

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. PLANTEAMIENTO TRABAJO DE TÍTULO</b>	<b>5</b>
1.1 ANTECEDENTES	5
1.2 PROBLEMAS IDENTIFICADOS	6
1.3 OBJETIVO GENERAL	7
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.5 ALCANCE	8
1.6 MARCO CONCEPTUAL	9
1.6.1 BUSINESS MODEL CANVAS	9
1.6.2 VALUE PROPOSITION CANVAS	11
1.6.3 RUNNING LEAN	12
1.6.4 ENTREVISTAS RUNNING LEAN	14
1.6.4.1 Entrevista de problemas	14
1.6.4.2 Entrevista de soluciones	14
1.6.5 MARKETING MIX	15
1.6.6 CUSTOMER JOURNEY MAP	16
1.6.7 TAMAÑO DE MERCADO	17
1.6.8 FACTIBILIDAD ECONÓMICA	18
1.6.8.1 Flujo de caja	18
1.6.8.2 Indicadores financieros	19
1.6.9 FUNDAMENTOS NUTRICIONALES	19
1.6.9.1 Calorías	19
1.6.9.2 Macronutrientes	20
1.6.9.3 Método del plato	20
1.6.9.4 Tasa metabólica basal	21
1.6.9.5 Necesidad calórica	21
1.7 METODOLOGÍA	23
1.7.1 PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TÍTULO	23
1.7.2 ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL	23
1.7.3 MODELO DE NEGOCIOS	23
1.7.3.1 Modelo Canvas	24
1.7.3.2 Menú	25
1.7.3.3 Plan de marketing	25
1.7.3.4 Plan de operaciones	26
1.7.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA	26
1.7.4.1 Conclusiones	26
<b>2 ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL</b>	<b>27</b>
2.1 ANÁLISIS DE MERCADO	27
2.1.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO	27
2.1.1.1 Perfiles según hábitos	27
2.1.1.2 Comida rápida en Chile	36
2.1.2 GRUPOS SOCIECONÓMICOS EN CHILE	40
2.1.3 ENTORNO POLÍTICO	41
2.1.4 BENCHMARKING NACIONAL	44

2.1.4.1	Fitfood Chile.....	44
2.1.4.2	Subway .....	48
2.1.5	BENCHMARKING INTERNACIONAL .....	52
2.1.5.1	Sweetgreen.....	52
2.1.5.2	Bosu Body Bar .....	54
<b>2.2</b>	<b>REQUISITOS PARA INSTALAR UN RESTAURANTE EN CHILE.....</b>	<b>57</b>
2.2.1	DEFINIR EL TIPO DE SOCIEDAD.....	57
2.2.2	INSCRIPCIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD .....	57
2.2.2.1	Sistema Tradicional.....	57
2.2.2.2	Tuempresaenundía .....	57
2.2.3	INICIO DE ACTIVIDADES.....	58
2.2.4	CERTIFICADO DE INFORMACIONES PREVIAS .....	58
2.2.5	SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN SANITARIA .....	58
2.2.6	PATENTE COMERCIAL, DERECHOS DE ASEO Y PATENTE DE ALCOHOLES .....	59
2.2.7	REGISTRO DE MARCA .....	59

### **3 MODELO DE NEGOCIOS.....60**

<b>3.1</b>	<b>MODELO CANVAS INICIAL .....</b>	<b>60</b>
3.1.1	PROPUESTA DE VALOR INICIAL.....	60
3.1.2	SEGMENTO DE CLIENTES INICIAL .....	61
3.1.3	SOCIOS CLAVE INICIALES .....	61
3.1.4	ACTIVIDADES CLAVE INICIALES.....	62
3.1.5	RECURSOS CLAVE INICIALES.....	62
3.1.6	RELACIÓN CON EL CLIENTE INICIAL .....	63
3.1.7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INICIALES.....	63
3.1.8	ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL.....	63
3.1.9	ESTRUCTURA DE INGRESOS INICIAL.....	63
<b>3.2</b>	<b>HIPÓTESIS CRÍTICAS .....</b>	<b>64</b>
3.2.1	HIPÓTESIS DE PROBLEMAS .....	64
3.2.2	HIPÓTESIS DE SOLUCIÓN .....	64
3.2.3	VALIDACIÓN PROBLEMAS .....	66
3.2.4	VALIDACIÓN SOLUCIÓN.....	71
3.2.4.1	Contacto Ministerio de Salud.....	71
3.2.4.2	Diseño de MVP .....	71
3.2.4.3	Resultados MVP .....	75
3.2.4.4	Resultados Instagram .....	79
<b>3.3</b>	<b>MODELO CANVAS FINAL .....</b>	<b>80</b>
3.3.1	SEGMENTO DE CLIENTES .....	81
3.3.2	PROPUESTA DE VALOR.....	82
3.3.2.1	Propuesta de valor perfil esforzado .....	82
3.3.2.2	Propuesta de valor perfil motivado .....	87
3.3.3	SOCIOS CLAVE.....	91
3.3.4	ACTIVIDADES CLAVE.....	91
3.3.5	RECURSOS CLAVE .....	92
3.3.6	RELACIÓN CON EL CLIENTE .....	92
3.3.7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	93
3.3.8	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	93
3.3.9	ESTRUCTURA DE INGRESOS.....	93
<b>3.4</b>	<b>MENÚ .....</b>	<b>94</b>

3.4.1	ELABORACIÓN DEL MENÚ.....	94
3.4.2	INGREDIENTES.....	95
3.4.3	MENÚ.....	96
3.4.3.1	Sandwich de pollo.....	96
3.4.3.2	Sandwich de pavo.....	96
3.4.3.3	Sandwich de atún.....	97
3.4.3.4	Sandwich de huevo.....	97
3.4.3.5	Sandwich de cerdo.....	97
3.4.3.6	Sandwich de salmón.....	97
3.4.3.7	Sanwich de reineta.....	97
3.4.3.8	Bebestibles.....	98
3.4.3.9	Postres.....	98
3.4.4	SELECCIÓN DE MENÚ.....	98
<b>3.5</b>	<b>PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>99</b>
3.5.1	IMAGEN CORPORATIVA.....	99
3.5.1.1	Nombre.....	99
3.5.1.2	Logo.....	99
3.5.1.3	Misión.....	99
3.5.1.4	Visión.....	99
3.5.2	OBJETIVOS DE MARKETING.....	99
3.5.3	TARGETING.....	100
3.5.4	POSICIONAMIENTO.....	100
3.5.5	MARKETING MIX.....	101
3.5.5.1	Promoción.....	101
3.5.5.2	Precio.....	105
3.5.5.3	Plaza.....	107
3.5.5.4	Producto y servicio.....	112
<b>3.6</b>	<b>PLAN OPERACIONAL.....</b>	<b>116</b>
3.6.1	OBJETIVOS OPERACIONALES.....	116
3.6.2	EQUIPAMIENTO NECESARIO.....	116
3.6.3	PROCESOS BÁSICOS.....	119
3.6.3.1	Preparación productos.....	119
3.6.3.2	Elaboración menú.....	120
3.6.3.3	Abastecimiento.....	120
3.6.4	HORARIOS DE ATENCIÓN.....	121
3.6.5	PERSONAL RESTAURANTES.....	121
3.6.6	DELIVERY.....	122
<b>3.7</b>	<b>RIESGOS DE LA SOLUCIÓN.....</b>	<b>124</b>
3.7.1	LOCAL COMERCIAL.....	124
3.7.2	DEMANDA.....	124
3.7.3	PRECIO.....	125
3.7.4	COMPETENCIA.....	125
<b>3.8</b>	<b>ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....</b>	<b>126</b>
3.8.1	FOOD TRUCK.....	126
3.8.2	VENTA A PEDIDO.....	126
<b>3.9</b>	<b>ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....</b>	<b>127</b>
3.9.1	DELIVERY.....	127
3.9.2	ADQUISICIÓN LOCALES COMERCIALES.....	127
3.9.3	FRANQUICIA.....	127

<b><u>4</u></b>	<b><u>EVALUACIÓN ECONÓMICA</u></b>	<b>128</b>
4.1	TAMAÑO DE MERCADO	128
4.1.1	TAM	128
4.1.2	SAM	128
4.1.3	SOM	130
4.2	ESTIMACIÓN DE DEMANDA	131
4.3	INVERSIÓN INICIAL	134
4.4	ESTIMACIÓN DE INGRESOS	135
4.5	COSTOS	136
4.5.1	COSTOS FIJOS	136
4.5.1.1	Local	136
4.5.1.2	Remuneraciones	136
4.5.1.3	Servicios básicos	138
4.5.1.4	Patente comercial	138
4.5.1.5	Publicidad	138
4.5.2	COSTOS VARIABLES	139
4.6	CAPITAL DE TRABAJO	140
4.7	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	140
4.8	FLUJO DE CAJA PURO	141
4.9	TASA DE DESCUENTO	142
4.10	EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA	143
4.11	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	144
4.11.1	PRECIO	144
4.11.2	DEMANDA	145
<b><u>5</u></b>	<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>147</b>
5.1	CONCLUSIONES OBJETIVOS	147
5.2	CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN DE MERCADO	149
5.3	CONCLUSIONES MODELO DE NEGOCIOS	150
5.4	CONCLUSIONES EVALUACIÓN ECONÓMICA	151
<b><u>6</u></b>	<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b>	<b>152</b>
<b><u>7</u></b>	<b><u>ANEXOS</u></b>	<b>153</b>
7.1	ANEXO ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL	153
7.1.1	BENCHMARKING	153
7.1.1.1	Planes Fitfood Chile	153
7.1.1.2	Fat Burner plan FFC	154
7.1.1.3	Healthy plan FFC	155
7.1.1.4	Athlete plan FFC	156
7.1.1.5	Bulking plan FFC	157
7.1.1.6	Vegetarian plan FFC	158
7.1.1.7	Ingredientes	159
7.1.1.8	Decoración Subway	161
7.1.1.9	Menú subway	162

7.1.1.10	Menú Sweetgreen .....	163
7.1.1.11	Ficha técnica Bosu Body Bar .....	166
<b>7.2</b>	<b>ANEXO MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>167</b>
7.2.1	ENTREVISTAS PROBLEMAS .....	167
7.2.1.1	Gonzalo Nuñez, Coach Smart Fit.....	167
7.2.1.2	Valeria Farías, Coach Smart fit .....	170
7.2.2	ENCUESTAS PROBLEMAS.....	172
7.2.2.1	Encuesta Instagram .....	172
7.2.3	CONTACTO MINSAL.....	180
7.2.4	ENTREVISTAS SOLUCIÓN .....	180
7.2.4.1	Entrevista 1 .....	180
7.2.4.2	Entrevista 2 .....	181
7.2.4.3	Entrevista 3.....	182
7.2.4.4	Entrevista 4.....	184
7.2.4.5	Entrevista 5.....	185
7.2.4.6	Entrevista 6.....	186
7.2.4.7	Entrevista 7.....	186
7.2.4.8	Entrevista 8.....	187
7.2.4.9	Entrevista 9.....	188
7.2.4.10	Entrevista 10 .....	189
7.2.4.11	Entrevista 11 .....	190
7.2.4.12	Entrevista 12 .....	192
7.2.5	VALUE PROPOSITION CANVAS .....	194
<b>7.3</b>	<b>ANEXO MENÚ.....</b>	<b>196</b>
<b>7.4</b>	<b>ANEXO PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>200</b>
7.4.1	CÁLCULO DE PRECIOS.....	200
7.4.2	UBICACIONES .....	201
<b>7.5</b>	<b>ANEXO PLAN OPERACIONAL .....</b>	<b>205</b>
<b>7.6</b>	<b>ANEXO EVALUACIÓN ECONÓMICA .....</b>	<b>207</b>
7.6.1	ESTIMACIÓN DE DEMANDA .....	207
7.6.2	COTIZACIÓN LOCAL .....	207
7.6.3	DEPRECIACIÓN .....	208
7.6.4	ESTIMACIÓN CAPITAL DE TRABAJO .....	209
7.6.5	PAGO CRÉDITO COMERCIAL .....	209
7.6.6	FLUJO DE CAJA FINAL .....	212