



TOUCH task

ALTA.
COMUNICACIÓN

PREMIOS
EIKON

Campaña:

“Hacemos el match
entre las Personas
y las Empresas”

Video de Campaña

TOUCH
task



PREMIOS
EIKΩN

Gráficas Comunicacionales

TOUCH
task

TOUCH
task

No importa el tamaño de tu empresa, nuestra comunidad de taskers on demand, está certificada y lista para lograr fidelizar a tus clientes e incrementar tus ventas.

¡Lo logramos!

Queremos que conozcas nuestra plataforma exclusiva para nuestros taskers.

Donde podremos alojar: nuestras tareas disponibles, comunicaciones, notificaciones y monitorear la comunidad.

Ingresa y navega aquí

Click Aquí

Envíanos todo tu feedback a:

+56 9 5122 8989

manuelvallejos@touchtask.cl

TOUCH
task

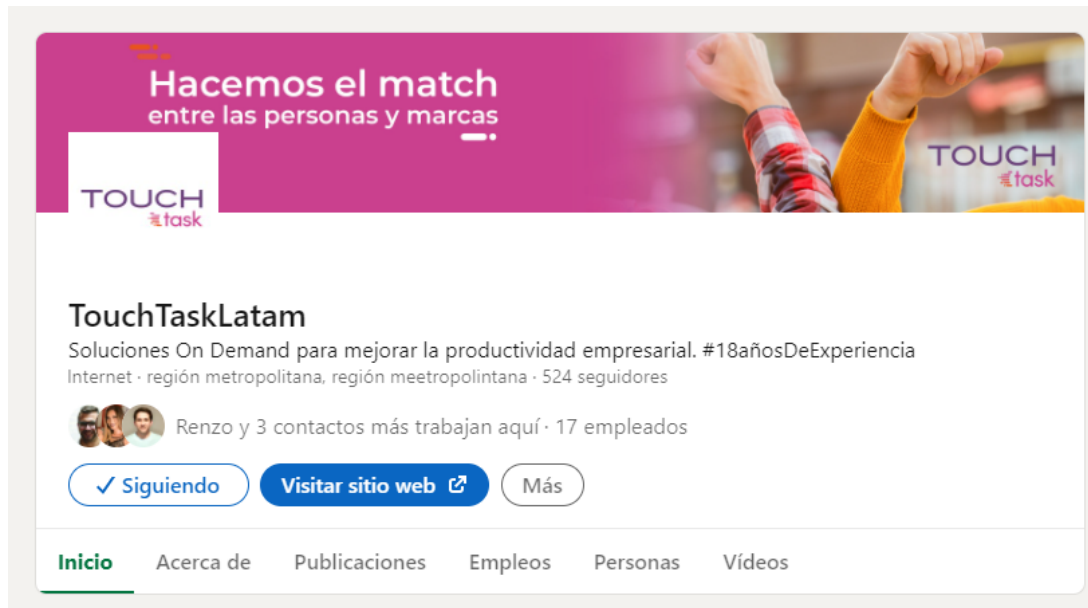
Nuestros taskers flexibles y on demand, están certificados y listos para ayudar a las empresas a solucionar sus principales problemáticas y optimizar sus presupuestos ante los escenarios de contracción en las compras.

PREMIOS
EIKON

Ohla

Gráficas Comunicacionales

TOUCH
task



Hacemos el match entre las personas y marcas

TOUCH task

TouchTaskLatam
Soluciones On Demand para mejorar la productividad empresarial. #18añosDeExperiencia
Internet · región metropolitana, región meropolitana · 524 seguidores

Renzo y 3 contactos más trabajan aquí · 17 empleados

[✓ Siguiendo](#) [Visitar sitio web](#) [Más](#)

[Inicio](#) [Acerca de](#) [Publicaciones](#) [Empleos](#) [Personas](#) [Vídeos](#)



TOUCH task

[Inicio](#) [Blog](#) [¿Eres Empresa?](#)

Bienvenido a nuestra **comunidad de taskers** donde podrás generar **dinero extra** postulando a las **tareas flexibles** que tenemos para ti.

[Inscríbete aquí](#)

PREMIOS
EIKON

OBJETIVOS *PLANTEADOS*

- Lograr atraer un **mínimo de 5 clientes**, para lograr tener la oferta para los taskers.
- Captar un mínimo de **600 tasker diarios**.
- Lograr un mínimo de **100.000 tareas mensuales**.
- Lograr **mantener una comunidad** afiliada de 5.000 taskers al año.
- **Posicionar el propósito de la marca** en los impactos en todos los canales de información.
- Lograr un **retorno de más de \$100.000.000 en medios de comunicación**, en donde más del 60% debía concentrarse en medios T1 (alcance nacional).
- Lograr estar **presentes en al menos 4 canales de televisión abierta**.
- Lograr posicionar la plataforma de inscripción en **medios informativos online**, **generando un hipervínculo a la landing** (o página de aterrizaje) con los impactos conseguidos.



74 NOTAS

TOTAL DE PUBLICACIONES EN MEDIOS.

RETORNO

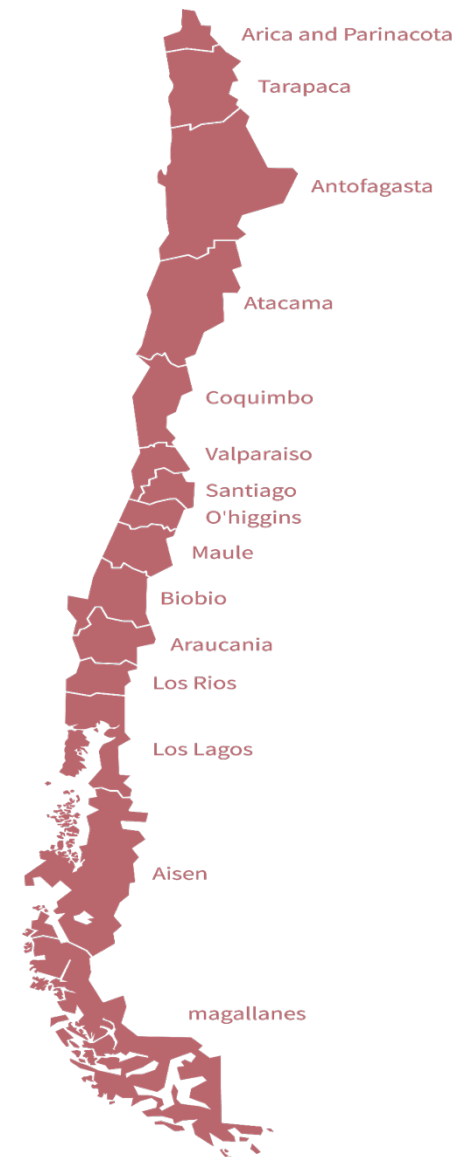
\$154.397.153

CONSIDERANDO EL RETORNO A PARTIR DE
NOTAS EN MEDIOS.

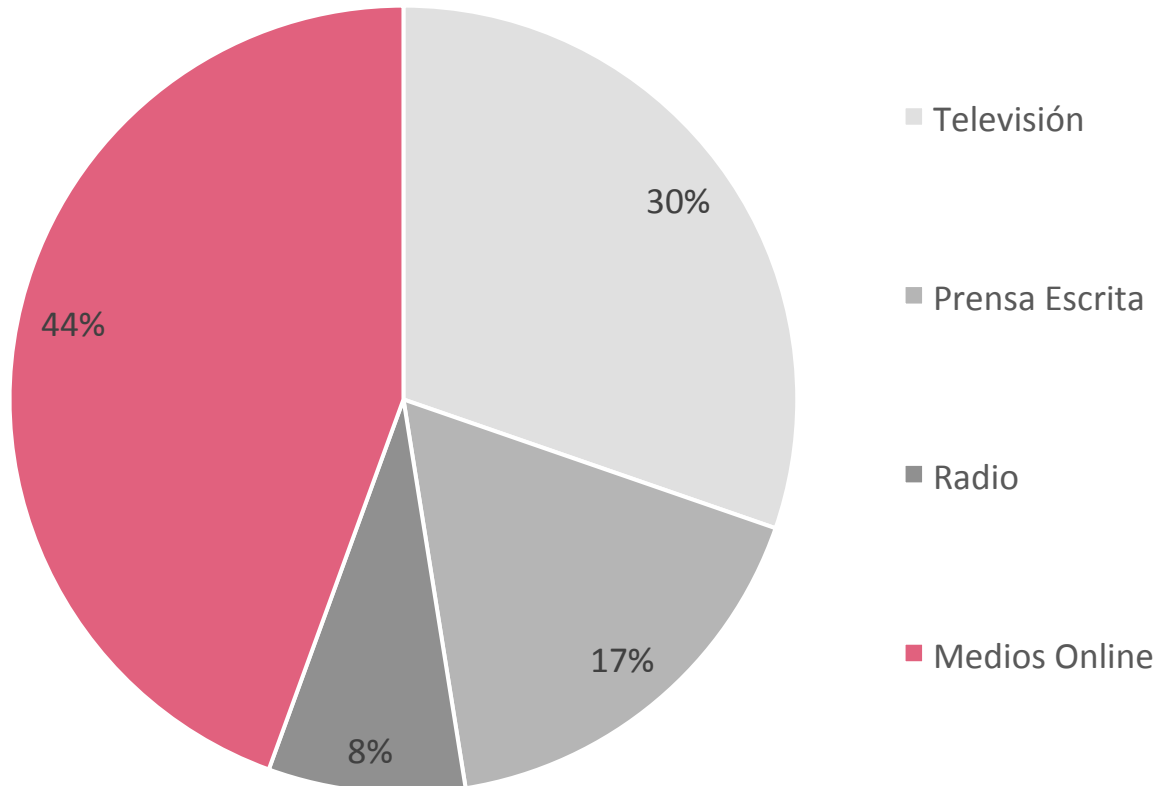
IMPRESIONES POTENCIALES

31.108.236

SUMA EN BASE AL TOTAL DE IMPRESIONES
POTENCIALES EN MEDIOS.



Earned Media por Formato



- Se consiguieron un total de **8 publicaciones en televisión** de alcance nacional. (Todas formato entrevista).
- En prensa escrita se logró un **retorno de 26 millones, equivalente a 10 notas** en medios impresos.
- En cuanto a las radios, se lograron un **total de 12 millones en retorno.**
- En **medios online se lograron 49 impactos** positivos.



HIGHLIGHTS

en medios

Principales Publicaciones

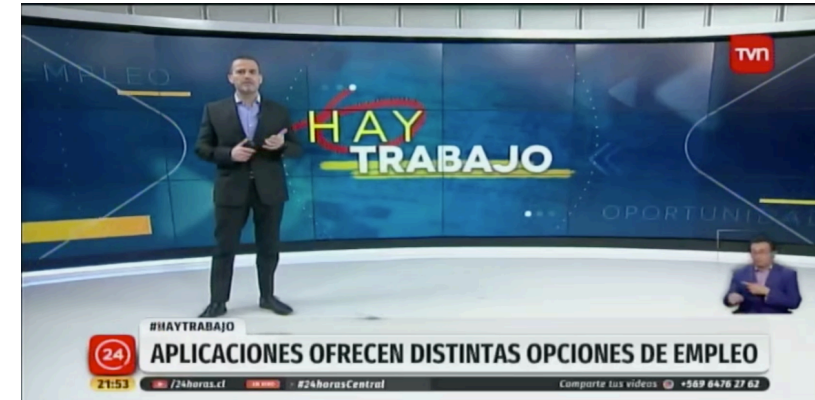
TOUCH
task



MEDIO: TVN

[LINK](#)

FECHA: 02/06/2020



11.942 (+37)
OFERTAS LABORALES
MAYO 2020

- AGRICULTORES Y TRABAJADORES CALIFICADOS EN CULTIVOS
- GUARDIAS DE SEGURIDAD
- VENDEDORES A DOMICILIO Y POR TELÉFONO

#HAYTRABAJO
BOLSA NACIONAL DE EMPLEO POTENCIA OFERTAS PUBLICADAS

24 21:55 /24horas.cl #24horasCentral Comparte tus videos +569 8476 27 62

PREMIOS
EIKON

Principales Publicaciones

TOUCH
task



MEDIO: CHV

[LINK](#)

FECHA: 24/03/2021



PREMIOS
EIKON

Principales Publicaciones



MEDIO: MEGA

[LINK](#)

FECHA: 04/07/2020



Principales Publicaciones

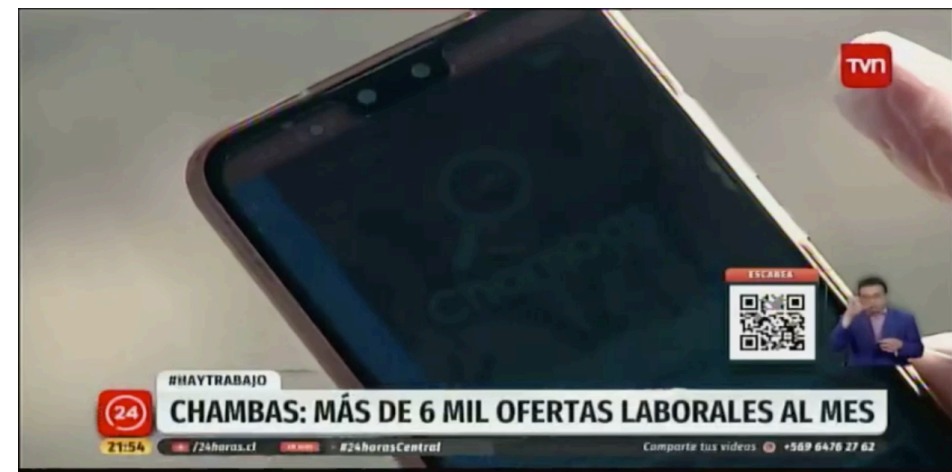
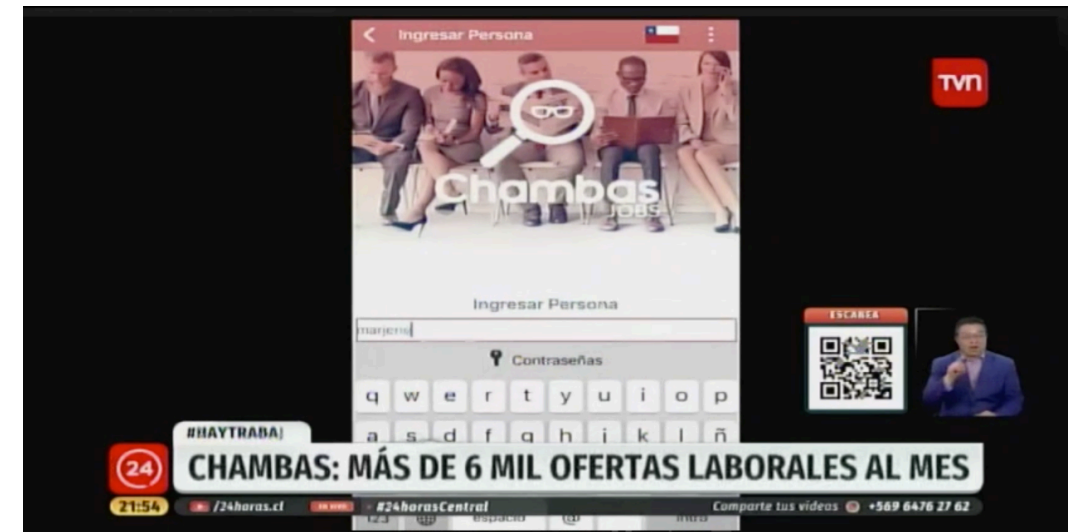
TOUCH
task



MEDIO: TVN

[LINK](#)

FECHA: 10/06/2020



PREMIOS
EIKON

Principales Publicaciones



EL MERCURIO ECONOMÍA Y NEGOCIOS

SANTIAGO DE CHILE, LUNES 21 DE DICIEMBRE DE 2020

LOS ENVÍOS DE ESTE PRODUCTO ACUMULAN HASTA NOVIEMBRE UNA CAÍDA DE 20% EN VALOR:

Tras baja en consumo de vino espumante por pandemia, viñas apuestan por fiestas de fin de año para reactivación

A través de nuevos formatos y una mayor diversificación en canales de ventas, las firmas buscan impulsar a esta categoría que se ha visto deprimida por las crisis sanitaria y la dificultad para hacer reuniones sociales.

CAROLINA URSUBARRA

La pandemia ha golpeado la demanda de los bebidas alcohólicas y el vino espumante no ha sido la excepción. El gerente de Mercado Nacional de Vino, Ludovico Pérez, cree que, tal como los primeros cuatro meses de la crisis sanitaria fueron más negativos en términos de venta, "el consumo de espumantes bajó 20% aproximadamente respecto a agosto y septiembre de este año. Sin embargo, en los últimos meses hemos visto un nivel de recuperación, principalmente en el segmento de mayor valor", explicó.



Para ser en los próximos años ha tendido a diversificarse en consumo de vino espumante. Un ticket de \$400 sigue concentrando el 30% de la demanda de la categoría.

Un análisis similar hizo la gerente de marketing de VSP Wine Group —cuya cuenta con las marcas de espumantes Vinos y Minicenas Bepig—, Roserio Fernández, quien explicó que este consumo se ha ido actualizando por ejemplo a formatos de restaurante y el segmento de eventos. "Sin embargo, en los últimos meses hemos visto un nivel de recuperación, principalmente en el segmento de mayor valor", explicó.

En un análisis similar hizo la gerente de marketing de VSP Wine Group —cuya cuenta con las marcas de espumantes Vinos y Minicenas Bepig—, Roserio Fernández, quien explicó que este consumo se ha ido actualizando por ejemplo a formatos de restaurante y el segmento de eventos. "Sin embargo, en los últimos meses hemos visto un nivel de recuperación, principalmente en el segmento de mayor valor", explicó.



Uno de los clientes de Grupo Touch es Rappi, firma de última milla que está experimentando más demanda de delivery por las restricciones.

YA CRECÍA CERCA DE 200% EN EL AÑO FRENTE A 2019:

Demanda de shoppers se eleva 30% adicional por efecto de Navidad y cuarentenas

Según Grupo Touch, sus clientes como Rappi o Lider han experimentado un mayor requerimiento que las ha empujado a necesitar más personal complementario, que ellos les proveen.

RODRIGO OLIVARES

Un crecimiento de hasta 200% anual ha experimentado la demanda de shoppers desde que comenzaron las cuarentenas producto de la pandemia que muchas firmas de entrega de Grupo Touch, empresa que actúa como socio estratégico de supermercados, apps de última milla, multitiendas, entre otros, al prestar servicios de soporte logístico y distribución que el cliente final puede pedir por medio de esta modalidad de 15 unidades.

FRANCISCO CABEZAS

Un crecimiento de hasta 200% anual ha experimentado la demanda de shoppers desde que comenzaron las cuarentenas producto de la pandemia que muchas firmas de entrega de Grupo Touch, empresa que actúa como socio estratégico de supermercados, apps de última milla, multitiendas, entre otros, al prestar servicios de soporte logístico y distribución que el cliente final puede pedir por medio de esta modalidad de 15 unidades.



Uno de los clientes de Grupo Touch es Rappi, firma de última milla que está experimentando más demanda de delivery por las restricciones.

YA CRECÍA CERCA DE 200% EN EL AÑO FRENTE A 2019:

Demanda de shoppers se eleva 30% adicional por efecto de Navidad y cuarentenas

Según Grupo Touch, sus clientes como Rappi o Lider han experimentado un mayor requerimiento que las ha empujado a necesitar más personal complementario, que ellos les proveen.

RODRIGO OLIVARES

Un crecimiento de hasta 200% anual ha experimentado la demanda de shoppers desde que comenzaron las cuarentenas producto de la pandemia que muchas firmas de entrega de Grupo Touch, empresa que actúa como socio estratégico de supermercados, apps de última milla, multitiendas, entre otros, al prestar servicios de soporte logístico y distribución que el cliente final puede pedir por medio de esta modalidad de 15 unidades.

FRANCISCO CABEZAS

Un crecimiento de hasta 200% anual ha experimentado la demanda de shoppers desde que comenzaron las cuarentenas producto de la pandemia que muchas firmas de entrega de Grupo Touch, empresa que actúa como socio estratégico de supermercados, apps de última milla, multitiendas, entre otros, al prestar servicios de soporte logístico y distribución que el cliente final puede pedir por medio de esta modalidad de 15 unidades.

Las Últimas Noticias | Lunes 1 de febrero de 2021

EMPLEO Y EDUCACIÓN 73

Calcule unos \$5.000 por hora, más propinas. Eso sí, es un trabajo arduo y las mejores horas son en la noche.



Sebastián López reparte mercadería los fines de semana en Puerto Varas.

WILHELM KAUSK

A crisis del Covid-19 y el ligastro adversario de casi un año de toque de queda- ha instalado la costumbre de pedir comida a domicilio como si fuera normalidad. Las aplicaciones de despacho, cómodas y fáciles de usar, vivieron un boom. Pero hasta que no lleguen las drams de delivery, no será posible que estas apps funcionaran sin los repartidores.

¿Cuarentena? ¿Qué alegría!

Consepción ha sido una de las ciudades más golpeadas por las restricciones de Covid-19, tanto que además de cuarentenas constantes tienen un toque de queda que parte a las 20 horas. A Carlos Tarrife, venezolano que lleva tres años trabajando para Uber Eats, la Fase 1 le ha resultado bien rentable. "Es que cuando la gente está hoy no le da en la casa la de más hambre y por la aplicación. Luego a hacer de 25 a 30 pedidos diarios en cuarentena total en una situación normal no son más de 12 a 15", calcula.

El trabajo todo el día en su bicicleta. "Para a las 9 de la mañana y estoy hasta las 12 de la noche. En un día promedio puedo sacar de \$40.000 a \$50.000 soy tan feliz de ahí. Me pongo que los mejores horas para trabajar son en la noche, que es cuando hay más demanda porque nadie puede salir".

"No se cansa mucho con trabajar 24 horas". "Ya estoy acostumbrado y es mi rutina. Tengo las piernas más fuertes que cuando hay que tener resistencia para esto.

Selfie de seguridad

En Uber Eats el oficio del socio repartidor también cambió: hoy se los exige que antes de repartir porten mascarilla (verificación que se hace vía selfie) y se deben comprometer a seguir medidas de sanitización; otros tienen la opción de dejar los pedidos en la puerta y se los reembolsan los gastos en alcohol gel y mascarillas.

En una paga en la que se gana por cada reparto, dice. "Hay que aprovechar, porque cuando no había cuarentena podía tener un sólo pedido por hora. Ahora los pedidos son de 2 a 3".

En una paga en la que se gana por cada reparto, dice. "Hay que aprovechar, porque cuando no había cuarentena podía tener un sólo pedido por hora. Ahora los pedidos son de 2 a 3".

Aumento en la demanda

Touch Task es una empresa que conecta a trabajadores independientes con puestos en diferentes empresas; entre ellos, repartidores. "El aumento de solicitudes de repartidores ha subido 200% promedio, llegando algunas semanas al aumento explosivo de personal shoppers, drivers, captadores y pickers, quienes arman pedidos en dark stores o supermercados", explica Francisco Cabezas, regional manager de la empresa.

Un caso es el de Sebastián López (27), quien trabaja en Puerto Varas durante los fines de semana repartiendo pedidos de un supermercado. El trabajo lo encontró

mediante Touch Task. "Llevo como tres meses haciendo el pedido hecho", dice. "Siempre he trabajado en la venta, ha sido ahora por miedo al Covid-19. El promedio son entre ellos, repartidores. "El aumento de solicitudes de repartidores ha subido 200% promedio, llegando algunas semanas incluso a 300%. Ha existido un aumento explosivo de personal shoppers, drivers, captadores y pickers, quienes arman pedidos en dark stores o supermercados", explica Francisco Cabezas, regional manager de la empresa.

"Es por miedo al Covid-19 que está muy flojo de y me da cosa el ir y yo trabajo en un centro de distribución y me lo llevo.

supermercados que necesitan personal que preste servicios on-demand, y justamente la demanda de personal shopper ha subido muchísimo". Particularmente en lo que va del mes de diciembre, dado el aumento del consumo por la Navidad y el retroceso a Fase 2 en la Región Metropolitana, Grupo Touch aseguró que la demanda de repartidores aumentó un 30% adicional, considerando que ya venía experimentando un fuerte avance previo. "Los supermercados son los que más demandan el servicio de personal shoppers, seguidos por los Centros comerciales. Un personal shopper puede atender entre 8 y 12 pedidos en un promedio de 7 horas. En el caso de centros comerciales, los shoppers pueden hacer entre 10 y 15 pedidos en la

misma cantidad de tiempo. Esto significa una cifra considerablemente menor de personas dentro de las tiendas, lo que evita aglomeraciones", aseguró Francisco Cabezas.

Grupo Touch evidenció que el ticket promedio en el caso de los supermercados por pedidos exprés —servicio que entrega los productos adquiridos el mismo día en el que el cliente hizo la compra— es de \$35.000 y la cantidad promedio de productos que se suele pedir por medio de esta modalidad es de 15 unidades.

Los productos más solicitados en supermercados son frutas y verduras, abarrotes, pan, lácteos, carnes, pollo, pescados, licres, snacks y papales. Respecto a tiendas retail, el ticket promedio es de \$30.000 y los usuarios suelen comprar 3 artículos.

Los productos más solicitados en supermercados son frutas y verduras, abarrotes, pan, lácteos, carnes, pollo, pescados, licres, snacks y papales. Respecto a tiendas retail, el ticket promedio es de \$30.000 y los usuarios suelen comprar 3 artículos.



Alta demanda presiona a los repartidores y Cornershop aplica cargo extra en sus pedidos

POR CAMILA BOHLE

El atochamiento que se ha visto en las calles en los últimos días ante las compras de fin de año no solo está afectando al comercio, sino que también llegó a las aplicaciones de reparto, con algunos de ellas señalando que sus repartidores están "ocupados" ante la fuerte demanda que han sentido. Este escenario implicó que la chilena Cornershop enviara a sus clientes un correo anunciando que las largas filas en supermercados y tiendas están demorando los pedidos, lo cual, explicaron, está disminuyendo "considerablemente" la ganancia de los shoppers.

entre los que destacan Rappi, Cencosud, Starken, Walmart y CCU. Con estos incrementos, el resultado es que el servicio no está dando abasto en algunas ocasiones. En un monitoreo a las entregas de las aplicaciones de última milla se pudo constatar que en algunas categorías de productos de Cornershop aparecía el mensaje de "shopper ocupado" para las entregas más inmediatas obstruyendo las compras, mientras que en el caso de Jumbo App las entregas pueden llegar a días siguientes en algunas comunas, y en la plataforma de Lider hasta dos días. Francisco Cabezas, gerente de Ne-



Medida busca compensar afectados por la congestión supermercados. Colaborar servicios subieron 30%

Alta demanda presiona a los repartidores y Cornershop aplica cargo extra en sus pedidos

POR CAMILA BOHLE

El atochamiento que se ha visto en las calles en los últimos días ante las compras de fin de año no solo está afectando al comercio, sino que también llegó a las aplicaciones de reparto, con algunas de ellas señalando que sus repartidores están "ocupados" ante la fuerte demanda que han sentido. Este escenario implicó que la chilena Cornershop enviara a sus clientes un correo anunciando que las largas filas en supermercados y tiendas están demorando los pedidos, lo cual, explicaron, está disminuyendo "considerablemente" la ganancia de los shoppers.

Es por ello que la aplicación que ahora controla la compañía Uber comunicó que "hasta que la situación se normalice" se hará de forma extraordinaria un cargo de \$3.000 para todos los pedidos, el cual irá en su totalidad para los repartidores. "Por favor, solo pide lo que realmente necesitas estos días", finalizaron. Esto, a pesar de que el servicio de personal shoppers aumentó un 200% desde que empezó la cuarentena y que entre noviembre y diciembre creció un 30% adicional, según la empresa Touch, que actúa como socio estratégico de diferentes marcas de supermercados, apps de última milla y multitiendas.

entre los que destacan Rappi, Cencosud, Starken, Walmart y CCU. Con estos incrementos, el resultado es que el servicio no está dando abasto en algunas ocasiones. En un monitoreo a las entregas de las aplicaciones de última milla se pudo constatar que en algunas categorías de productos de Cornershop aparecía el mensaje de "shopper ocupado" para las entregas más inmediatas obstruyendo las compras, mientras que en el caso de Jumbo App las entregas pueden llegar a días siguientes en algunas comunas, y en la plataforma de Lider hasta dos días. Francisco Cabezas, gerente de Ne-

gocios de Touch Task explicó que un personal shopper puede atender entre ocho y doce pedidos en un promedio de 7 horas. "En el caso de centros comerciales, los shoppers pueden hacer entre 10 y 15 pedidos en la misma cantidad de tiempo. Esto significa una cantidad considerablemente menor de personas dentro de las tiendas, lo que evita aglomeraciones", explicó.

El crecimiento de la demanda fue constatado por la empresa de última milla PedidosYa, donde aseguran que en la última semana "la demanda ha sido enorme" por el paso a fase 2 de la Región Metropolitana y otras ciudades a lo largo del país, sumado a las fiestas de fin de año. "Pensamos que las últimas semanas del año estarán con alta demanda y con un tiempo de entrega variable", añadieron.

De todos modos, desde la empresa dicen que "si bien los tiempos de espera para recibir un pedido de restaurante han aumentado, debido al alto tráfico en las ciudades y el exceso de pedidos, las entregas de nuestros supermercados 100% online Pefamarket, sigue con despacho el mismo día y en el menor tiempo posible".



Medida busca compensar a los shoppers afectados por la congestión en los supermercados. Colaboradores de estos servicios subieron 30% en el último mes.



200% CRECIÓ LA DEMANDA POR PERSONAL SHOPPERS DESDE QUE INICIÓ LA CUARENTENA

Salud prohíbe funcionamiento de Mallplaza Norte y end fiscalización a centros comerciales

Las aglomeraciones de personas en las vísperas de la Navidad están provocando serios efectos para los centros comerciales y el sector retail en general.

Una "constante hechos que ponen en riesgo la salud de las personas", la Seremi de Salud de la Región Metropolitana decretó ayer la prohibición de funcionamiento del Mallplaza Norte, ubicado en la comuna de Huechurba. Al fundamentar su decisión, el organismo indicó que de los siete ingresos de ese centro comercial "solo dos tenían control de aforo con toma de temperatura, además, dentro del mall habían aglomeraciones tremendas y no se respetaba la normativa de una persona cada 10 metros cuadrados". Por el contrario, Mallplaza Norte respondió

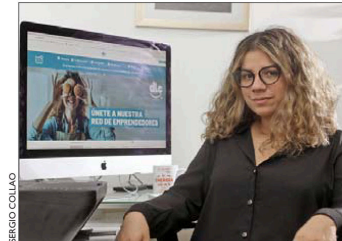
Autoridad sanitaria advirtió que está dispuesta a aplicar la medida en todos los recintos que presenten aglomeraciones.

que "en ningún momento el aforo superó este martes el 50% de lo permitido". La decisión de la autoridad sanitaria tuvo lugar en una jornada marcada por grandes aglomeraciones en malls y sectores comerciales de la capital, frente a lo cual anunció una estricta fiscalización, advirtiendo que está dispuesta a realizar nuevos cierres de malls de ser necesario. Cabe recordar que el lunes se

determinó el cierre temporal de Mallplaza Trebol (en la región del Biobío), medida que duró solo unos minutos. La acción se sumó a las adoptadas ayer en el mall Costanera Center, donde se cursó un sumario sanitario, al igual que

en el Mall Centro de Concepción. Para estos efectos, la multa puede llegar a 1.000 UTM. ¿Cómo funciona este proceso? Una vez que los fiscalizadores constatan los hechos personalmente y se verifica el día, la

entrega del venedictio final. En el caso de los centros comerciales, según fuentes conocedoras, se les está cursando una multa de entre 300 y 500 UTM, la que se aplica solo por cada evento que se amerita. Y en el caso de que sea una empresa relicionista, la multa por fallas sanitarias puede crecer.



La plataforma funciona desde abril.

DLC Shop Marketplace ideal para vender rápido

M.Z.R.

La diferencia de los otros marketplace para emprendedores, DLC Shop busca diferenciarse con prestaciones únicas como servicio de bodega y un sistema de despacho propio en un máximo de 24 horas, entre otros aspectos", lanza rápidamente Margareth Albitrez, product owner de esta plataforma desarrollada por el grupo Touch y que funciona activamente desde el 21 de abril. Actualmente son más de 100 los emprendedores que publican de forma gratuita en este e-commerce que hasta la fecha solo está abierto para personas de las comunas de Las Condes, Providencia, Vitacura, Ñuñoa, Chicureo, Lo Barnechea y parte de La Reina. "De a poco iremos incorporando más comunas, pero por ahora lo que más nos interesa es tener un crecimiento orgánico para así apoyar de mejor forma a todos nuestros emprendedores. Las inscripciones son gratuitas y se pueden realizar en la web de DLC Shop (<https://bit.ly/3jx7hEJ>), mientras que el único costo asociado es un 15% de comisión por cada venta realizada a través de nuestro e-commerce", remata Albitrez.

YanChile seleccionará diez proyectos para mentoring y capacitaciones gratuitas

Ojo: abren nuevo programa para emprendedores sociales



Los diez ganadores YanChile 2018 hoy forman parte de la comunidad Fellows Chile.

MARKARENA ZAPATA R.

La lógica tras la convocatoria desarrollada por YanChile va en contra de lo estipulado por gran parte de los distintos programas y concursos para emprendedores ¿La razón? En vez de fondos para echar a andar sus emprendimientos los ganadores de YanChile reciben algo que, en el largo plazo, termina siendo mucho más valioso para el buen desarrollo y viabilidad de sus proyectos. Lo anterior, sobre todo si el foco de estos últimos son ideas de negocios que buscan resolver algún tipo de problemática ya sea de origen social o medioambiental. "Lo que entregamos a modo de premio o distinción no es más que el ingreso a una comunidad de cooperación conformada por distintos emprendedores sociales tanto de origen local como internacional", asegura Felipe Chaparro, director

Las postulaciones cerrarán el 17 de septiembre y los ganadores pasarán a formar parte de una comunidad internacional de apoyo y cooperación.

emprendimientos que ven la luz tener algún foco en lo social. Por eso sentimos que es urgente crear una comunidad donde este tipo de emprendedores logre hablar un lenguaje en común y formar parte de un ecosistema de mutuo apoyo y colaboración", comenta Chaparro. "La unión hace la fuerza, dicen. Exacto. En Chile ya son 90 Fellows, pero hay 1.700 a nivel mundial. Los requisitos para postular son ser fundador o cofundador de algún emprendimiento social y tener entre 18 a 29 años. La convocatoria estará abierta a nivel nacional hasta el 17 de septiembre a través de la web de YanChile (<https://bit.ly/3jvc099>) y serán diez los seleccionados.

Libro Abierto es ideal como herramienta social para niños y adultos

Un juego para hablar de las emociones

M.Z.R.

Reconocer, identificar y explorar sus distintas emociones y sentimientos a través de dinámicas tipo pregunta respuesta y la asociación con imágenes es justamente uno de los objetivos de Libro Abierto. Un juego de mesa creado por un grupo de tres mujeres con afán de ofrecer una herramienta con propiedades

terapéuticas ya sea para niños, adolescentes y adultos. Jázbita Corovic, una de las creadoras de Juego La Semilla, comenta que "Libro Abierto funciona de la siguiente forma: el participante debe responder cómo se siente a partir de una determinada lámina ilustrada y un contexto, pero en general el juego trata temas tan diversos como el feminismo, las marchas sociales y

la pandemia, entre otros", comenta. "¿Cuántas personas pueden jugar en Libro Abierto? Desde dos a seis jugadores, pero como en este juego no se gana ni se pierde el número de personas también puede variar. Se puede jugar ideal en la casa, en el colegio o en un contexto, pero en general el juego trata temas tan diversos como el feminismo, las marchas sociales y

Principales Publicaciones

TOUCH task



Ayudan a complementar rentas Con despidos y suspensión de empleos, crecen las apps

En algunas plataformas como Selyt, hasta el 40% de quienes las usan para obtener ingresos hoy son profesionales.

Por Felipe O'Ryan

Con la desocupación en sus máximos de 35 años en el Gran Santiago, 600 mil trabajadores con sus empleos suspendidos por estar acogidos a la Ley de Protección del Empleo, y otros tantos con recortes de sueldos, las aplicaciones tipo Rappi, Cornershop, Uber y otras menos conocidas, como Chambas y Selyt, están teniendo su mejor momento. A veces celebrados por su flexibilidad y otras criticados por causar "precariedad laboral", no hay duda de que estas apps están jugando un papel importante en la crisis laboral causada por el covid-19.

Rappi, por ejemplo, pasó de tener cerca de 4.000 repartidores activos, a 7 mil. Hoy hay 55 mil inscritos en la aplicación de entrega a domicilio de comida.

Uber se mantiene con más de 100.000 conductores y nuevas plataformas están creciendo como nunca.

"Desde que comenzó la pandemia, hemos notado una tasa de crecimiento de registro de usuarios en un 107%, obteniendo solo en el último mes 6 mil nuevas inscripciones. A final de año estimamos que tendremos 50 mil", comenta el jefe ejecutivo (CEO) de Selyt, Paulo Subiabre.

La aplicación lleva siete meses en el mercado. Sus usuarios se transforman en vendedores de marcas grandes, como VTR o Metrogas, con contratos flexibles y digitales como los de otras aplicaciones tipo Rappi o Uber. Una buena descripción sería que Selyt "uberiza" a los vendedores.

Chambas es otra plataforma en crecimiento. Diariamente se están sumando entre 450 y 500 personas diarias hasta un total de 16.000 usuarios a este portal que ofrece diferentes trabajos con contratos flexibles, como servicio al cliente o en los mismos despachos de productos.

Una cuantificación total del aporte al mundo laboral, eso sí, se hace más difícil, aunque los economistas no dudan en su aporte. "Alguien que usa estas aplicaciones se considera como empleado, así que por cierto que están ayudando a reducir el desempleo. No hay estudios ni cifras específicas, eso sí, así que no sabemos cuál es el aporte exacto. El INE estaba en un proceso de análisis para incluir categorías referentes a este tema", comenta el economista de Clapes UC Juan Bravo.

"Sin duda debe haber un grupo importante de trabajadores que quisiera trabajar más horas, pero no encuentran dónde. Ese grupo puede estar tendiendo a usar este tipo de sistemas", comenta el director del Centro de Estudios en Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo, Cristián Echeverría.

Profesionales

Quizás uno de los cambios más relevantes en el uso de estas aplicaciones de que comenzó la pandemia, han cambiado los perfiles de quienes están usando para trabajar.

El alto nivel de despidos (540 tasas de desvinculación recepción nisterio del Trabajo entre marzo ha llevado a que cambie la base de usuarios de estas plataformas.

"La cantidad de repartidores ha tado, debido a que el *delivery* se tr en una alternativa para tener ingresos personas que pueden haber perdido bajo como son los mismos trabajos restaurantes, se han sumado repartidores de nacionalidad chilena la base de usuarios anterior a la crisis, donde la mayoría eran extranjeros.

Según datos entregados por 40% de sus usuarios tiene un título sional. Mucho más atrás aparece tudiantes, que son el 13%, y el 8% rios que representan dueños de 21% de los usuarios de la plataforma cuentan cesantes.

En el caso de Chambas, un 31,7% fueron suspensos principalmente por Ley de Protección del Empleo. Otro 12,4% está con formato de trabajo desde el hogar y busca complementar rentas. El 90,6% de quienes usan la plataforma dice que sus ingresos se vieron, de una u otra forma, afectados negativamente por la situación de pandemia.

En el caso de Chambas, un 35,8% de los usuarios fueron despedidos de su trabajo, y un 31,7% fueron suspendidos, principalmente por Ley de Protección del Empleo. Otro 12,4% está con formato de trabajo desde el hogar y busca complementar rentas. El 90,6% de quienes usan la plataforma dice que sus ingresos se vieron, de una u otra forma, afectados negativamente por la situación de pandemia.

Aunque no hay cifras oficiales, Cristina Morales, *shopper* de la aplicación de compras de supermercado Cornershop, cuenta que el número de compradores ha aumentado exponencialmente en los últimos meses. "Ahora ves, antes de que abra el Líder de Los Dominicos, una fila gigante de personas que quieren entrar a comprar. Son casi todos *shoppers*. Antes no era así", comenta Morales. En Cornershop no respondieron consultas.

agricultura

NOTICIAS DEPORTES PODCASTS PROGRAMAS CLUB TIENDA CLUB

09:00 DIRECTO AL GRANO

10:00 LA MIRADA LIBERO

11:00 CONECTADOS CON AGRICULTURA

19 de mayo 2021

Tendencias

Plataforma de delivery permite generar ingresos a través de tareas

Yordan Ponce



Lo Último

Nacional
Restaurante "El Hoyo" llega a su fin: busca nuevos dueños con nuevas recetas...

Nacional
Presidente de la UDI pide ponerle fin a las cuarentenas

Política
Álvaro Elizalde: "No vamos a inscribir una primaria de última hora"

Deportes
Buenos Aires recibió un mazazo en Argentina y complicó sus opciones en la Copa...

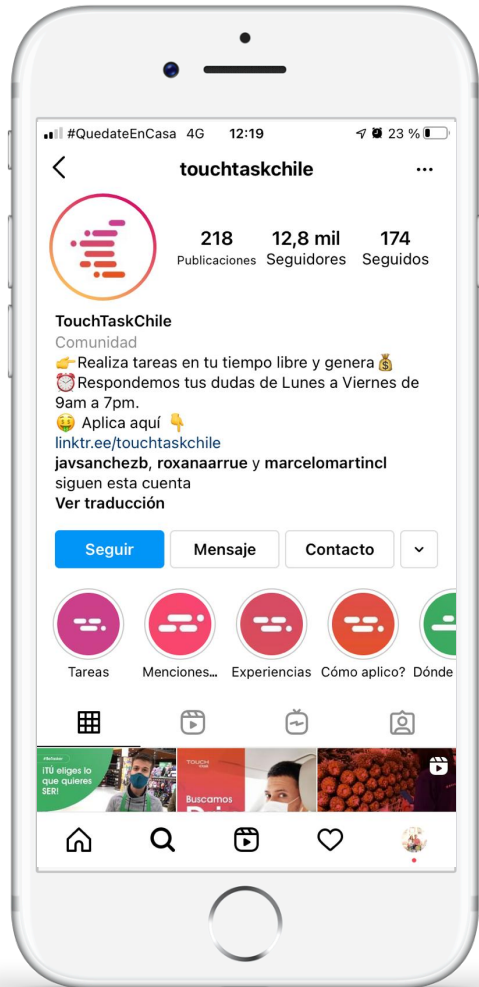
PREMIOS EIKON



AMPLIFICACIÓN *del mensaje...*

PLATAFORMAS INTERNAS

TOUCH task



- Comunidad afiliada a la plataforma de **más de 12.8K de taskers** al término de la campaña.
- Más de 12.K de seguidores en Instagram.
- Además, **creamos programas mensuales (IGTV)**, para resolver dudas y/o informar novedades de la empresa.
- Por último, realizamos **cápsulas digitales, de "un día con un tasker"** para generar credibilidad y confianza con el compromiso de marca.

PREMIOS
EIKON

Plataformas Internas

TOUCH task



- Blog para la comunidad, con dos focos:
mantener una comunicación constante e información (insights) para compartir con medios de comunicación.



PREMIOS
EIKON

RESULTADOS *CONSEGUIDOS*

- Comunidad afiliada de **más de 12.800 tasker, en menos de 6 meses.**
(Usuarios entre 18 y 35 años. 37.67% son hombres y 62.32% mujeres).
- Se consiguió **captar/atraer un número de 13 clientes.**
- Se consiguió un **mínimo de 220.000 tareas mensuales en el tercer mes de campaña.**
- Se captaron como mínimo **930 tasker diarias, a través de las diferentes plataformas de comunicación** (gestión de prensa y digital).
- Se logró un **total de 74 apariciones en medios** de comunicación masivos, alcanzando un total de 31M de impresiones potenciales.
- Se logró un **total de 8 notas en televisión, con alcance nacional**, y posicionando en todas la landing page de TouchTask, vocería y mensajes claves para ambos focos (B2B y B2T).





TOUCH task

ALTA.
COMUNICACIÓN

PREMIOS
EIKON

Campaña:

“Hacemos el match
entre las Personas
y las Empresas”
