



REST CAFÉ

Parte II

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumno: Jorge Guerra Alegria
Profesor Guía: Arturo Toutin Donoso**

Santiago, Noviembre 2018

Índice

Resumen Ejecutivo	4
I. Oportunidad de negocio	5
II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes	6
2.1 Industria	6
2.1.1 Análisis PESTEL	6
2.1.2 Análisis 6 Fuerzas de PORTER	6
2.2 Competidores	6
2.3 Clientes	7
2.3.1 Factores Críticos de Éxito	7
2.3.2 Tamaño de Mercado	7
III. Descripción de la empresa y propuesta de valor	8
3.1 Modelo de negocios	8
3.2 Descripción de la empresa	8
3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global	9
3.4 RSE y sustentabilidad	9
IV. Plan de Marketing	10
4.1 Objetivos de marketing	10
4.2 Estrategia de Posicionamiento	10
4.3 Estrategia de segmentación	10
4.4 Estrategia de producto/servicio	10
4.5 Estrategia de Precio	10
4.6 Estrategia de Distribución	11
4.7 Estrategia de Comunicación y ventas	11
4.8 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual	11
4.9 Presupuesto de Marketing y cronograma	11
V. Plan de Operaciones	12
5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	13
5.2 Flujo de operaciones	14
5.3 Plan de desarrollo e implementación	15
5.4 Dotación	16
VI. Equipo del Proyecto	17
6.1 Equipo Gestor	18
6.2 Estructura Organizacional	18
6.3 Incentivos y compensaciones	19

VII. Plan Financiero	19
7.1 Tabla de Supuestos	19
7.2 Inversión Inicial	20
7.3 Estimación de Ingresos	22
7.4 Costos Fijos	22
7.5 Costos Variables	23
7.6 Tasa de Descuento	24
7.7 Proyecciones de Estado de Resultados	25
7.8 Proyecciones de Flujo de Caja	25
7.8.1 Proyecto a 5 años	25
7.8.2 Proyecto perpetuo	25
7.9 Evaluación Financiera del Proyecto	26
7.9.1 Proyecto a 5 años	26
7.9.2 Proyecto perpetuo	26
7.10 Balance Proyectado y Ratios Financieros	26
7.11 Punto de Equilibrio	27
7.12 Análisis de Sensibilidad	28
VIII. Riesgos Críticos	29
IX. Propuesta Inversionista	30
X. Conclusiones	31
Anexo 1	33
Anexo 2	34
Anexo 3	35
Anexo 4	37
Anexo 5	39
Anexo 6	42
Anexo 7	43
Anexo 8	44
Anexo 9	45
Anexo 10	50
Anexo 11	51

Resumen Ejecutivo

En este plan de negocios, se estudia la implementación de un salón vip como el de los aeropuertos pero para los centros de negocios de la capital, que se llamará “Rest Café”, que entrega a sus clientes un espacio de relax y libre consumo a un solo precio.

Considerando que este negocio está categorizado en la industria de restaurantes según CIU, se determina que los competidores directos son Starbucks, Juan Valdés, Work Café Santander, entre los más conocidos y concurridos.

Este negocio tiene el autoservicio en cuanto al consumo de snacks, café y bebidas y incorpora el concepto de arriendo de salas de reuniones, todo esto en un ambiente sofisticado y con sillones cómodos que invitan al descanso placentero, agregando televisión, música, masajes de relajación y la posibilidad de realizar CoWorking, duchas y lockers, que no tienen los competidores directos.

“Rest Café”, debe contar con aproximadamente 9 trabajadores y unos 150 m² inicialmente para atender a 152 personas diarias, con una inversión inicial de \$63.000.000, recuperando la inversión en 2 años y 6 meses aproximadamente, generando un escenario atractivo para el inversionista, avalado por el VAN positivo de \$56.927.211 y una TIR de 41,36%.

I. Oportunidad de negocio

“Rest Café” entrega un formato diferente a lo conocido actualmente, debido a sus espacios agradables, salas de reuniones, libre consumo y CoWorking, que no existe en otro local con todas estas prestaciones, es por eso que se busca atraer al cliente ejecutivo que quiera sentirse cómodo y tranquilo dándose un tiempo en todo el quehacer diario.

Se calcula que la disposición a pagar es de \$8.500 promedio según la encuesta realizada para este formato y que hay un consumo de esta industria de 39 millones de personas en el año en la comuna de Providencia, que es la comuna que se elegirá para este plan de negocio por su auge y tener centros de negocios con gran cantidad de empresas en donde trabajan los ejecutivos que son nuestro cliente objetivo.

Los detalles de este capítulo se encuentran en la parte I.



Fuente: Elaboración propia

II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

2.1 Industria

La Industria de Hoteles y Restaurantes es donde se establece este modelo de negocio, donde está el expendio de comidas preparadas en donde se registró en el año 2016 según SII ventas por MUF165.806 con 331.878 trabajadores con un crecimiento a través del PIB por actividad económica promedio en los últimos cuatro años del 2,3% anual.

Por lo tanto se puede indicar que existe un aumento en las ventas de esta industria según el IPOM del Banco Central.

2.1.1 Análisis PESTEL

Se determina que en el análisis PESTEL uno de los aspectos que favorecen este modelo de negocio son las oportunidades donde el crecimiento es sostenido y se espera proyecciones positivas.

2.1.2 Análisis 6 Fuerzas de PORTER

Se concluye de este análisis que existe gran rivalidad en la industria por los competidores directos que se mencionaron anteriormente, debido que abarcan gran porcentaje del mercado, en otro aspecto relevante son las barreras de entrada en cuanto a la inversión de un estándar alto para alcanzar a la infraestructura de los competidores, no obstante la demanda existente es alta y los clientes tienen gran poder de negociación, debido que pueden cambiar de local fácilmente.

2.2 Competidores

Se considera que pocos competidores abarcan gran cantidad de mercado a través de la experiencia que le entregan al cliente, además existen otros competidores como los outplacement, dando una alternativa a los clientes de tener todo en un solo formato llamado "Rest Café".

2.3 Clientes

En esta Industria se atiende principalmente a personas ejecutivas, trabajadores, turistas y estudiantes, siendo las empresas atendidas indirectamente a través de reuniones que puedan realizar en estos locales.

2.3.1 Factores Críticos de Éxito

- ✓ Aceptación de este formato de negocios por parte de los clientes.
- ✓ Generar alianzas con bancos e instituciones financieras

2.3.2 Tamaño de Mercado

Se divide en dos segmentos, uno el de personas para trabajadores que tengan ingresos por más de un millón de pesos y segmento empresas, clasificadas como micro y pequeñas empresas.

Los detalles de este capítulo se encuentran en la parte I.

III. Descripción de la empresa y propuesta de valor

Existen dos propuestas de valor, debido a los dos segmentos que se establecieron anteriormente.

Segmento clientes, entregar un instante de relajación y descanso

Segmento empresas, ofrecer salas de reuniones equipadas

Y para los dos segmentos libre consumo y ocupación de las instalaciones.

3.1 Modelo de negocios

Este modelo de negocio busca atraer al cliente ejecutivo que tenga la disposición a pagar en locales como los competidores directos y que trabajen en la comuna de Providencia, buscando un espacio de relajación y descanso.

Por otra parte se busca tener alianzas con tarjetas de crédito para optar a descuentos en el valor de la entrada.

Otro aspecto importante de este modelo de negocio es la ubicación del local que debe ser estratégico, en donde exista gran tránsito de personas en todo momento para que puedan apreciar el estándar y los servicios entregados por "Rest Café".

Finalmente el arriendo del local y sus instalaciones son lo más relevante y que transmite al cliente un lugar tranquilo para el descanso. Con una dotación de 9 personas de forma permanente se estima que funcione de forma normal cubriendo todas las áreas de servicio.

3.2 Descripción de la empresa

Ventaja Competitiva: Ofrecer servicio diferenciado con el concepto de relajación y descanso, pagando solo una entrada con salas de reuniones, libre consumo, servicio de duchas, lockers y masajes.

Estrategia Competitiva: Está definida como enfoque con diferenciación.

Misión: “Rest Café” entregar relaxo y descanso a los clientes.

Visión: Pagar por un servicio de experiencia de relaxo sin presiones.

Objetivos: Lugar de encuentro de ejecutivos con una alta demanda desde el primer mes.

Valores: Vivir una experiencia que es estar en un ambiente agradable y seguro.

Con estas metas la empresa logra tener una ventaja competitiva.

3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global

Se proyecta empezar con un local en la comuna de Providencia, abriendo otras dos sucursales más en un plazo de 3 años.

Para mantener un ingreso estable se proyecta que los clientes se inscriban y paguen una membresía.

3.4 RSE y sustentabilidad

En la sustentabilidad social, entregar trabajo productivo y bien remunerado.

Este negocio no produce grandes desechos, entrega un servicio directo al cliente que debe estar alineado con la mirada de la parte ecológica, el reciclaje y la preservación del medio ambiente.

Los detalles de este capítulo se encuentran en la parte I.

IV. Plan de Marketing

4.1 Objetivos de marketing

Los objetivos son:

- ✓ Ventas: aumento de las ventas en 3% y 5% anual para el segmento personas y segmento empresas respectivamente.
- ✓ Financiero: ingreso mínimo de \$ 174.344.350.
- ✓ Alianzas: Alianzas con bancos e instituciones financieras.
- ✓ Posicionamiento: ser una opción real para el cliente.

4.2 Estrategia de Posicionamiento

“Rest Café” al ser la primera en este formato en los centros de negocios de la capital debe posicionarse con una alta gama en la entrega del servicio y un precio competitivo.

4.3 Estrategia de segmentación

Según el perfil Psicográfico los clientes buscan comodidad, modernidad y seguridad, además de un lugar para realizar reuniones fuera de la empresa donde trabajan.

4.4 Estrategia de producto/servicio

Las instalaciones estarán equipadas con TV, Video Juegos, Música, Sillones, Mesas, Salas de reunión, Duchas, Lockers, Masajes, Servicio de auto atención en comidas y bebestible.

Todos este conjunto de servicios a un solo precio de entrada.

4.5 Estrategia de Precio

Según encuesta precio de la entrada \$8.500 y una permanencia de 3 horas y para empresas arriendo de la sala de reuniones a un precio de \$ 34.000 y libre consumo.

4.6 Estrategia de Distribución

Se tendrá una cafetería, sala de televisión, sala de reuniones y una sala de descanso con auto atención para el consumo libre de café, bebidas, jugos, sándwich, galletas, etc.

4.7 Estrategia de Comunicación y ventas

A través de folletos a distribuir a los clientes en estaciones de metro cercanas, página web, publicidad plataformas tecnológicas como Google AdWords y redes sociales, incentivando la visita frecuente a este local.

4.8 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

Se estable abarcar una demanda del 12% para el segmento personas y 0,5% para el segmento empresas, con un crecimiento estimado del 3% y 5% anual respectivo para cada segmento.

4.9 Presupuesto de Marketing y cronograma

El presupuesto de marketing para la etapa de lanzamiento es de \$4.460.000 y para la etapa de funcionamiento de \$3.500.000.

Los detalles de este capítulo se encuentran en la parte I.

V. Plan de Operaciones

Las actividades de apoyo logran que el cliente encuentre un lugar cómodo con buenas instalaciones, que le permitan desenvolverse de forma tranquila y libre con personal capacitado para orientarlo en la ocupación de los servicios de descanso y de las salas de reuniones, además de la constante preocupación en la reposición oportuna de bebestibles y snack que son de libre consumo, de esta manera el conjunto de actividades otorga al cliente un servicio diferenciado de libre ocupación de las instalaciones (sillones, duchas, baños, música y tv), reserva de sala de reuniones y descanso asegurado a un solo precio de entrada, servicios que genera la ventaja competitiva sobre sus competidores, que tienen como concepto vender un producto como el café. Es fundamental que el estándar se mantenga y que las instalaciones tengan siempre un ambiente moderno, sofisticado y tecnológico.



Fuente: Elaboración propia

5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

Respecto al lugar físico en donde será instalado el Salón Vip, este debe contar con el espacio suficiente para la instalación de sillones cómodos, 2 salas de reuniones, baños y duchas, espacio para la recepción, cocina y bodega, que generaran en el cliente estar en un lugar exclusivo con prestaciones de gran estándar y aptas para el descanso.

Se debe adquirir los bebestibles y snack con proveedores que estén dispuesto a entregar los productos periódicamente para evitar demasiado almacenamiento y así optimizar el espacio en generar un ambiente más espacioso y cómodo, las actividades de aseo y reposición constante de utensilios e insumos de consumo será con personal propio para que además entregue orientación al cliente si es primera vez que ingresa.

En cuanto a los procesos críticos esta no sobrepasar la capacidad instalada con la permanencia de los clientes, evitando así la saturación de público, pudiendo generar una baja en el estándar del servicio que debe ser siempre en un ambiente tranquilo para que puedan ocupar expeditamente las instalaciones. Otro proceso crítico es mantener los servicios de climatización según las estacionalidad del año en buen funcionamiento para entregar siempre un ambiente comfortable.

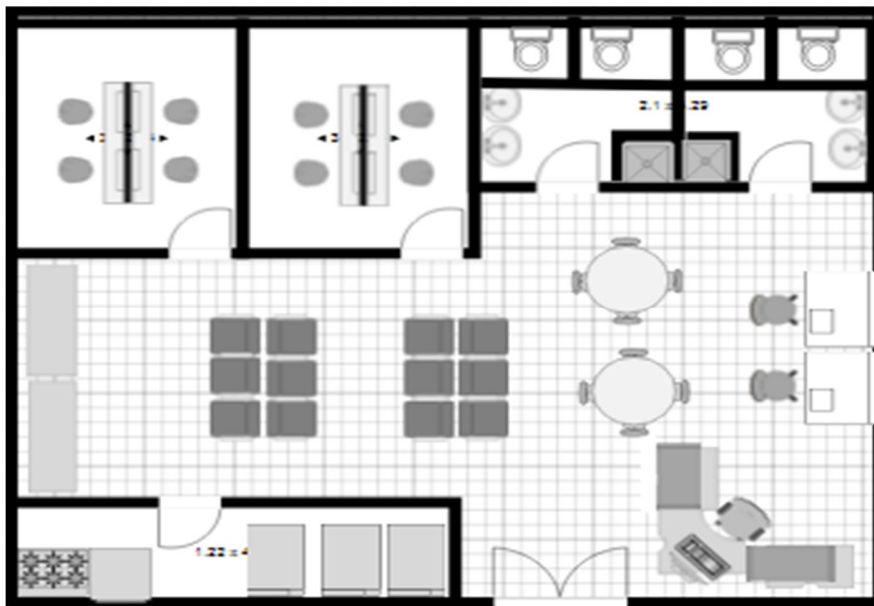
La ubicación comprende que sea un lugar donde se genere gran tránsito de personas que se dirijan al metro subterráneo, edificios colindantes, oficinas, centros comerciales, entre otras, permitiendo la visibilidad del recinto para que los peatones se sientan atraídos e interesados por ingresar.

El recinto será arrendado de unos 150 m² aproximadamente, que contara con dos salas de reuniones, sillones individuales con mesa plegable, sector de bebestibles y snacks, dos baños con duchas y lockers, mesas con sillas para reuniones informales, sector de dos computadoras para el uso de los clientes y una recepción. Además contara con una pequeña bodega y cocina para la preparación de los snacks.

Se estima en un horizonte de 5 años que la cantidad de clientes subirá en un 3% anual segmento personas y 5% anual en el segmento empresas, demanda que alcanza a soportar la infraestructura descrita, teniendo en cuenta que no se podrá dejar entrar más clientes considerando la cantidad de sillones y sillas que existan, para mantener la comodidad.

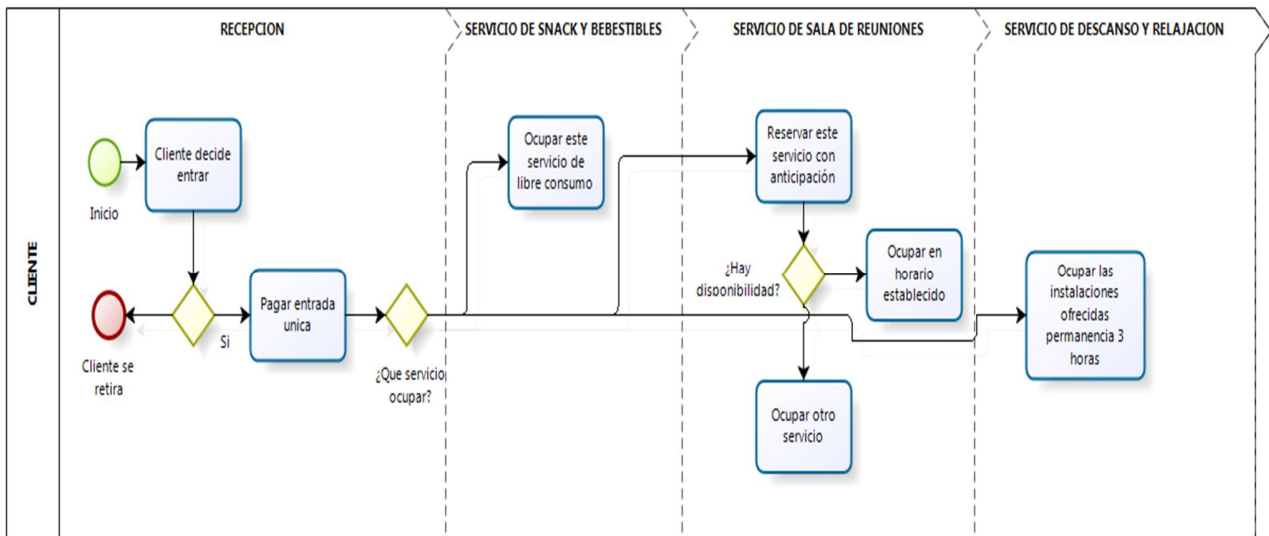
5.2 Flujo de operaciones

En el diagrama siguiente se muestra la distribución de “Rest café”, destacando que el cliente puede moverse por todo el salón, haciendo uso de la sala de reuniones con una reserva anticipada y el libre consumo que requiera en el momento, los trabajadores estarán en la cocina realizando la preparación de los bebestibles y snacks más el recepcionistas junto al administrador que debe estar supervisando en todo momento y coordinando la llegada de los proveedores.



Fuente: Elaboración propia

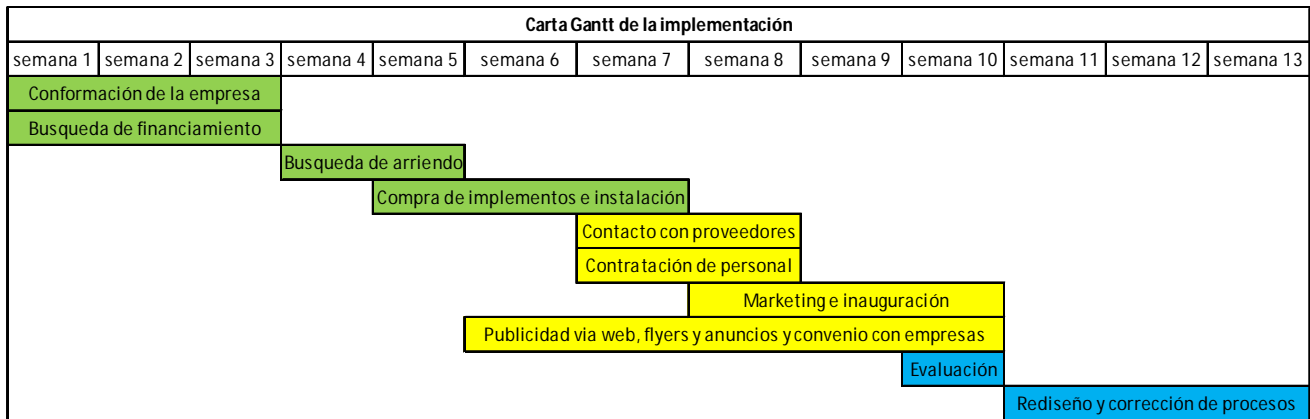
El flujo de compra es el siguiente:



5.3 Plan de desarrollo e implementación

De acuerdo a las actividades que se deben realizar para la implementación de este proyecto, se considera importante realizarlas por etapa, considerando como etapa 1 el desarrollo de la búsqueda de financiamiento para luego la conformación de la empresa en ámbitos legales, seguido por la búsqueda de arriendo una ubicación de acuerdo al segmento de clientes y el flujo de personas que transita en el sector, para luego la compra de implementos que debe ser a la medida de un salón vip, con accesorios de gran estándar y la ejecución de la remodelación del local arrendado según el diagrama propuesto, luego se pasa a la etapa 2 que consiste en buscar los proveedores que cumplan con la rotación de los pedidos para mantener productos frescos, como los snack, que pueden ser mini sándwich y otros, paralelo a esta actividad se debe también realizar la contratación del personal cumpliendo con la característica de atender con excelencia, se considera capacitación constante, en este punto se estaría en condiciones de inaugurar contemplando un inicio a la publicidad descrita por los diferentes medios, en esta etapa se invita a los clientes y empresas a conocer las instalaciones para comenzar a realizar convenios con empresas del sector.

La última etapa sería la de evaluar a tres semanas de la inauguración los procesos y sugerencias recogidas para la corrección y el rediseño de algunos procesos, con la finalidad de entregar un mejor servicio, manteniendo los costos controlados. Con esto se puede incorporar mayor requerimiento de capital.



Fuente: Elaboración propia

5.4 Dotación

A continuación se detallan los trabajadores con los que contara “Rest Café”.

- 1) **Administrador:** Profesional bilingüe con conocimientos de administración de locales comerciales, encargado de gestionar las necesidades compras de insumos, pagos de proveedores, envió de documentación al Contador y supervisar las operaciones del personal, siendo el responsable del correcto funcionamiento del establecimiento y la cara visibles con los clientes.

Su horario de trabajo será de 9:00 a 19:00 hrs. Considerando 1 hora de colación.

- 2) **Recepcionista:** Profesionales de preferencia “Secretaria”, con experiencia en la atención de clientes, encargada de realizar el cobro de la entrada al salón y atender las reservas realizadas por los clientes.

Este cargo contara con dos trabajadores en turnos de mañana y tarde, los horario de trabajo serán de 9:00 a 16:00 hrs. y 14:00 a 21:00 hrs. Considerando 1 hora de colación en cada turno.

- 3) **Auxiliar de Servicio:** trabajadores encargados de la reposición oportuna de los productos disponibles para el consumo de los clientes y el retiro de los utensilios utilizados por ellos, para llevarlos al área de aseo.

Este cargo contara con dos trabajadores en turnos de mañana y tarde, los horario de trabajo serán de 9:00 a 16:00 hrs. y 14:00 a 21:00 hrs. Considerando 1 hora de colación en cada turno.

- 4) **Auxiliar de Aseo:** trabajadores encargados de la limpieza del salón y los utensilios utilizados por los clientes, su responsabilidad principal es mantener las instalaciones en las condiciones óptimas para el correcto desarrollo del negocio.

Este cargo contara con cuatro trabajadores en turnos de mañana y tarde, los horario de trabajo serán de 8:00 a 16:00 hrs. y 14:00 a 22:00 hrs. de lunes a viernes y los sábados de 9:00 a 14:00 hrs. Considerando 1 hora de colación en cada turno.

VI. Equipo del Proyecto

Los recursos humanos son el factor clave en el desempeño de los planes estratégicos definidos para este negocio, su correcto funcionamiento facilitara el éxito y por lo tanto, en este capítulo se analizara todo respecto a este punto.

6.1 Equipo Gestor

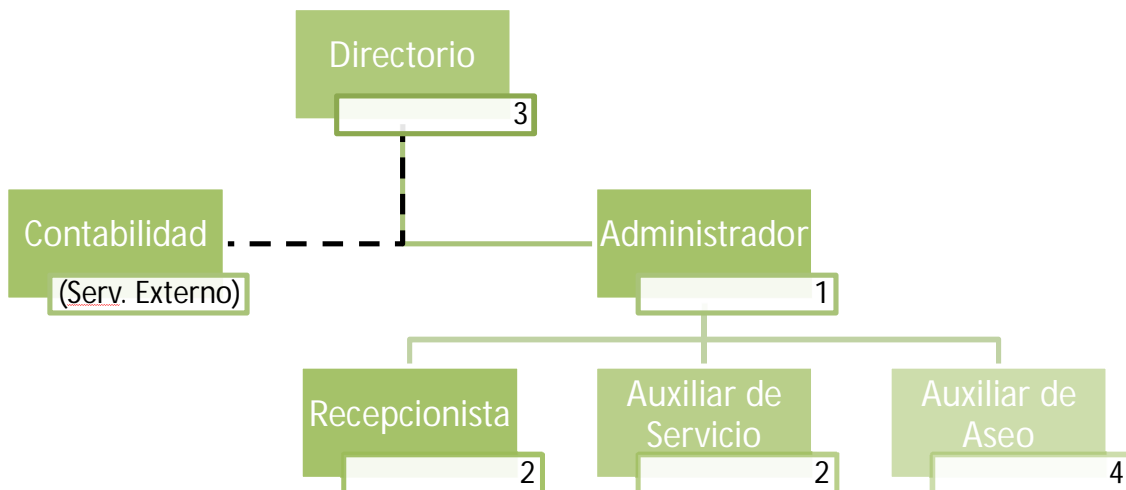
El equipo gestor está compuesto por Jorge Guerra Alegría, Ingeniero Civil Industrial y Sergio Tapia Cea, Contador Auditor, ambos con más de 10 años de experiencia en el rubro de administración de empresas y próximos a titularse en el MBA de la Universidad de Chile.

Ellos identificaron la necesidad de incluir en las grandes ciudades, un modelo de negocios explotado en la actualidad solo en los aeropuertos del mundo como zonas de espera. Este modelo, llevado a las grandes ciudades, con algunas modificaciones y servicios adicionales, que serán su aspecto distintivo, calza a la perfección con las nuevas necesidades que están surgiendo en una sociedad cada vez más independiente y poco estructurada.

Ellos, son parte del directorio de esta compañía y los responsables de llevar a cabo este proyecto.

6.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional se define de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración propia

Esta estructura define que será el directorio quien se encargue de seleccionar tanto los servicios externos de contabilidad, como el administrador, este último estará a cargo de todo el funcionamiento operacional de la empresa.

6.3 Incentivos y compensaciones

Los incentivos entregados a los trabajadores consideran sueldo base, asignaciones de colación y movilización, bono de vacaciones y aguinaldos definidos en los contratos individuales de trabajo.

La valorización de los incentivos y compensaciones se muestra en la siguiente tabla:

Cargo	N° Trabajadores	Remuneración	Total Remuneración
Administrador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Recepcionista (*)	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Auxiliar de Servicio (*)	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Auxiliar de Aseo	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000
Remuneraciones	9	\$ 2.050.000	\$ 3.700.000

Fuente: Elaboración propia

(*) Los sueldos bases de estos cargos están considerados por una jornada laboral de 35 horas semanales en dos turnos.

Considerando estos antecedentes los sueldos pagados por “Rest Café” son superiores al salario mínimo actual.

VII. Plan Financiero

En este capítulo se cuantificaran todos los ítems relevantes descritos anteriormente, para determinar la inversión, el capital de trabajo y las necesidades y requerimientos de los inversionistas, para calcular y verificar la viabilidad financiera de este proyecto.

7.1 Tabla de Supuestos

Detalle	Supuesto
Impuesto Renta	- Tasa 25%
Impuesto IVA	- Tasa 19%
Crecimiento Costos	- 3% anual.
Tasa de Descuento	- 14,64% a 5 Años. - 15,93% Perpetua.
Premio por Riesgo	- 5,78%
Premio por Startup	- 3%.
Sueldo Mínimo	- \$ 288.000
Capital de Trabajo	- Inversión recuperable al 5 año.
Depreciación	- Método Lineal, según tabla SII

7.2 Inversión Inicial

La inversión inicial a realizar, para comenzar las operaciones de esta empresa considera la inversión en activos fijos y capital de trabajo, cuyas valoraciones se muestran a continuación:

✓ Inversión en Activos Fijos (Anexo 9):

Equipamiento	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sillas para sala de reuniones	12	\$ 293.097	\$ 3.517.164
Sillas para mesa en común	20	\$ 67.235	\$ 1.344.700
Sillones	10	\$ 240.000	\$ 2.400.000
Sillones reclinables	4	\$ 649.990	\$ 2.599.960
Mesas de reuniones	2	\$ 339.226	\$ 678.452
Mesas en común	5	\$ 119.900	\$ 599.500
Mesa de recepción	1	\$ 1.154.138	\$ 1.154.138
Computadores	4	\$ 399.990	\$ 1.599.960
Menaje		\$ 679.600	\$ 679.600
Televisores	6	\$ 319.990	\$ 1.919.940
Cafetera autoservicio	2	\$ 1.790.000	\$ 3.580.000
Refrigeradores vitrina	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Refrigerador almacenamiento	1	\$ 892.500	\$ 892.500
Dispensador de jugo	2	\$ 390.000	\$ 780.000
Tostadoras de pan	1	\$ 259.000	\$ 259.000
Remodelación inicial	150	\$ 100.000	\$ 15.000.000
Total Inversión			\$ 39.004.914

Fuente: Elaboración propia

✓ Inversión en Capital de Trabajo:

La determinación del capital de trabajo fue realizada de acuerdo al Plan de desarrollo e implementación, considerando la apertura del local en el mes 3.

Conceptos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingresos por Venta	-	-	\$ 9.821.625	\$ 17.578.923
Segmento Personas	-	-	\$ 9.821.625	\$ 17.321.775
Segmento Empresas	-	-	-	\$ 257.148
Costos Fijos	(\$ 100.000)	(\$ 11.400.000)	(\$ 6.600.000)	(\$ 7.840.000)
Arriendo	-	(\$ 3.000.000)	(\$ 3.000.000)	(\$ 3.000.000)
Mes de Garantía	-	(\$ 3.000.000)	-	-
Remuneraciones	-	(\$ 800.000)	(\$ 3.160.000)	(\$ 3.700.000)
Plan de Marketing	-	(\$ 4.460.000)	-	(\$ 700.000)
Servicios Básicos	-	-	(\$ 200.000)	(\$ 200.000)
Contabilidad Externa	(\$ 100.000)	(\$ 100.000)	(\$ 100.000)	(\$ 100.000)
Internet, Televisión y Teléfono	-	-	(\$ 100.000)	(\$ 100.000)
Artículos de Oficina	-	(\$ 40.000)	(\$ 40.000)	(\$ 40.000)
Costos Variables	(\$ 1.500.000)	(\$ 4.149.751)	(\$ 7.273.093)	(\$ 8.128.924)
Materia Prima e Insumos	-	(\$ 4.149.751)	(\$ 7.273.093)	(\$ 8.128.924)
Constitución de Empresa	(\$ 1.500.000)	-	-	-
Impuestos	-	(\$ 1.643.453)	\$ 419.621	\$ 1.499.683
PPM	-	-	-	(\$ 98.216)
IVA Compras	-	(\$ 1.643.453)	(\$ 1.446.488)	(\$ 1.742.096)
IVA Ventas	-	-	\$ 1.866.109	\$ 3.339.995
Flujo Neto	(\$ 1.600.000)	(\$ 17.193.204)	(\$ 3.631.847)	\$ 3.109.682
Flujo Acumulado	(\$ 1.600.000)	(\$ 18.793.204)	(\$ 22.425.051)	(\$ 19.315.369)

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo requerido para el proyecto es de **\$ 22.425.051**.

7.3 Estimación de Ingresos

La estimación de ingresos se determina en función de la Estrategia de Precio y la Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual, puntos indicados en el capítulo 4 de este plan de negocios, con un crecimiento estimado en el precio de 3% anual.

Segmento Persona	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Potenciales Clientes	27.886	28.723	29.584	30.472	31.386
Precio	7.143	7.357	7.578	7.805	8.040
Ingresos Anuales	199.189.698	211.320.351	224.189.760	237.842.916	252.327.550

Segmento Empresa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Potenciales Clientes	170	179	187	197	207
Precio	28.572	29.429	30.312	31.221	32.158
Ingresos Anuales	4.857.240	5.253.105	5.681.233	6.144.254	6.645.010

Ingresos Totales	204.046.938	216.573.456	229.870.993	243.987.170	258.972.560
-------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

7.4 Costos Fijos

En las siguientes tablas se detallan los costos fijos del plan de negocios, es decir, los costos relacionados con el funcionamiento de este negocio, que no tienen relación con la cantidad de clientes.

✓ Remuneraciones:

Cargo	Remuneración
Administrador	\$ 1.000.000
Recepcionista	\$ 800.000
Auxiliar de Servicio	\$ 700.000
Auxiliar de Aseo	\$ 1.200.000
Total Remuneraciones	\$ 3.700.000

Fuente: Elaboración propia

✓ Gastos Generales:

Concepto	Monto
Contabilidad	\$ 100.000
Luz	\$ 100.000
Arriendo (Anexo 10)	\$ 3.000.000
Agua	\$ 100.000
Internet, Televisión y Teléfono	\$ 100.000
Artículos de Oficina	\$ 40.000
Total Gastos Generales	\$ 3.440.000

Fuente: Elaboración propia

✓ Depreciación (Según tabla SII – Anexo 11) :

Equipamiento	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sillas para sala de reuniones	5 Años	\$ 703.433	\$ 703.433	\$ 703.433	\$ 703.433	\$ 703.431
Sillas para mesa en común	5 Años	\$ 268.940	\$ 268.940	\$ 268.940	\$ 268.940	\$ 268.939
Sillones	5 Años	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 479.999
Sillones reclinables	5 Años	\$ 519.992	\$ 519.992	\$ 519.992	\$ 519.992	\$ 519.991
Mesas de reuniones	5 Años	\$ 135.690	\$ 135.690	\$ 135.690	\$ 135.690	\$ 135.691
Mesas en común	5 Años	\$ 119.900	\$ 119.900	\$ 119.900	\$ 119.900	\$ 119.899
Mesa de recepción	5 Años	\$ 230.828	\$ 230.828	\$ 230.828	\$ 230.828	\$ 230.825
Computadores	6 Años	\$ 266.660	\$ 266.660	\$ 266.660	\$ 266.660	\$ 266.660
Menaje	3 Años	\$ 226.533	\$ 226.533	\$ 226.533		
Televisores	6 Años	\$ 319.990	\$ 319.990	\$ 319.990	\$ 319.990	\$ 319.990
Cafetera autoservicio	9 Años	\$ 397.778	\$ 397.778	\$ 397.778	\$ 397.778	\$ 397.778
Refrigeradores vitrina	9 Años	\$ 222.222	\$ 222.222	\$ 222.222	\$ 222.222	\$ 222.222
Refrigerador almacenamiento	9 Años	\$ 99.167	\$ 99.167	\$ 99.167	\$ 99.167	\$ 99.167
Dispensador de jugo	9 Años	\$ 86.667	\$ 86.667	\$ 86.667	\$ 86.667	\$ 86.667
Tostadoras de pan	9 Años	\$ 28.778	\$ 28.778	\$ 28.778	\$ 28.778	\$ 28.778
Remodelación inicial	10 Años	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total Inversión		\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037

Fuente: Elaboración propia

7.5 Costos Variables

Los costos variables se determinan en función de la cantidad de clientes y el costo estimado del consumo de alimentos que ellos realizaran en su estadía en el local.

✓ Segmento Personas:

Consumo	Monto
Café	\$ 840
Bebida o Jugo	\$ 421
Snack	\$ 840
Sándwich	\$ 840
Total Consumo por Cliente	\$ 2.941

- ✓ Segmento Empresas: el costo variable se define por el mismo criterio utilizado en la estrategia de precio para este segmento, por lo tanto, en base a la capacidad de las salas de reuniones (6 personas por sala), se determinó un costo equivalente a \$ 11.764, equivalente al costo variable de 4 personas.

Se estima además un crecimiento del costo variable del 3% anual.

Segmento Persona	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Potenciales Clientes	27.886	28.723	29.584	30.472	31.386
Costo	2.941	3.029	3.120	3.214	3.310
Costo Personas	82.012.726	87.007.301	92.306.046	97.927.484	103.891.268

Segmento Empresa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Potenciales Clientes	170	179	187	197	207
Costo	11.764	12.117	12.480	12.855	13.240
Costo Empresas	1.999.880	2.162.870	2.339.144	2.529.784	2.735.962

Costos Variables Totales	84.012.606	89.170.171	94.645.190	100.457.268	106.627.229
---------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------

7.6 Tasa de Descuento

Factor	Valor	Descripción
RF (5 Años)	3,73%	Tasa libre de riesgo: Bonos BCP (pesos) 5 años, Banco Central para el 2017
RF (30 Años)	2,02%	Tasa libre de riesgo: Bonos BCP (UF) 30 años, Banco Central para el 2017
Tasa Inflación	3,00%	Proyectada Anual Banco Central
PRM	5,78%	Premio por riesgo Chile (Damodaran)
Beta	0,85	Desapalancado Damodaran - Building Materials
PPL	3,00%	Premio por Liquidez - Uchile
PPS	3,00%	Premio por Startup - Uchile
Rd (5 Años)	14,64%	Tasa de Descuento
Rd (30 Años)	15,93%	Tasa de Descuento Perpetua

Tasa descuento $T_p = R_f + \beta (R_m - R_f) + \text{Premio por liquidez} + \text{Premio Startup}$

7.7 Proyecciones de Estado de Resultados

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 204.046.938	\$ 216.573.456	\$ 229.870.993	\$ 243.987.170	\$ 258.972.560
Costo de Venta	(\$ 84.012.606)	(\$ 89.170.171)	(\$ 94.645.190)	(\$ 100.457.268)	(\$ 106.627.229)
Margen de Contribución	\$ 120.034.332	\$ 127.403.284	\$ 135.225.803	\$ 143.529.902	\$ 152.345.331
Gastos de Marketing	(\$ 7.960.000)	(\$ 4.438.800)	(\$ 4.571.964)	(\$ 4.709.123)	(\$ 4.850.397)
Gastos de Administración	(\$ 44.400.000)	(\$ 45.732.000)	(\$ 47.103.960)	(\$ 48.517.079)	(\$ 49.972.591)
Gastos Operacionales	(\$ 41.280.000)	(\$ 42.518.400)	(\$ 43.793.952)	(\$ 45.107.771)	(\$ 46.461.004)
EBITDA	\$ 26.394.332	\$ 34.714.084	\$ 39.755.927	\$ 45.195.929	\$ 51.061.339
Depreciación	(\$ 5.606.578)	(\$ 5.606.578)	(\$ 5.606.578)	(\$ 5.380.045)	(\$ 5.380.037)
EBIT	\$ 20.787.754	\$ 29.107.506	\$ 34.149.349	\$ 39.815.884	\$ 45.681.302
Otros gastos no Operacionales (Ingresos)	(\$ 1.500.000)	-	-	-	-
Utilidad antes de Impuesto	\$ 19.287.754	\$ 29.107.506	\$ 34.149.349	\$ 39.815.884	\$ 45.681.302
Impuesto a la Renta	(\$ 4.821.939)	(\$ 7.276.877)	(\$ 8.537.337)	(\$ 9.953.971)	(\$ 11.420.326)
Utilidad después de Impuesto (Perdida)	\$ 14.465.815	\$ 21.830.629	\$ 25.612.012	\$ 29.861.913	\$ 34.260.976

7.8 Proyecciones de Flujo de Caja

7.8.1 Proyecto a 5 años

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Perdida)	-	\$ 14.465.815	\$ 21.830.629	\$ 25.612.012	\$ 29.861.913	\$ 34.260.976
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	\$ 22.425.051
(-) Liquidación de Activos	-	-	-	-	-	\$ 14.852.627
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 20.072.393	\$ 27.437.207	\$ 31.218.590	\$ 35.241.958	\$ 76.918.691

7.8.2 Proyecto perpetuo

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Perdida)	-	\$ 14.465.815	\$ 21.830.629	\$ 25.612.012	\$ 29.861.913	\$ 34.260.976
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	-
(-) Valor Presente Flujos Futuros	-	-	-	-	-	\$ 274.740.726
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 20.072.393	\$ 27.437.207	\$ 31.218.590	\$ 35.241.958	\$ 314.381.740

7.9 Evaluación Financiera del Proyecto

7.9.1 Proyecto a 5 años

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	14,64%
VAN	\$ 56.927.211
TIR	41,36%
Payback	2,44590 (2 Años 6 Meses)

7.9.2 Proyecto perpetuo

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	15,93%
VAN	\$ 165.980.451
TIR	63,57%
Payback	2,44590 (2 Años 6 Meses)

7.10 Balance Projectado y Ratios Financieros

Balance	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente	\$ 45.889.418	\$ 75.781.563	\$ 108.260.614	\$ 144.919.206	\$ 186.026.575
Activo No Corriente	\$ 36.398.336	\$ 30.791.758	\$ 25.185.180	\$ 19.805.135	\$ 14.425.098
Activo	\$ 82.287.754	\$ 106.573.321	\$ 133.445.794	\$ 164.724.341	\$ 200.451.673
Pasivo Corriente	(\$ 4.821.939)	(\$ 7.276.877)	(\$ 8.537.337)	(\$ 9.953.971)	(\$ 11.420.326)
Pasivo	(\$ 4.821.939)	(\$ 7.276.877)	(\$ 8.537.337)	(\$ 9.953.971)	(\$ 11.420.326)
Capital	(\$ 63.000.000)	(\$ 63.000.000)	(\$ 63.000.000)	(\$ 63.000.000)	(\$ 63.000.000)
Resultado Acumulado	(\$ 14.465.815)	(\$ 36.296.444)	(\$ 61.908.457)	(\$ 91.770.370)	(\$ 126.031.347)
Patrimonio	(\$ 82.287.754)	(\$ 106.573.321)	(\$ 133.445.794)	(\$ 164.724.341)	(\$ 200.451.673)

Ratio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen neto	7,09%	10,08%	11,14%	12,24%	13,23%
ROE	18,67%	21,99%	20,50%	19,29%	18,12%
ROIC	22,96%	34,65%	40,65%	47,40%	54,38%

7.11 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio del proyecto se alcanza con la atención de 23.198 clientes del segmento personas y 141 clientes del segmento empresas el primer año, manteniendo las variables de crecimiento anual.

Con la modificación de estas variables, se obtienen los siguientes resultados:

Proyecciones de Flujo de caja

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Pérdida)	-	(\$ 668.443)	\$ 5.767.277	\$ 8.562.380	\$ 11.765.284	\$ 15.052.882
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	\$ 22.425.051
(-) Liquidación de Activos	-	-	-	-	-	\$ 14.852.627
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 4.938.135	\$ 11.373.855	\$ 14.168.958	\$ 17.145.329	\$ 57.710.597

Evaluación Financiera del Proyecto

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	14,64%
VAN	\$ 8.607
TIR	14,64%
Payback	4,23919 (4 Años 3 Meses)

7.12 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad se realizó en función de la cantidad de clientes para cada segmento, realizando una disminución y un aumento en esta variable en un 15%.

Con una modificación de + 15% en esta variable, se obtienen los siguientes resultados:

Proyecciones de Flujo de caja

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Pérdida)	-	\$ 27.969.678	\$ 36.163.499	\$ 40.824.915	\$ 46.009.028	\$ 51.399.826
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	\$ 22.425.051
(-) Liquidación de Activos	-	-	-	-	-	\$ 14.852.627
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 33.576.256	\$ 41.770.077	\$ 46.431.493	\$ 51.389.073	\$ 94.057.541

Evaluación Financiera del Proyecto

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	14,64%
VAN	\$ 107.714.067
TIR	64,14%
Payback	1,66683 (1 Años 8 Meses)

Con una modificación de - 15% en esta variable, se obtienen los siguientes resultados:

Proyecciones de Flujo de caja

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Pérdida)	-	\$ 961.953	\$ 7.497.761	\$ 10.399.109	\$ 13.714.799	\$ 17.122.127
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	\$ 22.425.051
(-) Liquidación de Activos	-	-	-	-	-	\$ 14.852.627
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 6.568.531	\$ 13.104.339	\$ 16.005.687	\$ 19.094.844	\$ 59.779.842

Evaluación Financiera del Proyecto

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	14,64%
VAN	\$ 6.140.356
TIR	17,62%
Payback	4,11135 (4 Años 2 Meses)

VIII. Riesgos Críticos

Este plan de negocios no está exento de riesgos en su proceso de implementación y operación, por lo cual a continuación se detallan tanto los riesgos internos y externos y las medidas de mitigación definidas para cada uno de estos.

Riesgo	Plan de Mitigación
Crisis Económica (Desaceleración económica)	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar las actividades de promoción y marketing. - Aumentar actividades de fidelización de clientes. - Buscar nuevos productos o servicios, para satisfacer las necesidades de los clientes.
Operacional (Colaboradores)	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación y supervisión permanente sobre el desempeño de las actividades. - Mantenimiento y renovación periódica del equipamiento. - Comunicación permanente con los colaboradores, para evitar un mal clima laboral. - Mantener un adecuado control de los alimentos, en cuanto a calidad y abastecimiento.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener un correcto control de la calidad de los productos adquiridos. - Construir relación de confianza con los proveedores.
Obsolescencia Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> - Renovación periódica por obsolescencia tecnológica del equipamiento. - Seguimiento continuo a las nuevas tecnologías requeridas por los clientes.

IX. Propuesta Inversionista

La propuesta al inversionista consistió en la participación del 33,33% de la propiedad de este negocio, aportando un capital de \$ 21 millones de pesos.

Los indicadores financieros de este proyecto son los siguientes:

✓ Proyecciones de Flujo de caja

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (Perdida)	-	\$ 14.465.815	\$ 21.830.629	\$ 25.612.012	\$ 29.861.913	\$ 34.260.976
(+) Depreciación	-	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.606.578	\$ 5.380.045	\$ 5.380.037
(-) Inversión en Activo Fijo	(\$ 39.004.914)	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(\$ 22.425.051)	-	-	-	-	\$ 22.425.051
(-) Liquidación de Activos	-	-	-	-	-	\$ 14.852.627
Flujo Caja libre Empresa	(\$ 61.429.965)	\$ 20.072.393	\$ 27.437.207	\$ 31.218.590	\$ 35.241.958	\$ 76.918.691

✓ Evaluación Financiera del Proyecto

Indicadores de Evaluación	Valor
Tasa de Descuento	14,64%
VAN	\$ 56.927.211
TIR	41,36%
Payback	2,44590 (2 Años 6 Meses)

Se concluye que la propuesta al inversionista es atractiva debido a que estaría accediendo a una TIR de un 41.36% considerando una tasa de descuento de 14,64%, la cual es una muy buena rentabilidad considerando las actuales condiciones de mercado.

X. Conclusiones

En los centros de negocios de diferentes lugares, se explota el área de la venta de café y sus complementos, centrándose en la entrega de un producto a un precio determinado en lugares relativamente cómodos y agradables, permitiendo la permanencia para realizar el consumo.

Otra área que se explota muy bien es el arriendo de oficinas, debido al intenso movimiento de negocios que se realizan, sufriendo un aumento en los precios de arriendo por la plusvalía de los terrenos con las construcciones de metros subterráneos, centros comerciales y nuevos edificios.

Estas áreas de negocios motivan para entregar estos servicios en un solo formato, llamado “Rest Café”, donde se cambia el concepto de pagar por un producto o arrendar un espacio para reuniones, focalizando estos servicios en la entrega de un lugar para realizar ambas actividades por solo pagar una entrada y tener derecho a todas las instalaciones que tiene el salón, en un ambiente agradable y de descanso.

La obtención de las ventajas competitivas se refleja en sillones interactivos con pantallas touch para escuchar música y ver películas, en un ambiente agradable y sofisticado, con climatización y derecho a consumir libremente de bebestibles y snacks.

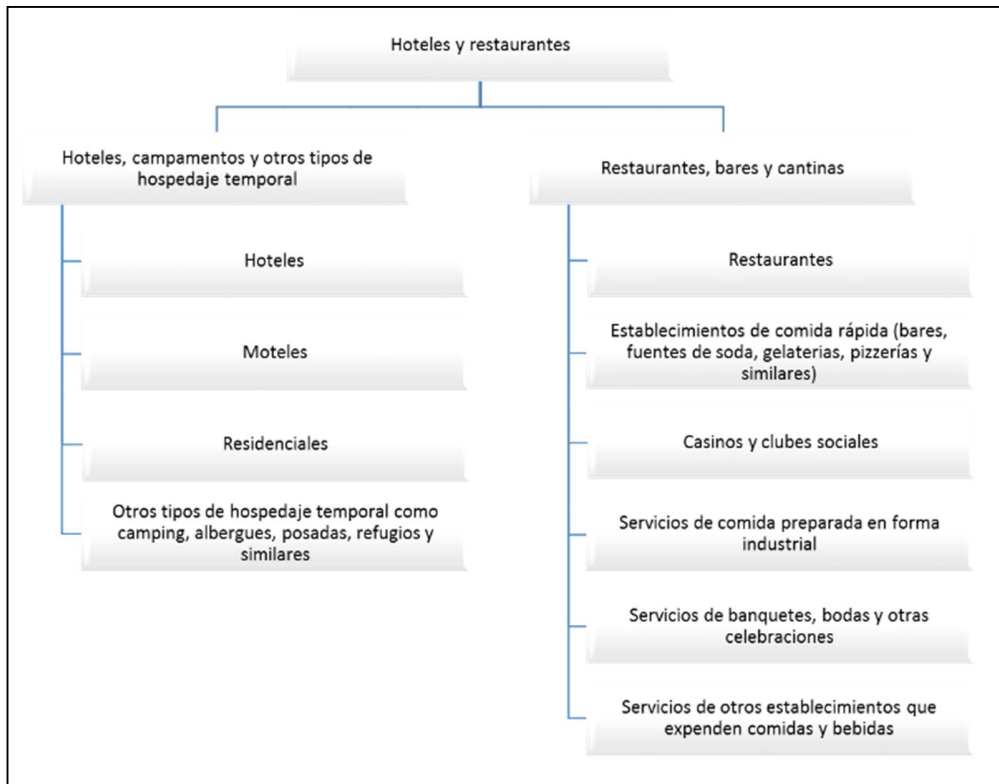
La posibilidad de reservar salas de reuniones y hacer uso de las duchas, lockers y sala de masaje, hacen que “Rest Café” sea único y pionero en la entrega de estos servicios.

La factibilidad de realizar este proyecto se sustenta en el estudio de mercado que revelo que las personas que frecuentan los distintos cafés están dispuestos a pagar por un servicio como este y valoran la alternativa de tener espacios confortables, seguros y que permitan el descanso y salirse del estrés laboral del día a día, lugar que hoy no existe en este formato.

Por estas razones que el éxito de este negocio se sustenta muy explícitamente en un servicio que las personas están dispuestas a usar y que no está explotado, colocando de esta forma una ventaja de ser pioneros en este concepto, captando la mayor cantidad de clientes y realizando convenios con empresas y bancos para la obtención de suscripciones que generaran mayores ingresos permanentes y aumentara la demanda pudiendo permitir abrir más locales en otros centros de negocio.

Anexo 1

A continuación se muestra una imagen con la distribución completa de la industria, segmentos y subsegmentos que la componen.



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2

El siguiente cuadro muestra en detalle por industrias los antecedentes de Empresas, ingresos y trabajadores obtenidos de “Gestión y Estadísticas” en www.sii.cl.

Industrias	N° de Empresas	N° de Trabajadores	Ventas (MUF)
A - agricultura, ganadería, caza y silvicultura	106.793	1.007.039	826.055
B - pesca	4.880	77.761	134.162
C - explotación de minas y canteras	5.574	102.305	1.262.915
D - industrias manufactureras no metálicas	52.649	731.526	815.285
E - industrias manufactureras metálicas	36.048	392.759	274.800
F - suministro de electricidad, gas y agua	4.090	69.181	810.905
G - construcción	82.019	1.431.107	1.126.393
H - comercio al por mayor y menor, rep. Veh. automotores/enseres domésticos	350.911	1.484.304	3.701.082
I - hoteles y restaurantes	52.596	331.878	165.806
J - transporte, almacenamiento y comunicaciones	108.747	493.584	738.672
K - intermediación financiera	56.378	270.762	4.894.726
L - actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	138.803	1.197.007	1.202.129
M - adm. Pública y defensa, planes de seg. Social afiliación obligatoria	547	411.714	24.498
N - enseñanza	11.862	484.458	156.349
O - servicios sociales y de salud	24.229	257.528	130.481
P - otras actividades de servicios comunitarias, sociales y personales	52.636	283.794	62.946
Q - consejo de administración de edificios y condominios	922	9.087	156
R - organizaciones y órganos extraterritoriales	31	427	-
Sin información	4.958	1.566	732
Total general	1.094.673	9.037.787	16.328.092

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra la misma información de la tabla anterior, por cada segmento de la industria de Hoteles y restaurantes:

Industria Hoteles y Restaurantes	N° de Empresas	N° de Trabajadores	Ventas (MUF)
Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal	10.223	81.939	37.116
Restaurantes, bares y cantinas	42.373	249.939	128.690
Total general	1.094.673	9.037.787	165.805

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3

WEB			Presencial			Total		
1 - Genero								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Femenido	33	33%	Femenido	57	57%	Femenido	90	45%
Masculino	67	67%	Masculino	43	43%	Masculino	110	55%
Total	100		Total	100		Total	200	
2 - Edad								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
18 a 29	19	19%	18 a 29	66	66%	18 a 29	85	43%
30 a 41	54	54%	30 a 41	16	16%	30 a 41	70	35%
42 a 53	19	19%	42 a 53	15	15%	42 a 53	34	17%
54 a 65	8	8%	54 a 65	3	3%	54 a 65	11	6%
Total	100		Total	100		Total	200	
3 - Ocupacion								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Trabajador	90	90%	Trabajador	45	45%	Trabajador	135	68%
Estudiante	4	4%	Estudiante	39	39%	Estudiante	43	22%
Turista	0	0%	Turista	8	8%	Turista	8	4%
Otro	6	6%	Otro	8	8%	Otro	14	7%
Total	100		Total	100		Total	200	
4 - ¿Porque prefiere este tipo de lugares (Starbuck, Juan Valdes, Work Cofe Santander)?								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Precio	10	10%	Precio	13	13%	Precio	23	12%
Comodidad y	70	70%	Comodidad y	61	61%	Comodidad y	131	66%
Cercania	25	25%	Cercania	25	25%	Cercania	50	25%
Sin Limite de	30	30%	Sin Limite de	7	7%	Sin Limite de	37	19%
Total	100		Total	100		Total	200	
5 - ¿Por cuales de los siguientes motivos asistes a estos lugares?								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Reuniones de	21	21%	Reuniones de	18	18%	Reuniones de	39	20%
Tiempo Libre	44	44%	Tiempo Libre	36	36%	Tiempo Libre	80	40%
Reunión con	33	33%	Reunión con	35	35%	Reunión con	68	34%
Punto de Encu	42	42%	Punto de Encu	22	22%	Punto de Encu	64	32%
Productos	26	26%	Productos	19	19%	Productos	45	23%
Total	100		Total	100		Total	200	
6 - ¿Con que frecuencia asiste a estos lugares?								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Diario	0	0%	Diario	8	8%	Diario	8	4%
Semanal	22	22%	Semanal	27	27%	Semanal	49	25%
Quincenal	21	21%	Quincenal	27	27%	Quincenal	48	24%
Mensual	57	57%	Mensual	38	38%	Mensual	95	48%
Total	100		Total	100		Total	200	
7 - En promedio ¿cuanto tiempo permanece en estos lugares por cada visita?								
Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje	Respuesta	Total	Porcentaje
Menos 1H.	45	45%	Menos 1H.	33	33%	Menos 1H.	78	39%
1 a 2 Horas	46	46%	1 a 2 Horas	42	42%	1 a 2 Horas	88	44%
2 a 4 Horas	9	9%	2 a 4 Horas	24	24%	2 a 4 Horas	33	17%
4 o Mas Hrs.	0	0%	4 o Mas Hrs.	1	1%	4 o Mas Hrs.	1	1%
Total	100		Total	100		Total	200	

8 - En que horarios frecuentes estos lugares

Respuesta	Total	Porcentaje
8 a 12 Hrs.	23	23%
12 a 16 Hrs.	12	12%
16 a 20 Hrs.	65	65%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
8 a 12 Hrs.	30	30%
12 a 16 Hrs.	23	23%
16 a 20 Hrs.	47	47%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
8 a 12 Hrs.	53	27%
12 a 16 Hrs.	35	18%
16 a 20 Hrs.	112	56%
Total	200	

9 - ¿Ha visitado los salones Vip en los aeropuertos?

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	65	65%
No	35	35%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	35	35%
No	65	65%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	100	50%
No	100	50%
Total	200	

10 - Si la respuesta anteriores es afirmativa ¿Le gustaría contar con un formato similar en la ciudad o cercano a su trabajo?

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	75	75%
No	25	25%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	66	66%
No	34	34%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	141	71%
No	59	30%
Total	200	

11 - ¿Cuanto estarias dispuesto a pagar por un salón vip en la ciudad? la entrada da derecho a consumir los productos y utilizar las instalaciones.

Respuesta	Total	Porcentaje
\$ 5.000	40	40%
\$ 7.500	32	32%
\$ 10.000	27	27%
\$ 15.000	1	1%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
\$ 5.000	41	41%
\$ 7.500	38	38%
\$ 10.000	19	19%
\$ 15.000	2	2%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
\$ 5.000	81	41%
\$ 7.500	70	35%
\$ 10.000	46	23%
\$ 15.000	3	2%
Total	200	

12 - Cambiaría tu disposición a pagar, si la tarifa fuera por un periodo de tiempo definido.

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	71	71%
No	29	29%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	68	68%
No	32	32%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Si	139	70%
No	61	31%
Total	200	

13 - Que te gustaria que tenga el salón vip en cuanto a alimentos

Respuesta	Total	Porcentaje
Bebidas	58	58%
Jugos	65	65%
Café	81	81%
Snack D/S	68	68%
Sándwich	80	80%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Bebidas	49	49%
Jugos	64	64%
Café	75	75%
Snack D/S	70	70%
Sándwich	55	55%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Bebidas	107	54%
Jugos	129	65%
Café	156	78%
Snack D/S	138	69%
Sándwich	135	68%
Total	200	

14 - Que te gustaria que tenga el salón vip en cuanto a equipamiento

Respuesta	Total	Porcentaje
Play Station	27	27%
Televisión	69	69%
Musica	77	77%
Duchas	32	32%
Salas de Reun	60	60%
Maquinas de	26	26%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Play Station	37	37%
Televisión	72	72%
Musica	72	72%
Duchas	30	30%
Salas de Reun	31	31%
Maquinas de	22	22%
Total	100	

Respuesta	Total	Porcentaje
Play Station	64	32%
Televisión	141	71%
Musica	149	75%
Duchas	62	31%
Salas de Reun	91	46%
Maquinas de	48	24%
Total	200	

Anexo 4

Datos y proyecciones del Banco Central de Chile.

Datos de Crecimientos últimos años:

**Producto interno bruto por actividad económica, volumen a precios año anterior encadenado, referencia 2013
(miles de millones de pesos encadenados)**

Reg	Descripción series	2014	2015	2016	2017
1	Agropecuario-silvícola	-3,5	9,5	3,7	-2,5
2	Pesca	23,9	-9,4	-12,3	20,7
3	Minería	2,3	-0,9	-2,8	-2,0
4	Minería del cobre	2,7	-0,5	-2,6	-1,6
5	Otras actividades mineras	-1,3	-5,4	-4,9	-4,5
6	Industria Manufacturera	-0,7	0,3	-2,4	1,6
7	Alimentos	1,1	-2,3	-0,2	5,0
8	Bebidas y tabaco	-5,3	11,7	-10,2	-3,4
9	Textil, prendas de vestir, cuero y calzado	-8,8	4,5	2,3	4,3
10	Maderas y muebles	3,7	-0,1	1,2	-0,5
11	Celulosa, papel e imprentas	1,0	-0,9	-2,9	-2,0
12	Refinación de petróleo	4,2	-3,2	-2,1	3,6
13	Química, caucho y plástico	5,8	-3,0	-3,5	0,2
14	Minerales no metálicos y metálica básica	-5,3	-0,4	1,7	-6,9
15	Productos metálicos, maquinaria y equipos y otros	-6,8	0,9	-0,5	4,7
16	Electricidad, gas, agua y gestión de desechos	3,8	3,4	2,0	3,2
17	Construcción	-1,9	4,3	2,8	-2,5
18	Comercio	2,6	1,8	2,5	3,6
19	Restaurantes y hoteles	3,8	3,8	0,3	1,2
20	Transporte	3,1	5,3	3,3	2,4
21	Comunicaciones y servicios de información	2,5	5,9	2,6	3,9
22	Servicios financieros	3,2	3,9	3,9	3,7
23	Servicios empresariales	0,7	0,2	-2,6	-1,9
24	Servicios de vivienda e inmobiliarios	4,2	3,3	3,0	2,9
25	Servicios personales	2,8	2,8	4,9	3,2
26	Administración pública	2,7	3,9	3,1	1,9
27	PIB a costo de factores	1,8	2,3	1,2	1,4
28	Impuesto al valor agregado	1,8	2,4	1,7	2,4
29	Derechos de Importación	-4,8	2,8	1,7	9,8
30	Producto Interno Bruto	1,8	2,3	1,3	1,5

Fuente: Banco Central de Chile

Proyecciones de Crecimiento:

CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CUENTA CORRIENTE

	2017	2018 (f)	2019 (f)	2020 (f)
	(variación anual, porcentaje)			
PIB	1,5	3,25-4,0	3,25-4,25	3,0-4,0
Ingreso nacional	2,8	3,5	3,6	3,6
Demanda interna	3,1	4,1	3,9	3,5
Demanda interna (sin variación de existencias)	1,9	3,7	3,6	3,6
Formación bruta de capital fijo	-1,1	4,5	4,5	3,9
Consumo total	2,7	3,6	3,4	3,5
Exportaciones de bienes y servicios	-0,9	5,2	3,4	2,5
Importaciones de bienes y servicios	4,7	6,7	3,8	2,6
Cuenta corriente (% del PIB)	-1,5	-2,1	-2,5	-2,6
Ahorro nacional bruto (% del PIB)	20,6	20,3	20,6	20,7
Inversión nacional bruta (% del PIB)	22,1	22,5	23,1	23,3
FBCF (% del PIB nominal)	21,6	21,6	21,9	22,2
FBCF (% del PIB real)	21,6	21,7	21,9	22,0
	(millones de dólares)			
Cuenta corriente	-4.146	-6.500	-7.900	-8.300
Balanza comercial	7.922	8.500	5.800	4.300
Exportaciones	69.230	78.700	80.200	81.400
Importaciones	-61.308	-70.200	-74.400	-77.100
Servicios	-3.059	-3.800	-4.000	-3.800
Renta	-10.802	-13.400	-11.600	-10.800
Transferencias corrientes	1.793	2.200	1.900	2.000

(f) Proyección.

Fuente: Banco Central de Chile.

Relación Crecimiento País vs Rubro:

Ventas Proyección Pesimista	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF
Producto Interno Bruto	1,77	2,31	1,27	1,49	3,25	3,25	3,00
PIB Restaurantes y hoteles	3,78	3,76	0,32	1,19	3,92	3,92	3,62
Relación	2,14	1,63	0,25	0,80	1,21	1,21	1,21
Ventas Proyección Moderada	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF
Producto Interno Bruto	1,77	2,31	1,27	1,49	3,63	3,75	3,50
PIB Restaurantes y hoteles	3,78	3,76	0,32	1,19	4,37	4,52	4,22
Relación	2,14	1,63	0,25	0,80	1,21	1,21	1,21
Ventas Proyección Optimista	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF	MUF
Producto Interno Bruto	1,77	2,31	1,27	1,49	4,00	4,25	4,00
PIB Restaurantes y hoteles	3,78	3,76	0,32	1,19	4,82	5,12	4,82
Relación	2,14	1,63	0,25	0,80	1,21	1,21	1,21

Fuente: Elaboración propia

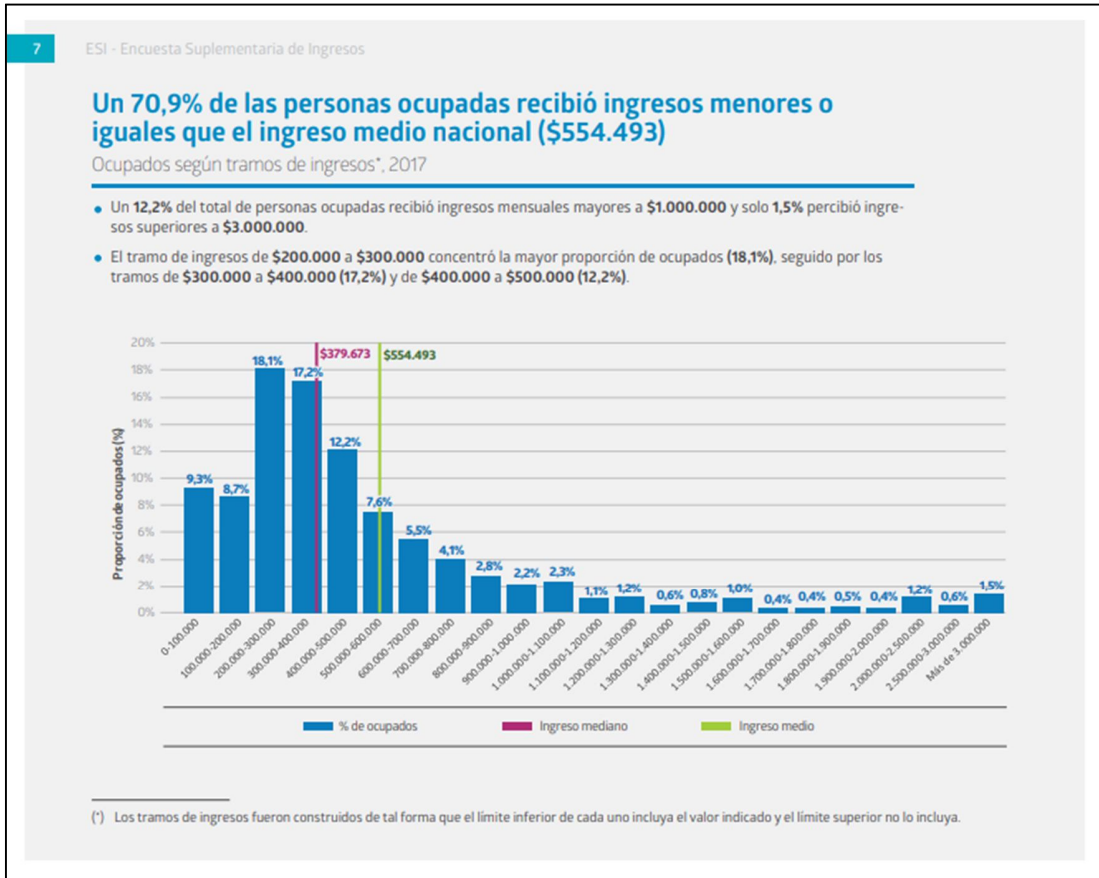
Anexo 5

Análisis PESTEL

Político: La estabilidad de Chile en el ámbito político, la cual se ha prolongado por los últimos 28 años aproximadamente, siendo sus ejes la transparencia y un sistema democrático aceptado y respetado por los ciudadanos, hacen de Chile uno de los países más confiables en Sudamérica. La noticia de los últimos meses en este ámbito, es la reforma tributaria presentada por el Presidente de la República, una reforma que incentiva la inversión, a través de beneficios tributarios para los contribuyentes, especialmente PYMES, entre estos, los más destacados son la tributación por retiros efectivos de utilidades, la depreciación instantánea y la tributación por márgenes de la industria.

Económico: La reactivación económica del país durante el primer semestre de 2018, luego de un periodo de 4 años con un crecimiento bajo (1,7% promedio de 2014 a 2017), ha mostrado mejores expectativas a futuro, las cuales se reflejan en las proyecciones realizadas por el Banco Central de Chile donde se espera un crecimiento entre el 3% y 4% para los próximos tres años, lo se traduce en un momento propicio para la creación de nuevos negocios. Sin embargo, al ser la economía chilena, dependiente de las grandes economías mundiales, la guerra comercial de EE.UU con Asia y Europa, podría congelar o desacelerar el crecimiento de la economía chilena.

Social: Hoy en día los trabajos son más flexibles, debido al avance tecnológico que permite trabajar remotamente, es decir que existe la posibilidad de trabajar desde la casa o desde cualquier otro lugar que no sea en la misma empresa, hasta pudiendo estar a kilómetros de distancia, aumentando la demanda por espacios amigables valorando más la comodidad y el relajamiento, donde los más jóvenes tienen buena adaptación a estos formatos nuevos de trabajar. Por otra parte los sueldos en Chile tienen una gran desigualdad el 70,9% de la población gana menos de \$ 554.493, mientras el 17,1% está entre los \$ 554.494 y \$ 999.999, por tanto el 12% gana más de \$ 1.000.000 (se puede ver en la siguiente imagen), confirmando la brecha que existe en el país en cuanto a los ingresos.

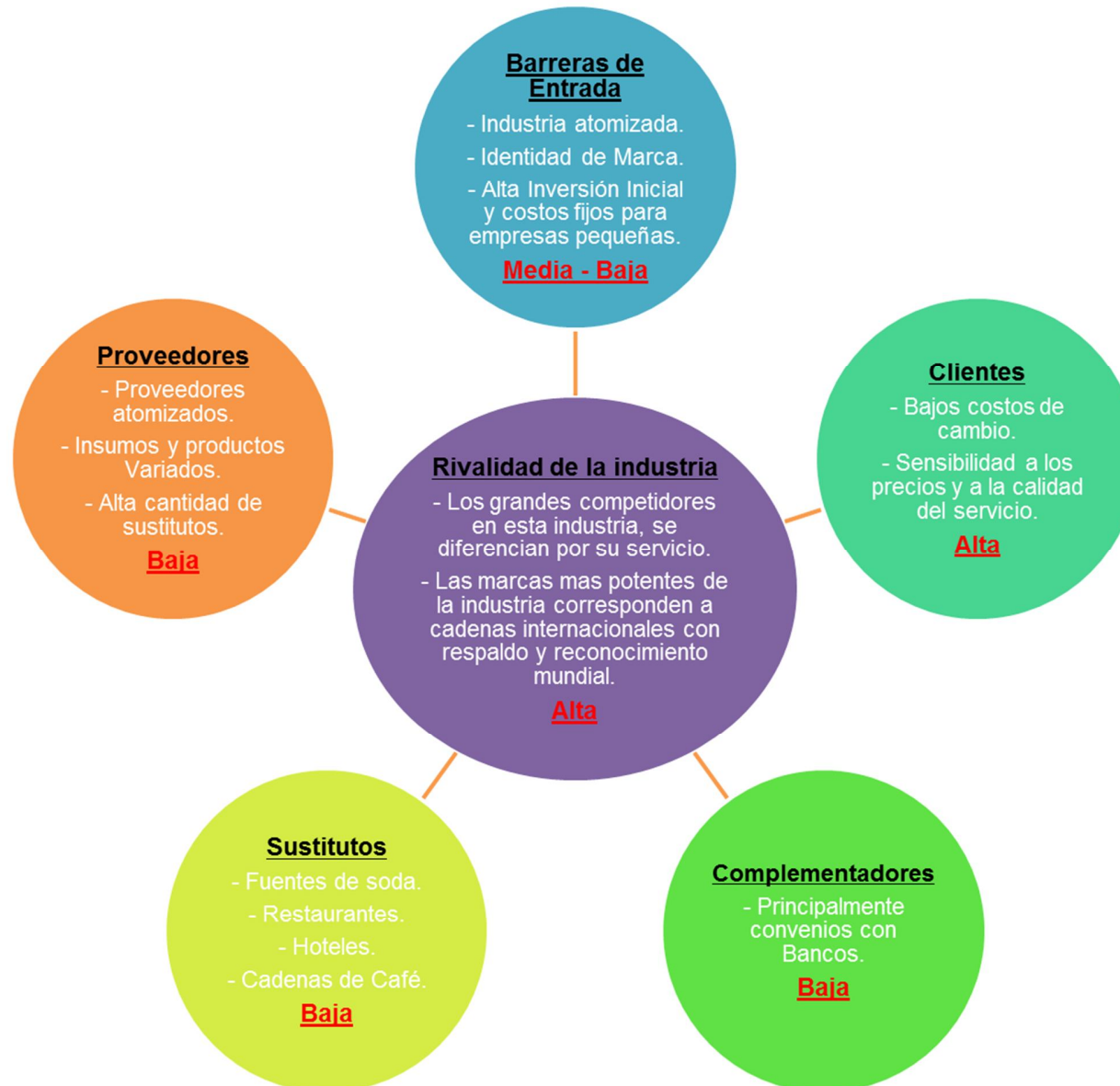


Tecnológico: En el mundo actual la conectividad y los bienes tecnológicos son ejes relevantes para la población mundial y nacional, el internet, Smartphone, Smart TV, son percibidos en la actualidad como bienes de consumo básicos y el acceso a estos es muy apreciado por los clientes, por lo tanto, son el factor relevante en la captación y fidelización de los clientes.

Ecológico: Hoy en día la preocupación en el ámbito ecológico es cada vez más fuerte, en Chile se han creado políticas medioambientales como la eliminación de las bolsas para empaque y la colocación de puntos limpios para incentivar el reciclaje de residuos. Otro aspecto es la regulación del consumo de energía entre los meses de invierno (abril a septiembre) y la conciencia ecológica como la instalación de lugares con áreas verdes, creándose las paredes verdes para lugares más reducidos.

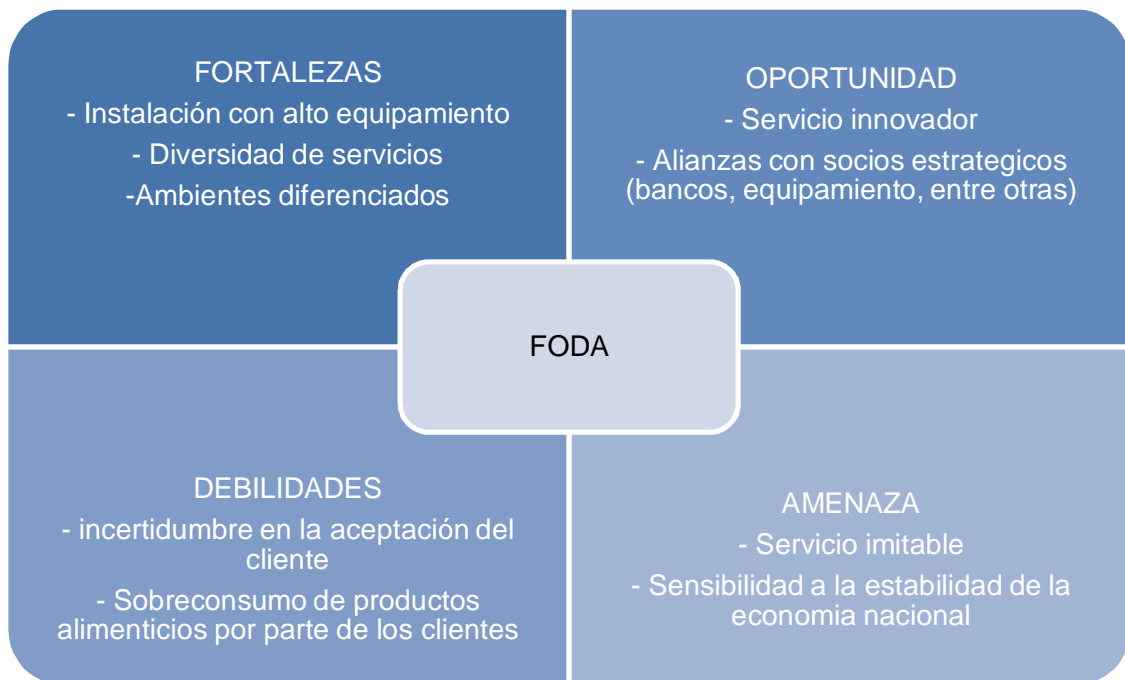
Legal: En el ámbito legal, no han existido modificaciones en los últimos años y el nuevo gobierno no se ha referido a modificación a futuro, por lo tanto, se observa un ámbito legal estable, con las regulaciones establecidas y en operación por un periodo importante de tiempo. Para la creación de nuevas empresas, los nuevos inversionistas deben tener presente el código de comercio (Tipo de empresa), leyes tributarias (D.L. 824, D.L. 825 y D.L. 830), código del trabajo, patentes municipales y resoluciones sanitarias.

Anexo 6



Anexo 7

Análisis FODA.



Anexo 8

Cotización Publicidad.

Santiago, 08 de agosto de 2018
N° 18-0378

► Cotización Productos

Cliente	Jorge Guerra Alegría, Ministerio de Obras Públicas	E-mail	jorge.guerra.a@mop.gov.cl
Dirección	Avenida Camino a Melipilla 7784, Cerrillos	Fono	+56 9 8206 5390

cant	Producto	Descripción	Neto
1	logo	diseño de imagotipo (logotipo + isotipo, 3 propuestas, aplicaciones en diferentes sustratos y entrega de formatos básicos, pdf, jpg, png	440.000
1	web	Website 5 páginas interiores: home, empresa, contacto, servicios, galería de imágenes. Incluye dominio.cl o .com, hosting básico y 5 cuentas de correo webmail (gestión anual)	780.000
1	CM	Actualización sitio web, banner, head, foot, etc (gestión mensual)	160.000
1	CM	Community Manager para manejo de redes sociales: facebook, twitter e instagram (gestión mensual)	340.000
1	Publicidad	diario EL MERCURIO página completa 53,8 x 28,9 cm, color, circulación día hábil	4.800.000
1	Publicidad	diario EL MERCURIO 1/2 página completa 27,8 x 28,9 cm, color, circulación día hábil	3.216.000
1	Publicidad	diario EL MERCURIO 1/4 página completa 27,8 x 15,5 cm, color, circulación día hábil	2.155.555
1	Publicidad	Diseño de aviso para publicación página completa diario, revista o brochure	580.000
1	letrero	Letrero Monumental publicitarios unipole 12x4 en ruta 5 (gestión mensual)	2.200.000
1	Publicidad	Diseño de gigantografía Monumental	1.200.000

Comentarios

En el caso de productos impresos:

- Valor incluye asesoría de impresión.
- Valor no incluye impresión.
- Valor incluye VB de color y calidad en imprenta.
- Valor + IVA.

Esperando que la presente tenga buena acogida,
Me despido atentamente



Patricio Alarcón
Diseñador / Comunicación Visual

patricio@stgo-design.com
+56988052966 / +56229693520



Anexo 9

MILA RESPALDO ALTO, PU NEGRO, BRAZOS Y BASE CROMO



Descripción Especificaciones Descargas

Modelo: MILA RA

El elegante diseño de silla MILA es especial para puestos ejecutivos y directivos. Se encuentra disponible en dos versiones: respaldo medio y alto. Se caracteriza por su tapiz en ecocuero negro y apoya brazos cromados. Cuenta con ajuste de inclinación de respaldo.

Código Fábrica: 7246.49.01.01
 Marca: Bash
 País de Origen: -----
 Unidad: Unidad

Precio \$ 246.300 + IVA

<http://www.bash.cl/index.php/interiorismo/ficha/slug/mila-silla-eje-r-a-c-brazos-e-cromo-a-r-ecoc-negro>

COUPÉ BLANCA 4 PATAS POLIPROPILENO



Descripción Especificaciones Descargas

Modelo: COUPE BLANCA

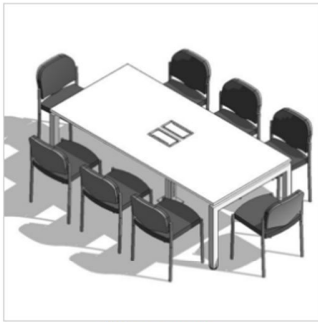
La línea COUPÉ tiene respaldo y asiento en polipropileno, base metálica tubular color aluminio y puede solicitarla en versión taburete, silla o banqueta. Es altamente recomendable para salas de espera de clínicas, hospitales, sucursales bancarias, AFP, Isapres, y centros educacionales. Los colores de línea son blanco, negro, rojo, gris, azul, mango y verde. Consulte por otros colores y stock.

Producto a pedido

Código Fábrica: 7246.49.02.26
 Marca: Bash
 País de Origen: -----
 Unidad: -----

Precio \$ 56.500 + IVA

<http://www.bash.cl/index.php/interiorismo/ficha/slug/silla-multiuso-coupe-pp-color-blanco>



Click para agrandar.



Mesas de Reuniones
Mesa Reuniones NOVA-60 Electrificable 8 personas
Código: MRN60E8P

Mesa de reuniones para 8 personas (sillas de visita), base sistema NOVA-60, con canalización para instalaciones eléctricas y de red. Cubierta fabricada en tablero MDF de 25 mm de espesor con canto PVC de 2 mm de espesor, revestida por ambas caras en laminado de alta presión (trascara Balance). Base en acero electropintado NOVA-60 con 2 laterales y juego de vigas. Columna central para subida de cables. 2 cajas de cubierta con tapa abatible con capacidad de 2 rieles cada una. Precio para retiro en fábrica (componentes). Cotizar transporte e instalación. Precio no incluye sillas.

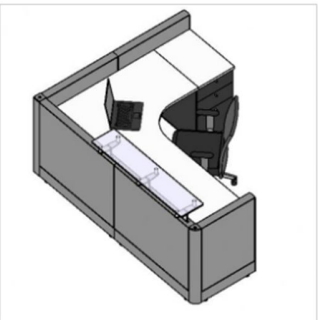
Nota importante: esta mesa considera dimensiones de cubierta mínimas para sillas tipo visita (55 cm de ancho aprox.), para utilizar sillas tipo giratorias se deben considerar otras dimensiones mayores para la mesa.

Origen: Chile
Garantía: 1 año
Plazo de entrega aprox.: 25 días hábiles (a confirmar en cotización)

Clasificación: Mesa Sala de Reuniones; Mesa de Reuniones; Mesa sala de conferencias; Muebles de Oficina.

Precio: **\$285.064** + IVA

<http://www.mikra.cl/Esp/producto/mesa-reuniones-nova-60-electrificable-8-personas.html>



Click para agrandar.

Mesones de Recepción
Mesón de Recepción FF75
Código: MRFF751P

Mesón de Recepción FF75. Cubiertas en tablero MDF de 24 mm de espesor revestido por ambas caras en laminado de alta presión (trascara Balance), cantos de pvc 2 mm de espesor. Cajoneras tipo pedestal de 2 cajones simples y 1 para carpetas colgantes, cuerpo y frentes de melamina (MFC). Paneles FF75 de 90 cm de altura, con palmetas metálicas, sobrecubierta en vidrio crudo 12 mm. Paneles y escuadras del sistema FF75 acero electropintado. Precio para retiro en fábrica (componentes). Cotizar flete e instalación. Precio no incluye silla.

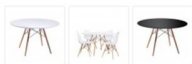
Clasificación: Mesón de recepción; módulos de trabajo; escritorios y paneles; cubículos planta libre; Muebles de Oficina.

Precio: **\$969.864** + IVA

<http://www.mikra.cl/Esp/producto/meson-de-recepcion-freestanding.html>



Zoom



Mesa Eames Tendar 90 Colores (Réplica)

Evaluar producto

Mesa Tendar, replica de los reconocidos diseños Eames, formada por cubierta de madera lacada de 90 cms. de diámetro y patas de madera de haya con hilos de acero que forman su característica estructura.

La principal idea detrás de su diseño es la versatilidad: tener un estilo atemporal y que se adapta a diferentes ambientes.

- > **Materiales:** Cubierta de madera lacada / Patas de madera de Haya con hilos de acero.
- > **Medidas:** 90 cm de diámetro x 74 cm de alto.

Disponibilidad: En Stock

Color Cubierta *

Negro Blanco * Required Fields

\$100.756 - IVA Cantidad: 0

<https://www.econosillas.cl/mesa-tendar-lacada-90-cms-replica.html>

Sillón Lisa

Valor: \$ 240.000

Características

- Estructura de madera de pino, suspensión de correas elásticas de gran resistencia.
- Esqueleto recubierto por espumas de alta densidad complementadas con fibras en los puntos críticos.
- Cojines de asiento en espuma de alta densidad en el centro y en el extremo espuma Hollofil para dar mayor suavidad.
- Patas metálicas cromadas.
- Tapizado en cuero, felpa o algodón color a elección.
- **No incluye pouf (modelo Poupiet \$74.990)**



Walther

http://walther.cl/47_sillon-lisa.htm

Desktop HP 24-e004

16 disponibles · Se el primero en escribir una reseña



- Procesador Intel Core i3
- Sistema Operativo: Windows 10 Home 64
- RAM: 4GB
- Disco Duro: 1 TB
- Pantalla: 23.8" Pulgadas
- Resolución: 1920 x 1080
- Peso: 6.46 Kg
- Conectividad: Bluetooth

[Más información](#)

5449.990 - 11%
\$399.990

AÑADIR AL CARRITO

Envío y Vendido por Linio

DEVOLUCIONES GRATUITAS

<https://www.hponline.cl/p/desktop-hp-24-e004-s437f4>

MENAJE

<http://www.menajeexpress.cl/tazas/>



SAMSUNG

Código del producto: 6624526

LED 50" 50NU7400 4K Ultra HD Smart TV

\$ 319.990 **UNICO** **COM**
\$ 429.990

Acumula 2.133 CMR Puntos

Calcula tu cuota CMR
10 cuotas de \$ 37.283, CAE 36,12%

★★★★☆ 4.2 / 5 (6)

Garantía Extendida

1 Año \$39.990

2 Años \$69.990

3 Años \$89.990

¿Por qué extender la garantía de tus productos?

- Protección más allá de la garantía del fabricante.
- Te aseguramos el uso de repuestos originales.

[Ver más beneficios](#) →

<https://www.falabella.com/falabella-cl/product/6624526/LED-50-50NU7400-4K-Ultra-HD-Smart-TV/6624526>



-% DESCUENTO

Cafetera Automatica Con Grano VENETUS

SKU 2037

Cafetera Automática con Grano VENETUS Maquina de sobremesa, preparadora de café Express, Leche y chocolate automática. Funcionamiento con café en grano, leche instantánea y chocolate en polvo. Funcionamiento limpio incorporado con tolva. Sistema de programación electrónico con regulación directa Contiene 9 Opciones Cafe. 1 Opción de agua Para Te Voltaje: 220v/50hz Potencia: 1700w Producción: 2 café x minuto Estanque : 3 litros. Residuos: 1/2 Molino: 1/2 Peso: 60 Kilos Dimensiones: Alto 71.5 Cm Fondo 45 Cm Frente 43 Cm

Agregar Para Comparar

\$0 \$1.790.000

Disponibilidad: **Consultar**

Cotizar

http://www.supermaq.cl/p/cafeteras_autoservicio/



-% DESCUENTO

Expedidora De Jugo 2 Vasos 18 Litros

SKU 1651

~~\$414.900~~

\$390.000

http://www.estufasdepatio.cl/dispensadores_de_jugos/



-% DESCUENTO

Freezer Industrial 2 Puertas De Vidrio

SKU 3153

\$2.000.000

<http://www.estufasdepatio.cl/refrigeradores/>



% DESCUENTO

**Tostador De Pan Continuo
Electrico 300**

SKU 2284

\$319.000

\$259.000

http://www.estufasdepatio.cl/tostador_de_pan/

MAIGAS



Refrigeradores Industriales

**Refrigerador 2 Puertas Acero 1000 Lts
Maigas**

- Construcción interior y exterior en acero inoxidable AISI 304.
- Puerta con dispositivo automático de cierre.
- Contrapuerta embutida en ABS de alta resistencia..
- Puerta de acero inoxidable.
- Bisagras en acero inoxidable de máxima durabilidad
- 8 Parrillas de acero plastificadas regulables.
- Sistema de refrigeración por ventilación forzada.
- Control electrónico de T° y de deshielo, con visor digital.
- Evaporación automática del agua de deshielo.
- Base con ruedas y frenos.

\$750.000 +IVA

<http://lacasita.cl/producto/refrigerador-2-puertas-acero-1000-lts-maigas/>

Anexo 10

The screenshot shows a real estate listing on the website portalinmobiliario.com. The listing is for a commercial space in Providencia, Santiago, Metropolitan Area. The title is 'METRO LOS LEONES / METRO SUECIA' with a price of \$19,134/m² and a utility fee (UF) of 0,70/m². The listing includes a map showing the location near the Los Leones and Suecia metro stations. The description highlights that it is an excellent new commercial space, close to the metro stations, with a surface area of 150 m². It features a first floor with direct access to the main street, ceramic floors, American-style ceiling, air conditioning, lighting, and a bathroom. It also mentions that parking spaces are available for rent separately at a rate of 3.5 UF per space, and that the building is a modern office building with LEED Silver certification.

This screenshot shows the same real estate listing as above, but with a large, detailed photograph of the interior of the commercial space. The photo shows a modern, bright office environment with large windows, a polished floor, and a ceiling with recessed lighting. The ID number 3484733 is visible in the bottom center of the photo.

<https://www.portalinmobiliario.com/arriendo/local/providencia-metropolitana/4126700-metro-los-leones-metro-suecia-uda?tp=5&op=2&iug=323&ca=3&ts=1&mn=2&or=p-asc&sf=1&sp=0&at=0&i=33>

Anexo 11

NÓMINA DE BIENES SEGUN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACCELERADA
A.- ACTIVOS GENÉRICOS		
1) Construcciones con estructuras de acero, cubierta y entresijos de perfiles acero o losas hormigón armado.	80	26
2) Edificios, casas y otras construcciones, con muros de ladrillos o de hormigón, con cadenas, pilares y vigas hormigón armado, con o sin losas.	50	16
3) Edificios fábricas de material sólido albañilería de ladrillo, de concreto armado y estructura metálica.	40	13
4) Construcciones de adobe o madera en general.	30	10
5) Galpones de madera o estructura metálica.	20	6
6) Otras construcciones definitivas (ejemplos: caminos, puentes, túneles, vías férreas, etc.).	20	6
7) Construcciones provisorias.	10	3
8) Instalaciones en general (ejemplos: eléctricas, de oficina, etc.).	10	3
9) Camiones de uso general.	7	2
10) Camionetas y jeeps.	7	2
11) Automóviles	7	2
12) Microbuses, taxibuses, furgones y similares.	7	2
13) Motos en general.	7	2
14) Remolques, semirremolques y carros de arrastre.	7	2
15) Maquinarias y equipos en general.	15	5
16) Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	9	3
17) Equipos de aire y cámaras de refrigeración.	10	3
18) Herramientas pesadas.	8	2
19) Herramientas livianas.	3	1
20) Letreros camineros y luminosos.	10	3
21) Útiles de oficina (ejemplos: máquina de escribir, fotocopiadora, etc.).	3	1
22) Muebles y enseres.	7	2
23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
24) Estanques	10	3
25) Equipos médicos en general.	8	2
26) Equipos de vigilancia y detección y control de incendios, alarmas.	7	2
27) Envases en general.	6	2
28) Equipo de audio y video.	6	2
29) Material de audio y video.	5	1
H.- OTRAS		
1) Enseres, artículos de porcelana, loza, vidrio, cuchillería, mantelería, ropa de cama y similares, utilizados en hoteles, moteles y restaurantes.	3	1
2) Redes utilizadas en la pesca.	3	1
3) Sistemas o estructuras físicas para criaderos de especies hidrobiológicas.	3	1
4) Pupitres, sillas, bancos, escritorios, pizarrones, laboratorios de química, gabinetes de física, equipos de gimnasia y atletismo, utilizados en establecimientos educacionales.	5	1
5) Aviones monomotores con cabida hasta seis personas.	10	3