comprometido capital privado.

- **Family Office**

Los *family office* son fondos que invierten normalmente en empresas en etapas más maduras, en etapas posteriores a los fondos de inversión en VC. Sus montos de inversión varían desde US\$ 10MM hasta +US\$ 100 MM por inversión. Buscan empresas ya consolidadas, que se encuentren generando dividendos de manera constante.

En Chile existe la Asociación de Empresas Familiares (aef), la cual es una organización sin fines de lucro, que busca ser un espacio de confianza donde las familias puedan compartir y aprender sobre los temas relevantes para preservar el legado familiar y promover el desarrollo, crecimiento y competitividad de las empresas familiares en Chile. Esta asociación está compuesta por 70 familias que buscan preservar el legado familiar y contribuir a la continuidad del patrimonio familiar (aef, 2019).



Figura 1-38: Asociación de empresas familiares.

## 7.2 Implementación plan de financiamiento

Desde el inicio de Zenda, se han postulado a diversos programas (5). El objetivo inicial fue “ganar experiencia” y conocer las diferentes plataformas de postulación. Lamentablemente, a la fecha Zenda no se ha adjudicado ningún subsidio, la razón que se baraja es que la mayoría de los fondos postulados buscan productos o servicio desarrollados, con ventas o que demuestren tener interés comercial formal. Por esta razón es que, durante los próximos meses, se postulará a programas que tengan menores barreras de entrada, y que permitan la postulación de emprendimientos en etapa de prototipo funcional sin necesidad de tener las ventas.

Las postulaciones realizadas a la fecha son:

- Imagine Lab: SAFF-Innovación
- Start-Up Chile: Seed
- Colab UC: SAFF-Social
- Start-Up Chile: The S Factory
- Sercotec: Capital Abeja

## 7.3 Conclusiones

El ecosistema chileno para financiamiento de emprendimientos en etapas tempranas y no tan tempranas está compuesto de varios actores tanto públicos como privados.

Las alternativas de financiamiento y las formas de inversión (instrumentos de inversión) son variadas y cambiantes en el tiempo dado que es un ecosistema dinámico, expuesto a los vaivenes del medio donde está inserto (cambios de Gobierno, aspectos legales, regulaciones de mercado, etc.), lo cual genera que constantemente entren y salgan actores. Es por esta razón, que el plan de financiamiento de un emprendimiento debe ser flexible y estar en constante actualización. Las *startups* deben incorporar un mecanismo de “vigilancia” para monitorear el medio en forma periódica.

Por otro lado, es clave en el diseño e implementación del plan de financiamiento, entender cuáles son los requisitos de entrada para acceder a las distintas fuentes de financiamiento y de esta manera, focalizar los esfuerzos y definir una estrategia clara y eficiente.

En relación a Zenda, considerando la etapa de desarrollo en la que se encuentra (etapa 1: semilla), las alternativas de financiamiento en el corto plazo principalmente son las siguientes:

- Fondos Públicos: Sercotec, Corfo, Aceleradoras e incubadoras de negocios
- Fondos Privados: recursos propios y FFF

Zenda se encuentra en etapas iniciales de desarrollo. En la medida que exista avance en los hitos establecidos en el plan de desarrollo como prioritarios para poder crecer y consolidarse (desarrollo tecnológico de la plataforma, marketing y formalización), las opciones de financiamiento serán mayores.

En el mediano plazo, dependiendo del crecimiento de Zenda y los resultados obtenidos, se podrán considerar otras alternativas de financiamiento como inversionistas ángeles y fondos de inversión.

## 8. CONCLUSIONES GENERALES

A partir de los hallazgos y evidencias obtenidas en esta investigación, se ajustó la propuesta de valor de Zenda; se construyó un plan de desarrollo dinámico por etapas; se evaluaron diversas alternativas de financiamiento, y se diseñó un sistema de acreditación de la formación de terapeutas. Todo lo anterior fue posible, gracias a la aplicación de un enfoque científico en el proceso de emprender, en donde se validaron los problemas (dolores) tanto de terapeutas como de usuarios, a partir delo cual, se ajustó la propuesta de valor y la solución final (plataforma Zenda).

A partir del mapa competitivo de Zenda, se estableció que si bien existen sitios que se enfocan en terapias complementarias, en general son informativos o de promoción, y no entregan una experiencia completa y de acompañamiento durante el proceso de búsqueda. Siendo el principal principal valor y atributo diferenciador de Zenda la generación de confianza a través del sello de calidad de los terapeutas que se disponibilizan a través de la plataforma.

La relevancia de los atributos diferenciadores y valor percibido se complementó en la fase de testeo de la propuesta de valor tanto en terapeutas como en usuarios. La principal conclusión fue que la plataforma genera interés por parte de usuarios y terapeutas, no obstante, existen diferencias en la valoración de las características que debe tener la plataforma. Estos resultados permitieron alimentar el ciclo de construir, medir y aprender, incorporando la evidencia obtenida en los ajustes del diseño final de la plataforma.

Por otro lado, el modelo dinámico permitió generar proyecciones y cuantificar el impacto de cada una de las acciones realizadas en la puesta en marcha de Zenda. Según lo proyectado en el modelo, Zenda en una primera etapa requiere de un poco más de CLP 6 millones. Por tanto, las acciones de levantamiento de capital deben estar orientadas a levantar una cantidad semejante de fondos. La ventaja del modelo es que, al ser dinámico y por etapas, se puede ir ajustando de acuerdo a los resultados obtenidos en el transcurso. Respecto al plan de financiamiento, se logró concluir que el ecosistema chileno relacionado con emprendimientos en etapas tempranas y no tan tempranas, está compuesto de varios actores tanto públicos como privados, en donde las alternativas de financiamiento son variadas insertos en un ecosistema muy dinámico. En este sentido, las *startups* como Zenda, deben incorporar mecanismos de “vigilancia” para monitorear el medio en forma periódica y así aprovechar las oportunidades existentes.

Por otro lado, es clave en el diseño e implementación del plan de financiamiento, entender cuáles son los requisitos de entrada para acceder a las distintas fuentes de financiamiento y de esta manera, focalizar los esfuerzos y definir una estrategia clara y eficiente.

Finalmente, dado que la reglamentación sobre las terapias complementarias en Chile se encuentra en etapas iniciales y que la generación de confianza es una de las características claves evaluadas por los usuarios y potenciales usuarios de Zenda, se diseñó un sistema de acreditación de formación de terapeutas, con el propósito que Zenda genere confianza y sea un promotor de la seguridad y calidad de la práctica y uso de las terapias complementarias. El sistema de acreditación, a través del Sello de Calidad de Zenda permitirá contar con terapeutas cuya formación y experiencia sean las adecuadas para brindar un servicio de calidad a los usuarios de la plataforma.

En síntesis, gracias a los resultados de este trabajo sumado al de Génnero (2019) y Guzmán, (2019), se logró abordar todos los elementos necesarios para comenzar un emprendimiento tecnológico con un crecimiento sostenible, escalable y rentable.

## BIBLIOGRAFIA

- Alonso, Y. (2005). Las constelaciones familiares de Bert Hellinger: un procedimiento psicoterapéutico en busca de identidad. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 54(5), 85-96.
- Asociación chilena de Reiki. (2019). Requisitos de estudio continuo de Reiki. Recuperado de: <https://www.asociacionchilenadereiki.org/>
- Asociación de empresas familiares. (2019). Quienes somos. Recuperado de: <https://www.aef.cl/>
- Belson, W. A. (1981). *The design and understanding of survey questions*, Aldershot, England: Gower.
- Bourquin, P. (2014). *Las constelaciones familiares en resonancia con la vida*. Desclée de Brouwer Chile. Asociación Chilena de Venture Capital (2019). Quienes somos. Recuperado de: <https://acvc.cl/>
- Camuffo, A., Cordova, A. y Gambardella, A. (2017). A Scientific approach to entrepreneurial decision making: evidence from a randomized control trial.
- Chile. Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo. (2018). Índice de Ventas por Internet II Semestre 2018. Recuperado de: <https://www.cnc.cl/ventas-online-crecen-un-394-durante-2018-mostrando-una-tendencia-al-alza/>
- Chile. Corporación de Fomento de la Producción. (2019). Programas Gerencia de Emprendimiento. Recuperado de: [https://www.corfo.cl/sites/Satellite?c=C\\_LineaDeApoyo&cid=1456407876758&d=Touch&pagename=CorfoPortalPublico%2FC\\_LineaDeApoyo%2FcorfoLineaDeApoyoInteriorWebLayout](https://www.corfo.cl/sites/Satellite?c=C_LineaDeApoyo&cid=1456407876758&d=Touch&pagename=CorfoPortalPublico%2FC_LineaDeApoyo%2FcorfoLineaDeApoyoInteriorWebLayout)
- Chile. Corporación de Fomento de la Producción. (2017). Informe Público de Capital de Riesgo. Diciembre 2017. Recuperado de: <https://corfo.cl/sites/Satellite?blobcol=urldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1475166798759&ssbinary=true>
- Chile. Ministerio de salud. (2019). Medicinas Complementarias. Recuperado de <https://www.minsal.cl/medicinas-complementarias/>
- Chile. Ministerio de Salud, Subsecretaria de Salud Pública. (2012). Estudio sobre conocimiento, utilización y grado de satisfacción de la población chilena en relación a las Medicinas Complementarias Alternativas. Recuperado de: <http://web.minsal.cl/portal/url/item/cdc107bdcfc3bff6e040010164015ba5.docx>

- Chile. Subsecretaría de Telecomunicaciones. (2016). Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet. Recuperado de: [https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Informe-VII-Encuesta-de-Acceso-Usos-y-Usuarios-de-Internet\\_VF.pdf](https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Informe-VII-Encuesta-de-Acceso-Usos-y-Usuarios-de-Internet_VF.pdf) (consultado)
- Chile. Servicio de Cooperación Técnica. (2019). Quienes Somos. Recuperado de: <https://www.sercotec.cl/quienes-somos/>
- Chile. Sociedad Mindfulness y Salud. (2019). ¿Qué es Mindfulness?, Despertando a la realidad del momento presente. Recuperado de: <https://www.mindfulness-salud.org/mindfulness/que-es-mindfulness/>
- Chile. Startup Chile. (2019). Sobre Nosotros. Recuperado de: <http://www.startupchile.org/es/sobre-nosotros/>
- Christensen C. M., Hall T., Dillon K., and Duncan D.S. (2016) Know Your Customers' "Jobs to Be Done". Harvard Business Review 6.
- Fundación Chile. (2016). Chile Saludable (Volumen 5). Recuperado de: <https://fch.cl/recurso/alimentos-y-acuicultura/chile-saludable-volumen-5/>
- Fundación Chile. (2016). Estrés de los chilenos se duplica en 4 años. Recuperado de: <https://fch.cl/estres-los-chilenos-se-duplica-cuatro-anos/>
- Fundación País Digital. (2018). Brecha en el uso de internet: una expresión de la exclusión social. Recuperado de: <http://www.paisdigital.org/PD/tag/brechas-uso-internet/>
- Génnero, M. (2019). Zenda, plataforma inteligente que te conecta con la terapia complementaria a la medida. Negocios y Tecnología. Tesis de magíster inédita.
- Guzmán, L. (2019). Zenda, plataforma inteligente que te conecta con la terapia complementaria a la medida. Marketing y Comunicaciones. Tesis de magíster inédita.
- Goiz, I. (1992). El Par Biomagnético.
- Instituto de Expansión de la Consciencia Humana. (2019). Formación de Astrólogos. Recuperado de: <http://www.transformacion.cl/index.php/formacion-de-astrologos>
- Krosnick, J.A. y Presser, S. (2009). Question and Questionnaire Design, (Eds). San Diego, CA: Elsevie
- Lever, G. (2019). Tendencias del comercio electrónico. Recuperado de: <https://www.ccs.cl/eventos/2019/doc/ecommm%20log-comprimido.pdf> VPC

- Megias, J. (2013). El ecosistema de inversión en Israel ¿cómo empezó todo y qué podemos aplicar en España?. Recuperado de: <https://javiermegias.com/blog/2013/03/ecosistema-inversion-israel-startups-yozma/>
- Moore, G.A. (2014). Crossing the Chasm, 3rd Edition: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers. EEUU: HarperBusiness
- National Center for Complementary and Integrative Health. (2015). Reiki. recuperado de [https://nccih.nih.gov/sites/nccam.nih.gov/files/Reiki\\_11-30-2015.pdf](https://nccih.nih.gov/sites/nccam.nih.gov/files/Reiki_11-30-2015.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. (2019). WHO Global Report on Traditional and Complementary Medicine 2019. Recuperado de: <http://www.who.int/medicines/areas/traditional/definitions/en/>
- Organización Mundial de la Salud, (2013). WHO traditional medicine strategy: 2014-2023. Recuperado de: [https://www.who.int/traditional-complementary-integrative-medicine/publications/trm\\_strategy14\\_23/en/](https://www.who.int/traditional-complementary-integrative-medicine/publications/trm_strategy14_23/en/)
- Organización Mundial de la Salud. (2017). Depresión y otros trastornos mentales comunes. Estimaciones sanitarias mundiales. Recuperado de: <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/34006/PAHONMH17005-spa.pdf>
- Orion, R. (2007). Astrología para Dummies, Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Pastorino, M.L. (1987). La medicina floral de Edward Bach. Buenos Aires: Editorial Club de Estudio. ISBN.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses, EEUU.: Portfolio Penguin.
- Rivera, S. (2016). ¿Cuáles son las redes de inversionistas Ángeles en Chile?. Recuperado de: <https://www.entrepreneurd.cl/cuales-las-redes-inversionistas-angeles-chile/>
- Santandreu, I. A. (2018). ¿Dónde estudiar flores de Bach?. Revista Mundo Nuevo. Recuperado de: <https://www.mundonuevo.cl/donde-estudiar-flores-de-bach/>
- Schenk, M. (2015). ¿Qué significa Series-A y Series-B en la financiación de Startups?. Recuperado de: <https://www.startups-espanolas.es/2015/08/31/que-significa-series-a-y-series-b-en-la-financiacion-de-startups/>
- Sociedad Mindfulness y Salud. (2019) ¿Qué es Mindfulness? Recuperado de: <https://www.mindfulness-salud.org/mindfulness/que-es-mindfulness/>

- Vásquez-Dextre, E.R. (2016). Mindfulness: conceptos generales, psicoterapia y aplicaciones clínicas. *Revista de Neuro-Psiquiatria*, 79 (1), Recuperado de: <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RNP/article/view/2767>
- Zuñiga, O. (2017). Constelaciones familiares: qué son y cómo te afectan. Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/constelaciones-familiares-te-afectan/>

## ANEXOS

## Anexo A: Encuestas online terapeutas y usuarios

## A-1 Encuesta online usuarios



www.zendazone.com
ZendaZone
Zenda\_Zone

---

Abandonar-> | Continuaré más tarde

**1.- Información General**

Información General del Encuestado

**\*1. Nombre y Apellido**

**\*2. Género**

Femenino  
 Masculino  
 NS/NC

**\*3. Rango de Edad**

18-25  
 26-35  
 36-45  
 46-55  
 56-65  
 Más de 65

**\*4. Nivel Educativo**

Educación Media Completa  
 Universitaria Incompleta o Completa  
 Postgrado Incompleto o Completo  
 Otro (Por favor especifique)

**\*5. Región donde vive**

Elige una ▼

**\*6. Comuna donde vive**

Elige una ▼

[Siguiente->](#)

33%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online [encuestafacil.com](https://encuestafacil.com)

---

[Abandonar->](#) | [Continuaré más tarde](#)

**2.- Información Especifica Usuarios**

Favor responder las siguientes preguntas en base a su experiencia con terapias complementarias

**\*7. ¿Con qué frecuencia utilizas terapias complementarias?**

Una o más veces a la semana  
 Dos o tres veces al mes  
 Una vez al mes  
 Dos o tres veces al año  
 Nunca  
 Otro (Por favor especifique)

**\*8. ¿Has utilizado Zenda para conocer a un terapeuta de terapias complementarias?**

Nunca  
 1 vez  
 Más de 1 vez  
 Otro (Por favor especifique)

**\*9. Si no has utilizado Zenda, por favor ingresa a <https://www.zendazone.com/> y contesta las siguientes preguntas: ¿Qué opinas de Zenda?**

Muy Interesante  
 Interesante  
 Neutro  
 Poco Interesante  
 Nada Interesante

**\*10. ¿Utilizaría estos servicios?**

Sí  
 Sí, pero no en estos momentos  
 No, no lo usaría  
 Otro (Por favor especifique)

**\*11. En comparación con otras alternativas para acceder y conocer a terapeutas complementarios (páginas web, boca en boca, revistas, etc.), Zenda es**

Mucho mejor  
 Algo mejor  
 Más o menos igual  
 Algo peor  
 Mucho peor  
 NS/NC

**\*12. ¿Utilizaría Zenda para agendar y pagar una terapia complementaria?**

Seguro que sí  
 Probablemente sí  
 Probablemente no  
 Seguro que no

[<-Anterior](#) | [Siguiente->](#)

3.- Información Especifica Usuarios

Favor responder las siguientes preguntas

\*13. ¿Recomendaría Zenda a otras personas?

- Si
- No

\*14. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de Zenda?

- Que es necesario
- Que no conozco nada parecido
- Que me entrega información relevante
- Ahorra tiempo
- Da confianza
- Ninguno de los anteriores
- Otro (Por favor especifique)

\*15. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar? ¿Y cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con nuestro producto?

Reserva Online	Grado de Importancia al Comprar
<input type="checkbox"/>	Esta una
Pago Online	Esta una
Recomendaciones de terapeutas, comentarios y testimonios de pacientes	Esta una
Recomendación de terapia/terapeuta según las necesidades del paciente (previo completar cuestionario online)	Esta una
Acceso a información completa del terapeuta	Esta una
Acceso a medios de verificación de la formación del terapeuta (diploma, certificados, otros)	Esta una

\*16. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

- Anuncios en periódicos o revistas
- Correo electrónico
- Internet
- Redes Sociales
- Otro (Por favor especifique)

17. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio que quiera decirnos?

## A.2 Encuesta online terapeutas

Vista previa de la encuesta. Las respuestas no se almacenan. El link definitivo se encuentra en "Links a encuesta"



www.zendazone.com

ZendaZone

Zenda\_Zone

[Ahorro de tiempo] [Continuar más tarde]

### Encuesta Terapeutas - Zenda

1.- Información General

Información General del Encuestado

\*1. Nombre y Apellido

\*2. Correo electrónico

\*3. Género

- Femenino
- Masculino
- No sé

\*4. Rango de Edad

- 0-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Más de 65

\*5. Nivel Educativo

- Educación Media Completa
- Universitario Incompleta o Completa
- Postgrado Incompleta o Completa
- Otro (Por favor especifique)

\*6. Región donde vive

\*7. Comuna donde vive

\*8. Formación en Terapias Complementarias

- No
- Craneoterapia
- Acupuntura
- Acupuntura
- Terapias Manuales
- Bioenergética
- Comedición Guiada
- Nutrición ayurvédica
- Masaje

\*9. Años de Experiencia como terapeuta complementario

\*10. Métodos utilizados para darse a conocer

- Revistas Especializadas
- Diarios o Revistas no Especializadas
- Instagram
- Facebook
- Twitter

\*11. Años de Experiencia como terapeuta complementario

\*12. Métodos utilizados para darse a conocer

- Revistas Especializadas
- Diarios o Revistas no Especializadas
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Sitios Web
- Otro (Por favor especifique)

\*13. Lugar donde realiza las terapias

- Casa Particular
- Centro de Terapias
- Consultorio Particular
- Oficina
- Otro (Por favor especifique)

\*14. Tasa de Ocupación como Terapeuta Complementario

- Tiempo Completo
- 3 veces por semana
- 2 veces por semana
- Menos de dos veces por semana
- Otro (Por favor especifique)

\*15. Número promedio de Pacientes atendidos por Semana

- 0-10
- 11-20
- 21-30
- 31-40
- Más de 40
- Otro (Por favor especifique)

SIGUIENTE

50%

Encuestador.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.



## Encuesta Terapeutas - Zenda

[Reservar](#) [Continuar más tarde](#)

## 2 - Preguntas Específicas Terapeutas

Por favor contestar las siguientes preguntas. Si no conoce Zenda, espere al sitio: <http://www.zendazone.com/>

## \*14. ¿Qué opinión de Zenda?

- Muy interesante  
 Interesante  
 Neutral  
 Poco interesante  
 Nada interesante

## \*15. ¿Por qué?

## \*16. ¿Qué cosas mejoraría de Zenda?

## \*17. Pensando en lo que ofrece Zenda, ¿cuál es la importancia que le das a cada uno de los siguientes aspectos?

	1. Muy importante	2. Importante	3. Poco importante	4. Nada importante	5. Me es indiferente
Que los clientes puedan reservar online	<input type="radio"/>				
Que las reservas se sincronizan con tu agenda	<input type="radio"/>				
Que los clientes puedan pagar online	<input type="radio"/>				
Validación de perfil completo	<input type="radio"/>				
Fecha de publicación en redes sociales (public)	<input type="radio"/>				
Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram)	<input type="radio"/>				
Bot de redes profesionales	<input type="radio"/>				
Notificación email videos profesionales	<input type="radio"/>				
tener acceso a especialistas por realizar consultas	<input type="radio"/>				

## \*18. De las características anteriores, ¿cuáles son las 3 que consideras más importantes?

- Que los clientes puedan reservar online  
 Que las reservas se sincronizan con tu agenda  
 Que los clientes puedan pagar online  
 Validación de perfil completo  
 Fecha de publicación en redes sociales (public)  
 Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram)  
 Bot de redes profesionales  
 Notificación de email videos profesionales  
 Tener acceso a especialistas para realizar consultas

## \*19. ¿Prefieres pagar comisión por cada uno de los ventas que se realizan a través de Zenda o un plan mensual fijo? Ambas alternativas consideras acceso a los beneficios principales de la plataforma

- No Comisión por ventas  
 Plan fijo mensual fijo mensual  
 Otro (Por favor especificar)

## \*20. ¿Recomendarías Zenda a otro(a) terapeuta de terapias complementarias?

- Si  
 No

## 21. ¿Tienes algún comentario o sugerencia final?

[Guardar](#) [Fin](#)

Encuestad.com no se responsabiliza de ningún contenido enviado (ya incluido en esta encuesta).

## Anexo B: Base de datos terapeutas a quienes se les envió encuesta online

N°	EMail	Nombre
1	<a href="mailto:reikiterapiaenlareina@gmail.com">reikiterapiaenlareina@gmail.com</a>	Carolina González Lobos
2	<a href="mailto:mariaelenagallardo.galvez@gmail.com">mariaelenagallardo.galvez@gmail.com</a>	María Elena Gallardo
3	<a href="mailto:clsantibanez@gmail.com">clsantibanez@gmail.com</a>	Claudia Santibañez
4	<a href="mailto:gabriela.ortiz@gmail.com">gabriela.ortiz@gmail.com</a>	Gabriela Ortiz
5	<a href="mailto:hannemarcelo@gmail.com">hannemarcelo@gmail.com</a>	Hanne Marcelo
6	<a href="mailto:cristalesparasanar@gmail.com">cristalesparasanar@gmail.com</a>	María Loreto Piña Rojas
7	<a href="mailto:jdidiercastillo@gmail.com">jdidiercastillo@gmail.com</a>	Juan Didier Castillo
8	<a href="mailto:hpkyoga@gmail.com">hpkyoga@gmail.com</a>	Marcela Santis Alvear
9	<a href="mailto:Dinkadujisin@gmail.com">Dinkadujisin@gmail.com</a>	Dinka Dujisin Gandulfo
10	<a href="mailto:brahamdev.singh.ky@gmail.com">brahamdev.singh.ky@gmail.com</a>	Brahamdev Singh
11	<a href="mailto:jimealtamira@gmail.com">jimealtamira@gmail.com</a>	Jimena Altamirano Claro
12	<a href="mailto:acupuntura.lucia.terapias@gmail.com">acupuntura.lucia.terapias@gmail.com</a>	Lucía Escobar Verdugo
13	<a href="mailto:valentina.caridi@gmail.com">valentina.caridi@gmail.com</a>	Valentina Caridi Vergara
14	<a href="mailto:nati.celsi@gmail.com">nati.celsi@gmail.com</a>	Romina Celsi
15	<a href="mailto:mundoblup@gmail.com">mundoblup@gmail.com</a>	Daniela López
16	<a href="mailto:mangelicaduran@gmail.com">mangelicaduran@gmail.com</a>	Angélica
17	<a href="mailto:valdesgj@gmail.com">valdesgj@gmail.com</a>	Gustavo Valdés
18	<a href="mailto:hakineri@gmail.com">hakineri@gmail.com</a>	Hakineri
19	<a href="mailto:yashiracb@gmail.com">yashiracb@gmail.com</a>	Yashira

20	terapias.cuerpo@gmail.com	Vanessa
21	jessicamorenom@msn.com	Jessica Moreno
22	infoluna@lunadepirque.cl	Luna de pirque (centro)
23	maestramuna@gmail.com	Muna Halasa
24	soldeginebra@gmail.com	Sol Sánchez
25	caroabara@gmail.com	Caro Abara
26	elaine.slms@hotmail.com	Elaine Salinas
27	valentinaschiavettit@gmail.com	Valentina Schiavetti
28	rucompat@lycos.com	GABRIEL Gregg Schmidt
29	manartaki@yahoo.es	NARTAKI Francis Gutiérrez
30	centrotierrapura@gmail.com	LOTO Jacqueline Ojeda
31	arunmassage@hotmail.com	ARUN Rodrigo Sanhueza
32	elquimarianela@yahoo.es	Marianela
33	amanecerenelvalle@gmail.com	Gladys Medina
34	susanagoenagal@gmail.com	Susana Goenaga
35	akashahealingsoul@gmail.com	Paloma Carrasco
36	bienestarintegralterapias@gmail.com	Mariel y Sebastian
37	milenavarro@yahoo.com	Milena Navarro
38	bverarodriguez@gmail.com	Bernardo Vera
39	rodrigo.avendano.avila@gmail.cl	Rodrigo Avendaño
40	contacto@magdalenagrimaldi.cl	Magdalena Grimaldi
41	terapiasholisticas.esagrado@gmail.com	Jeannette Vargas
42	ahonaturopatia@gmail.com	Francisca Gonzalez Garcia
43	serterapias.contacto@gmail.com	Maria Jose Herane
44	evoluciondelasflores@gmail.com/alexandra ndramoragazambrano@hotmail.com	Alexandra Moraga Zambrano
45	sanaciones.lecturas@gmail.com	Lilian
46	samadhi.tc@gmail.com	Alejandra Perez
47	cota.garciap@gmail.com	María José García
48	brujita@zocalo.cl	Verónica Guajardo
49	pewunterapias@gmail.com	Teresa Monreal
50	contacto@psimadhi.cl	Constanza Maige Sepúlveda

51	guillermo.mtch@gmail.com	Guillermo Toro
52	acu vital33@gmail.com	Maricarmen Orozco
53	spvalenzuelap@yahoo.es	Sandra Paola Valenzuela
54	centrodebienestarnero@gmail.com	Georgina Velasco
55	reiki.olga@gmail.com	Olga Caruz
56	francis.hdm@gmail.com	Francis Nazar
57	tarotsybila.lunar@gmail.com	Valeria Gallardo Kemp
58	rosepulv@uc.cl	Rosario Sepúlveda
59	ewillatth@gmail.com	Eduardo Willatt
60	claudiacoll@vtr.net	Claudia Coll
61	rominaguzman7@gmail.com	Romina Guzmán
62	yogalahchile@gmail.com	Daniela Isabel Hernández Nessi
63	carolina.caceres@outlook.com	Carolina
64	venusespiritual@gmail.com	María Jesús Bujanda
65	jacquijohn@gmail.com	Jacqueline Johnson
66	ange.tabilo24@gmail.com	Angelica Tabilo
67	crystal.tarot219@gmail.com	Anita Figueroa
68	macamar9@yahoo.com	Macarena Marin Martin
69	sephui@yahoo.com	Marta Sepulveda
70	anaquiron@gmail.com	Ana Quiroga
71	itbrito@uc.cl	Isis Brito
72	gustavo.maidana@icloud.com	Gustavo Maidana Lanz
73	consucrisol@gmail.com	Consuelo
74	jm.yojanes@gmail.com	Javier
75	terapia.astral@gmail.com	Maria López
76	alejandraguerr@gmail.com	Ale Guerra
77	astrodina@gmail.com	Katterine Roper
78	jorge.murphy@gmail.com	Jorge Gregorio Murphy Jiménez
79	nene.wellness@gmail.com	Renée Constanza Balbontín
80	cecilia.benavente@vtr.net	Cecilia Benavente
81	patriciabulling@gmail.com	Patricia Bulling
82	bernarditasurya@gmail.com	Bernardita Acuña N

83	polypb@gmail.com	Paulina Pérez
84	energiasflorales@hotmail.com	Claudia Santander
85	bioterapiaiqq@gmail.com	Luis Núñez Martínez
86	aludnaturalsatori@gmail.com	Margarita González Morán
87	terapias.vibracionales.anahata@gmail.com	Claudia Israel
88	marcelalopez235@gmail.com	Marcela lopez
89	loretomontt@gmail.com	Loreto Montt
90	mvalenzuela@vtr.net	Mario Valenzuela Cerda
91	claudia.ab@outlook.es	Claudia Aguilera Ballesteros
92	andyza777@gmail.com	Andy
93	hola@marcelapazgonzalez.cl	Marcela Paz González Contreras
94	hidalgocarle@gmail.com	Verónica Hidalgo Carle
95	podologaserrano@gmail.com	Alejandra Serrano Gómez
96	emporiodeisolina@gmail.com	Paula Miranda Olivos
97	caguayof@gmail.com	Camila Muriel Aguayo Fuentes
98	mariajesusnietohoffmann@gmail.com	María Jesús Nieto Hoffmann
99	azucenaesk@gmail.com	Susana Eskuche
100	felipesanhueza212@gmail.com	Felipe Sanhueza
101	brendara9@gmail.com	Brenda Rodríguez
102	centroconscienciaartesano@gmail.com	Pablo Ten
103	purisimar@hotmail.com	Purísima Romero López
104	pranaced@gmail.com	Cecilia Espinosa
105	Tirsa_pino@hotmail.com	Teresa Pino
106	terapias.curico@gmail.com	Carol Arias
107	premar21ag@gmail.com	Mario López Martínez
108	marcelandrea91@gmail.com	Marcela Pradenas Silva
109	marichechi@hotmail.es	Cecilia Maureira
110	amgral2002@gmail.com	Ximena Fica R.
111	patricia.gallego07@gmail.com	Patricia Gallego Orellana
112	atorres.suazo@gmail.com	Andrea Torres Suazo
113	terapeutapaoconcha@yahoo.es	Paola Concha Carmona

114	catherine.maechtig@gmail.com	Catherine Maechtig
115	almendrita_ca@hotmail.com	Almendra Cepeda
116	terapeuta.reiki.temuco@gmail.com	Camila Parada
117	mneculman@gmail.com	Marcela Neculman Soto
118	catalina.riffo.u@gmail.com	Catalina Riffo
119	patricia.schwerter@gmail.com	María Patricia Schwerter Miranda
120	abbrana@gmail.com	Andrea Bouzigues
121	elainercoimbra@gmail.com	Elaine Coimbra
122	cotefloresbach@gmail.com	Maria jose
123	mjose.ibarrag@gmail.com	Maria Jose Ibarra G
124	fitzgerald.therapy61@gmail.com	María Paz Espinoza
125	angelica.-@hotmail.com	Ángelica gallardo
126	monica_kahler@yahoo.es	Mónica Khaler
127	loretoflores1@gmail.com	Loreto Flores
128	soy.reiki@yahoo.cl	Gregorio Guajardo
129	cecmorales@gmail.com	Cecilia Morales Escobar
130	cedinf.arica@gmail.com	Victoria Ara
131	barbara.tolozat@gmail.com	Bárbara Toloza
132	valentin.kelleravila@gmail.com	Valentín Keller
133	claudiapazvalenzuela@gmail.com	Pachi Valenzuela
134	brujita@zocalo.cl	Verónica Guajardo
135	contacto@masfeldenkrais.com	Bárbara Gilmore
136	bmayala@gmail.com	Barbara Ayala
137	cgmorales@hotmail.com	Carmen Gloria Morales
138	carogd@gmail.com	Carolina Godoy
139	cecitorrealba@gmail.com	Cecilia Torrealba
140	alcaminovioleta@hotmail.com	Francisca Fuentes
141	gguerino@opentek.cl	Gabriela Fernández
142	gab.vergara@gmail.com	Gabriela Vergara
143	garancibiap@gmail.com	Gustavo Arancibia
144	javiera.encina@gmail.com	Javiera Encina
145	z.jerico@gmail.com	Jericó Zambrano

146	karensburg@hotmail.com	Karen Arensburg
147	kdepassc@gmail.com	Karin De Pass
148	magdalena.alvarezpalma@gmail.com	María Magdalena Álvarez
149	scarlettcoroneljara@gmail.com	Scarlett Coronel
150	zinawaisman@yahoo.com	Zina Waisman
151	ursulais@yahoo.es	Úrsula Izquierdo
152	ayurvedayoga@gmail.com	Rodrigo Herrera
153	jennifer.fonoaudiologa@gmail.com	Jennifer Farias
154	sandratoledomena@gmail.com	Sandra Toledo
155	joseantoniocousino@gmail.com	Jose Cousiño
156	terapias.orquidea@gmail.com	Pamela Isabel Huaracán Durán
157	m.salgado03@ufromail.com	Marcela Alejandra Salgado Rojas
158	camila.cofre.c@gmail.com	Camila Cofre Castro
159	karina.gejman@gmail.com	Karina Gejman Enríquez
160	Kinesan@gmail.com	Claudia Andrea Nuñez Cifuentes
161	agni.atma.ps@gmail.com	Yamila Yaroslaba Leyton
162	kguerrero@tubuenasalud.cl	Karen Guerrero Rodríguez
163	contacto@kineantoine.cl	Blanca Antoine
164	nicathalopez@gmail.com	Nicole Cathalifaud
165	contacto@centronaya.cl	Centro Naya
166	linabv86@gmail.com	Lina Bocanegra
167	<u>panchazahr@gmail.com</u>	Francisca Zahr
168	rrpp@ancestrales.cl	Carla Manterola
169	martaa.violeta@gmail.com	Marta Arenas
170	centrovioleta@hotmail.com	Lenya Sobarzo
171	paulinal.violeta@gmail.com	Paulina Lyon
172	carolinadlf.violeta@gmail.com	Carolina de la Fuente
173	franciscag.violeta@gmail.com	Francisca González
174	terapiaalternativa41@gmail.com	Yasna Ortega
175	tamaraaguila@hotmail.com	Yasna Tamara Aguila
176	sol.terapias.complementarias@gmail.com	Soledad Mateluna

177	luzparaelalmaterapias@gmail.com	Patricia Pineda
178	info@espacioananta.cl	Pablo Moisan
179	contacto@salbio.cl	Lorena Bustamante
180	terapias.espirituviolata@gmail.com	M. Francisca Latorre
181	contacto@terapiasconcepcion.cl	Aída Esther Mora
182	ananda.afloral@gmail.com	Susana E. Machuca Castro
183	liberacionesspiritual@hotmail.com	Gonzalo Ramirez T.
184	almaencalmaterapias@gmail.com	Katherine Olguin
185	claudiagalvezr@gmail.com	Claudia Gálvez Reyes
186	claudiagalvezr@gmail.com	Sussy Contreras
187	mgallardodorta@gmail.com	Marcela Gallardo Dorta
188	sufradan@gmail.com	Susana Rocha
189	cuidarteterapias@gmail.com	Yacqueline Mardones
190	andreapenaf@gmail.com	Andrea Peña
191	marianelavale2712@gmail.com	Marianela Figueroa
192	barbaraoyarzun06@gmail.com	Bárbara Oyarzún
193	katherine.terapiasdebach@gmail.com	Katherine Palacios Uribe
194	katy.souto@gmail.com	Lorena Souto Godoy
195	laflordelavidaconcepcion@gmail.com	María Isabel Concha Floody
196	ingridsolar13@gmail.com	Ingrid Solar
197	jessalvarezneira@gmail.com	Jessica Alvarez Neira
198	terapiaskumelkan@gmail.com	Karen Gómez Pinto
199	glome2004@gmail.com	Gloria Medina
200	gmunozparra@gmail.com	Gladys del Transito Muñoz Parra
201	concepcionterapias@gmail.com	Ana Maria Gonzalez Poblete
202	<a href="mailto:info@terapiastemuco.cl">info@terapiastemuco.cl</a>	Margareta Gaal
203	cristian.reikiusui@gmail.com	Cristian Sanchez
204	mz.terapias@gmail.com	María Angélica Morales
205	evelin@conexionser.cl	Evelin Klein
206	mamunigo@gmail.com	Marcela Muñoz Igor
207	psotomayor@gmail.com	Pablo Andrés Sotomayor
208	tashiterapias@gmail.com	Gloria Maldonado

209	terapiakamal@gmail.com	Mónica Ramírez Rodríguez
210	lumape.esteticaintegral@gmail.com	Mackarena Gutierrez
211	centromodozen@gmail.com	Rodrigo Urrutia
212	caminodeloto@gmail.com	Barbara Millán
213	c.cabash1@gmail.com	Carlos Miguel Cavash
214	ariam.mil@gmail.com	Maira Ibarra
215	auriculoterapiappc@gmail.com	Pamela Puentes C.
216	cecisanhuezah@gmail.com	Cecilia Sanhuesa
217	faustogrecosaavedraconcha@gmail.com	Fausto Saavedra
218	rayenmimosa@yahoo.es	Dolly Barría
219	Javialarrrain@gmail.com	Javiera Larraín
220	solei36@yahoo.es	Soledad Tarrago
221	pafemag123@gmail.com	Pablo Martin
222	cyoulton25@hotmail.com	Carmen Youlton
223	ornebarbieri@gmail.com	
224	susurrodemiel@gmail.com	Laura Martínez Almecija
225	digitopunturajaponesa@gmail.com	Andres Elgueta
226	camiladepablo@gmail.com	Camila de Pablo
227	amor.sundaridevi@gmail.com	
228	anastasia.veth@gmail.com	Anastasia
229	axel@constelar.me	Axel Paulsen
230	veronicagonzalez.terapeuta@gmail.com	Verónica González Tamayo.
231	jccalzados@gmail.com	
232	Pjoogonzalez@gmail.com	
233	cecilia_verah@hotmail.com	Cecilia
234	Conychad@gmail.com	Cony
235	paulinalamas@gmail.com	
236	terapiasflordevida@gmail.com	
237	terapiaalternativa41@gmail.com	

238	paoqueirolok@hotmail.com/paola@terapiaalma.cl	Paola
239	contactofloresdebach18@gmail.com	
240	rocontre@gmail.com	Rodrigo Contreras
241	ivavrsalovic@gmail.com	Ivania Vrsalovic Ábrigo
242	tarotchile.contacto@gmail.com	
243	nuamaco@gmail.com	
244	lgrezyes@gmail.com	
245	frholistica@gmail.com	Matias Peralta
246	danielapizarrogaete@gmail.com	
247	N/A	
248	info@centromantra.cl	Francisca Montanari Valdés
249	miakoda.holistic@gmail.com-sattva.padma.terapias@gmail.com	Mauricio Sánchez
250	Repetido	
251	flocarolina@gmail.com	
252	claudioflotoprovoste@gmail.com	
253	sebastian.martinez@centroohana.cl	
254	natalia.cancino.ktc@gmail.com	Natalia Cancino
255	Repetido	
256	Repetido	
257	debbayoga@gmail.com	
258	sanandodelcorazon@gmail.com	Raúl Cuevas
259	rocio.sanballester@gmail.com	Rocio
260	nutricion.terapias@gmail.com	
261	paula.parraguez.d@gmail.com	
262	lemacatalina@gmail.com	
263	mateo@sanadorcuantico.com	
264	cristinavaldivia7@gmail.com	
265	lui.crdv@gmail.com	
266	soymujerespiritual@gmail.com	
267	soledadpadilla@gmail.com	

268	terapiasnefesch@gmail.com	
269	paulinalamas@gmail.com	Paulina Lamas Morales
270	sujan.ji.kaur@gmail.com	
271	Geraldine.bdg@gmail.com	
272	zana.mtc@gmail.com	
273	nathalie.terapiasnaturales@gmail.com	
274	info.amaryoga@gmail.com	
275	kgromschs@gmail.com	
276	ricardonaravaez2014@gmail.com	Ricardo Narvaez
277	caroastrologica@gmail.com	Carolina Fernández
278	smmedina1@gmail.com	
279	ramiro.peralta@me.com	
280	maran@renacerdelascenizas.cl	Sergio Maran Niño de Zepeda Melgosa
281	susanabriska@gmail.com	
282	bioreikifloral@gmail.com	
283	daulapizarro@gmail.com	
284	katina_182_1@hotmail.com	
285	francisca.bozzo@gmail.com	
286	delvientrealamente@gmail.com	
287	Francisco.medchin@gmail.com	Francisco Lazo
288	reikichile1@gmail.com	Reiki Chile
289	contacto@taoki.cl	Reiki Tao Ki Chile
290	contacto@escuelareikichile.cl	Escuela de Reiki Chile
291	reiki.manosquecuran@yahoo.cl	Reiki Sanación Chile
292	cristian.reikiusui@gmail.com	Reiki Temuco Chile
293	reikisattva@gmail.com	Reiki Sattva Chile
294	cursoreiki@terapiareiki.cl	Gendai Reiki Ho Chile
295	lilynunezs@gmail.com	Cursos y terapias reiki Chile
296	reiki@fnd.cl	Clinica de Reiki-Terapias-Cursos-y Tratamientos en Chile

297	florreikichile@gmail.com	Flor Reiki
298	contacto@reikikiran.com	Reiki Kiran
299	psicologa.fernanda.ruiz.bustos@gmail.com	Reiki, Meditación y Flores de Bach
300	floresdeterapias@gmail.com	Flores de Bach Chile
301	nellyrubiocollao@gmail.com	Flores de bach
302	mvalenzueladintrans@gmail.com	38 Flores de Bach - Chile
303	adrianaursealaniz@gmail.com	Flores de Bach - Adriana Urse. Uruguay/Chile
304	rayunfloresdebach@gmail.com	Rayün Flores de Bach
305	albornoz.caro@gmail.com	Flores de Bach
306	bhermosilla@gmail.com	Flores de Bach - Terapia Alternativa
307	terapias.orquidea@gmail.com	Terapias Orquídea: Flores de Bach y Terapias Psicológicas
308	contactomediocielo@gmail.com	Medio Cielo - Astrología y Flores de Bach
309	cerioseco@hotmail.com	Flores de Bach Viña del Mar
310	florbach.psicologa@gmail.com	Terapia de Flores de Bach - Santiago
311	mariam.giadala@ug.uchile.cl	Terapias Ubuntu con Flores de Bach
312	pdumaspalma@gmail.com	Flores de Bach: Paulette Dumas
313	camilo.viveros.cva@gmail.com	Flores de bach para mascotas
314	contacto@bhoga.cl	Cursos Flores de Bach
315	terapiasjordana@hotmail.com	Cursos de Biomagnetismo y Flores de BACH
316	cecilia.castacev@gmail.com	Flores de Bach-Terapeuta Cecilia Castañeda
317	rubia.cher@gmail.com	Terapias Flores de Bach para niños
318	psicoterapiafloralcatalina@gmail.com	Catalina Cerda
319	pablofelipemellado@gmail.com	
320	biomagnetismo.curi@gmail.com	
321	palomita900@gmail.com	
322	antonellamuzzio@gmail.com	
323	ps.chamorro.carola@gmail.com	
324	quiromasajista.ariel@gmail.com	
325	satibienestar@gmail.com	Laura Lozano

326	mamiferasempoderadas@gmail.com	
327	yogamaitencillo@gmail.com	
328	rodrigosegoviaroco@gmail.com	
329	contacto@nikanta.cl	
330	alhadar.terapias@gmail.com	
331	valdesdelriocarla@gmail.com	Carla Valdes del Río
332	escuela.alta.consciencia@gmail.com	
333	elichile21@live.cl	María Elisa Hinojosa
334	Golondryna@gmail.com	Gabriela Cortez
335	pamela_nunezh@hotmail.com	Pamela Nuñez
336	irenediazg75@hotmail.com	Irene Diaz
337	marlen.armand.a@gmail.com	Marlen Armand
338	alva2710@hotmail.com	Mariela Terapias
339	rwalavy@gmail.com	Raki Luz
340	pameterapeuta.reiki@yahoo.es	Pamela Gomez Lopez
341	carreremoly@gmail.com	Mauricio Carrere
342	terapeutaconsuelo@gmail.com	Consuelo Leighton
343	nela_urrutia@hotmail.com	Nela Urrutia Pinto
344	biomagnetismo.curi@gmail.com	Julia Andrade
345	taiyingchile@gmail.com	
346	andraperez.terapias@gmail.com	Andrea Perez
347	cifuentesvnic@gmail.com	Nicolás Cifuentes
348	chrissankarsingh@gmail.com	Chris
349	astro2935@hotmail.cl	Azriel
350	leticiaquezadajerez@gmail.com	Leticia Quedaza
351	c_medina_22@hotmail.es	
352	matildefernandez93@gmail.com	Matilde Fernández
353	costymar7@gmail.com	Constanza Martinez
354	astrobellavista@gmail.com	
355	massequilibrio@gmail.com	Carolina Rojas
356	c.moya.s@gmail.com	Carolina Moya
357	liliancastrot@gmail.com	Lilian Castro

358	tj010286@yahoo.es	Dorothy Leonard
359	marucristinalopez1963@gmail.com	Maria Cristina Lopez
360	anaaviles@hotmail.cl	Ana Isabel Aviles
361	elena.ravena@gmail.com	Maria Elena Ravena Martinez
362	martaantonietav@gmail.com	Marta Valenzuela Morales
363	mpazgajardo@gmail.com	Marcela Gajardo Navarro
364	yasminvaras2004@hotmail.com	Ana Yasmin Varas Villanueva
365	rampri8@gmail.com	Casa De Luz Kundalini Yoga
366	Plabarca727@gmail.com	Pamela Labarca
367	cjterapiascomplementarias@gmail.com	Ina
368	susanacampos28@gmail.com	Susana Campos Catalan
369	egonzalezamaro@gmail.com	
370	caami.balboa@gmail.com	
371	Mariainesdelcarmen1@hotmail.com	María Ines Melo
372	fannycamposbecerra@gmail.com	Fanny Gloria Campos Becerra
373	elviacastilloandrade@gmail.com	Elvia Marilyn Castillo Andrade
374	ruth77mansilla@gmail.com	Soledad Mansilla
375	magayanez@gmail.com	Carmen Magaly Yañez
376	marcelagarrido.bruna@gmail.com	Marcela Garrido Bruna
377	lore.perello@gmail.com	Loreto Perello
378	mmtapia@gmail.com	Magdalena Alejandra Tapia Villar
379	espejoresonante18.7@gmail.com	María José Rojas
380	merielmartinezmaureira@gmail.com	
381	volodia_30@hotmail.com	
382	manuastralcontacto@gmail.com	
383	bbfotografias@gmail.com	
384	johanna.reiki.usui@hotmail.com	
385	marcos.almendras@gmail.com	
386	s.ossandonmunoz@gmail.com	
387	wenteruka@gmail.com	
388	soniapalmatellez@gmail.com	
389	diralidanyau@gmail.com	

390	yolandaaraneda5@gmail.com	
391	nadia.zapallar@gmail.com	
392	sebastianconchag@gmail.com	
393	cmolinam31@gmail.com	
394	katherine@manik.cl	
395	carolina.ramirezp@gmail.com	
396	charlara1976@hotmail.com	
397	elichile21@live.cl	María Elisa Hinojosa
398	golondryna@gmail.com	Gabriela
399	pamela_nunezh@hotmail.com	Pamela Nuñez
400	irenediazg75@hotmail.com	Irene Díaz
401	rwalavy@gmail.com	Raki Luz
402	marlen.armand.a@gmail.com	Marlen Armand
403	carreremoly@gmail.com	Mauricio Carrere
404	alva2710@hotmail.com	Mariela
405	emancilla1987@gmail.com	Alejandro
406	c_medina_22@hotmail.es	Carla Medina

### **Anexo C: Terapeutas entrevistados**

Nombre	Formación en terapias
María Loreto Piña	Cristaloterapia
Mauricio Muñoz	Medicina China, Acupuntura
Francisca Villanueva	Medicina Ayurveda
Pamela Frenk	Constelaciones Familiares
Sofía Knakal	Cristaloterapia

### **Anexo D: Entrevistas actores del ecosistema de financiamiento emprendimientos**

Nombre	Cargo/Entidad
Maricarmen Torres-	Subgerente Gerencia de Emprendimiento Corfo

Diego Torrecilla	Ejecutivo proyectos Gerencia de Emprendimiento Corfo
Walkiria Sepulveda	Ejecutiva de Proyectos Sercotec
Nicolás Torrealba	Fondo Capital de Riesgo: Genesis Ventures

**Anexo E:** Base de datos Aceleradoras, Cowork e incubadoras que recibieron fondos públicos para su financiamiento:

<b>Región</b>	<b>Institución Pública</b>	<b>TIPO DE PLATAFORMA</b>	<b>Tipo de Centros</b>	<b>Dirección</b>	<b>Comuna</b>
<b>Arica</b>	CORFO	COWORK	Cowork Waki Labs (Arid SpA)	AV. LUIS BERETTA PORCEL 2916	Arica
<b>Tarapacá</b>	CORFO	COWORK	Impulsa Cowork (Corporación Regional de Desarrollo Productivo de Tarapacá)	BAQUEDANO 1254	Iquique
<b>Tarapacá</b>	CORFO	HUB GLOBAL	Cowork Hub Global Tarapacá (Universidad Tecnológica de Chile INACAP)	CALLE SIMÓN BOLIVAR 335	Iquique
<b>Antofagasta</b>	CORFO	COWORK	Cowork Espacio Atacama (Ingeniería de Sistemas en Alta Tecnología S.A.)	ANTONIO POUPIN 1138	Antofagasta
<b>Atacama</b>	CORFO	COWORK	Coworking Chrysalis Atacama (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso)	LOS CARRERA 898	Copiapó

<b>Coquimbo</b>	CORFO	COWORK	La Brújula Cowork (Corporación de Desarrollo Social del Sector Rural- Codesser)	AV. JUAN CISTERNAS 1960,	La Serena
<b>Coquimbo</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores Norte (Universidad de La Serena)	AV. JUAN CISTERNAS 1960	La Serena
<b>Valparaíso</b>	CORFO	COWORK	Cowork IF Valparaíso 3IE (Universidad Técnica Federico Santa María)	CONDELL 1190, PISO 10	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	HUB GLOBAL	Hub Global PUCV (Pontificia Universidad Católica de Chile de Valparaíso)	AV. BRASIL 2104	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	COWORK	Cowork Housenovo Coworking (Housenovo Coworking SpA)	ECUADOR 85, Valparaíso	Viña del Mar
<b>Valparaíso</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores 3IE de la Universidad Técnica Federico Santa María	AV. ESPAÑA 1680, Valparaíso	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	HUB GLOBAL	HUB GLOBAL VALPARAISO	Av. España 1680, Edificio T 2do Piso, Valparaíso	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores PUCV	AV. BRASIL 2104, Valparaíso	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Instituto 3IE (Universidad	AV. ESPAÑA 1680, EDIFICIO T, PISO 2, Valparaíso	Valparaíso

			Técnica Federico Santa María)		
<b>Valparaíso</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora de Negocios Chrysalis (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso)	AV. BRASIL 2950, Valparaíso	Valparaíso
<b>Valparaíso</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Acción Emprendedora	Blanco 958, Valparaíso	Valparaíso
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	La Makinita CoWork (Juanafe Producciones y Compañía Limitada)	GRAL BAQUEDANO 557	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Cowork Cidi Lab (Centro para la Innovación y Desarrollo de la Industria SpA)	MAPOCHO 4342	Quinta Normal
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Cowork Fábrica de Medios (Panóptico Audiovisual SpA)	PUMA 1180,	Recoleta
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Co-work Bellet (Cowork SpA)	PÉREZ VALENZUELA 1635, PISO 10	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Cowork Hub Global “Polo San Joaquín” (Pontificia Universidad Católica de Chile)	AV. VICUÑA MACKENNA 4860	Macul

<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Cowork IF Fábrica de Ideas (Inmobiliaria Consultora y Operadora IF S.A.)	AVENIDA ITALIA 850	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	HUB GLOBAL	Cowork ColungaHUB (Fundación de Beneficencia Colunga Chile)	AV. BUSTAMANTE 26, PISO 3,	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	COWORK	Co-Work Monjitas (Co- Work SpA)	MONJITAS 565, PISO 5	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores Gender Mentoring NetWork (Comunidad Mujer)	GENERAL BUSTAMANTE 26	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores Latitud 33-S Mentor Program (Imagine Lab Chile SpA)	AV. VITACURA 6844, PISO 2	Vitacura
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores de Impacto (Emprediem SpA)	AUGUSTO LEGUIA SUR 134	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores Netmentora Chile (Asociacion NetMentora by Réseau Entreprendre)	GENERAL CALDERÓN 121, 1ER PISO	Providencia

<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores por Chile (Fundación Pro Innovación)	AV. ITALIA 850, 2DO PISO	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores Simón de Cirene (ONG de Desarrollo Simón de Cirene)	AV. EL BOSQUE NORTE 0440, OFICINA 801	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores UC (Pontificia Universidad Católica de Chile)	AV. VICUÑA MACKENNA 4860	Macul
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red Internacional de Mentores ADN - DADNEOS (Amperio SpA)	SAN SEBASTIÁN 2957	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores Red WoomUp Emprende (WoomUp SpA)	DEL INCA 4622	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	NETMENTORA	Avenida El Golf 99, Oficina 101-B, Las Condes, Santiago	Sin información
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores, Impulsando el Emprendimiento Juvenil (ONG Corporación Acción Emprendedora)	NUEVA YORK 57, PISO 3,	Sin información
<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores de Endeavor Chile	Avda. Kennedy 5735, Oficina 1607	Las Condes

<b>Metropolitana</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores Globales MaaSLatAm	sin información	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Centro de Emprendimiento INACAP – Incubadora (Universidad Tecnológica de Chile INACAP)	General Calderón 121, Providencia, Santiago, IF Caja Los Andes.	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Emprende FCH (Fundación Chile)	AV. PARQUE ANTONIO RABAT SUR 6165	Vitacura
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Centro Innovo - Incubadora Innovo USACH (Universidad de Santiago de Chile)	AV. LIBERTADOR BERNARDO O'HIGGINS 2229	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora UDD Ventures (UDD Ventures S.A.)	AV. ITALIA 850, PISO 2	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Incuba UC (DICTUC S.A.)	VICUÑA MACKENNA 4860	Macul
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Santiago Innova (Corporación Santiago Innova)	MANUEL RODRIGUEZ 749	Santiago
<b>Metropolitana</b>	CORFO	ACELERADORA	Aceleradora de Negocio Digevo Ventures (Digevo Ventures SpA)	PÉREZ VALENZUELA 1635, PISO 7	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora de Microempresas y Emprendimientos de Desarrollo Acción Emprendedora	NUEVA YORK 57, PISO 3,	Santiago

			(ONG Corporación Acción Emprendedora)		
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Aceleradora de Negocios de Mujeres Empresarias (Club de Mujeres Empresarias S.A.)	CERRO EL PLOMO 5420, OF. 606	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Magical Startups (Incubadora de Negocios Elevaglobal SpA)	ALFREDO BARROS ERRÁZURIZ 1900, DPTO/OF 503,	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Imagine Lab Chile (Imagine Lab Chile SpA)	AV. VITACURA 6844, PISO 2	Vitacura
<b>Metropolitana</b>	CORFO	ACELERADORA	Aceleradora de Negocios Masisa Lab (Masisa S.A.)	Av. Italia 850, Piso 2, Providencia, Santiago	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	INCUBADORA	INSTITUTO 3IE	General Calderón 121, Providencia, Santiago, IF Caja Los Andes.	Sin información
<b>Metropolitana</b>	CORFO	REDES ÁNGELES	Redes de Ángeles DADNEOS (DADNEOS S.A.)	ISIDORA GOYENECHEA 3250, PISO 3, OFICINA 302	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	REDES ÁNGELES	Redes de Ángeles ChileGlobal Angels (Fundación Chile)	AVENIDA PARQUE ANTONIO RABAT SUR 6165	Vitacura

<b>Metropolitana</b>	CORFO	REDES ÁNGELES	Redes de Ángeles Founder List SpA (FounderList)	NUEVA PROVIDENCIA 2353, OFICINA 1701	Providencia
<b>Metropolitana</b>	CORFO	REDES ÁNGELES	Redes de Ángeles Venture Capital (Venture Capital SpA)	JAVIER DE LA ROSA 1233	Las Condes
<b>Metropolitana</b>	CORFO	REDES ÁNGELES	Plataforma de Crowdfunding Broota (Broota Spa)	ALCÁNTARA 443	Las Condes
<b>O'Higgins</b>	CORFO	COWORK	Cowork OH Cowork (Duam S.A. Innovación al Sur del Mundo)	AV. BELLO HORIZONTE 781 TORRE C, OF. 803	Rancagua
<b>Maule</b>	CORFO	COWORK	Coworking Maule (Servicios de Gestión Inmobiliaria Limitada)	1 SUR 1537	Talca
<b>Maule</b>	CORFO	COWORK	Cowork Innovacowork (Fundación Innova)	6 ORIENTE 744	Talca
<b>Biobío</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Incuba UDEC (Universidad de Concepción)	EDIFICIO EMPREUDEC/BARRIO UNIVERSITARIO S/N ,	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	ACELERADORA	Aceleradora Masisa Lab	O'Higgins 680, oficina 203, Galería Olivieri	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	INCUBADORA	Acción Emprendedora	Manuel Montt 877, coronel	Coronel
<b>Biobío</b>	CORFO	INCUBADORA	Acción Emprendedora	Avenida Arturo Prat, sin número	Quilaco
<b>Biobío</b>	CORFO	COWORK	Cowork Casa W (Fierro & Zaror Limitada)	OROMPELLO 178	Concepción

<b>Biobío</b>	CORFO	COWORK	Cowork Epicentro Colaborativo BioBio by Urban Station (Espacio Colaborativo SpA)	SAN MARTÍN 553	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	COWORK	Cowork Working Place (Workingplace SpA)	BERNARDO O'HIGGINS 680	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	COWORK	Cowork Social B (Fundación Social Novo Millenio de Concepción)	COCHRANE 440,	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	COWORK	Cowork Hub BioHIC (Everis)	CHACABUCO 485, PISO 4,	Concepción
<b>Biobío</b>	CORFO	RED DE MENTORES	MentorINN, Red de Mentores para la Innovación	Aníbal Pinto 372, of 72, piso 7	Concepción
<b>Araucanía</b>	CORFO	INCUBADORA	IncubatecUFRO Incubadora de Negocios (Universidad de la Frontera)	FRANCISCO SALAZAR 01145,	Temuco
<b>Araucanía</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubatec UFRO Desarrollo (Universidad de la Frontera)	ARTURO PRAT 321	Temuco
<b>Araucanía</b>	CORFO	COWORK	Kowork Temuco (Centro de Innovación y Emprendimiento Kowork Chile SpA)	CALLEJÓN MASSMANN 330	Temuco
<b>Araucanía</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores de Triple Impacto (Emprediem)	CALLEJÓN MASSMANN #330, Kowork Temuco	Temuco

<b>Los Ríos</b>	CORFO	INCUBADORA	Austral Incuba, Incubadora de Negocios UACH (Universidad Austral de Chile)	LOS LAURELES 35 INTERIOR	Valdivia
<b>Los Ríos</b>	CORFO	COWORK	La Nube Cowork (La nube Coworking SpA)	SERRANO 958	Valdivia
<b>Los Lagos</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Potencia Patagonia (Fundación Technoserve Chile)	SAN IGNACIO 879	Puerto Varas
<b>Los Lagos</b>	CORFO	COWORK	Cowork Patagonia	AV. DIEGO PORTALES 2000 OF. 72, PUERTO MONTT	Puerto Montt
<b>Los Lagos</b>	CORFO	COWORK	Cowork La Minga (Inversiones y Desarrollo Inmobiliario Rodolfocantillana E.I.R.L.)	BLANCO ENCALADA 191	Castro
<b>Los Lagos</b>	CORFO	COWORK	Cowork Patagonia Labspace (Fundación Instituto de Investigación Austral)	SANTA ROSA 575, OF. 62	Puerto Varas
<b>Los Lagos</b>	CORFO	COWORK	Cowork Cowo Puerto Montt (Ilustre Municipalidad de Puerto Montt)	AV. BERNARDO O'HIGGINS 236	Puerto Montt
<b>Los Lagos</b>	CORFO	COWORK	Aldea Cowork (Business Innovation)	ELEUTERIO RAMÍREZ 650, OFICINA 300	Osorno

			Marcelo Moraga.com Ltda.)		
<b>Los Lagos</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Red de Mentores por Chile	sin información	Sin información
<b>Los Lagos</b>	CORFO	RED DE MENTORES	Redes de Mentores de Impacto (Emprediem SpA)	sin información	Sin información
<b>Aysén</b>	CORFO	INCUBADORA	Incubadora Potencia Patagonia (Fundación Technoserve Chile)	sin información	Coyhaque
<b>Aysén</b>	CORFO	COWORK	CoWork Aysén (Asociación por el Desarrollo Paralelo Cuarenta y Siete)	BAQUEDANO 400	Coyhaique
<b>Magallanes</b>	CORFO	COWORK	Cowork Nomadesk (Universidad de Magallanes)	CALLE O'HIGGINS 276,	Punta Arenas

**Anexo F:** Fichas resumen Fondos de Inversión Capital de Riesgo

<b>Administradora</b>	
	Nombre Administradora Aurus Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>	
	Nombre Fondo de Inversión Aurus Ventures III
<b>Preferencias de Inversión</b>	
	Sector(es) económico(s) de Inversión Tecnologías Industriales para la minería del cobre o nuevos usos de cobre

	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Sin ventas, Micro, Pequeñas, Medianas, Grandes 1 y Grandes 2
	Monto de inversión por empresa (rango)	USD 5 millones
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en primera ronda)	USD 3 millones
	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>ángel, seed, serie A</i> u otra)	Serie A o posteriores
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	tres
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	indiferente con un máximo de 600,000 UF anuales
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	indiferente
	Número de años desde inicio de actividades	indiferente
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	<p>Empresa legalmente constituida en Chile o que cuente con una subsidiaria en Chile</p> <p>Verificación de que la empresa busque un inversionista VC</p> <p>Escalabilidad del modelo de negocio</p> <p>Riesgo tecnológico superado</p> <p>Equipo técnico/comercial inicial acorde a las necesidades de la empresa</p> <p>Cumplimiento de la política</p>

		medioambiental y social del fondo
		Tamaño de la oportunidad de mercado
		Entre otros

<b>Administradora</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Administradora	Greenvestment S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Fondo de Inversión	Fondo CleanTech Ventures
<b>Preferencias de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Sector(es) económico(s) de Inversión	Energías Renovables No Convencionales
<input type="checkbox"/>	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	PyMe
<input type="checkbox"/>	Monto de inversión por empresa (rango)	USD 2-5 MM
<input type="checkbox"/>	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	USD 1 MM
<input type="checkbox"/>	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Seed y Serie A
<input type="checkbox"/>	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	1
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
<input type="checkbox"/>	Monto de ventas anuales	Ventas anuales netas que no excedan las UF 600.000 en el último año, al momento de la primera inversión

		concretada con recursos del Fondo
<input type="checkbox"/>	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Patrimonio no exceda las UF200.000
<input type="checkbox"/>	Número de años desde inicio de actividades	No hay requisito
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Proyectos de ERNC

<b>Administradora</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Administradora	Administradora D'E Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Fondo de Inversión	Fondo de Inversión Privado D'E Capital Energía Renovable I
<b>Preferencias de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Sector(es) económico(s) de Inversión	Generación de Energía Renovable No convencional (ERNC)
<input type="checkbox"/>	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Microempresa
<input type="checkbox"/>	Monto de inversión por empresa (rango)	500 - 1.000 MUSD
<input type="checkbox"/>	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en primera ronda)	600 MUSD
<input type="checkbox"/>	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed
<input type="checkbox"/>	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	0
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		

<input type="checkbox"/>	Monto de ventas anuales	No mayor a 600.000 UF en el último año
<input type="checkbox"/>	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	-
<input type="checkbox"/>	Número de años desde inicio de actividades	-
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Desarrollo de proyectos de ERNC con madurez máxima de 4 años

<b>Administradora</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Administradora	Equitas Management Partners S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Fondo de Inversión	Equitas Capital III – Desarrollo y Crecimiento Fondo de Inversión Privado (EQ III - FC)
<b>Preferencias de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Sector(es) económico(s) de Inversión	El Fondo EQ III - FC busca invertir en empresas chilenas con un alto potencial de crecimiento, y que se encuentran en etapas de expansión en industrias, productos y/o servicios de valor agregado para sectores donde Chile presenta ventajas

		<p>competitivas regionales y/o globales. Algunos ejemplos de empresas son: i) Gestión de residuos y reciclaje; ii) Agua y aguas residuales; iii) Calidad y seguridad medioambiental; iv) Soluciones energéticas y de logística especializada para el control de emisiones; y v) Industrias auxiliares, de valor agregado, que suministran bienes y servicios a la minería, acuicultura, pesca, silvicultura y agricultura, entre otros.</p>
<input type="checkbox"/>	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Mediana
<input type="checkbox"/>	Monto de inversión por empresa (rango)	UF 189.062 - UF 601.562
<input type="checkbox"/>	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	UF 220.000
<input type="checkbox"/>	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	<i>Growth: Early Stage Private Equity</i>
<input type="checkbox"/>	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	0

<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
<input type="checkbox"/>	Monto de ventas anuales	Ventas máximas de UF 300.000 anuales
<input type="checkbox"/>	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	N/A
<input type="checkbox"/>	Número de años desde inicio de actividades	N/A
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Sustentabilidad, Innovación, Impacto, Valor Agregado

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Alaya Capital Partners S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Alaya II
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Empresas Tecnológicas en etapa temprana
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Pequeñas empresas
	Monto de inversión por empresa (rango)	Entre US\$300.000 y US\$1.000.000
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	Aprox US\$ 300.000
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	6 nuevas compañías invertidas
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	Límite UF 5.000
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	NA
	Número de años desde inicio de actividades	36 meses desde factura n° 1

	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Empresas con tecnologías disruptivas, principalmente orientadas a Fintech, agrotech, edutech, healtech
--	--	--

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Endurance Investments
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Fondo de Inversión Privado Alerce VC
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Saas, dispositivos médicos, soluciones tecnológicas a desafíos en industrias donde Chile tenga ventajas competitivas (minería, agricultura, alimentos, acuicultura)
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	pequeñas
	Monto de inversión por empresa (rango)	desde US\$ 300.000 hasta US\$ 1.500.000
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	US\$ 300.000
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	4
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		

	Monto de ventas anuales	menores a UF 5.000 acumulados en los últimos 12 meses
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	sin restricción
	Número de años desde inicio de actividades	sin restricción
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	menos de 3 años desde la primera factura de ventas

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	<b>Administradora Devlabs Ventures S.A.</b>
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	<b>Fondo de Inversion Privado Chile Outlier Seed Fund I</b>
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Educacion, Salud, Finanzas, Agricultura, Energia, Logistica, Turismo
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Microempresas y pequeñas
	Monto de inversión por empresa (rango)	40.000.000 - 100.000.000
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	60.000.000
	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Angel, Seed, Serie A
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	6-8

<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	UF 5.000 Tope
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	
	Número de años desde inicio de actividades	Maximo 3 años de emision de la primera factura
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Equipos completos (ventas + producto) que usen software para resolver problemas grandes en mercados grandes. Tener un compromiso al usuario y generar valor/traccion dentro esto.

<b>Administradora</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Administradora	Manutara Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Fondo de Inversión	Manutara I Etapas Tempranas Tecnológicas FIP
<b>Preferencias de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Sector(es) económico(s) de Inversión	Tecnologías de la Información, Biotecnología
<input type="checkbox"/>	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Micro y Pyme
<input type="checkbox"/>	Monto de inversión por empresa (rango)	50 -1.000.000 USD
<input type="checkbox"/>	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	200.000 USD

<input type="checkbox"/>	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed, late seed
<input type="checkbox"/>	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	4
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
<input type="checkbox"/>	Monto de ventas anuales	Menores a 5.000UF
<input type="checkbox"/>	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Menor a 100.000 UF
<input type="checkbox"/>	Número de años desde inicio de actividades	Máximo 3 años
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Deben tener validación externa técnica o comercial

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Administradora Dadneo II S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Fondo de Inversiones Privado Vulcano
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	TIC multi-sector
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Micro y pequeña empresa
	Monto de inversión por empresa (rango)	US\$300.000 a US\$3.000.000 mediante rondas de follow-on (3 rondas en total)
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	US\$300.000 en 3 remesas
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Post seed, A y B

	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	1 invertida, 2 en proceso de inversión
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	Máximo 5.000 UF últimos 12 meses
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Patrimonio de la empresa que asegure valorización para que inversión signifique 5%+ de la sociedad. Patrimonio de grupo empresarial controlador si es que hubiere según bases FET.
	Número de años desde inicio de actividades	Máximo 36 meses desde la emisión de la primera factura
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Empresa debe tener operaciones en Chile y estar legalmente constituida en el país.

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Thera Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Best Potential
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Acuicultura, Explotación de Recursos Naturales y ERNC

	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	micro y pequeña empresa
	Monto de inversión por empresa (rango)	Desde USD 100,000 hasta 5,100,000
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	Desde USD 100,000 hasta 5,100,000
	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed, pero con potencial de crecimiento mediano plazo
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	1 Inversión
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	-
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	menos de UF 50.000
	Número de años desde inicio de actividades	-
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	-

<b>Administradora</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Administradora	Inversiones Innovadoras S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Nombre Fondo de Inversión	CLIN Fondo de Inversión Privado
<b>Preferencias de Inversión</b>		
<input type="checkbox"/>	Sector(es) económico(s) de Inversión	Minería, energía, agua, smart cities, agrotechnology, principalmente.
<input type="checkbox"/>	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Micro, pequeña y mediana

<input type="checkbox"/>	Monto de inversión por empresa (rango)	USD200.000 - USD 1.500.000
<input type="checkbox"/>	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	USD250.000 - USD 500.000 primera inversión
<input type="checkbox"/>	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Etapas Tempranas (Seed y Angel)
<input type="checkbox"/>	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	3
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
<input type="checkbox"/>	Monto de ventas anuales	Preferiblemente menor a UF 150.000 (no excluyente)
<input type="checkbox"/>	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Menor a UF50.000
<input type="checkbox"/>	Número de años desde inicio de actividades	N/A
<input type="checkbox"/>	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Co-fundadores 100%. Equipo multidisciplinario.

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Equitas Management Partners S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Equitas Capital III - Etapas Tempranas Fondo de Inversión Privado (EQ III - FT)
<b>Preferencias de Inversión</b>		

	Sector(es) económico(s) de Inversión	<p>El Fondo EQ III - FT busca invertir en pequeñas y medianas empresas chilenas que se encuentran en etapas tempranas, y presentan un potencial de crecimiento e innovación en: tecnologías, modelos de negocio, diseño, procesos, productos y/o servicios.</p> <p>Algunos ejemplos de sectores de innovación potencial son: i) TMT: Tecnologías de Información, Medios y Telecomunicaciones; ii) <i>Cleantech</i>; iii) <i>E-Commerce</i>; iv) Innovación Industrial; y v) Biotecnología</p>
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Pequeña
	Monto de inversión por empresa (rango)	UF 70.000 - UF 218.750
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	UF 75.000

	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	<i>Growth: Late Stage Venture Capital</i>
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	0
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	Ventas máximas de UF 100.000 anuales
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Patrimonio máximo de UF 50.000
	Número de años desde inicio de actividades	N/A
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Sustentabilidad, Innovación, Impacto, Valor Agregado

<b>Administradora</b>	
Nombre Administradora	Administradora Fen Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>	
Nombre Fondo de Inversión	FIP Fen Ventures II
<b>Preferencias de Inversión</b>	
Sector(es) económico(s) de Inversión	tecnología
Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	(Sin venta, Micro, Pequeña, Mediana)
Monto de inversión por empresa (rango)	US\$ 150.000 a US\$ 1.500.000
Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	US\$ 150.000 a US\$ 500.000
Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	seed, serie A
Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	5
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>	
Monto de ventas anuales	No
Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Menor UF 50.000
Número de años desde inicio de actividades	No

Señalar otro(s) criterio(s) de selección	producto o servicio lanzado y con potencial de ser regional o global. Impacto social o ambiental medible
--	--

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	INVEXOR CAPITAL S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	INVEXOR INNOVATION I
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Todos los sectores
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Medianas, Pequeñas (grupo 3)
	Monto de inversión por empresa (rango)	UF30.000 a UF60.000
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	UF10.000 a UF20.000
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Serie A o pre-A (con algunas excepciones)
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	4 empresas en últimos 12 meses
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	entre UF10.000 y UF100.000
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	no es requisito
	Número de años desde inicio de actividades	más de 1 año
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Sistema propio de selección (*)

(\*) No se basa en requisitos. Es un sistema de consultoría que permite evaluar tracción de mercado y capacidades del equipo.

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Administradora Genesis Capital S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Fondo Genesis Ventures
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Retail Especializado, Tecnología, Servicios, Exportaciones
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	PyMe
	Monto de inversión por empresa (rango)	USD 1 -3 MM
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	USD 1,5 MM
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Seed y Serie A
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	1
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	USD 500.000
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Menor a UF 50.000
	Número de años desde inicio de actividades	No existe criterio dentro del Fondo
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Tecnología disruptiva, con diferenciación sostenible en el tiempo

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	ACN Ventures S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Nexo Chile Ventures I
<b>Preferencias de Inversión</b>		

	Sector(es) económico(s) de Inversión	Biotecnología, reciclamiento, tratamiento, tecnología aplicada a industrias
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	proyectos o \$ 450.000.000
	Monto de inversión por empresa (rango)	USd500 mil a Usd 8 millones
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	USd500 mil a Usd 8 millones
	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Seria A
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	1
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	no necesario
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Sobre 10 millones \$
	Número de años desde inicio de actividades	2
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Pueden ser proyectos

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	Administradora de Fondos Sudamerik S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	Impact Investment Chile
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Inversiones de Impacto Social y Ambiental
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Menor a 50.000 UF de patrimonio

	Monto de inversión por empresa (rango)	de USD 500.000 a 4 millones
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	USD 1,1 millón
	Etapas de empresas en las cuales invierte ( <i>ángel, seed, serie A u otra</i> )	desde empresas nuevas hasta etapas de crecimiento
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	5 empresas
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	Depende del estado (nueva o en crecimiento)
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	Menor a 50.000 UF de patrimonio
	Número de años desde inicio de actividades	Desde 0 en adelante
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Certificación B (o B pendiente si es nueva)

<b>Administradora</b>		
	Nombre Administradora	NXTP PARTNERS CHILE S.A.
<b>Fondo de Inversión</b>		
	Nombre Fondo de Inversión	FONDO DE INVERSIÓN PRIVADO NXTP LABS
<b>Preferencias de Inversión</b>		
	Sector(es) económico(s) de Inversión	Negocios digitales
	Tamaño de Empresa de preferencia (categoría según SII)	Micro
	Monto de inversión por empresa (rango)	US 25K - 500k
	Monto promedio de inversión en empresas (ticket promedio en <u>primera ronda</u> )	US 25K

	Etapa de empresas en las cuales invierte ( <i>angel, seed, serie A u otra</i> )	Seed y Serie A
	Número de nuevas empresas en los últimos 12 meses	5
<b>Requisitos que deben cumplir empresas</b>		
	Monto de ventas anuales	US 20K
	Patrimonio de la empresa al momento de la inversión	producto mínimo viable. (entendiendo el concepto de patrimonio en términos generales)
	Número de años desde inicio de actividades	7
	Señalar otro(s) criterio(s) de selección	Compañías de tecnología con gran potencial de crecimiento regional o escala global, orientadas al sector de negocios digitales.

