

[\(https://semillainicia.charly.io/?force_dashboard=true\)](https://semillainicia.charly.io/?force_dashboard=true)[\(https://semillainicia.charly.io/companies/863873/evaluations\)](https://semillainicia.charly.io/companies/863873/evaluations)

Formularios ▾

Semilla Inicia Nacional 2025ID Postulación: **861156**

Estado de Postulación:

Enviada el: **17/12/2025 16:01 CLST**

✓ Enviada!

Dashboard (https://semillainicia.charly.io/?role_id=1) > Convocatorias (<https://semillainicia.charly.io/companies/863873/evaluations>) > Resumen postulación**Semilla Inicia Nacional 2025**

Estado de Postulación:

Enviada el: **17/12/2025 16:01 CLST**

✓ Enviada!

ID Postulación: **861156**Nombre de Postulación:
nitoagua

< Anterior

Finaliza en:

[\(/companies/863873/evaluations/27297/applications/861156?back=-1\)](https://companies/863873/evaluations/27297/applications/861156?back=-1)

23 Horas 57 Minutos 46 Segundos

✖ Desestimar Postulación (<https://semillainicia.charly.io/companies/863873/evaluations/27297/applications/861156?back=-1>)✖ Desestimar Postulación (https://semillainicia.charly.io/companies/863873/evaluations/27297/applications/861156/decline_application)**Resumen postulación**[Generar PDF](#)**2025-2-Nacional - Antecedentes del proyecto**

Ingrese el título del proyecto	nitoagua
Ingrese el Rut Director/Encargado del proyecto	17249372-6
Ingrese nombre(s) Director/Encargado del proyecto	Gabriel Alejandro
Ingrese primer apellido del Director/Encargado del proyecto	Carcamo
Ingrese segundo apellido del Director/Encargado del proyecto	Marambio
Indique el género del Director/Encargado del proyecto	Masculino
Indique el correo electrónico Director/Encargado del proyecto - Indique el correo electrónico Director/Encargado del proyecto	khujita.ai@gmail.com
Indique el número de teléfono del Director/Encargado del proyecto	+56947301132
Problema:	Más de 131.000 viviendas chilenas dependen de camiones aljibe, coordinando entregas mediante llamadas y WhatsApp sin transparencia de precios ni verificación de proveedores.
Solución:	nitoagua es una plataforma web que conecta consumidores con proveedores verificados de camiones aljibe. El consumidor solicita agua, recibe ofertas competitivas con precio y horario, y elige la mejor opción.
Dirigida a:	Hogares rurales sin red de agua potable, principalmente en La Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Atacama y Coquimbo. Mercado: \$47-78 mil millones CLP anuales. El Estado gastó \$222 mil millones en camiones aljibe (2011-2019).
Competencia:	No existe competencia directa. El mercado opera informalmente por WhatsApp y Facebook.
Innovación:	Primer marketplace de camiones aljibe en Chile. Sistema de ofertas competitivas, verificación sanitaria de proveedores, y PWA accesible sin descarga.
Comercialización:	Comisión 2-5% por transacción. Piloto en La Araucanía con MVP funcional en nitoagua.vercel.app.
Región, provincia y comuna del país donde se ejecutará el proyecto. - Región	La Araucanía
Región, provincia y comuna del país donde se ejecutará el proyecto. - Provincia	Cautín
Región, provincia y comuna del país donde se ejecutará el proyecto. - Comuna	Villarrica
Ingrese dirección de ejecución del proyecto -Ingrese el nombre de la calle correspondiente a la dirección de ejecución del proyecto	Sexta Faja
Ingrese dirección de ejecución del proyecto -Ingrese el número correspondiente a la dirección de ejecución del proyecto	Km 28
Ingrese dirección de ejecución del proyecto -Ingrese el número de departamento u oficina de la dirección de ejecución del proyecto (sólo si corresponde)	Los Laureles, P12
Ingrese dirección de ejecución del proyecto -Ingrese el código postal (según correos de chile) correspondiente a la dirección de ejecución del proyecto. Revisa tu código postal aquí (https://www.correos.cl/web/guest/codigo-postal)	4930000
Región de impacto del proyecto	Todas las regiones
Indique el sector de impacto del proyecto (sector donde impactarán los resultados del proyecto)	RECURSOS HÍDRICOS
Indique el sector de aplicación del proyecto (sector donde se desarrolla el proyecto)	TRANSPORTE, LOGÍSTICA, ALMACENAMIENTO Y SERVICIOS CONEXOS
¿El emprendimiento posee presencia en Plataformas Web?	✓
¿En cuáles de las siguientes plataformas online tiene presencia el proyecto?	Página Web
Ingresa la URL correspondiente al sitio Web del proyecto.	https://nitoagua.vercel.app (https://nitoagua.vercel.app)
¿Considera que su proyecto responde a uno de los ODS?	✓
Indique el principal ODS al que responde su emprendimiento	Aqua limpia y saneamiento
Si es que su proyecto aborda más de un ODS, Indique los ODS secundarios al que responde su emprendimiento	Industria, innovación e infraestructura, Ciudades y comunidades sostenibles, Acción por el clima

Describa brevemente por qué considera que su emprendimiento aborda el principal ODS señalado

nitoagua aborda el ODS 6 al mejorar el acceso al agua en zonas rurales que carecen de red de agua potable. Nuestra plataforma conecta consumidores con proveedores de camiones aljibe verificados, optimizando la logística de distribución y garantizando precios transparentes. Operamos un piloto funcional en La Araucanía, donde el 19,8% de viviendas no tiene acceso a red pública y más de 92.000 personas dependen de camiones aljibe para su suministro de agua.

2025-2-Nacional - Antecedentes Generales

¿La postulación la realizas como persona natural o persona jurídica (empresa)?	Persona Natural
Nombre	Gabriel
Primer Apellido	Carcamo
Segundo Apellido	Marambio
¿Posee RUT Chileno?	✓
RUT	17249372-6
Género	Masculino
Fecha de Nacimiento	05/05/1989
Nacionalidad (Persona Natural)	Chile
Región, Provincia y Comuna - Región	Región de La Araucanía
Región, Provincia y Comuna - Provincia	Cautín
Región, Provincia y Comuna - Comuna	Villarrica
Dirección - Calle	Sexta Faja
Dirección - Número	KM 28
Dirección - Depto/Oficina	Los Laureles, P12
Dirección - Block	
Dirección - Población/Villa	
Correo electrónico - Correo electrónico	khujta.ai@gmail.com
Correo electrónico - Reingrese correo electrónico	khujta.ai@gmail.com
Teléfono	+56947301132
¿Posee perfil en LinkedIn?	✓
Ingrera la URL correspondiente al perfil en LinkedIn	https://www.linkedin.com/in/gabriel-carcamo/ (https://www.linkedin.com/in/gabriel-carcamo/)
Indique el sector económico en el cual se desempeña la persona natural o jurídica	INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
Si el postulante pertenece a algún pueblo originario, indícanos cual:	Ninguno
Autorización de contacto futuro con Corfo y otras instituciones	Autorizo a ser contactado en el futuro por Corfo en forma directa, o a través de instituciones académicas autorizadas por Corfo, con el objetivo de realizar estudios de impacto de Semilla Inicia o estudios de emprendimiento en Chile.
Autorización de envío de información por correo electrónico	Autorizo y consiento expresamente que los actos administrativos relacionados con el proyecto me sean notificados mediante el correo electrónico informado.
Autorización de comunicación, transmisión o cesión de datos personales a instituciones en convenio con Corfo	✓
Autorización de comunicación de datos de contacto a entidades del ecosistema de emprendimiento	✓
Indique el Cluster temático al cuál está postulando:	Gestión hídrica y resiliencia climática
Objetivo general	Desarrollar el prototipo de mi producto o servicio
Indique el estado de avance de la solución propuesta en el presente proyecto	Idea o concepto inicial, sin validación técnica ni ventas.
En relación al alcance comercial de la solución, señale donde está presente el problema o la oportunidad que busca resolver con la solución propuesta:	A nivel internacional
En relación al alcance comercial de la solución, señale si tiene el potencial de expandirse a nuevos mercados	Sí, tiene potencial para venderse a otros territorios, fuera de la región de ejecución postulada.
Indique si el emprendimiento postulado es innovador	✓
¿Cómo es la innovación que presenta su producto/servicio?	Un desarrollo propio, es decir, posee una diferencia desarrollada por el equipo emprendedor.
Indique la alternativa más adecuada en relación a la innovación de su solución	La principal innovación de mi solución corresponde a una mejora en su desarrollo o proceso productivo, lo que permitirá venderla considerablemente más barato en relación a la competencia.
Graba un video de máximo 40 segundos, súbelo a una plataforma accesible (como YouTube, Vimeo, etc) y comparte el enlace de acceso aquí. - Graba un video de máximo 40 segundos, súbelo a una plataforma accesible (como YouTube, Vimeo, etc) y comparte el enlace de acceso aquí.	https://www.youtube.com/shorts/_m1snHVNkIc (https://www.youtube.com/shorts/_m1snHVNkIc)
Graba un video de máximo 40 segundos, súbelo a una plataforma accesible (como YouTube, Vimeo, etc) y comparte el enlace de acceso aquí. - Permitir contraseña	
Declaración de contenido del video: Declaro que estoy informado/a de que, si el video no incluye de manera explícita el contenido solicitado en los primeros 40 segundos y en el formato especificado en las bases del financiamiento, mi proyecto podría ser considerado no admisible.	Si, acepto.
¿El mismo proyecto que está postulando a esta convocatoria, ha sido cofinanciado anteriormente por algún programa de Corfo?	✗
Ala fecha de apertura de la convocatoria, ¿la persona natural postulante tenía participación en el capital de una persona jurídica chilena con la cual ya se está ejecutando el proyecto postulado?	No, a la fecha de apertura de la convocatoria no tenía participación en una persona jurídica que desarolla el mismo proyecto que se está postulando.

2025-2-Nacional - Innovación

Describe el problema o necesidad principal que tu emprendimiento busca resolver, o la oportunidad que pretende aprovechar

Indica cómo se resuelve actualmente este problema (si existen soluciones o alternativas) y cuáles son las limitaciones o vacíos que tu propuesta busca superar

Explica por qué es importante para tu cliente potencial resolver este problema o aprovechar la oportunidad identificada

En función de la región de ejecución reportada, indica brevemente cómo tu proyecto se conecta con las prioridades de desarrollo o desafíos productivos de esa región

Explica en qué consiste tu producto o servicio, y cómo contribuye a resolver el problema u oportunidad que identificaste

Cómo identifiqué el problema:

- **Experiencia personal:** He enfrentado la necesidad de solicitar agua en camión aljibe, experimentando la frustración de no tener un canal centralizado.
- **Testimonio directo:** Un contacto de la región de La Araucanía me compartió el dolor de no poder direccionar a sus clientes a una plataforma unificada para solicitudes de agua.
- **Investigación de datos públicos:** Revisión del Censo 2024 del INE y reportajes periodísticos sobre la crisis hídrica.

Frecuencia y relevancia:

- Las familias sin acceso a red pública necesitan agua periódicamente (semanal o quincenal)
- El proceso se repite cada vez: buscar proveedor, llamar, negociar precio, esperar sin confirmación
- En La Araucanía, 92.461 personas (10,6% de la población regional) dependen de este servicio

Validación: El problema está documentado por múltiples fuentes oficiales y periodísticas.

Evidencias:

1. **Censo 2024 INE:** 131.141 viviendas usan camión aljibe; 492.693 viviendas sin red pública a nivel nacional. Fuente: <https://censo2024.ine.gob.cl/> (<https://censo2024.ine.gob.cl/>)
2. **Investigación Vergara 240 (UDP):** El Estado gastó más de \$222 mil millones en camiones aljibe entre 2011-2019, evidenciando un mercado establecido pero ineficiente. Fuente: https://vergara240_udp.cl/especiales/222-mil-millones-gasto-el-estado-en-contratar-camiones-aljibe/ (https://vergara240_udp.cl/especiales/222-mil-millones-gasto-el-estado-en-contratar-camiones-aljibe/)

Soluciones actuales:

- **WhatsApp:** Grupos de vecinos donde se comparten contactos, conversaciones directas con proveedores conocidos
- **Facebook:** Páginas de empresas de agua (muchas desactualizadas), publicaciones en grupos comunitarios
- **Boca a boca y directorios telefónicos:** Contactos personales, páginas amarillas, volantes

Limitaciones principales:

1. **Fragmentación:** El consumidor debe buscar activamente al proveedor entre múltiples canales desconectados
2. **Sin transparencia de precios:** Los precios varían según negociación, urgencia percibida, o capacidad de pago aparente
3. **Sin verificación:** Cualquier persona con un camión puede ofrecer el servicio, sin forma de verificar certificaciones sanitarias
4. **Sin seguimiento:** No hay confirmación clara de si el servicio fue agendado ni estado del pedido
5. **Proceso repetitivo:** Cada vez que llaman, deben re-explicar su ubicación y necesidades
6. **Dependencia de disponibilidad:** El consumidor depende de que el proveedor conteste el teléfono o revise sus mensajes

Vacio que nitoagua busca superar: No existe una plataforma dedicada que conecte oferta y demanda de agua en camión aljibe de forma transparente, verificada y con seguimiento en tiempo real.

Importancia para el cliente (familias rurales):

- El agua es una necesidad básica y urgente; no tenerla impacta higiene, salud y calidad de vida
- El proceso actual genera estrés e incertidumbre en un servicio esencial
- Las familias pagan precios variables sin poder comparar opciones, potencialmente pagando de más
- El tiempo perdido buscando proveedores y esperando confirmaciones tiene costo de oportunidad

Importancia para los proveedores (aguateros):

- Pierden clientes potenciales que no logran contactarlos
- Gestión caótica entre WhatsApp, Facebook, SMS y llamadas dispersas
- Difícil escalar el negocio más allá del círculo de contactos personales
- Sin herramientas para diferenciarse de la competencia

Importancia para la industria/sector:

- El gasto estatal en camiones aljibe supera los \$25 mil millones anuales, operando de forma ineficiente
- La digitalización del sector permitiría generar datos para mejor planificación de políticas públicas
- Con el cambio climático, más comunas entrarán en déficit hídrico, aumentando la demanda de soluciones de coordinación eficiente
- Un mercado más transparente beneficia a proveedores responsables y protege a consumidores vulnerables

La Araucanía enfrenta una crisis hídrica estructural que la convierte en terreno ideal para validar nitoagua:

- **32 comunas con déficit hídrico declarado** según la Dirección General de Aguas
- **92.461 personas (10,6% de la población regional)** dependen de camiones aljibe
- **Aproximadamente 25.000 familias** reciben agua por esta modalidad
- Solo el **80,2%** de viviendas tienen acceso a red pública (vs. 92,3% nacional)

Gasto significativo:

- Padre Las Casas es la **segunda comuna de Chile** donde más se ha gastado en camiones aljibe: más de \$3.665 millones entre 2011-2019
- Temuco: \$2.204 millones en el mismo período
- En 2024, el gobierno regional destinó \$7.440 millones para abastecer 50.468 personas en 17 comunas

Prioridades regionales que aborda:

1. **Gestión hídrica:** Optimiza la distribución de agua en zonas sin red pública
2. **Digitalización rural:** Trae tecnología accesible a comunidades rurales
3. **Desarrollo productivo:** Apoya a operadores locales de camiones aljibe (empleo regional)

Descripción: nitoagua es una plataforma digital (Progressive Web App) que conecta consumidores de agua con proveedores verificados de camiones aljibe, reemplazando llamadas y mensajes dispersos por un punto único de coordinación.

Dos características principales:

1. Sistema de ofertas competitivas:

- El consumidor publica una solicitud indicando cantidad y ubicación
- Múltiples proveedores disponibles en la zona reciben notificación
- Cada proveedor envía su oferta con precio y ventana de entrega
- El consumidor compara y elige la mejor opción
- **Funcionamiento:** Esto invierte el modelo tradicional donde el consumidor debe llamar a un proveedor y negociar; ahora los proveedores compiten por el cliente.

2. Verificación de proveedores:

- Los proveedores suben documentos (Resolución Sanitaria, licencia, certificaciones)
- El equipo de nitoagua verifica autenticidad
- Proveedores aprobados reciben un badge de verificación visible
- **Funcionamiento:** Genera confianza en un mercado sin regulación visible, diferenciando proveedores responsables.

Avances logrados:

- **MVP funcional en producción:** Disponible en <https://nitoagua.vercel.app/>
- **Flujo completo implementado:** Solicitud de agua, sistema de ofertas, panel de proveedor, panel administrativo
- **Notificaciones por email:** Consumidores y proveedores reciben alertas en tiempo real
- **Tiempo de desarrollo:** De idea a MVP funcional en aproximadamente 2 semanas

¿En qué componente del proyecto se hace la innovación?

Producto o servicio (nuevo o significativamente mejorado)

Indica el estado actual de tu solución:

Prototipo: versión inicial sin validación con usuarios

Si respondiste B) Prototipo: adjunta un archivo que respalte la solución que estás desarrollando

https://app.charly.io/rails/active_storage/blobs/redirect/eyifcmFpbHMlOnsibWVzc2FnZSI6IkBaHBBd2ZNrmc9PSIImV4cCl6bnVsbCwicHVyjoYmxvYl9pZCJ9fQ==b35c24ef8fcba0aed8e94863739218d57714c2/nitoagua%20-%20Consolidated%20Consumer%20Flow%20Mockups.pdf
(Última actualización 17/12/2025 15:01 CLST)

Alternativa 1: WhatsApp

- **Uso:** Grupos de vecinos comparten contactos, conversaciones directas con proveedores
- **Limitaciones:** Sin estructura para buscar o comparar; mensajes se pierden entre conversaciones; sin verificación de proveedores; sin seguimiento de estado; cada pedido requiere re-explicar ubicación

Alternativa 2: Facebook (páginas y grupos)

- **Uso:** Páginas de empresas de agua, publicaciones en grupos comunitarios locales
- **Limitaciones:** Muchas páginas desactualizadas; sin integración con proceso de solicitud; información dispersa y difícil de encontrar; sin comparación de precios; sin confirmación de disponibilidad

Alternativa 3: Boca a boca y llamadas telefónicas

- **Uso:** Contactos personales, recomendaciones, páginas amarillas, volantes
- **Limitaciones:** Información desactualizada frecuentemente; depende de que el proveedor conteste; negociación de precio cada vez; sin registro histórico; proceso repetitivo manual

Brecha común: Ninguna alternativa ofrece transparencia de precios, verificación de proveedores, comparación de opciones, ni seguimiento del estado del servicio. El consumidor siempre debe buscar activamente al proveedor, en lugar de recibir ofertas.

Alternativa 1: WhatsApp

- **Uso:** Grupos de vecinos comparten contactos, conversaciones directas con proveedores
- **Limitaciones:** Sin estructura para buscar o comparar; mensajes se pierden entre conversaciones; sin verificación de proveedores; sin seguimiento de estado; cada pedido requiere re-explicar ubicación

Alternativa 2: Facebook (páginas y grupos)

- **Uso:** Páginas de empresas de agua, publicaciones en grupos comunitarios locales
- **Limitaciones:** Muchas páginas desactualizadas; sin integración con proceso de solicitud; información dispersa y difícil de encontrar; sin comparación de precios; sin confirmación de disponibilidad

Alternativa 3: Boca a boca y llamadas telefónicas

- **Uso:** Contactos personales, recomendaciones, páginas amarillas, volantes
- **Limitaciones:** Información desactualizada frecuentemente; depende de que el proveedor conteste; negociación de precio cada vez; sin registro histórico; proceso repetitivo manual

Brecha común: Ninguna alternativa ofrece transparencia de precios, verificación de proveedores, comparación de opciones, ni seguimiento del estado del servicio. El consumidor siempre debe buscar activamente al proveedor, en lugar de recibir ofertas.

Gestión hídrica y resiliencia climática

nitoagua contribuye directamente a la **gestión hídrica** al optimizar la distribución de agua en zonas sin infraestructura de red pública:

1. Eficiencia en distribución:

- Conecta demanda dispersa con oferta fragmentada de forma eficiente
- Reduce tiempos de coordinación y optimiza rutas de proveedores

2. Datos para políticas públicas:

- Cada transacción genera datos sobre demanda hídrica: ubicación, frecuencia, volúmenes
- Esta información hoy no existe de forma sistematizada
- Permite a municipios y organismos públicos identificar zonas de mayor vulnerabilidad hídrica

3. Resiliencia climática:

- Según Escenarios Hídricos 2030, el cambio climático está desplazando zonas áridas hacia el sur
- Más comunas entrarán en déficit hídrico en las próximas décadas
- nitoagua construye infraestructura digital para gestionar esta creciente demanda

4. Formalización del sector:

- Promueve proveedores verificados con certificaciones sanitarias
- Contribuye a un mercado más transparente/regulado

Indica si el producto o servicio cuenta con alguna estrategia de protección



¿Por qué no tiene una estrategia de protección?

Cuento con un plan de estrategia de protección, pero aún no es iniciado el proceso

¿Quieres añadir información adicional sobre la innovación de tu producto o servicio?

Arquitectura cloud-native escala automáticamente. PWA funciona sin descargar app, ideal para zonas rurales con conexión limitada. Cada transacción genera datos de demanda hídrica inexistentes hoy, útiles para políticas públicas y focalización de subsidios.

2025-2-Nacional - Escalabilidad

Tamaño del mercado:

- 131.141 viviendas en Chile usan camión aljibe como fuente principal de agua (Censo 2024, INE)
- 492.693 viviendas sin acceso a red pública de agua potable a nivel nacional
- 8,35 millones de personas (47,5% de la población) en comunas con decretos de escasez hídrica (DGA)

Quién compra:

- Hogares rurales y semi-rurales sin conexión a red de agua potable
- Parcelas, agricultores pequeños y medianos
- Emprendimientos turísticos (cabañas, camping)
- Eventualmente: municipios que contratan servicios de emergencia

Alcance geográfico:

- Piloto: La Araucanía (92.461 personas dependientes de camiones aljibe)
- Expansión año 1: Los Ríos, Los Lagos (19,9% y 18,9% de viviendas sin red pública)
- Expansión año 2: Coquimbo, Atacama (mayor dependencia de camiones aljibe: 5,9% y 10,2%)

Barreras y cómo enfrentarlas:

- Adopción tecnológica en zonas rurales: Usuarios menos familiarizados con apps.
- Solución: PWA sin descarga, diseño ultra-simple, funciona en 3G.
- Resistencia de proveedores: Aguateros acostumbrados a WhatsApp.
- Solución: Demostrar valor (más clientes, menos llamadas). Onboarding asistido.
- Conectividad intermitente: Zonas rurales con señal inestable.
- Solución: Plataforma optimizada para conexiones lentas, notificaciones por email.

Fuentes:

- Censo 2024 INE: <https://censo2024.ine.gob.cl/> (<https://censo2024.ine.gob.cl/>)
- DGA Escasez Hídrica: <https://dga.mop.gob.cl/escasez-hidrica-para-el-475-de-la-poblacion/> (<https://dga.mop.gob.cl/escasez-hidrica-para-el-475-de-la-poblacion/>)

Define tu mercado objetivo, indicando su tamaño (número estimado de potenciales clientes o usuarios), quién compra y dónde (alcance geográfico)

Competidor 1: WhatsApp/Facebook (uso informal)

- Grupos de vecinos y páginas de proveedores
- Limitaciones: Sin estructura, sin verificación, sin comparación de precios, mensajes se pierden

Competidor 2: Boca a boca y llamadas telefónicas

- Contactos personales, recomendaciones, directorios
- Limitaciones: Información desactualizada, proceso repetitivo, dependencia de disponibilidad del proveedor

Por qué es el momento:

1. **Tendencia tecnológica:** Penetración de smartphones en zonas rurales ha aumentado significativamente. Según Subtel, 87% de hogares chilenos tiene acceso a internet (2023).
2. **Tendencia ambiental:** El cambio climático está desplazando zonas áridas hacia el sur. Según Escenarios Hídricos 2030, más comunas entrarán en déficit hídrico, aumentando la demanda.
3. **Tendencia social:** Post-pandemia, la digitalización de servicios esenciales se ha acelerado. Usuarios rurales ya usan apps de delivery y bancos digitales.
4. **Tendencia regulatoria:** Mayor fiscalización sanitaria de proveedores de agua. Nitagua facilita la verificación y trazabilidad.
5. **Gasto estatal creciente:** El Estado gasta ~\$25 mil millones anuales en camiones aljibe. Existe presión por mayor eficiencia y transparencia.

Fuente: Escenarios Hídricos 2030: <https://escenarioshidricos.cl/>
<https://escenarioshidricos.cl/>

Potenciales clientes:

- 92.461 personas (10,6% de la población regional) dependen de camiones aljibe
- ~25.000 familias reciben agua regularmente por esta modalidad
- 32 comunas con déficit hídrico declarado

Mercado activo:

- Padre Las Casas: segunda comuna de Chile con mayor gasto en camiones aljibe (\$3.665 millones, 2011-2019)
- Red de 100+ proveedores activos en la región

Condiciones favorables:

- Problemática representativa del sur y centro de Chile
- Mezcla de ruralidad y conectividad (cerca a centros urbanos como Temuco)
- Comunidad receptiva a soluciones de gestión hídrica

Externalidades positivas:

- Universidades locales (UFRO) con programas de innovación
- Organizaciones comunitarias activas en gestión del agua
- Gobierno regional con foco en resiliencia hídrica

Externalidad negativa mitigable:

- Conectividad variable → PWA optimizada para 3G

¿Por qué consideras que la región de ejecución seleccionada cuenta con las condiciones adecuadas para iniciar tu emprendimiento?

Considerando el producto y/o servicio que se espera desarrollar, ¿Cómo podrías describir la fabricación de este?

Indica el tipo de cliente al que apunta principalmente el emprendimiento

El producto o servicio será completamente estandarizado.

Personas naturales

Quién es: El cliente principal es el **jefe o jefa de hogar** de una familia rural o semi-rural que no tiene acceso a red pública de agua potable y depende de entregas periódicas de camión aljibe.

Características:

- Vive en zonas rurales, parcelas o localidades alejadas de centros urbanos
- Edad típica: 35-65 años
- Nivel socioeconómico: medio-bajo a medio
- Tiene smartphone con acceso a internet (aunque a veces inestable)
- Ya usa WhatsApp y Facebook para comunicarse
- Paga en efectivo la mayoría de sus transacciones

Necesidad o problema que busca resolver:

- Encontrar un proveedor confiable de agua sin tener que llamar a múltiples números
- Saber cuánto costará la entrega antes de contratar
- Tener certeza de que el pedido fue recibido y cuándo llegará
- No tener que re-explicar su ubicación cada vez que pide agua

Cómo identifiqué a este cliente:

1. **Experiencia personal:** He enfrentado la necesidad de solicitar agua en camión aljibe
2. **Testimonio directo:** Contacto en La Araucanía me compartió la frustración de sus clientes
3. **Datos públicos:** Censo 2024 confirma 131.000+ viviendas dependientes de este servicio

Señales de demanda:

- Mercado de \$25+ mil millones anuales en gasto estatal demuestra demanda establecida
- Grupos de Facebook con miles de miembros buscando proveedores de agua
- Proveedores reportan estar saturados de llamadas y mensajes

Segmento prioritario inicial: Familias en comunas de La Araucanía con alta dependencia de camiones aljibe: Villarrica, Pucón, Padre Las Casas, Loncoche.

Por qué son prioritarios:

- Alta concentración de demanda (facilita validación)
- Cercanía geográfica para soporte inicial
- Representativos del perfil nacional

Describe a tu cliente o usuario final

Indica cuál será el principal canal de ventas

Venta por internet

La plataforma web (<https://nitoagua.vercel.app>) es el único punto de contacto para transacciones:

Para consumidores:

- Acceden desde cualquier dispositivo con navegador
- Solicitan agua en menos de 1 minuto (sin registro obligatorio)
- Reciben ofertas de proveedores y eligen la mejor
- Seguimiento de estado en tiempo real

Para proveedores:

- Se registran y verifican documentos una sola vez
- Reciben notificaciones de nuevas solicitudes en su zona
- Envían ofertas desde su panel
- Gestinan entregas y historial

Estrategia de adopción:

- URL simple y memorable
- "Agregar a pantalla de inicio" para acceso tipo app
- Sin fricción de descarga de app stores

Describe cómo usarás el canal seleccionado para comercializar tu producto o servicio

¿Cuál será el medio principal por el que adquirirás clientes y/o usuarios?

En relación con la opción anterior, explica qué actividad o prueba realizarás con clientes o usuarios para comprobar si esa forma de llegar al mercado funciona

¿Cuál será el principal modelo de ingresos que utilizarás?

Explica de qué manera esperas generar ingresos a partir del modelo seleccionado

Explica brevemente qué esperas validar técnica y comercialmente con la ejecución de este proyecto. Es decir, qué aspectos del producto o servicio necesitas comprobar que funcionan correctamente y qué evidencias del interés o disposición de pago de tus clientes esperas obtener

Describe las principales actividades que realizarás durante la ejecución del proyecto y que serán clave para lograr los resultados comerciales mencionados anteriormente

Redes sociales

Actividad: Campaña piloto en grupos de Facebook de La Araucanía

Qué haremos:

1. Identificar 5-10 grupos de Facebook activos relacionados con agua, vecinos rurales, o comunidades de La Araucanía
2. Publicar contenido educativo + invitación a probar nitoagua
3. Crear página de Facebook de nitoagua con información y enlace directo

Con cuántas personas:

- Meta: Alcanzar 500 personas en el primer mes
- Objetivo de conversión: 50 solicitudes de agua (10%)

Cómo sabremos si funcionó:

- Métrica principal: Número de solicitudes completadas desde tráfico de redes sociales
- Métricas secundarias:
 - Visitas a la plataforma (Google Analytics)
 - Tasa de conversión (visita → solicitud)
 - Costo por adquisición (si usamos ads)
 - Feedback cualitativo en comentarios

Indicador de éxito: 50+ solicitudes en primer mes con <\$5.000 CLP por adquisición.

Porcentaje de la transacción

Modelo de comisión por transacción:

Cada vez que un proveedor completa una entrega coordinada a través de nitoagua, se genera una comisión:

- Porcentaje: 2-5% del valor de la transacción (por definir en validación)
- Ejemplo: Entrega de 5.000 litros a \$50.000 → Comisión de \$1.000-\$2.500

Flujo de cobro:

1. Proveedor completa entrega y marca como "Entregada"
2. Sistema registra comisión pendiente
3. Liquidación semanal o quincenal
4. Pago vía transferencia o efectivo (fase inicial)

Por qué funciona:

- El proveedor obtiene clientes que no conseguiría solo → justifica el costo
- Comisión proporcional al beneficio recibido
- Sin costo fijo para proveedores pequeños

Validación durante el proyecto:

- Probar diferentes porcentajes (2%, 3%, 5%)
- Medir tasa de aceptación de proveedores
- Ajustar según feedback del mercado

Validación técnica:

- Sistema de ofertas funciona en condiciones reales
- Indicador: >80% de solicitudes reciben al menos 1 oferta en <2 horas
- PWA funciona en conectividad rural
- Indicador: Tiempo de carga <5 segundos en 3G
- Indicador: <5% de errores por timeout
- Notificaciones llegan oportunamente
- Indicador: >95% de emails entregados en <1 minuto

Validación comercial:

- Consumidores prefieren la plataforma vs. llamar directamente
- Indicador: Tasa de repetición >30% (usuarios que piden agua 2+ veces)
- Indicador: NPS >40
- Proveedores adoptan la plataforma
- Indicador: 20+ proveedores activos en La Araucanía a mes 6
- Indicador: >50% de proveedores registrados hacen al menos 1 oferta/semana
- Modelo de comisión es aceptable
- Indicador: <10% de proveedores abandonan por costo de comisión
- Indicador: Proveedores reportan aumento de clientes vs. antes
- Disposición de pago indirecta
- Indicador: Proveedores pagan comisiones sin fricciones significativas
- Evidencia: Liquidaciones cobradas >80%

Aprendizaje clave: Si logramos 500 transacciones con 20 proveedores activos y comisiones pagadas, tenemos validación de product-market fit para escalar.

1. Onboarding de proveedores (Mes 1-3) Reclutar y verificar 20+ proveedores en La Araucanía. Incluye visitas presenciales, capacitación en la plataforma, y verificación de documentos sanitarios.

2. Adquisición de consumidores (Mes 2-6) Campaña en redes sociales, grupos de Facebook, y alianzas con juntas de vecinos. Meta: 500 solicitudes en 6 meses.

3. Mejoras de producto (Continuo) Iteraciones basadas en feedback: optimización de UX, nuevas funcionalidades (mapa de proveedores, calificaciones).

4. Validación de modelo de ingresos (Mes 4-8) Implementar cobro de comisiones, probar diferentes porcentajes, medir aceptación.

5. Preparación de expansión (Mes 7-10) Documentar procesos, preparar materiales para replicar en Los Ríos/Los Lagos.

6. Registro de marca (Mes 1-3) Iniciar proceso de protección de propiedad intelectual en INAPI.

Certificaciones/permisos requeridos para nitoagua (plataforma):

- Ninguno. La plataforma es intermedia tecnológica, no presta el servicio de agua directamente.

Certificaciones de proveedores (verificadas por nitoagua):

- Resolución Exenta Ministerio de Salud (Decreto N° 41)
- Certificado capacitación SEREMI de Salud
- Licencia de conducir profesional
- Estado actual: Sistema de verificación implementado en el MVP

Integraciones técnicas:

- Pasarela de pagos (futura): Evaluando Mercado Pago, Flow, Transbank
- Estado: No crítico para fase piloto (cobro manual inicial)
- Cronograma: Mes 4-6 del proyecto

Cumplimiento legal:

- Términos de servicio y política de privacidad
- Estado: Borrador preparado
- Cronograma: Revisión legal mes 1-2

¿Requieres certificaciones, permisos o integraciones críticas? Indica cuáles, estado actual y cronograma para obtenerlas durante la ejecución

En relación con la opción anterior, si cuentas con documentos que acrediten las certificaciones, permisos, licencias u otros nombrados, adjúntalos en tu postulación

Mencione los resultados comerciales a lograr durante la ejecución del proyecto

Metas cuantitativas a 10 meses:**Transacciones:**

- 500 solicitudes de agua completadas
- Volumen transado: ~\$25.000.000 CLP (500 × \$50.000 promedio)

Clientes:

- 300 consumidores únicos (familias)
- 30% tasa de repetición

Proveedores:

- 25 proveedores verificados y activos
- 80% con al menos 1 transacción/mes

Cobertura:

- 5 comunas de La Araucanía con actividad
- Piloto iniciado en 1 comuna adicional (Los Ríos)

Ingresos:

- Comisiones generadas: \$500.000 - \$1.250.000 CLP (2-5% de \$25M)
- Meta: Demostrar modelo, no rentabilidad

Métricas de satisfacción:

- NPS consumidores: >40
- NPS proveedores: >30

Estos resultados demostrarán:

- Demanda real del mercado
- Adopción por ambos lados (consumidores y proveedores)
- Viabilidad del modelo de comisión
- Base para proyectar expansión

Validación para escalar:

Los 500 transacciones en La Araucanía demostrarán:

1. **Replicabilidad del modelo:** Procesos documentados de onboarding de proveedores, adquisición de consumidores, y operación de la plataforma.
2. **Unit economics positivos:** Si comisión promedio de \$2.000 cubre costo de adquisición <\$5.000, el modelo escala.
3. **Efectos de red:** Más proveedores → mejor oferta → más consumidores → más proveedores.

Expansión nacional (Año 2):

- Los Ríos y Los Lagos: misma problemática, geografía similar
- Coquimbo y Atacama: mayor dependencia de camiones aljibe

Expansión internacional (Año 3+):

- Perú: 3,3 millones sin acceso a agua potable
- Bolivia: crisis hídrica en múltiples departamentos
- Mismo idioma, problemática similar, plataforma ya validada

Proyección: Con 10 regiones activas y 5.000 transacciones/mes, ingresos anuales de \$120-300 millones CLP.

Recursos clave actuales:

1. MVP funcional: Plataforma completa desplegada en <https://nitoagua.vercel.app>
2. Infraestructura cloud: Vercel (hosting) + Supabase (base de datos) - escalables sin inversión inicial
3. Conocimiento técnico: 11+ años de experiencia en desarrollo de software

Contactos y alianzas en desarrollo:

1. Proveedor de agua independiente (La Araucanía) - Rubro: Camión aljibe / Micro - Fase: Descubrimiento - Próximo paso: Agendar demo de la plataforma
2. Junta de vecinos sector rural (Villarrica) - Rubro: Organización comunitaria - Fase: Descubrimiento - Próximo paso: Presentar solución en reunión
3. CORFO - Rubro: Institución pública / Grande - Fase: Postulación - Próximo paso: Adjudicación Semilla Inicia
4. Municipalidad de Villarrica - Rubro: Gobierno local / Mediano - Fase: Descubrimiento - Próximo paso: Solicitar reunión con encargado de emergencias
5. Red de emprendedores Araucanía - Rubro: Comunidad / Mediano - Fase: Descubrimiento - Próximo paso: Participar en próximo evento

Nota: Las alianzas están en fase inicial. El financiamiento CORFO permitirá formalizar relaciones.

Riesgo 1: Baja adopción de proveedores

- Probabilidad: Media
- Impacto: Alto
- Mitigación: Onboarding personalizado, demostrar ROI con primeros clientes, período sin comisión inicial

Riesgo 2: Consumidores prefieren seguir llamando

- Probabilidad: Media
- Impacto: Alto
- Mitigación: UX ultra-simple, beneficio claro (comparar ofertas), marketing enfocado en dolor actual

Riesgo 3: Conectividad insuficiente en zonas rurales

- Probabilidad: Baja
- Impacto: Medio
- Mitigación: PWA optimizada para 3G, notificaciones por email como respaldo

Riesgo 4: Competidor copia el modelo

- Probabilidad: Baja
- Impacto: Medio
- Mitigación: Velocidad de ejecución, efectos de red, registro de marca

Riesgo 5: Proveedores no pagan comisiones

- Probabilidad: Media
- Impacto: Medio
- Mitigación: Comisión baja inicial, cobro antes de mostrar nuevas solicitudes, relación cercana

Impacto social positivo:

1. **Acceso más equitativo al agua:** Familias vulnerables pueden comparar precios y elegir, reduciendo riesgo de abusos.
2. **Formalización del sector:** Proveedores verificados generan confianza; se promueve el cumplimiento de normas sanitarias.
3. **Ahorro de tiempo:** Familias no pierden horas buscando proveedores o esperando sin confirmación.
4. **Datos para políticas públicas:** Información sobre demanda hídrica que hoy no existe, útil para focalizar subsidios.

Impacto ambiental:

1. **Positivo - Eficiencia en distribución:** Mejor coordinación puede reducir viajes fallidos y optimizar rutas, disminuyendo emisiones.
2. **Negativo potencial - Facilitación del consumo:** Al hacer más fácil pedir agua, podría aumentar el uso de camiones (más emisiones).

Balance: El impacto neto es positivo. Nitoagua no aumenta la demanda de agua (que ya existe), pero sí mejora la eficiencia de la distribución.

Mitigar impactos negativos:

1. **Optimización de rutas (futuro):** Desarrollar funcionalidad que agrupe solicitudes cercanas, reduciendo kilómetros recorridos por litro entregado.
2. **Promover proveedores con vehículos eficientes (futuro):** Badge especial para camiones con mejores estándares de emisiones.
3. **Educación sobre uso responsable (futuro):** Contenido en la plataforma sobre conservación del agua.

Maximizar impactos positivos:

1. **Verificación sanitaria rigurosa:** Asegurar que el agua entregada cumple estándares de salud.
2. **Transparencia de precios:** Publicar promedios de mercado para evitar abusos.
3. **Inclusión digital:** Diseño accesible para usuarios con baja alfabetización digital.
4. **Datos abiertos (futuro):** Compartir estadísticas agregadas con municipios para mejorar planificación.

Integración en plan de negocio: La sostenibilidad no es un costo, es diferenciador. Proveedores responsables prefieren plataformas que valoran su cumplimiento.

¿Cuál consideras que será el principal impacto social y/o ambiental de tu emprendimiento?

¿Qué estrategias implementarás para mitigar posibles impactos negativos y maximizar los impactos positivos, asegurando una operación sostenible?

Equipo

¿Cuántas personas conforman el equipo emprendedor?

1

Nombre (Cofundadora/or 1)

Gabriel

Primer Apellido (Cofundadora/or 1)

Carcamo

Segundo Apellido (Cofundadora/or 1)

Marambio

¿Posee RUT Chileno? (Cofundadora/or 1)



RUT (Cofundadora/or 1)

17249372-6

Fecha de Nacimiento (Cofundadora/or 1)

05/05/1989

Género (Cofundadora/or 1)

Masculino

Nacionalidad (Cofundadora/or 1)

Chile

Rol en el equipo (Cofundadora/or 1)

Técnico

Mayor nivel educacional completado (Cofundadora/or 1)

Profesional Universitario (carreras de 4 o más años)

Área de estudios de educación superior (Cofundadora/or 1)

Tecnología

Profesión relacionada al área estudios de educación superior (Cofundadora/or 1)

Ingeniería en Informática

Años de experiencia laboral previa (Cofundadora/or 1)

11

Nº de emprendimientos fundados (Cofundadora/or 1)

0

¿Ha participado en algún proyecto financiado anteriormente por algún programa de Corfo? (Cofundadora/or 1)



Detalla la experiencia y capacidades relevantes de la/el cofundadora/or para llevar a cabo el emprendimiento, y sus logros profesionales más importantes. (Cofundadora/or 1)

11 años en desarrollo de software para instituciones financieras globales (Chase, Citi, Bank of America) vía Experian. Lideré implementaciones de modelos de riesgo para 300M+ usuarios. Logro principal: MVP de nitoagua funcional (nitoagua.vercel.app) desarrollado en 2 semanas, demostrando capacidad de ejecución completa. Ingeniero en Informática, U. Mayor.

Indique el total de horas que comprometerá mensualmente para la ejecución del proyecto (Cofundadora/or 1)	80
¿En caso de adjudicarse, la ejecución del proyecto será su actividad principal? (Cofundadora/or 1)	<input checked="" type="checkbox"/>
¿Qué tipo de trabajo tiene? (Cofundadora/or 1)	Horario flexible
¿Cómo va a compatibilizar su trabajo formal con el emprendimiento? (Cofundadora/or 1)	Tengo la flexibilidad suficiente en mi trabajo actual para poder hacer ambas cosas.
Explique brevemente a qué se dedica actualmente, en qué empresa, y su relación contractual y laboral. (Cofundadora/or 1)	Actualmente desarrollo emprendimientos tecnológicos propios de forma independiente: 1. nitoagua: Plataforma de coordinación de agua en camión aljibe (este proyecto) 2. Gastify: App de gestión de gastos personales con IA (en producción) 3. Ayni: Plataforma de analíticas para PyMEs (en desarrollo) Relación laboral: Emprendedor independiente, sin relación de dependencia. Esto me permite flexibilidad para dedicar 80 hrs/mes a nitoagua y aumentar dedicación según evolución del proyecto.
Indique el porcentaje de participación social que tiene actualmente en la empresa postulante. (Cofundadora/or 1)	100 %
Descripción del Equipo Emprendedor	<p>Como fundador único, asumo todos los roles iniciales:</p> <p>ROL TÉCNICO (principal) - Gabriel Cárcamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo y mantenimiento de la plataforma Arquitectura de software y decisiones tecnológicas Testing y aseguramiento de calidad <p>ROL DE NEGOCIO - Gabriel Cárcamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategia de producto y roadmap Modelo de ingresos y pricing Relaciones con aliados estratégicos <p>ROL DE OPERACIONES - Gabriel Cárcamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Onboarding de proveedores Soporte a usuarios Gestión día a día <p>Complementariedad: Mi fortaleza es técnica, demostrada con MVP funcional en 2 semanas. Áreas de negocio y operaciones serán cubiertas inicialmente por mí, con plan de incorporar apoyo externo y eventualmente un perfil comercial. La concentración de roles permite velocidad de decisión en esta etapa temprana.</p> <p>Como fundador único, no hay trabajo conjunto con socios. Sin embargo, tengo experiencia liderando proyectos:</p> <p>Proyectos individuales:</p> <ol style="list-style-type: none"> nitoagua MVP (Nov-Dic 2025): Plataforma completa en ~2 semanas. Aprendizaje: Priorización, iteración rápida. Gastify (2025): PWA con IA en producción. Aprendizaje: UX para usuarios no técnicos. <p>Experiencia profesional (Experian, 11 años):</p> <ul style="list-style-type: none"> Coordinación de equipos multidisciplinarios Gestión de proyectos críticos con plazos estrictos <p>Responsables por hitos nitoagua:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hitos técnicos: Gabriel Cárcamo (capacidad demostrada con MVP) Hitos comerciales: Gabriel Cárcamo (con apoyo equipo externo) Hitos operacionales: Gabriel Cárcamo (con apoyo equipo externo) <p>Aprendizajes a aplicar: Priorización en lo que genera valor, documentación clara para escalar, iteración rápida.</p> <p>Subcontrataciones planificadas con financiamiento CORFO:</p> <ol style="list-style-type: none"> COMMUNITY MANAGER (freelance, Mes 2-10) Hitos: Campaña adquisición usuarios, presencia en grupos Facebook Araucanía Perfil: Marketing digital, conocimiento local ASESOR LEGAL (por proyecto, Mes 1-3) Hitos: Términos de servicio (Mes 1), contratos proveedores (Mes 2), constitución empresa (Mes 3) Perfil: Abogado con experiencia en startups DISEÑADOR GRÁFICO (por proyecto, Mes 1-2) Hitos: Logo definitivo (Mes 1), manual de marca y materiales marketing (Mes 2) Perfil: Branding de startups CONTADOR (mensual, Mes 1-10) Hitos: Rendiciones trimestrales CORFO, declaraciones mensuales, cierre contable Perfil: Experiencia en proyectos CORFO <p>Capacidad asegurada: Contratación de profesionales con portfolio/experiencia verificable en cada área.</p> <p>SÍ. PERFIL PRIORITARIO: Encargado Comercial/Operaciones</p> <p>Justificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mi perfil es técnico; captación de proveedores requiere habilidades comerciales Onboarding presencial en La Araucanía necesita presencia en terreno Relaciones con municipios requieren networking local <p>Características buscadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia en ventas B2B o desarrollo de negocios Conocimiento de La Araucanía y sus comunidades Habilidades de comunicación y negociación <p>Plan de incorporación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mes 1-3: Operar solo mientras busco candidato Mes 4-6: Incorporar como contratación o futuro socio Hito clave: Contar con este perfil antes de expandir a otras regiones <p>Exigencias que cubrirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> Captación de 25 proveedores verificados Relaciones con municipios y juntas de vecinos Presencia en terreno para validación <p>Perfil secundario (Mes 7-10): Desarrollador junior para acelerar nuevas funcionalidades.</p> <p>MVP funcional demuestra capacidad de ejecución (nitoagua.vercel.app). Resido en Villarrica, La Araucanía, facilitando contacto directo con mercado objetivo. Uso metodología BMAD con IA que permite operar con productividad de equipo completo siendo fundador único.</p> <p>Declaración</p> <p>Declaro que los Cofundadora/ores previamente mencionados tienen o tendrán un capital social igual a lo declarado, siendo éste de al menos un 5%.</p> <p>Declaración</p> <p>Estoy en conocimiento, que en caso de que posteriormente se verifique que no se cumpla con alguna de las declaraciones previamente señaladas, podría traer como consecuencia quedar desistido del concurso o tener término anticipado según corresponda.</p>
¿Crees que hay un perfil adicional que debas incorporar al equipo emprendedor y/o equipo de trabajo?	
¿Desea compartir alguna información adicional en relación al equipo emprendedor y/o equipo de trabajo del proyecto?	
Declaración	
Declaración	

2025-2-Nacional - Datos estadísticos

En relación al alcance comercial de la solución, señale el potencial donde podría llegar a comercializarla a mediano y/o largo plazo (considere un horizonte de 3 a 6 años).

Latinoamericano

Nº Empleados al 31 de diciembre del año anterior

1

Ventas totales del año anterior

\$ 0

Exportación año anterior	✗
Levantamiento de Capital o Inversión	✗
Indica el tipo de producto y/o servicio que genera el emprendimiento	Producto no físico (Software)
¿Ha trabajado anteriormente con algún actor del ecosistema emprendedor?	✗
¿El proyecto cuenta con el apoyo de un mentor?	✗
¿Conoce el Proyecto del Viaje del Emprendedor?	✓
¿Ha realizado la autoevaluación en la plataforma web del Viaje del Emprendedor?	✓
¿Ha realizado algún curso perteneciente al Viaje del Emprendedor?	✗
¿A través de qué medio te enteraste de esta convocatoria?	Claude Research

2025-2-Nacional - Declaración

Declaración de comprensión

Tengo certeza de estar respondiendo con la información correcta y que en caso de haber respondido erradamente podría traer como consecuencia quedar fuera del concurso o tener un término anticipado en caso de haberme adjudicado el subsidio.



2016-2025 © Charly.io Copyright